Spett.le AGCM Piazza G. Verdi, 6/a 00198 Roma

pec: protocollo.agcm@pec.agcm.it

Firenze, 5 novembre 2015

oggetto: Italia Service srl – Eliana Monti club. Denuncia per pratica commerciale scorretta

L'Aduc, con sede in Firenze, Via Cavour 68, 50129 Firenze (www.aduc.it, aduc@aduc.it) in qualità di Associazione rappresentativa degli interessi di utenti e consumatori, in persona del legale rappresentante pro-tempore, Vincenzo Donvito, nato a Gioia del Colle il 20/02/1953, domiciliato presso la sede dell'Associazione, denuncia ed espone quanto segue.

Alcuni consumatori ci hanno segnalato una società, la **Italia Service S.r.l.**, con sede legale in Via Andrea Doria 15, 10123 Torino, e la **Eliana Monti Club** che non risulta iscritta al Registro delle imprese, ma da una ricerca tramite la partita Iva indicata sul sito (http://www.elianamonti.it/) afferisce alla prima.

Tali società pongono in essere **pratiche commerciali scorrette** ed utilizzano contratti su formulari con **clausole vessatorie.**

Le società in questione rivolgono la loro attività a persone single ed hanno come oggetto la ricerca di partner. Richiedono l'iscrizione, generalmente annuale, e la compilazione di una scheda personale del fruitore al fine dell'inserimento alle liste della società, per la combinazione con profili di altre persone simili.

Le pratiche commerciali scorrette e clausole vessatorie riscontrate sono le seguenti:

1)_ Ingannevolezza riguardo i diritti del consumatore (Art. 22, lett. G): esclusione del diritto di recesso

La clausola n. 6 del contratto di Italia Service S.r.l. **(All.1)** esclude la possibilità per entrambe le parti di recedere dal contratto.

Ancora, altre segnalazioni sono giunte sul punto dalla Sig.ra Danila da Roma (che ha scritto questa lettera http://sosonline.aduc.it/lettera/diritto+recesso 226300.php) e dalla Sig.ra Sabrina da Bergamo

(http://sosonline.aduc.it/lettera/contratto+agenzia+matrimoniale+senza+possibilita 170067.php) - anche se in quest'ultimo caso il contratto era stato sottoscritto presso la filiale -.

Trattasi di contratti che, generalmente, vengono conclusi fuori dai locali commerciali. In particolare nel caso sottoposto alla nostra attenzione (All.1) l'utente era stato invitato in un'abitazione privata,

non coincidente con la sede della Italia Service s.r.l.

L'esclusione del diritto di recesso, in considerazione del luogo e delle modalità di conclusione del contratto, si pone in contrasto con le disposizioni del Codice del Consumo, ed in particolare, con l'art. 66ter che riconosce carattere imperativo alle disposizione delle Sezioni da I a IV del relativo Capo, fra le quali, appunto, l'art. 52 sul diritto di recesso, qualificandolo come irrinunciabile. La clausola in questione, unita alle modalità di conclusione del contratto per formulari, costituisce una pratica commerciale scorretta ex art. 20, comma 2, Codice del Consumo perché è falsa, nonché ingannevole ex art 21, comma 1, perché contiene informazioni non rispondenti al vero sotto il profilo dei diritti dei consumatori ed, in particolare, del diritto di recesso per i contratti negoziati fuori dai locali commerciali.

2) Estensione dell'adesione del consumatore a clausole che non ha avuto la possibilità di conoscere prima della conclusione del contratto (Art. 33, lett. L)

La prima pagina del contratto di Italia Service S.r.l., che contiene i dati dell'utente reca riferimento ad un contratto di finanziamento collegato, dandolo per letto ed approvato in ogni sua parte. Tale contratto di finanziamento, però, non soltanto non è stato letto né sottoscritto separatamente, ma non è neanche presente tra la documentazione consegnata al consumatore.

Inoltre in base alle "Modalità e condizioni del sevizio offerto", nella pagina successiva rispetto alla prima in cui si leggeva di questo contratto di finanziamento collegato, all'art. 4, lett. a), sembra che la modalità di finanziamento sia scelta dal consumatore, ma così non è. Il consumatore si trova una prima clausola, contenuta nella prima pagina del contratto, che dà atto della sottoscrizione di un contratto di finanziamento "specificamente approvato in ogni sua parte" e, nella seconda pagina, di fronte a una clausola in cui vengono stabilite le modalità di pagamento tra le quali il finanziamento. Ciò lede il diritto del consumatore di scegliere le modalità di pagamento.

Ancora, ci è stato segnalato anche (dal Sig. Alfredo di Montichiari (BS)

http://sosonline.aduc.it/lettera/recesso+agenzia+matrimoniale 225507.php) che in questi contratti collegati di finanziamento il soggetto finanziatore viene unilateralmente modificato (con, di fatto, una cessione del credito) durante lo svolgimento del contratto, senza che il consumatore possa intervenire.

