

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

IP302 - DPI-DIAMOND PRIVATE INVESTMENT-DIAMANTI DA INVESTIMENTO

Provvedimento n. 27233

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 13 giugno 2018;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTA la Parte II, Titolo III, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante “*Codice del Consumo*” e successive modificazioni (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO in particolare l'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in base al quale in caso di inottemperanza ai provvedimenti d'urgenza o a quelli inibitori o di rimozione degli effetti, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro e nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni;

VISTA la legge 24 novembre 1981, n. 689;

VISTO l'art. 19 del “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*” (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015, n. 25411;

VISTA la propria delibera n. 26758 del 20 settembre 2017, con la quale l'Autorità ha accertato due distinte violazioni del Codice del Consumo poste in essere da Diamond Private Investment S.p.A. (“DPI”), quantomeno dall'inizio del 2011, consistenti:

i) nella diffusione – attraverso il proprio sito Internet e la documentazione messa a disposizione dei consumatori e dei funzionari bancari presso le filiali delle banche convenzionate - di informazioni ingannevoli ed omissive in merito al prezzo, alle caratteristiche e alla convenienza dell'acquisto dei diamanti c.d. “da investimento”, riguardanti in particolare: a) il prezzo di vendita dei diamanti praticato da DPI, presentato come quotazione di mercato in apposite inserzioni pubblicate a pagamento su un primario giornale economico; b) l'andamento del mercato e l'aspettativa di apprezzamento del valore futuro dei diamanti, rappresentate attraverso grafici che mettevano a confronto l'andamento dei propri prezzi di vendita (presentati come “quotazioni”) con l'inflazione e le quotazioni ufficiali dell'oro; c) la facile liquidabilità e rivendibilità del diamante, quando invece l'unico canale di rivendita attraverso cui avrebbero potuto essere realizzati i guadagni prospettati era rappresentato da DPI, e soltanto qualora questa fosse stata in grado di trovare, nei tempi previsti, un altro consumatore disposto a comperare quei diamanti al prezzo fissato da DPI stessa; d) la qualifica di leader di mercato, impiegata senza ulteriori precisazioni, al fine di conferire un maggiore affidamento alla propria offerta;

ii) nella predisposizione di condizioni di compravendita che violavano i diritti dei consumatori relativi al diritto di ripensamento, sia limitandone le modalità di esercizio – ridotte all'invio di una

raccomandata, da anticipare via mail al professionista -, sia omettendo di allegare il modulo per il recesso;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

1. Con provvedimento n. 26758 del 20 settembre 2017 l’Autorità ha accertato, con specifico riferimento alla pratica commerciale di cui al punto i), la diffusione, da parte di DPI, di informazioni ingannevoli ed omissive in merito al prezzo, alle caratteristiche e alla convenienza dell’acquisto dei diamanti c.d. “da investimento”, nonché allo status di leader di mercato di DPI stessa. Tali informazioni sono state diffuse attraverso il sito Internet della società, il materiale promozionale e la documentazione contrattuale messi a disposizione dei consumatori, il materiale informativo predisposto per le banche convenzionate.

2. In particolare, il professionista aveva rappresentato l’acquisto dei propri diamanti come l’acquisto del bene rifugio per eccellenza, sottolineando la liquidabilità certa dei diamanti acquistati e la crescita costante delle “quotazioni” di tali diamanti – in realtà, i prezzi praticati da DPI per i diamanti offerti in vendita, pubblicate periodicamente sul noto quotidiano finanziario Il Sole 24 Ore da DPI stessa – che avrebbe protetto il patrimonio investito dalla perdita di valore di acquisto.

Tale *claim* era supportato da un grafico che confrontava l’andamento delle “quotazioni” dei diamanti – *rectius*, i prezzi liberamente fissati da DPI per i propri diamanti - con l’andamento della quotazione ufficiale dell’oro e con l’andamento del tasso di inflazione, che induceva a credere, contrariamente al vero, che anche per i diamanti si trattasse di quotazioni di mercato alle quali era possibile acquistare e vendere i diamanti e che l’andamento dei prezzi effettivi dei diamanti fosse continuamente crescente e che il loro acquisto potesse garantire rendimenti medi ben superiori all’inflazione, quantificati in alcuni documenti nel 4% circa.

