dell'uso degli algoritmi e *big data* e dell'avvento di piattaforme di intermediazione *online*.
Inoltre, nel 2020 la Commissione ha avviato un processo di revisione per aggiornare orientamenti e principi sulla cui base definire i mercati sotto il profilo antitrust, individuando l'ambito nel quale si svolge il confronto concorrenziale tra le imprese e quindi i concorrenti che sono in grado di condizionare le strategie commerciali delle imprese coinvolte nel procedimento antitrust. Le linee guida della Commissione rivestono particolare importanza per le autorità della Rete che, come quella italiana, non hanno sviluppato proprie linee guida, utilizzando come principale riferimento quelle della Commissione.
Il processo di revisione intende modernizzare il testo della comunicazione, al fine di tener conto dei profondi cambiamenti intervenuti nel corso degli ultimi anni, quali il deciso incremento dei volumi degli scambi commerciali, anche con i principali mercati emergenti, la progressiva eliminazione degli ostacoli nazionali al commercio all'interno del mercato unico e la digitalizzazione. A ottobre 2020 si è conclusa la consultazione pubblica e in parallelo la Commissione ha raccolto i contributi delle autorità ECN, tra cui l'Autorità italiana. La Commissione intende pubblicare gli esiti della propria valutazione nel corso del 2021, in vista dell'adozione di una nuova comunicazione nell'anno 2022.

Attività nell'ambito della Rete internazionale della Concorrenza (ICN)

Anche nel 2020, l'Autorità ha partecipato attivamente alle attività dell'ICN e dei suoi gruppi di lavoro, contribuendo ai progetti e alla stesura dei documenti.
In particolare, nel corso del 2020, l'Autorità ha assunto il coordinamento del Gruppo di Lavoro ICN Cartelli, insieme alle Autorità di concorrenza di Francia e Russia. Le sfide poste dall'economia digitale al diritto e alla politica della concorrenza hanno costituito il tema generale discusso in sede ICN. L'Autorità italiana è intervenuta alla discussione riguardante l'impatto del digitale nella lotta contro i cartelli, oggetto di una sessione plenaria della conferenza annuale ICN. In quella sede sono state affrontate le questioni legate alle nuove forme di collusione basate sull'elaborazione dei *big data* grazie all'uso di algoritmi e intelligenza artificiale. Tali forme mettono in discussione l'adeguatezza dello strumentario legislativo e investigativo delle autorità di concorrenza nell'accertamento di nuove modalità di collusione e richiedono di integrare le competenze professionali delle autorità antitrust affinché possano a loro volta utilizzare *big data* e algoritmi per migliorare le attività di scoperta dei cartelli. Le problematiche trattate sono state riassunte dall'ICN in un documento che fornirà la base per futuri confronti e approfondimenti.
Infine, anche nel 2020 l'Autorità ha coordinato l'evento annuale del *Competition Advocacy Contest*, promosso congiuntamente da ICN e Banca Mondiale, una competizione tra autorità che mira a selezionare i più efficaci esempi di *advocacy*. L'edizione 2020, conclusasi con una cerimonia virtuale il 22 settembre, è stata dedicata al tema generale dell'impatto dell'economia digitale nel mondo del lavoro e dell'industria e sul trattamento dei dati personali.

Attività nell'ambito dell'Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico (OCSE)

Anche nel 2020, il Comitato Concorrenza dell'OCSE ha continuato a discutere di opportunità e criticità determinate dallo sviluppo del digitale, a cui l'Autorità ha partecipato con un contributo scritto sul tema dell'impatto concorrenziale dei diritti dei consumatori sui propri dati.
La profonda crisi economica e sociale scaturita dalla pandemia di Covid-19 ha riproposto il tema della crescita economica nel lungo periodo e del contributo della politica della concorrenza insieme ad altre politiche nel favorire la ripresa economica. L'OCSE ha organizzato una prima discussione su tale tematica che sarà oggetto di approfondimenti nei prossimi anni.
Secondo l'OCSE, le autorità della concorrenza possono svolgere un ruolo fondamentale nell'assistere i Governi nella fase di ripresa, contribuendo a una ripresa economica più rapida e sostenuta.
Evidenze empiriche sia a livello macro che

microeconomico dimostrano da tempo gli effetti benefici della concorrenza volti a ottimizzare l'uso delle risorse, guidare la crescita economica, aumentare la produttività attraverso prezzi migliori, maggiore scelta, maggiore qualità di beni e servizi e più innovazione.
La concorrenza può anche aiutare a promuovere la resilienza dei mercati, offrendo catene di valore e modelli di *business* alternativi e contribuendo a garantire una distribuzione più stabile dei beni essenziali.
I poteri di *enforcement* e *advocacy* delle autorità di concorrenza possono essere rilevanti nelle diverse fasi della crisi. Sul fronte dell'*enforcement*, gli sforzi delle autorità dovrebbero, secondo l'OCSE, focalizzarsi sui settori o mercati strategici per la ripresa nel medio termine e quelli a maggiore impatto sociale (*e-commerce* e farmaceutico).
Sul fronte *advocacy*, le autorità di concorrenza possono essere in una buona posizione per fornire orientamenti ai Governi nella progettazione di misure di politica industriale per la ricostruzione economica che siano pro-concorrenziali o minimizzino le distorsioni della concorrenza. In effetti, gli interventi del Governo non sempre tengono conto di tutte le conseguenze, dirette e indirette, sui mercati mentre è importante prendere in considerazione tutti i costi, compresi quelli scaturiti da un'eliminazione della concorrenza.
Sul ruolo della politica della concorrenza per fronteggiare la crisi e favorire la ripresa economica, è intervenuta anche l'Autorità italiana con un contributo scritto che descrive l'esperienza maturata nel corso dei primi mesi dell'emergenza legata al Covid-19.