3)_ Induzione in errore con riferimento all'identità del professionista (Art. 21, lett. F) Il contratto intercorre con la Società Italia Service S.r.l.. È, però, contenuto su un formulario la cui intestazione reca il nome "SingleItalia".

La società "Eliana Monti Club" figura nella corrispondenza con i consumatori (le mail mandate ai consumatori partono da un dominio @elianamonti) ed è oggetto di pubblicità, anche attraverso cookies, su internet.

Da una ricerca di queste società per individuarne la sede legale, della prima, SingleItalia, non vi è

traccia; della seconda, Eliana Monti Club, dal nome la ricerca risulta vana, ma dalla Partita Iva, contenuta sul sito http://www.elianamonti.it/, risulta la sede legale della Italia Service s.r.l.

La previsione di tutte questi nomi di società, la maggior parte dei quali inesistenti, crea non poca confusione e difficoltà, per il consumatore medio, di individuare il reale contraente e, in caso di reclamo o esercizio del diritto di recesso, della sede legale a cui indirizzare efficacemente la comunicazione.

4)_ Induzione in errore con riferimento alle caratteristiche principali del prodotto (Art. 21, lett. B)

Il contratto su formulario di Italia Service s.r.l., nella pagina relativa alle modalità e condizioni del servizio offerto, al punto 2, prevede gli obblighi dell'azienda. Questa in particolare si impegna ad individuare e fornire un numero minimo di contatti di persone sulla base di una associazione automatica sulle caratteristiche di coloro che si sono iscritti. Il numero minimo di tali contatti non è individuato nel contratto o, meglio, è previsto uno specifico spazio per inserire il numero di contratto in contratto.

Nella realtà dei fatti, tale numero minimo non viene proprio inserito (come nel caso del contratto All. 1), dove è lasciato in bianco, con ciò determinando innanzitutto confusione sul reale contenuto del contratto (qual è il numero minimo di incontri che vengono garantiti come corrispettivo per il prezzo pagato) e, successivamente, l'impossibilità di determinare l'eventuale inadempimento della società, con ciò ledendo il diritto ad agire dei consumatori.

A ciò si aggiunga che ci è stato segnalato (dal Sig. Rossano:

http://avvertenze.aduc.it/lettera/agenzia+matrimoniale+eliana+monti+servizio 175724.php) che la società si impegna ad un numero molto ampio di incontri (invitando così i consumatori alla stipulazione del contratto) senza poi fornire effettivamente il numero dei contatti a cui si è impegnata.

Lo stesso è capitato a quest'altro consumatore

(http://avvertenze.aduc.it/lettera/eliana+monti+agenzia+matrimoniale+finanziamento_176297.php). Ancora, il Sig. Adry (http://dilatua.aduc.it/forum/agenzie+matrimoniali_2708.php) segnala che la Società non rispetta gli impegni presi nemmeno sotto il profilo delle affinità di coppia: anche l'associazione di profili risulta del tutto casuale.

Infine, ci è stato segnalato dal Sig. Giuseppe

(http://sosonline.aduc.it/lettera/senza+titolo 118345.php) che gli incontri organizzati sono sembrati fasulli perché la presenza femminile era prevalentemente di dipendenti o collaboratrici della società, che quindi non costituivano una vera e propria offerta di contatti, ma, ciononostante, per le modalità contrattuali, non poteva essere mossa alcuna critica alla società, perché queste, ci vien riferito, si ritiravano successivamente al contatto.

5)_ Generico riferimento ad una specifica trattativa individuale delle clausole contenute del contratto

La prima pagina del contratto di Italia Service S.r.l. ai periodi 1 (sul diritto di recesso), 4 (relativo contratto di finanziamento) e 5 (che richiama l'art. 4 sul corrispettivo e le modalità di pagamento) contiene un generico riferimento ad una trattativa individuale del contenuto delle clausole stesse, con relativa sottoscrizione specifica da parte del consumatore. Tale tecnica non può essere univocamente indicativa della trattativa individuale, non fosse altro perché le relative clausole sono contenute nella pagina successiva! Come è possibile dichiarare di aver concordato, letto e compreso qualcosa che è contenuta nella pagina successiva? E che valenza può avere una sottoscrizione prima del contenuto della clausola?

Tutto quanto ciò premesso, l'Aduc chiede all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nel legittimo esercizio delle proprie attribuzioni, di inibire alla Italia Service S.r.l., l'utilizzo del proprio contratto e delle connesse pratiche commerciali scorrette, nonché l'eliminazione degli effetti delle stesse.

Vista l'ingannevolezza della pratica tenuta dalle società citate, Voglia l'Autorità emettere inoltre provvedimento motivato di sospensione provvisoria delle pratiche commerciali scorrette.

Vincenzo Donvito

Cincerfo Dem To

Presidente Aduc