3. DPI, pur offrendo i diamanti come forma di impiego del risparmio alternativa agli investimenti finanziari tradizionali, non forniva nell’informativa pre-contrattuale (c.d. *Informativa alla clientela*) o nelle Condizioni Generali di Vendita (“CGV”) informazioni corrette né sulle modalità di determinazione del prezzo dei propri diamanti (diversa da quella dei titoli e dei metalli quotati in mercati regolamentati e simile a quella dei beni reali, che portava ad una differenza significativa tra il prezzo di acquisto pagato dal consumatore e il costo della pietra all’origine, pari al massimo a poco più della metà di tale prezzo), né sui rischi connessi a tale forma di impiego del risparmio, dovuti sia alla fluttuazione dei prezzi all’ingrosso, sia alla scarsa liquidità dei diamanti (in assenza di un mercato in grado di assicurare un *pricing* trasparente ed uniforme dei diamanti lavorati, esiste un rischio significativo di non trovare in breve tempo un compratore disposto ad acquistare una pietra di una qualità specifica ad un prezzo ritenuto congruo dal venditore), sia al rischio di perdite in conto capitale derivanti dal riferimento, in caso di rivendita, al prezzo all’ingrosso e non a quello al dettaglio.

4. Il professionista offriva inoltre un servizio di disinvestimento, consistente nell’impegno a ricollocare il diamante entro 30 giorni lavorativi ai prezzi pubblicati al momento della richiesta di disinvestimento, presentato come un modo per realizzare i profitti ottenuti trasformandoli in liquidità immediatamente disponibile; DPI affermava inoltre che, sulla base della propria

esperienza, tali richieste erano state storicamente evase in media in 10 giorni lavorativi. In realtà, si trattava soltanto di un impegno senza alcuna garanzia di risultato, che doveva scontare comunque la mancanza di liquidità del mercato dei diamanti, alla quale DPI aveva potuto far fronte grazie all'esistenza, in una specifica fase economica, di un eccesso di domanda per i propri diamanti al prezzo indicato da DPI stessa – circostanza che ha permesso di soddisfare facilmente le richieste di disinvestimento e che non è detto si ripresenti in futuro.

I rischi relativi a tale servizio erano evidenziati solo nell'Informativa e nelle CGV predisposte per i clienti di Intesa Sanpaolo, dove era contenuta l'indicazione che DPI non prestava “*garanzie sui tempi di liquidazione del bene*” e che “*il cliente può correre il rischio di incassare un prezzo inferiore a quello di acquisto*”, “*DPI non presta garanzie sul buon esito della rivendita né sui tempi di liquidazione del bene ed il cliente può correre il rischio di incassare un prezzo inferiore a quello di acquisto a causa delle oscillazioni di prezzo e dei costi sostenuti al momento dell'acquisto*”.

5. Alla luce di quanto precede, l'Autorità ha vietato l'ulteriore diffusione della pratica commerciale sopra descritta, in quanto contraria agli artt. 20 e 21 comma 1, lettere b), c), d) e f), 22, nonché 23, comma 1, lettera t), del Codice del Consumo.

6. Sulla base di quanto prescritto al punto g) del citato provvedimento n. 26758 del 20 settembre 2017, che prevedeva la comunicazione da parte del professionista di una Relazione di ottemperanza entro sessanta giorni dalla notifica del provvedimento, Diamond Private Investment S.p.A. ha trasmesso una relazione in data 28 dicembre 2017, integrata in data 23 febbraio a seguito di una richiesta di informazioni dell'Autorità del 14 febbraio 2018 e nuovamente integrata in data 16 maggio 2018 in risposta ad un sollecito dell'Autorità del 26 aprile 2018. Il professionista è stato inoltre sentito in audizione il 13 marzo 2018.

7. Nel corso del procedimento il professionista aveva provveduto ad inibire l'accesso al grafico comparativo sul proprio sito Internet, a eliminare ogni riferimento alle “quotazioni dei diamanti”, sostituendole con la dizione “listino”, in particolare nei prospetti pubblicati sul Il Sole 24 Ore, che recano anche la dizione “Informazione pubblicitaria”. Sono stati inoltre eliminati i riferimenti alla crescita costante del valore e alla liquidità immediata.

