

Il Consiglio nazionale rilancia contro Groupon

IL CASO

Nonostante l'esposto all'Antitrust, ancora online i deal dei professionisti

■ La consulenza di un architetto per ripianificare la casa o l'ufficio, a 24 euro invece di 500. Oppure una certificazione energetica per abitazioni (con sopralluogo, rilascio del certificato e della visura, e accatastamento) a 39 euro invece di 350. Sono questi alcuni dei servizi offerti da architetti professionisti su **Groupon**, il sito internet di sconti e offerte a tempo.

«Abbiamo chiesto all'Antitrust di intervenire perché si tratta di pubblicità ingannevole». Secondo il presidente del **Consiglio nazionale degli architetti**, Leopoldo Freyrie, ad essere ingannevole innanzitutto è l'offerta a tempo che lega il compenso all'adesione entro un numero prestabilito di ore all'offerta. Inoltre, come previsto dalla riforma delle professioni entrata in vigore il 15 ago-

sto scorso, la pubblicità è sì possibile «con ogni mezzo», purché però si riferisca all'oggetto della prestazione, «veritiera e corretta».

Se per la pronuncia dell'Antitrust bisognerà aspettare ancora qualche settimana, intanto alcuni Ordini hanno richiamato i loro iscritti che hanno utilizzato il sito internet di deal online e il Consiglio nazionale degli architetti rinnova la sua indignazione nei confronti di Groupon: «Non siamo intenzionati a intervenire sugli iscritti - aggiunge Freyrie - che spesso sono giovani, privi di lavoro, e in disperata ricerca di opportunità. Ma abbiamo inviato una segnalazione formale contro Groupon, che anche in altri Paesi è stato contestato per atteggiamenti aggressivi sul mercato e per dumping. Svendere una prestazione professionale, del resto, cos'altro è se non dumping. Bisogna garantire la libera concorrenza e il consumatore».

Gli architetti, come dice la riforma, possono pubblicizzare i compensi liberamente. E «per la categoria fare comunicazione non è una novità», assicura il presidente del Consi-

glio nazionale confermando come ormai quasi tutti gli iscritti siano presenti online, dove si promuovono principalmente con i social network. Il problema delle offerte su Groupon è legato alla mancanza di chiarezza: «Il compenso dev'essere funzionale all'oggetto - chiarisce il presidente - e si è tenuti a spiegare al cliente in cosa consiste la prestazione, come è calcolata la tariffa». A dirlo è la stessa riforma voluta dal Governo Monti, secondo cui il prezzo della prestazione va pattuito al momento del conferimento dell'incarico con il cliente, a cui il professionista deve rendere nota la complessità dell'incarico e indicare i dati della polizza assicurativa per i danni provocati nell'esercizio della sua attività. Insomma, come sostiene Freyrie, il rischio è che queste scelte promozionali si trasformino in boomerang: potrebbero lievitare gli esposti dei consumatori, presi di sorpresa dal lievitare di un preventivo in fase di esecuzione dei lavori o dall'esclusione di determinati servizi dalla prestazione oggetto del deal online. — **MI. F.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