Attività nell'ambito della Conferenza delle Nazioni Unite per il commercio e lo sviluppo (UNCTAD)

Nella settimana dal 19 al 23 ottobre 2020 si è svolta in modalità virtuale, l'Ottava Conferenza delle Nazioni Unite, per la parte relativa a commercio e sviluppo (UNCTAD), che ha discusso, per la prima volta congiuntamente, di questioni afferenti sia la disciplina della concorrenza che della tutela del consumatore, privilegiando, pertanto, temi di natura trasversale, tra cui l'impatto dell'economia digitale sull'applicazione dei due regimi, nonché il tema della cooperazione internazionale (vedi *infra* cap. 3), affrontati dal punto di vista dei Paesi in via di sviluppo e dei Paesi in transizione verso economie di mercato. La conferenza è stata anche occasione per definire le priorità dei lavori dell'UNCTAD per i prossimi cinque anni. L'Autorità italiana ha partecipando ai lavori della conferenza, svolgendo inoltre il ruolo di raccordo con l'UNCTAD per conto dell'ICN, assicurando il coordinamento delle attività tra le due organizzazioni.

*La cooperazione internazionale nell'*enforcement *antitrust: recenti sviluppi*

Trainata dalla globalizzazione dei mercati, dalla digitalizzazione dell'economia e dalla crescente diffusione nel mondo di normative a tutela della concorrenza, la cooperazione internazionale nell'*enforcement* antitrust è divenuta negli ultimi anni una questione molto rilevante per le attività delle autorità di concorrenza. Per questo motivo, le principali organizzazioni multilaterali hanno promosso lo sviluppo e l'adozione di migliori pratiche internazionali volte a favorire la convergenza negli approcci e un coordinamento delle tempistiche dei procedimenti, a beneficio delle autorità stesse, nonché delle imprese e dei mercati.
Più recentemente, ICN e OCSE hanno intrapreso un progetto congiunto sulla cooperazione internazionale al fine di studiarne le criticità e offrire soluzioni che favoriscano sia la cooperazione sui casi e sia la convergenza negli indirizzi di *policy*. Per poter monitorare i cambiamenti più recenti, le due organizzazioni hanno raccolto dati e informazioni dalle autorità appartenenti a entrambe le organizzazioni, per poi elaborare una relazione finale congiunta, approvata a dicembre 2020.
Sul versante dell'ICN, il progetto e la relazione finale sono stati coordinati dall'Autorità italiana, insieme alle Autorità di Australia, Portogallo e Stati Uniti.
Dalla relazione finale emerge come la cooperazione internazionale in materia di concorrenza sia considerevolmente accresciuta negli ultimi anni, soprattutto con riferimento alle operazioni di concentrazione tra imprese. Inoltre, le autorità

apprezzano i benefici della cooperazione in termini di maggiore coerenza ed efficacia degli esiti applicativi, soprattutto alla luce della globalizzazione e digitalizzazione dei mercati, ma hanno segnalato la presenza di ostacoli di tipo giuridico e pratico-organizzativo che frenano la piena realizzazione dei benefici della cooperazione. La relazione finale contiene proposte per massimizzare i benefici e ridurre i costi della cooperazione internazionale.

Nel corso del 2020, anche l'UNCTAD ha fornito il suo contributo in questo ambito, approvando linee guida rivolte in particolare ai Paesi in via di sviluppo e ai Paesi con economie in transizione, con esperienza limitata nella cooperazione internazionale, al fine di fornire loro strumenti e metodi per la cooperazione. Il testo, approvato in via definitiva dall'UNCTAD in ottobre 2020 (v. *supra*), contiene principi guida per la promozione della cooperazione internazionale in materia di concorrenza. La sua redazione è stata affidata a un gruppo di lavoro composto da autorità di concorrenza, tra cui l'Autorità italiana, al termine di un processo di confronto e scambio di esperienze tra numerose autorità di concorrenza di tutto il mondo.

Accordi di cooperazione bilaterale

Data la crescente importanza della cooperazione internazionale sui casi antitrust e sulle concentrazioni (v. *supra*), numerose autorità di concorrenza hanno provveduto a stipulare protocolli d'intesa bilaterali volti a favorire una maggiore cooperazione in termini di assistenza reciproca nell'*enforcement*, di collaborazione nella formulazione di politiche della concorrenza e di scambio di esperienze.

In questo contesto, le Autorità di concorrenza italiana e brasiliana hanno sottoscritto, nel mese di febbraio 2020, un protocollo di intesa volto a rafforzare la propria cooperazione bilaterale, alla luce dei consolidati rapporti economici tra Italia e Brasile, in termini di interscambio commerciale, investimenti diretti esteri e presenza imprenditoriale reciproca. L'accordo, siglato dai Presidenti delle due Autorità, prevede la cooperazione su aspetti di carattere generale, con la promozione di incontri, scambi di esperienze e adozione di pratiche migliori in materia di normativa e politica della concorrenza. Il protocollo di intesa è stato presentato a San Paolo, a una platea di imprese italiane attive in Brasile.

Infine, nel mese di gennaio 2020, si è svolto il consueto incontro annuale tra i vertici delle Autorità di concorrenza italiana e russa, avvenuto nella cornice dell'accordo bilaterale stipulato tra le due agenzie: l'incontro è stato occasione per scambiarsi le esperienze maturate nell'anno precedente e condividere i rispettivi obiettivi di politica della concorrenza.

Progetto di gemellaggio amministrativo con la Serbia

Nel corso del 2020, è proseguito il progetto biennale di gemellaggio amministrativo "*Further development of protection of competition in Serbia*", nell'ambito del quale l'Autorità italiana presta assistenza tecnica all'Autorità nazionale di concorrenza della Repubblica Serba.

Il progetto di cooperazione avrebbe dovuto essere completato il 20 gennaio 2021. Tuttavia, l'emergenza pandemica e le relative restrizioni agli spostamenti e alle riunioni hanno imposto una riconsiderazione del piano di lavoro del progetto, nonché l'adeguamento delle modalità di svolgimento delle varie iniziative di formazione, rivolte all'Autorità di concorrenza serba, alle altre Istituzioni a vario titolo coinvolte nell'applicazione delle norme di concorrenza (magistratura, regolatori settoriali, amministrazioni centrali) e alla società civile in generale. Per alcune attività di formazione è stato previsto il ricorso a sistemi di videoconferenza. Altre componenti del progetto hanno dovuto invece essere posticipate. Pertanto, su richiesta dell'Autorità serba, la fase attuativa del progetto è stata estesa fino al 20 luglio 2021.

03
Attività di tutela
del consumatore

1.
Dati di sintesi

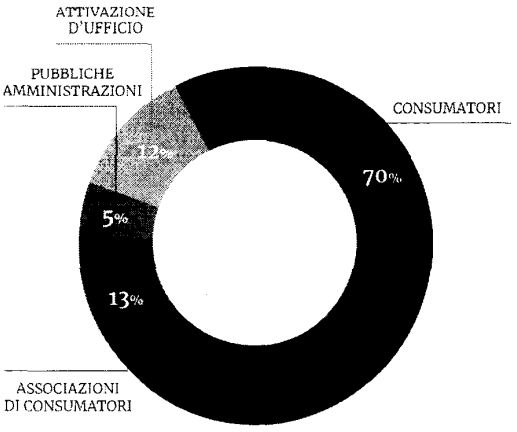
Dati sui procedimenti svolti

Nel 2020 sono stati conclusi 100 procedimenti istruttori ai sensi del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, *Codice del consumo* (di seguito, anche CdC), per pratiche commerciali scorrette, violazione della disciplina *consumer rights* (a seguito delle misure introdotte dal decreto legislativo 21 febbraio 2014, n. 21, *Attuazione della direttiva 2011/83/UE sui diritti dei consumatori*), clausole vessatorie, accessibilità dei pagamenti (ai sensi del Regolamento UE 260/2012) e inottemperanze. Lo schema che segue riassume gli esiti dei procedimenti:

PROCEDIMENTI ISTRUTTORI CONCLUSI		
Violazioni		71
Pratiche scorrette e/o consumer rights	49	
Inottemperanze	9	
Clausole vessatorie	11	
Accessibilità dei pagamenti (art. 9 Reg. UE 260/2012)	2	
Accettazione impegni		28
Non violazioni		1
Non applicabilità		-
TOTALE		**100**

Si registrano anche 127 casi in cui l'Autorità, intervenendo con lo strumento della *moral suasion*, ha ottenuto da parte dei professionisti la rimozione di profili di illiceità rilevati e ha così potuto procedere alla loro archiviazione senza svolgere accertamenti istruttori. L'Autorità ha il potere di intervenire d'ufficio. Nondimeno le segnalazioni da parte dei singoli consumatori e delle loro associazioni restano, anche nell'annualità 2020, lo strumento di impulso principale per l'attivazione degli interventi di tutela del consumatore:

Procedimenti istruttori per soggetti segnalanti: ripartizione percentuale



Sempre più ampio il ricorso da parte dei consumatori al formulario *online (web form)*, disponibile sul sito dell'Autorità, per presentare denunce: nel 2020 sono stati 4.948 i *web form* inviati (in forte crescita rispetto ai 2.714 del 2019). Anche il *contact center* telefonico dell'Autorità ha continuato a svolgere la sua funzione di informazione e indirizzo dei consumatori che, tramite il numero verde gratuito, possono informarsi sulle modalità di segnalazione all'Autorità, sulle iniziative in corso, nonché sui precedenti interventi effettuati a tutela dei consumatori: nel 2020 gli operatori del *contact center* hanno ricevuto 5.984 chiamate (in crescita rispetto alle 5.529 del 2019).

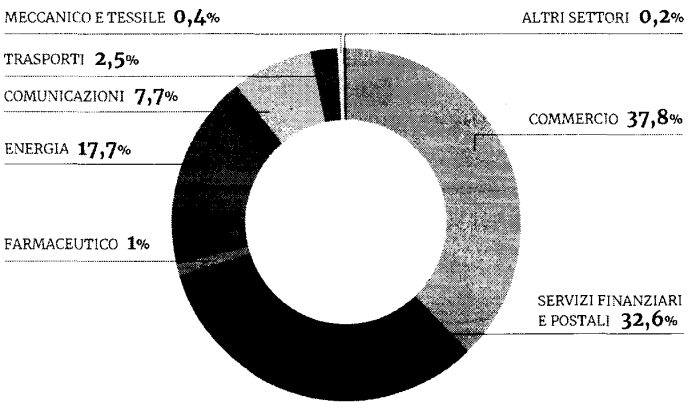
Nel 2020, i procedimenti conclusi con l'accertamento di pratiche commerciali scorrette, violazioni *consumer rights* e inottemperanza a precedenti delibere dell'Autorità hanno condotto all'irrogazione di sanzioni amministrative pecuniarie per un totale di 89.857.000 euro, in crescita rispetto all'anno precedente (il cui ammontare era stato di circa 75 milioni di euro):

Sanzioni per esito del procedimento

PRATICHE SCORRETTE *CONSUMER RIGHTS*- REG. (UE) 260/2012	INOTTEMPERANZA	TOTALE
48	**9**	**57**
N. Procedimenti	N. Procedimenti	N. Procedimenti
84.297.000	**4.560.000**	**89.857.000**
Sanzioni (EUR)	Sanzioni (EUR)	Sanzioni (EUR)

Il grafico che segue illustra l'incidenza, per settore economico, delle sanzioni irrogate. Rispetto al 2019, nel 2020 si registra la triplicazione delle sanzioni irrogate nel settore del commercio (37,8% rispetto all'11% del 2019) e dei servizi finanziari e postali (32,6% rispetto all'11% del 2019) e una speculare diminuzione delle sanzioni nel settore delle comunicazioni (7,7% rispetto al 33% del 2019):

Sanzioni per settore economico: ripartizione percentuale



Trend *dei procedimenti istruttori 2012-2020*

Dall'analisi del *trend* dei procedimenti istruttori condotti dall'Autorità nel periodo 2012-2020, si nota per il 2020 l'aumento del numero dei casi istruiti e, in proporzione, una minore incidenza, rispetto all'anno precedente, delle violazioni accertate a fronte di un significativo aumento dei procedimenti chiusi con accettazione degli impegni.

ANNO	PROCEDIMENTI ISTRUTTORI	VIOLAZIONE	IMPEGNI	VIOLAZIONE + IMPEGNI
2012	120	78	12	90
2013	116	79	9	88
2014	159	99	33	132
2015	123	86	18	104
2016	112	83	11	94
2017	117	90	24	114
2018	90	63	21	84
2019	89	71	14	85
2020	100	71	28	99
Totale	**1026**	**720**	**170**	**890**

Gli accertamenti ispettivi

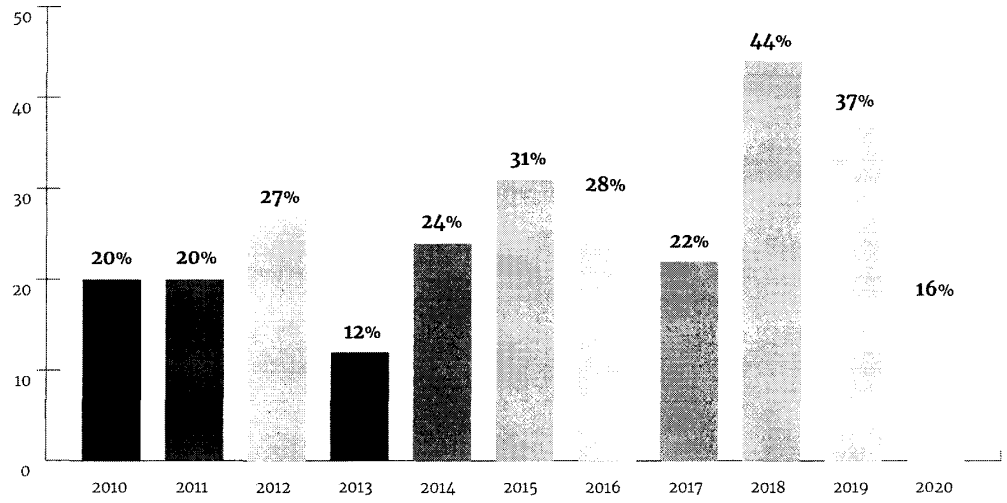
Nel 2020 l'Autorità ha deliberato l'accertamento ispettivo ai sensi dell'articolo 27, commi 2 e 3, del CdC in 16 dei 99 dei procedimenti istruttori avviati in materia di pratiche commerciali scorrette, pubblicità ingannevole e comparativa e *consumer rights* (16%), con 25 sedi ispezionate. Rispetto al 2019 (in cui l'Autorità ha deliberato l'accertamento ispettivo nel 37% dei casi) si è registrata una diminuzione dell'attività ispettiva: l'emergenza epidemiologica, infatti, oltre a comportare la ridotta operatività "in presenza fisica" di sedi aziendali in conseguenza dei *lockdown*, ha indotto, per ragioni sanitarie, a circoscrivere il ricorso allo strumento ispettivo ai casi in cui lo stesso non risultava in alcun modo sostituibile con altri mezzi probatori.

Anche per la Tutela del consumatore, con riguardo all'attività ispettiva, l'Autorità si è avvalsa della collaborazione del Nucleo Speciale Antitrust della Guardia di Finanza.

Tutela del consumatore - Procedimenti avviati e accertamenti ispettivi

99	16	25	16%
Procedimenti avviati (a)	Con accertamento ispettivo (b)	Sedi ispezionate (c)	(b)/(a)

Tutela del consumatore - Incidenza % degli accertamenti ispettivi sulle istruttorie avviate nel periodo 2010-2020



2.
I principali interventi

2.1 Industria primaria, energia, trasporti e commercio

FOCUS *Promozione e vendita* online *di prodotti connessi all'emergenza sanitaria*

L'Autorità è intervenuta, in alcuni casi anche in via cautelare, per reprimere alcune condotte particolarmente insidiose relative alla promozione e commercializzazione *online*, con modalità scorrette, di prodotti per la prevenzione o la diagnosi del Covid-19.

Di rilievo i procedimenti svolti nei confronti di importanti operatori di *marketplace* (Amazon PS/11716; Ebay PS/11717 e Wish PS/11734), volti ad accertare alcuni profili di scorrettezza delle offerte, pubblicate da venditori terzi sulle relative piattaforme, dirette alla commercializzazione *online* di prodotti igienizzanti/disinfettanti per le mani, di mascherine di protezione delle vie respiratorie, di altri prodotti igienico-sanitari e/o di *kit* per l'autodiagnosi.

I tre procedimenti si sono conclusi con l'accettazione degli impegni presentati dai professionisti, ritenuti idonei a rimuovere gli elementi di criticità contestati in sede di avvio e consistenti, in particolare: da un lato, nella presenza di *claim* ingannevoli relativi all'asserita efficacia dei singoli prodotti in termini di protezione e/o di autodiagnosi nei confronti del coronavirus; dall'altro lato, nell'ingiustificato e consistente aumento dei prezzi di vendita dei medesimi prodotti, attuato a partire dall'inizio della pandemia, sfruttando indebitamente lo stato di debolezza e preoccupazione dei consumatori derivante dalla dilagante crisi epidemiologica. Gli operatori hanno presentato misure che, limitatamente al perdurare della situazione contingente di emergenza sanitaria, consentono, anche attraverso l'utilizzo di complessi algoritmi, l'individuazione e la rimozione dai predetti negozi virtuali di proposte commerciali relative a prodotti connessi al Covid-19 che contengano *claim* ingannevoli e/o prezzi speculativi di offerta oppure abbiano ad oggetto la vendita di *kit test* per l'autodiagnosi.

Nella stessa linea descritta, l'Autorità è intervenuta, dapprima in via cautelare e poi irrogando una sanzione per complessivi 3 milioni di euro, nei confronti della società ZC (FR) Limited (PS/11752) ritenuta responsabile della pratica commerciale scorretta posta in essere tramite il sito *marketplace vova.com/it* da parte di venditori terzi, consistente nella pubblicazione, con modalità ritenute ingannevoli e aggressive, di inserzioni per la vendita di mascherine filtranti e *kit test* per l'autodiagnosi. Le offerte, poiché connotate da *claim* decettivi circa l'asserita capacità di prevenzione rispetto al contagio da Covid-19 o di rilevazione del virus nel sangue umano, nonché realizzate sfruttando indebitamente la grave situazione di emergenza sanitaria in corso al fine di influenzare la libertà di scelta dei consumatori, sono state ritenute in contrasto con gli articoli 20, 21, 23 e 25 del Codice del Consumo. Inoltre, è stata accertata anche la violazione dell'articolo 49, comma 1, lett. *b)*, *c)*, *h)*, *n)* del Codice, in relazione alla mancata

pubblicazione, nella predetta piattaforma *web*, di alcune informazioni concernenti i diritti dei consumatori nei contratti a distanza, con specifico riguardo all'identità del professionista, al regime di recesso nonché al promemoria sulla garanzia legale.

L'Autorità ha, inoltre, sanzionato le imprese Tiger Group S.r.l. (per 550.000 euro, PS/11736) e Genium S.r.l. (per 50.000 euro, PS/11732) per la commercializzazione *online*, rispettivamente, di mascherine filtranti sul sito *tigershop.it* e di prodotti per l'ossigenoterapia sul sito *oxystore.it*. Per quanto concerne Tiger le offerte sono state ritenute scorrette in quanto le mascherine pubblicizzate, qualificate come FFP2, oltre a essere connotate da prezzi speculativi, sono risultate difformi da quelle consegnate ai consumatori quanto a caratteristiche qualitative e tecniche (inclusa l'*efficacia filtrante* e l'*appartenenza a una precisa classe di protezione*), *possesso delle appropriate certificazioni* e validazioni attestanti il rispetto dei requisiti di sicurezza e salute di cui alla vigente normativa, provenienza da produttori affidabili nonché rapidità dei tempi di consegna. In merito al sito *oxystore.it*, è stata accertata la scorrettezza delle comunicazioni pubblicitarie in quanto contenevano indimostrati vanti di efficacia preventiva e terapeutica dei prodotti reclamizzati rispetto al coronavirus. In entrambi i casi si è riscontrata anche la violazione dell'articolo 21, comma 3, del CdC, trattandosi di prodotti suscettibili di porre in pericolo la salute e la sicurezza dei consumatori, venduti con modalità tali da indurli a trascurare le normali regole di prudenza e vigilanza, nonché la violazione dell'articolo 25, lett. c) in quanto le pratiche scorrette sono state poste in essere sfruttando la situazione di emergenza sanitaria, di gravità tale da alterare la capacità di valutazione del consumatore, al fine di influenzarne la decisione di acquisto.

E-COMMERCE

Buy and Share

I casi

Gli operatori promuovevano offerte commerciali in cui i consumatori erano invitati ad "acquistare" prodotti a un prezzo particolarmente scontato. I clienti, inseriti in una lista gestita dal venditore, pagavano subito ma dovevano aspettare che altri aderenti effettuassero un analogo "acquisto" per poter ottenere il prodotto. In realtà, il pagamento richiesto era una mera prenotazione, e non il prezzo scontato di acquisto, perché solo i versamenti fatti da altri consumatori consentivano al primo acquirente di ottenere la consegna della merce. Inoltre, l'ottenimento e la consegna del bene erano estremamente aleatori, non essendo noti i meccanismi di funzionamento della lista di attesa e i relativi tempi di scorrimento. Ai consumatori era, inoltre, impedito l'esercizio di diritti contrattuali.

Parti e sanzioni

[per complessivi 1,6 milioni di euro]

Smart Shopping S.r.l.s. (***smart-shopping.it***, PS/11467, sanzione 200.000 euro)

Pricerus Group (***pricerus.com***, PS/11489, sanzione 200.000 euro)

Oobs S.r.l.s. (***shoppati.it***, PS/11368, sanzione 250.000 euro)

New Assistent Global S.r.l. (***gemshop.it***, PS/11547, sanzione 80.000 euro)

Imprese individuali Sharazon e Share Distribution (***sharazon.it*** e ***sharazon.shop***, PS/11543, sanzioni 100.000 e 200.000 euro).

Profili / valutazione

Le condotte sono state ritenute pratiche commerciali scorrette (ingannevoli e aggressive) ai sensi degli articoli 21, 22, 24 e 25, del CdC. In un caso (*shoppati.it*), è stata accertata anche la violazione della disciplina a tutela dei diritti dei consumatori nei contratti a distanza, con riferimento all'omesso adempimento di alcuni obblighi informativi precontrattuali e al mancato rispetto della disciplina in tema di reso, rimborso e passaggio del rischio, in contrasto con gli articoli 49, comma 1, lett. c), e), h) e n), 52, 54, 56 e 63 del CdC.

Nello stesso filone del *buy and share* svolto con modalità scorrette, sono state sanzionate altre due società, Zuami S.r.l.s. (IP/321, sanzione di 160.000 euro) e Girada S.r.l.s. (IP/322, sanzione di 640.000 euro) per non aver ottemperato ai provvedimenti inibitori precedentemente assunti dall'Autorità nei loro confronti (rispettivamente, PS/11175 e PS/10842B).

Vendite piramidali: il sistema di promozione myWorld/Lyconet

L'attività dell'Autorità nel settore dell'*e-commerce* ha riguardato anche un complesso sistema di vendita promosso in modo ingannevole e connotato da elementi costitutivi degli schemi piramidali, posto in essere in violazione degli articoli 20, 21, 22 e 23 comma 1 lett. p) del Codice del Consumo. Le società myWorld Italia S.r.l. e Lyconet Italia S.r.l. (PS/11517) sono state sanzionate (per complessivi 3 milioni di euro) per aver adottato un sistema di vendita multilivello che è risultato solo formalmente rivolto alla diffusione di un servizio di *cashback* tramite la "CB card" (che consente la restituzione di una percentuale del denaro speso presso gli esercenti convenzionati). In realtà il servizio promosso era orientato al reclutamento di un numero sempre crescente di incaricati (*marketers*) ai quali veniva prospettato un notevole ritorno economico conseguibile attraverso diversi percorsi di carriera che richiedevano il versamento di importi, anche significativi, per l'acquisto di specifici prodotti e servizi del *Lyconet Program*, aventi la precipua funzione di generare *Shopping Points*, necessari per raggiungere e mantenere i livelli commissionali previsti nel piano di compensazione.

Vendita on-line *di* Shopping Card *sulla piattaforma Sixthcontinent.com*

Il settore dell'*e-commerce* ha impegnato l'attività dell'Autorità anche in relazione a una complessa e articolata fattispecie di promozione e vendita *online* di *Shopping Card* attraverso la piattaforma *sixthcontinent.com* (PS/11332). La società Sixthcontinent Europe S.r.l., titolare della predetta piattaforma internet, già oggetto di un provvedimento cautelare, è stata sanzionata (per 4 milioni di euro) per aver posto in essere una pratica commerciale scorretta, connotata da profili di rilevante decettività, in quanto idonea a ingannare i consumatori in merito alla convenienza dell'adesione alla piattaforma e dell'acquisto delle varie *Shopping Card* pubblicizzate. La pratica è stata ritenuta altresì aggressiva perché in grado di modificare forzosamente e unilateralmente le condizioni e modalità di fruizione dei prodotti, servizi e le altre prerogative acquistate dai consumatori, in violazione degli articoli 21, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo. Sulla base, infatti, di quanto emerso dalle risultanze istruttorie, i consumatori che si erano registrati sulla piattaforma e avevano aderito alle offerte di acquisto ivi proposte - nell'erroneo convincimento di aumentare il loro potere di acquisto - si sono trovati nella condizione di non poter utilizzare i prodotti acquistati sulla piattaforma e anzi di dover continuamente immettere nuove risorse all'interno della stessa per non perdere le utilità maturate. Questo a causa di una serie di comportamenti attuati dal professionista, consistenti in estrema sintesi: nel blocco/sospensione degli *account*, nella mancata consegna/attivazione delle *Shopping card* e continui rinvii delle rispettive date di attivazione/consegna; nel mancato rimborso delle *Shopping Card* mai consegnate; nella conversione delle *SXC Card* in crediti; nella riduzione significativa del valore dei crediti; nel depauperamento del catalogo delle *Shopping card* acquisibili; nell'ostacolo all'utilizzo dei crediti per la fruizione di servizi sulla piattaforma (ad es. "Pagomeno" e "Ricaricacell"); nella riconversione delle *SXC Card*.
L'Autorità ha irrogato a Sixthcontinent Europe S.r.l. un'ulteriore sanzione (di 1 milione di euro) per aver violato il provvedimento cautelare del 25 febbraio 2020, che imponeva alla società di sospendere ogni attività volta a bloccare gli *account* dei consumatori aderenti in assenza di rimborso nonché a impedire e/o limitare e/o modificare l'utilizzo delle *shopping card* acquistate e pagate dagli aderenti secondo le modalità di attivazione e fruizione originariamente previste (IP/332). In esito al procedimento di inottemperanza è, infatti, emerso che il professionista ha reiterato le condotte rientranti nel perimetro dell'ordine di sospensione provvisoria disposto col provvedimento cautelare, con l'effetto di continuare a congelare indebitamente la possibilità per i consumatori di utilizzare i prodotti, gli importi e le altre utilità acquistate e/o conseguite sulla piattaforma, a fronte dell'obbligo degli utenti di proseguire a effettuare almeno un acquisto ogni mese sulla piattaforma, per mantenersi attivi e non perdere la possibilità di utilizzare i crediti fino a quel momento accumulati.
Nei confronti della medesima società, l'Autorità

ha accertato la vessatorietà di una serie di clausole contrattuali contenute nelle "Condizioni generali di vendita" (CV/219); nello specifico: il potere incondizionato del professionista di variazione unilaterale delle condizioni generali di vendita; alcune previsioni concernenti il diritto di rifiutare o cancellare ordini degli utenti; l'esonero di responsabilità per difformità tra quanto indicato nella Scheda di offerta della *Shopping Card* e quanto conseguito dal consumatore; alcune condizioni di procedibilità degli acquisti; la facoltà di recedere e trattenere il prezzo d'acquisto delle *Shopping Card* in caso di *download* "impossibile"; la facoltà di sospendere o cancellare l'*account* dell'utente, il mancato rilascio di una nuova *Shopping Card* in caso di smarrimento o furto da parte dell'utente; il termine di decadenza per il *download* delle *Shopping Card* e il blocco dell'*account* degli utenti.

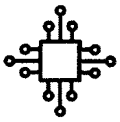
Vendite online *di prodotti non disponibili e/o mancata consegna di prodotti ordinati*

Sono proseguiti anche nel 2020 gli interventi dell'Autorità volti a reprimere le più tradizionali, ma non meno gravi, violazioni del Codice del Consumo poste in essere nell'ambito dell'attività di *e-commerce*: la società Teknoacquisti S.r.l. (PS/11541), attiva nella vendita *online* di prodotti di telefonia mobile attraverso il sito *teknoacquisti.com*, è stata in proposito sanzionata (per l'importo di 110.000 euro) per aver commesso diverse violazioni del Codice del Consumo, relative alla mancata consegna dei prodotti acquistati *online*, all'omesso rimborso degli importi corrisposti dai consumatori per i prodotti non consegnati e al mancato rispetto di alcuni diritti dei consumatori nei contratti a distanza.
Analogamente la società Pneumaticone 2016 S.L. (PS/11650), che è stata sanzionata (per complessivi 500.000 euro) per aver posto in essere attraverso il sito *pneumaticone.it* una pratica commerciale scorretta consistente in particolare: nell'ingannevole prospettazione dell'immediata disponibilità degli pneumatici offerti in vendita *online*, nella mancata consegna degli pneumatici ordinati, nell'ostacolo all'esercizio del diritto di recesso e nell'omesso rimborso del corrispettivo versato dai consumatori (in violazione degli articoli 21, 22 comma 1, 24 e 25, lett. d), del Codice del Consumo). La condotta illecita accertata ha riguardato anche il mancato rispetto di alcuni obblighi di informazione nei contratti a distanza, data l'assenza del modulo per l'esercizio del diritto di recesso e la mancata indicazione della possibilità di avvalersi di un meccanismo extra-giudiziale di risoluzione delle eventuali controversie (di cui all'articolo 49, comma 1, lett. h) e v) del predetto Codice) nonché l'ingiustificata limitazione alla raccomandata A.R. come unico strumento per la comunicazione del recesso da parte del consumatore, in contrasto con l'articolo 54 del medesimo Codice e, infine, l'applicazione, in alcuni casi, di costi in caso di recesso in contrasto con gli articoli 52 e 57 del Codice.
Diversi interventi finalizzati a colmare le omissioni informative dei siti *web* di commercializzazione *online*, si sono svolti attraverso lo strumento della *moral suasion*, che ha indotto i professionisti coinvolti a modificare i rispettivi siti internet per eliminare i profili di illiceità evidenziati, principalmente relativi alla mancata indicazione dell'incidenza dei costi di trasporto sul prezzo totale di acquisto dei prodotti venduti *online* e all'assenza del *link ODR (on line dispute resolution)* per la risoluzione extra-giudiziale di eventuali controversie.

Vendite on-line *e* credit card surcharge/reverse surcharge

Un ulteriore profilo di attenzione da parte dell'Autorità, nel settore delle vendite *online*, ha riguardato la trasparenza informativa circa la sussistenza di spese di gestione e il divieto di applicazione di supplementi di prezzo (*Credit card surcharge*) in funzione del sistema di pagamento utilizzato; nell'ambito di tale attività di monitoraggio, l'Autorità ha sanzionato (per 60.000 euro) la società Webcom S.r.l. (PS/11637) per aver applicato, in violazione dell'art. 62 del Codice del Consumo, una commissione sull'importo degli acquisti effettuati nel sito internet *hw1.it* in caso di pagamento tramite PayPal.
Analoghi interventi volti a reprimere violazioni dell'art. 62 del Codice del Consumo, sono stati svolti dall'Autorità mediante lo strumento della *moral suasion*, rivolto a un numero significativo di operatori dell'*e-commerce*, al

fine di dare un forte segnale di contrasto all'attuazione di siffatte condotte illecite; a seguito di tale iniziativa, trentasette professionisti hanno rimosso dai rispettivi siti *web* la previsione di un addebito, a carico dei consumatori, di una commissione aggiuntiva in relazione allo strumento di pagamento prescelto (c.d. *credit card surcharge*) oppure di uno sconto in relazione all'utilizzo dello strumento di pagamento tramite bonifico bancario (c.d. *reverse surcharge*).



INDUSTRIA - MATERIALE ELETTRICO ED ELETTRONICO

Promozione e commercializzazione scorretta di stampanti

L'Autorità ha concluso un articolato procedimento istruttorio (PS/11144) nei confronti di due società del Gruppo HP (HP Inc e HP Italy S.r.l.) al termine del quale ha accertato che, da alcuni anni, HP ha introdotto in molte stampanti *inkjet* e *laser* vendute ai consumatori significative limitazioni all'utilizzo di cartucce di inchiostro/*toner* non originali. Le due società forniscono apposite istruzioni di autenticazione contenute nel *firmware* - soprattutto tramite un sistema denominato DS - *Dynamic Security* - in base alle quali la stampante riconosce le cartucce originali HP e le accetta mentre non consente di stampare quando rileva cartucce non originali o prodotte prima di una certa data. Tali limitazioni all'utilizzo di cartucce non originali non risultavano, tuttavia, adeguatamente evidenziate sulle confezioni di vendita delle stampanti, in violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del Consumo. In particolare, secondo l'Autorità, HP ha omesso di informare adeguatamente i consumatori - al momento dell'acquisto - sulla presenza di questa rilevante e significativa limitazione, inducendoli a ritenere di dover sostituire le cartucce di inchiostro/*toner* non originali per carenze o difetti di queste ultime e dunque a utilizzare soltanto le cartucce originali HP. Tali limitazioni sono state rinnovate e integrate nei successivi aggiornamenti del *firmware* delle stampanti, proposti da HP ai consumatori, ancora una volta senza informarli in modo corretto sulle conseguenze di questi aggiornamenti. In aggiunta a tale condotta ingannevole, l'Autorità ha, inoltre, accertato che attraverso il *firmware* presente su molte stampanti HP registra, sempre senza informare i consumatori, i dati di consumo relativi alle cartucce utilizzate, originali o non: dati utilizzati sia per creare un *database* utile per formulare le proprie strategie commerciali, sia per negare l'assistenza per le stampanti che abbiano utilizzato cartucce non originali, ostacolando così la prestazione della garanzia legale di conformità, in contrasto con gli articoli 20, 24 e 25 del Codice del Consumo. In considerazione della particolare gravità della condotta, l'Autorità ha irrogato una sanzione complessiva di 10 milioni di euro alle due società del gruppo HP, ha disposto la pubblicazione di una dichiarazione rettificativa sulla *home page* del sito aziendale e su alcuni quotidiani e ha, altresì, imposto l'adeguamento delle confezioni di vendita delle stampanti mediante l'inserimento di indicazioni idonee a colmare le lacune informative.

Promozione ingannevole e rifiuto di assistenza per alcuni telefoni cellulari

L'Autorità ha sanzionato (per complessivi 10 milioni di euro) due società (Apple Distribution International Ltd e Apple Italia S.r.l.) del Gruppo Apple (PS/11578) per aver posto in essere due pratiche commerciali scorrette ai sensi degli articoli 21, 24 e 25 del Codice del Consumo e consistenti: *a)* nella diffusione di messaggi promozionali ingannevoli sulla capacità di resistenza all'acqua di diversi modelli di iPhone per una profondità massima variabile tra 4 metri e 1 metro e fino a 30 minuti, senza tuttavia chiarire che tale proprietà è riscontrabile solo in presenza di specifiche condizioni, per esempio durante specifici e controllati *test* di laboratorio con utilizzo di acqua statica e pura, e non nelle normali condizioni d'uso dei dispositivi da parte dei consumatori; *b)* nel rifiuto, nella fase *post*-vendita, di prestare assistenza in garanzia quando quei modelli di iPhone risultavano danneggiati a causa dell'introduzione di acqua o di altri liquidi, ostacolando in tal modo l'esercizio dei diritti a essi riconosciuti dalla legge in materia di garanzia ossia dal Codice del Consumo. Con specifico riferimento ai messaggi decettivi, la contestuale indicazione del *disclaimer* "*La garanzia non*

copre i danni provocati da liquidi", dati gli enfatici vanti pubblicitari di resistenza all'acqua, è stata ritenuta idonea a ingannare i consumatori non chiarendo a quale tipo di garanzia si riferisse (garanzia convenzionale o garanzia legale), né è stata ritenuta in grado di contestualizzare in maniera adeguata le condizioni e le limitazioni dei *claim* assertivi di resistenza all'acqua. Nel caso di specie, l'Autorità ha anche disposto la pubblicazione di un estratto del provvedimento sul sito internet *apple.com/it/*, nella pagina *web apple.com/it/iphone/*, tramite il *link* "Informazioni a tutela del consumatore".

Assistenza in garanzia sui prodotti elettronici

Per quanto concerne il rispetto della disciplina in tema di garanzia legale e convenzionale, l'Autorità ha avviato un procedimento di inottemperanza (IP/336) nei confronti del Gruppo ASUS (ASUSTeK Italy S.r.l., ASUS Europe B. V. e ASUS Holland B. V.) per non aver ottemperato a una delibera dell'Autorità del 27 novembre 2019 e, nello specifico, per non aver adottato misure idonee ad assicurare la prestazione di adeguati, efficaci e tempestivi servizi di assistenza e riparazione sui prodotti ASUS malfunzionanti, con particolare riguardo al mancato riconoscimento della garanzia attraverso condotte ostruzionistiche, all'eccessiva dilatazione delle tempistiche di riparazione a mezzo del sistematico ricorso a interventi multipli sul medesimo prodotto, in luogo della sostituzione o del rimborso, e al conseguente ostacolo all'esercizio delle tutele spettanti ai consumatori acquirenti.

Clausole vessatorie nei contratti di manutenzione di ascensori

L'Autorità ha svolto un'estesa e importante attività di *moral suasion* nei confronti di numerosi professionisti operanti nella manutenzione di ascensori nonché delle loro associazioni di categoria, riguardante alcune clausole presenti nei contratti per i servizi di manutenzione suscettibili di essere considerate vessatorie ai sensi dell'art. 33 del Codice del Consumo. In particolare le clausole in questione hanno riguardato: *i)* un foro diverso da quello del consumatore nel caso dell'instaurarsi di una controversia giudiziale; *ii)* il rinnovo tacito del contratto, per evitare il quale è richiesto un preavviso di disdetta particolarmente esteso; *iii)* il recesso ovvero la risoluzione anticipata del contratto a fronte dei quali il cliente è tenuto a pagare, in un'unica e immediata soluzione, l'intero canone previsto per il restante periodo di validità del contratto ovvero una percentuale particolarmente alta dello stesso. In esito all'intervento dell'Autorità, gli operatori coinvolti si sono adeguati all'invito a conformarsi alla disciplina dettata dal Codice del Consumo in materia di clausole vessatorie, modificando i rispettivi moduli contrattuali.

TRASPORTI

Trasporto aereo – no-show rule, *scorrettezza delle informazioni e* credit card surcharge

La società Pobeda Airlines LLC, facente parte del gruppo Aeroflot, compagnia di bandiera russa, attiva nel servizio aereo di trasporto passeggeri, è stata sanzionata (per complessivi 500.000 euro) per aver posto in essere tre distinte infrazioni al Codice del Consumo, in violazione degli articoli 20, 21, 22 e 62 del predetto Codice (PS/11343) e consistenti: *i)* nell'applicare un supplemento di prezzo per il pagamento con carta di credito dei servizi offerti; *ii)* nel presentare il proprio sito aziendale *pobeda.aero*, accessibile anche ai consumatori italiani per l'acquisto *online* di diversi voli con partenza da e per l'Italia, unicamente in lingua estera (russa, inglese e tedesca); *iii)* nell'imporre, in caso di acquisto di voli A/R o multitratta, l'utilizzo sequenziale dei tagliandi di volo nell'ordine stabilito nel titolo di viaggio, pena l'annullamento della tratta successiva, pur pagata.

Trasporto aereo – penali per l'indicazione dei nominativi sui biglietti

L'Autorità è intervenuta nuovamente nei confronti di Blue Panorama Airlines S.p.A. (IP/323) e ha sanzionato la società (per 1.200.000 euro) per non aver ottemperato,

fino alla data del 14 febbraio 2020, alla delibera dell'8 maggio 2019 con la quale è stata accertata la scorrettezza, ai sensi degli articoli 24 e 25 Codice del Consumo, della pratica commerciale relativa alla *policy* dell'indicazione del nominativo del viaggiatore. Fino a tale data, infatti, il vettore aereo ha continuato ad applicare ai consumatori, direttamente in aeroporto e quindi nell'imminenza del volo e a pena di divieto d'imbarco, una penale (corrispondente, inizialmente, al pagamento di nuovo biglietto e, successivamente, a una *fee* di € 50 per tratta) a fronte della non corretta registrazione in sede di prenotazione del nominativo del passeggero, con specifico riguardo all'omissione dell'eventuale secondo/terzo nome o cognome oppure all'alterazione/mancanza di alcune lettere.

Trasporto aereo – trasparenza tariffaria

Il vettore aereo Deutsche Lufthansa Aktiengesellschaft (Lufthansa), in risposta all'invito dell'Autorità a rimuovere i profili di possibile scorrettezza (PS/11524), ha provveduto a modificare le modalità di prenotazione sul proprio sito *internetlufthansa.com/it*, in base alle quali, nell'ambito della procedura di prenotazione/acquisto *online* di un volo, risultava preselezionata una tariffa *economy* diversa (*Economy Classic*) da quella inizialmente proposta e scelta dal consumatore (*Economy Light*). A seguito delle modifiche apportate, selezionando nel sistema di prenotazione un volo, per il quale nella prima schermata è indicato il prezzo della tariffa più bassa ("*da ... Euro*"), nella successiva schermata risulta preselezionata la medesima tariffa - con la specifica dei relativi servizi - e, accanto alla stessa, sono indicate le altre tariffe offerte (sia per la categoria *Economy* che *Business*), con relativi diversi servizi e clausole, assicurando in tal modo una scelta consapevole per il consumatore. L'Autorità ha ritenuto di dare notizia dell'esito positivo di tale intervento di *moral suasion*, pubblicando uno specifico Avviso sul sito internet istituzionale.

Trasporto aereo e su autobus: vendita di viaggi cancellati causa coronavirus

I casi

Sono stati avviati sette procedimenti istruttori nei confronti di operatori attivi nel servizio di trasporto extraurbano su autobus nonché del trasporto aereo. Per quanto riguarda il trasporto extraurbano, si trattava della vendita *online* di biglietti per servizi da rendersi in date, in realtà, coperte dai provvedimenti governativi di blocco e limitazione della circolazione a causa del Covid-19 e della successiva cancellazione degli stessi in ragione dell'emergenza sanitaria (cfr. *Comunicato Stampa*: PS/11737). I casi relativi al trasporto aereo riguardavano la vendita di biglietti per servizi da svolgere in periodi non caratterizzati dai limiti di circolazione imposti dai provvedimenti governativi e che sono stati tuttavia cancellati dalle varie compagnie aeree a causa del Covid-19 (cfr. *Comunicati Stampa*: PS/11820 e PS/11821 e PS/11865, PS/11830, PS/11822 e PS/11843).

Valutazione

In tutti i procedimenti, l'Autorità ha deciso di non adottare la misura cautelare perché, dopo l'avvio delle istruttorie volte ad accertare la scorrettezza delle pratiche, gli operatori del trasporto hanno offerto, tra l'altro, il rimborso in caso di cancellazione dei biglietti/voli.