8. Con la relazione del 16 maggio il professionista ha fornito le versioni definitive del *leaflet* pubblicitario che verrà messo a disposizione dei consumatori nelle banche convenzionate, dell'Informativa *alla Clientela* da consegnare al consumatore nella fase pre-contrattuale e della Brochure che verrà messa a disposizione del personale delle banche che vorranno collaborare con DPI, nonché alcune informazioni sulle modifiche apportate al sito Internet della società.

Dalla documentazione fornita è emerso che Diamond Private Investment S.p.A. non ha posto in essere tutte le misure necessarie per fornire ai consumatori potenzialmente interessati all'acquisto dei diamanti da investimento informazioni corrette ed esaustive e non ha quindi completamente cessato la pratica commerciale scorretta, sopra descritta, già accertata con la delibera del 20 settembre 2017.

9. In particolare, il *leaflet* propone l'acquisto di diamanti come investimento alternativo ai prodotti finanziari e caratterizza i diamanti da investimento come “*bene rifugio per eccellenza*”, sottolineandone i vantaggi fiscali (*Bene di libera circolazione esente da tassazione su proprietà e su capital gain*), l’*“Alto livello di resilienza contro le crisi economico-finanziarie”* e le aspettative di crescita del valore dovute alla crescente scarsità, nonché prospettando l'esistenza di un

“*Processo di rivendita trasparente*”, senza accennare in alcun modo ai rischi di liquidabilità e di perdita del capitale investito e omettendo che DPI non rivende ma accetta soltanto un mandato a vendere di durata indefinita senza alcun obbligo di risultato, il cui unico elemento di trasparenza è rappresentato dal prezzo al quale DPI si impegna a cercare un acquirente.

Il *leaflet* contiene poi l'avvertenza “*Messaggio pubblicitario - Si raccomanda la lettura dell'informativa alla clientela prima di procedere all'acquisto*”.

10. Il sito Internet del professionista – parzialmente modificato impedendo l'accesso alla pagina contenente il grafico comparativo e sostituendo i riferimenti alle “quotazioni” con riferimenti ai “prezzi” o al “listino” di DPI – continua a presentare i diamanti di investimento come “*bene rifugio*”, presentandone i vantaggi in maniera simile al *leaflet*, senza sottolineare immediatamente i rischi di liquidabilità e di perdite in conto capitale.

Sul sito viene enfatizzato come DPI offra “*un servizio completo, che accompagna il cliente dal momento dell'acquisto fino al ricollocamento sul mercato*” e si descrivono le fasi del processo di ricollocamento sottolineandone la chiarezza e trasparenza e il costo, senza in alcun modo accennare al rischio che il cliente possa attendere anche molto tempo prima che DPI rivenda il diamante, in particolare nelle situazioni in cui l'offerta di diamanti in rivendita ecceda la domanda di diamanti – nelle quali DPI potrebbe non riuscire a vendere i diamanti, costringendo il cliente a rivolgersi ad altri canali, nei quali potrebbe scontare significative perdite in conto capitale.

Tali rischi vengono sommariamente descritti soltanto nell'Informativa alla Clientela, disponibile in una apposita sezione del sito.

11. L'Informativa alla Clientela (così come le Condizioni Generali di Vendita) è stata integrata con le seguenti informazioni:

al punto b): “*I diamanti sono beni che non hanno un fixing internazionalmente riconosciuto e sono potenzialmente soggetti a: (i) oscillazioni di prezzo tali da non poter fornire certezza che l'attuale valore possa restare inalterato nel tempo; (ii) rischio liquidabilità, legato ai tempi necessari per trovare un nuovo acquirente*”;

al punto c) la composizione del prezzo viene descritta in questi termini: *costo della pietra a DPI (71,83%, inclusivo di costo della pietra per il 51%, costi doganali, importazione, trasporto assicurato, oneri finanziari, logistica e assicurazione per il 2,80% e inclusivo dell'imposta IVA al 22% per il 18,03%); costi struttura commerciale DPI (3,30%); commissione della banca (9,85%); margine DPI (15,02%, inclusivo dei costi di gestione, amministrativi e marketing)*;

al punto g): “*Fermo restando che il/i Diamante/i è/sono di proprietà del cliente, che può disporre liberamente, eventualmente anche rivendendolo/i tramite terzi (nel qual caso DPI non assume alcun obbligo o responsabilità in merito al valore applicato da terzi ed ai tempi e alle modalità di rivendita), il cliente può avvalersi del servizio di ricollocamento offerto da DPI alle condizioni qui di seguito specificate. [...] 1. DPI non riacquisterà direttamente il/i Diamante/i in precedenza venduto/i, ma si impegna al suo/loro ricollocamento sul mercato, offrendolo/i in vendita sulla base dell'ultimo listino in vigore al momento dell'effettivo ricollocamento [...]; 2. DPI, anche a seguito della sottoscrizione del mandato a vendere da parte del cliente, non assume alcun obbligo di rimborso, non presta garanzie sul buon esito della vendita a terzi, né sui tempi della stessa; 3. Nel caso in cui utilizzi il servizio di ricollocamento offerto da DPI, il cliente, al momento della rivendita, può correre il rischio di perdite sul capitale originariamente investito a causa di possibili fluttuazioni dei prezzi [...]*”.

12. In primo luogo si osserva che il rinvio all'informativa non appare sufficiente a controbilanciare l'effetto "aggancio" del leaflet e del sito internet, che contengono tuttora la prospettazione di numerosi vantaggi dell'acquisto di diamanti da investimento, senza alcun cenno ai potenziali rischi.

Inoltre, anche la medesima Informativa non appare descrivere adeguatamente i rischi cui va incontro il consumatore che acquisti diamanti da investimento.

In particolare, non viene chiarito che il "rischio liquidabilità" non si riferisce soltanto al fattore tempo ma riguarda soprattutto la possibilità di trovare un acquirente al prezzo ritenuto congruo dal consumatore – o fissato da DPI – e quindi non permette di apprezzare adeguatamente i rischi legati alla realizzabilità del capitale investito, senza incorrere in perdite in conto capitale, qualsiasi sia il canale utilizzato per la rivendita.

Inoltre, la percentuale del prezzo che sarebbe un costo per DPI viene inflazionata includendo il valore dell'IVA pagata dal consumatore, invece che quello pagato da DPI sul costo della pietra.

Infine, non viene in alcun modo disciplinata l'eventualità che il cliente decida di ritirare il mandato a vendere dato a DPI trascorso un certo periodo senza che il tentativo abbia avuto esito.

13. DPI ha inoltre predisposto per i funzionari delle banche convenzionate una *Brochure* informativa intitolata "*Investimento in diamanti*". Sebbene tale documento non sia diretto al pubblico, ne sia vietata la riproduzione senza il preventivo consenso scritto di DPI¹ e si raccomandi la lettura dell'Informativa *alla clientela*, si tratta di informazioni indirettamente rivolte ai consumatori. La *Brochure*, infatti, contiene gli elementi informativi che saranno utilizzati dai funzionari delle banche per presentare le caratteristiche, i vantaggi e la convenienza dell'offerta di DPI ai consumatori potenzialmente interessati a investimenti alternativi agli investimenti finanziari tradizionali. Di conseguenza, si tratta di informazioni che attraverso i dipendenti della banca vengono veicolate ai consumatori.

14. Ciò precisato, l'articolata *Brochure*:

(i) ripercorre i *claim* del *leaflet*, descrivendo anche in maniera approfondita le caratteristiche qualitative dei propri diamanti da investimento,

(ii) contiene una lunga sezione intitolata "perché investo ?", nella quale

(a) si riportano le note previsionali sulla crescente divaricazione tra domanda e offerta di diamanti a livello globale, omettendo di chiarire che la domanda è in larga misura di carattere industriale e potrebbe essere soddisfatta in misura crescente da diamanti sintetici², così come la stessa domanda proveniente da consumatori domestici³;

¹ Il *disclaimer* recita: "Il presente documento non è destinato al pubblico bensì una pubblicazione per uso esclusivamente interno del personale della Banca, non consegnabile e/o utilizzabile dalla clientela. Questo documento non dovrà essere fotocopiato, riprodotto o distribuito, per intero o in parte, né citato in documenti ufficiali, senza il preventivo consenso scritto di Diamond Private Investment. Si ricorda di raccomandare al cliente la lettura dell'Informativa alla Clientela prima della sottoscrizione dell'ordine di acquisto."(enfasi nell'originale).

² Frost&Sullivan, *Grown Diamonds: Unlocking Future of Diamond Industry by 2050*.

³ E' di questi giorni la notizia della commercializzazione al dettaglio alla clientela non industriale, da parte di DeBeers, di diamanti sintetici.

(b) si presenta un grafico⁴ comparativo degli andamenti nel tempo di un investimento di 1000 euro in azioni (indici Nasdaq e Dow Jones), oro, platino e diamanti⁵ dal dicembre 2006 al dicembre 2016, che mostrerebbe la crescita stabile del valore dei diamanti,

(c) si commentano due grafici riportanti valori all'ingrosso in euro di fonte Rapaport e i prezzi al dettaglio di DPI in euro del medesimo periodo 2006-2016, evidenziando un presunto rendimento del capitale investito in diamanti del 71,3% (sulla base dei valori all'ingrosso Rapaport) e tassi di variazione dei prezzi DPI leggermente superiori e più stabili dei valori Rapaport comparabili;

(iii) contiene una sezione sulle componenti del prezzo dei diamanti DPI, che riproduce quella contenuta nell'Informativa *alla clientela*, ma omettendo che il costo della pietra è il 51% circa del prezzo finale al consumatore;

(iv) contiene una sezione sulle modalità di determinazione del prezzo dei diamanti al dettaglio e sui limiti dei valori non ufficiali all'ingrosso Rapaport;

(v) sottolinea, in una sezione intitolata "il processo di rivendita", che "*Quello di Diamond Private Investment è un servizio completo, che accompagna il cliente dal momento dell'investimento fino al ricollocamento sul mercato.*"

15. Gli elementi della *Brochure* appena descritti che, come detto, verranno veicolati dai funzionari di banca ai consumatori potenzialmente interessati per presentare la convenienza dell'offerta di DPI, appaiono ingannevoli ed omissivi.

In particolare, la *Brochure* avvalora aspettative di rendimento dall'impiego dei risparmi nell'acquisto di diamanti sulla base di comparazioni tra grandezze non pienamente confrontabili – in particolare, un raffronto tra grandezze di natura profondamente diversa, quali i valori Rapaport – che rappresentano dei valori di riferimento all'ingrosso – e gli indici azionari e quotazioni ufficiali di metalli preziosi – ai quali i relativi titoli e beni possono essere acquistati e venduti -, nonché un confronto parziale tra l'andamento della domanda complessiva di diamanti e l'offerta dei soli diamanti naturali -, volti a rappresentare l'acquisto dei diamanti venduti da DPI come un impiego dei propri risparmi redditizio e soggetto a minori fluttuazioni di valore rispetto agli investimenti finanziari e in metalli preziosi.

DPI omette invece di rilevare non solo che gli andamenti dei prezzi dei diamanti rappresentati risentono di un andamento favorevole euro/dollaro – l'andamento dei valori Rapaport in dollari è stato calante dal 2011 in poi – e quindi sono soggetti anche al rischio di cambio, ma anche che i rendimenti risultanti dall'andamento dei prezzi DPI potrebbero essere eventualmente ottenuti solo avvalendosi del servizio di ricollocamento di DPI – del quale tuttavia non vengono in alcun modo rilevati i rischi.

L'informazione fornita da DPI nella *Brochure* – che verrà inevitabilmente trasferita dai funzionari di banca ai consumatori – appare ingannevole ed omissiva nella misura in cui presenta di fatto il diamante come un "bene rifugio" – anche senza utilizzare tale espressione esplicitamente – omettendo che (i) in caso di rivendita attraverso canali differenti, il consumatore potrà incorrere in perdite in conto capitale anche laddove i rendimenti mostrati fossero realizzabili, in quanto nelle vendite attraverso canali diversi il riferimento sarebbero i valori all'ingrosso, largamente inferiori

⁴ Ripreso dal Rapaport Magazine del gennaio 2017, pubblicazione specialistica disponibile solo in abbonamento dal costo elevato.

⁵ Media dei valori all'ingrosso Rapaport per diamanti da 0,5-1-3-5 carati.

ai prezzi DPI e (ii) in caso di rivendita attraverso DPI, i tempi di ricerca dell'acquirente potrebbero essere particolarmente lunghi, vanificando il desiderio di rivendita da parte del consumatore.

16. Il rimando all'Informativa, contenuto nel *disclaimer* iniziale della Brochure, da un lato appare tradire la consapevolezza del fatto che le informazioni ingannevoli ed omissive della Brochure verranno trasferite ai consumatori, e, dall'altro lato, appare comunque insufficiente a scongiurare una alterazione delle scelte del consumatore, non solo a causa delle evidenziate debolezze dell'Informativa, ma anche e soprattutto perché l'enfasi sulla convenienza dell'acquisto di diamanti che emerge dal *Leaflet* e dalla *Brochure* farà apparire le avvertenze presenti nell'Informativa come mere clausole di stile, necessarie per qualsiasi forma di investimento del risparmio.

17. In conclusione, la documentazione predisposta da DPI per informare i consumatori e presentare, direttamente o attraverso i funzionari delle banche convenzionate, la propria offerta commerciale, appare complessivamente insufficiente ad assicurare una corretta informazione circa i rischi che comporta questa forma di impiego del risparmio e l'incertezza dei rendimenti prospettati.

18. Dalla complessiva documentazione acquisita agli atti risulta, dunque, che la società Diamond Private Investment S.p.A. non ha posto in essere tutte le iniziative necessarie ad assicurare un'adeguata e corretta informazione dei consumatori ed ha reiterato la pratica commerciale scorretta, sopra descritta, già accertata con la delibera del 20 settembre 2017.

19. Il citato provvedimento n. 26758 del 20 settembre 2017 risulta comunicato al professionista in data 30 ottobre 2017.

Pertanto, dalle evidenze documentali, risulta che la pratica ritenuta scorretta, in violazione degli articoli 20, comma 2, 21 comma 1, lettere *b)*, *c)*, *d)* e *f)*, 22, nonché 23, comma 1, lettera *t)*, del Codice del Consumo, non è stata interrotta nei mesi successivi alla data di notifica.

Ricorrono, in conclusione, i presupposti per l'avvio del procedimento previsto dall'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, volto all'irrogazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro.

RITENUTO, pertanto, che i fatti accertati integrano una fattispecie di inottemperanza alla delibera dell'Autorità n. 26018, dell'11 maggio 2016, ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo;

DELIBERA

a) di contestare alla società Diamond Private Investment S.p.A. la violazione di cui all'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, per non aver ottemperato alla delibera dell'Autorità n. 26758, del 20 settembre 2017;

b) l'avvio del procedimento per eventuale irrogazione della sanzione pecuniaria prevista dall'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo;

c) che il Responsabile del procedimento è il dott. Iacopo Berti;

d) che può essere presa visione degli atti del procedimento presso la Direzione A, della Direzione Generale per la Tutela del Consumatore, dell'Autorità, dai legali rappresentanti della società Diamond Private Investment S.p.A., ovvero da persone da essa delegate;

e) che, entro il termine di trenta giorni dalla comunicazione del presente provvedimento, gli interessati possono far pervenire all'Autorità scritti difensivi e documenti, nonché chiedere di essere sentiti;

f) che il procedimento deve concludersi entro centoventi giorni dalla data di comunicazione del presente provvedimento.

Ai fini della quantificazione dell'eventuale sanzione pecuniaria prevista dall'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, si richiede a Diamond Private Investment S.p.A. di fornire copia dell'ultimo bilancio, ovvero idonea documentazione contabile attestante le condizioni economiche nell'ultimo anno.

Il presente provvedimento sarà comunicato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella
