

amministrativa gli atti di particolare rilevanza della pubblica amministrazione che risultino illegittimi per violazione dei principi e delle regole di concorrenza.

L'attribuzione all'Autorità di una tale legittimazione garantirebbe un forte incentivo alla piena adozione, da parte delle pubbliche amministrazioni, di procedure di affidamento rispondenti a criteri competitivi.

L'attività del 2009: l'enforcement antitrust e la protezione dei consumatori

Nel corso del 2009 si è consolidato il nuovo approccio alla tutela *antitrust* inaugurato negli ultimi anni dall'Autorità attraverso un dialogo con le imprese che dimostrino interesse a seguire atteggiamenti virtuosi.

La crescita della capacità operativa dell'Istituzione, derivante da un più ampio utilizzo dei nuovi strumenti per la trattazione dei casi di intese e abusi, ha comportato una intensificazione dell'*enforcement antitrust*, testimoniato dall'elevato numero di istruttorie pendenti al 31 dicembre 2009, fra cui 10 procedimenti volti all'accertamento di presunte violazioni dell'articolo 81 del Trattato CE (ora articolo 101 del TFUE) o dell'articolo 2 della legge n. 287/90 e 13 procedimenti riguardanti presunte violazioni dell'articolo 82 Trattato CE (ora articolo 102 del TFUE).

L'incremento del livello di attività non va valutato, tuttavia, con esclusivo riferimento agli aspetti quantitativi, dovendosi invece considerare anche la crescente capacità di focalizzare gli interventi sugli aspetti più attuali della realtà economica e produttiva, in particolare sulle comunicazioni elettroniche, sul settore del credito e sui servizi postali.

Con riguardo al settore delle *comunicazioni*, l'Autorità è stata fra le prime ad analizzare la correttezza dei comportamenti di Google, quale operatore dominante nel mercato dei motori di ricerca su Internet. Con il procedimento *A420 – FIEG-FEDERAZIONE ITALIANA EDITORI GIORNALI/GOOGLE*, avviato nell'agosto 2009 su segnalazione della Fieg- Federazione Italiana Editori Giornali, l'Autorità ha deciso di indagare su diversi profili concernenti eventuali comportamenti restrittivi della concorrenza della società statunitense nel mercato della raccolta pubblicitaria *on line*, potenzialmente in violazione dell'articolo 82 del Trattato CE.

Più di recente, con un'istruttoria avviata nel novembre del 2009, *A422 - SKY ITALIA/AUDITEL*, accogliendo un'istanza di Sky Italia, l'Autorità ha deciso di

investigare l'eventuale abusività delle modalità di rilevazione degli ascolti televisivi seguite dalla società Auditel, i cui risultati, rivestendo un ruolo fondamentale per la definizione delle corrette strategie commerciali delle emittenti, sono in grado di influenzare le dinamiche concorrenziali nel mercato della raccolta pubblicitaria sul mezzo televisivo.

Nel settore del *credito*, si conferma la grande attenzione dell'Autorità alle relative tematiche concorrenziali, che ha determinato continui interventi a partire dalla piena attribuzione di competenze con l'entrata in vigore della legge n. 262/05. Tale attenzione ha riguardato, in particolare, due argomenti specifici: quello dei costi/prezzi dei servizi bancari e quello degli equilibri concorrenziali conseguenti al "consolidamento" del sistema.

In particolare, nel corso del 2009 con l'avvio dell'istruttoria *I720 – CARTE DI CREDITO* nei confronti di Mastercard e di otto primari istituti di credito licenziatari del circuito, l'analisi *antitrust* si è concentrata sul funzionamento dei circuiti di pagamento e del loro impatto sulle condizioni di offerta dei relativi servizi, con riguardo alle modalità di fissazione delle *interchange fees* per le carte di credito e dei rapporti contrattuali intercorrenti fra le società di gestione dei circuiti e le banche aderenti.

Inoltre, l'analisi *antitrust* si è focalizzata sull'impatto concorrenziale della fissazione collettiva a livello associativo delle commissioni interbancarie applicate per i servizi in circolarità quali RIBa, RID e Bancomat, con l'avvio, nel novembre 2009, di una procedura istruttoria nei confronti dell'Associazione Bancaria Italiana e del Consorzio Bancomat *I725 – ACCORDI INTERBANCARI "RIBA-RID-BANCOMAT"*. Nello stesso mese di novembre, mediante un procedimento avviato nei confronti del Consorzio Bancomat, ai sensi dell'art. 81 del Trattato CE – *I724 - COMMISSIONE INTERBANCARIA PAGOBANCOMAT* – oggetto di esame è stata la definizione delle condizioni che regolano i criteri e le modalità di svolgimento del servizio di pagamento presso i POS esistenti sul territorio nazionale attraverso l'utilizzo della carta Pagobancomat.

Nello stesso periodo, si è confermato l'approccio tradizionalmente applicato ai fenomeni di aggregazione delle imprese bancarie: assecondare la necessaria crescita dimensionale delle imprese, garantendo contestualmente il mantenimento di mercati

nazionali competitivi, l'eliminazione di incroci di partecipazioni azionarie e di compresenze negli organi decisionali.

Tale tipologia di legami, in particolare quelli azionari, quelli derivanti da patti parasociali ed anche quelli di natura personale (cd. *interlocking directorates*) possono infatti determinare significativi effetti distorsivi della concorrenza e incidere nel valutare l'autonomia di cui godrà l'entità *post merger* e i vincoli concorrenziali cui la stessa sarà sottoposta³. Relativamente a tale profilo, l'Autorità ha avviato nel 2009 un procedimento istruttorio, *C8027B – BANCA INTESA/SAN PAOLO IMI*, nei confronti di Intesa San Paolo-ISP, per l'inottemperanza alle condizioni cui l'Autorità aveva subordinato l'autorizzazione della concentrazione tra Banca Intesa e San Paolo Imi.

Nel novero di tali condizioni autorizzatorie, specifico rilievo era stato infatti attribuito, al fine di superare le criticità concorrenziali sollevate dall'operazione, alla cessione da parte di Intesa San Paolo di numerosi sportelli a Crédit Agricole, garantendo la necessaria indipendenza tra Crédit Agricole e la nuova banca. In sede di verifica dell'ottemperanza, l'Autorità ha tuttavia constatato: in primo luogo, il possesso di una partecipazione da parte di Crédit Agricole in ISP superiore al limite indicato nel dispositivo; in secondo luogo, un accordo per la gestione coordinata delle rispettive partecipazioni in ISP tra Crédit Agricole e Assicurazioni Generali, che consentiva alla prima di essere presente nella governance di ISP. Si è così avviato un procedimento volto ad accertare il mancato rispetto delle condizioni poste al fine di garantire che nella governance di ISP non fosse presente Crédit Agricole, nonché dell'impegno a far sì che quest'ultima non partecipasse ad eventuali patti di sindacato relativi a ISP, o partecipasse alla definizione delle nomine in seno al Consiglio di Gestione di ISP.

L'analisi compiuta nel corso dell'anno ha confermato, con riguardo al settore bancario assicurativo, la particolare resistenza a recidere in modo definitivo i legami di varia natura esistenti tra operatori concorrenti.

In merito ai *servizi postali* sono state riscontrate difficoltà di liberalizzazione. Esse dovranno trovare definitiva soluzione entro il 2010 a seguito dell'entrata in vigore della terza direttiva postale, che elimina la possibilità di conservare aree di riserva legale per la fornitura dei relativi servizi. L'Autorità ha, in proposito, avviato

³ Provv. *Banca Intesa/SanPaolo IMI*, 20 dicembre 2006, in Boll. n. 49/2006; *Unicredito Italiano/Capitalia*, 18 settembre 2007, in Boll. n. 33/2007; *Monte dei Paschi di Siena – Banca Antonveneta*, 7 maggio 2008, in Boll. n. 18/2008.

un'istruttoria nell'ottobre dello scorso anno, a seguito della denuncia dell'operatore TNT, *A413 - TNT POST ITALIA/POSTE ITALIANE*, concernente i comportamenti adottati dall'operatore del servizio universale, Poste Italiane Spa, in quanto di natura escludente con effetti nei mercati già aperti alla concorrenza, grazie alla posizione dominante detenuta da Poste Italiane in altri mercati e allo sfruttamento della rete postale integrata.

Collusione e cartelli

Nel corso del 2009, l'attività di contrasto alle intese restrittive della concorrenza è stata particolarmente intensa; sono state valutate 11 intese, incidenti su diversi ambiti di mercato e caratterizzate, ciascuna, da peculiari modalità collusive.

L'Autorità ha comminato nel febbraio dello scorso anno una sanzione complessiva di più di 12 milioni di euro alle imprese e alle associazioni di categoria che avevano posto in essere un cartello sui prezzi della pasta sul mercato nazionale (*I694 - LISTINO PREZZI DELLA PASTA*). Le intese, accertate in violazione dell'articolo 81 del Trattato CE, avevano coinvolto un numero elevatissimo di imprese del mercato, che rappresentavano il 90% della produzione nazionale, ed erano consistite in accordi di aumento programmato dei prezzi a fronte di una crisi del settore causata dall'aumento del costo della materia prima. Il coordinamento fra le imprese, sostituendo alla concorrenza un meccanismo di concertazione sulle rispettive politiche di prezzo, ha influito negativamente sul prezzo della pasta.

Parimenti, è stata ritenuta gravemente restrittiva della concorrenza l'intesa con la quale due operatori, che offrivano servizi portuali di movimentazione di *container* nel porto di Livorno, hanno concordato le rispettive politiche commerciali nelle trattative con un potenziale cliente armatore, al fine di evitare che gli esiti di queste potessero portare ad una generalizzata riduzione del livello di prezzi sul relativo mercato, mantenendo artificiosamente alti i costi per i soggetti fruitori dei suddetti servizi (*I685 - COSTA CONTAINER LINES/SINTERMAR-TERMINAL DARSENA TOSCANA*).

Di particolare interesse, nell'ambito della trattazione delle intese, appare l'approccio seguito dall'Autorità con riguardo alle restrizioni concorrenziali derivanti da prescrizioni deontologiche di alcuni Ordini professionali. A seguito della chiusura dell'Indagine conoscitiva riguardante il settore degli ordini professionali, che ha

esaminato lo stato di recepimento dei principi concorrenziali nei codici deontologici, l'Autorità ha avviato quattro procedimenti, di cui due si sono chiusi nel corso del 2009. In particolare, nell'istruttoria condotta nei confronti dell'Ordine dei medici chirurghi e odontoiatri della provincia di Bolzano, l'Autorità ha ritenuto intesa restrittiva della concorrenza l'invio di due lettere del Presidente dell'Ordine che richiedevano ai propri iscritti, minacciando l'applicazione di sanzioni disciplinari, di non autorizzare la pubblicazione via Internet di una tabella di raffronto dei prezzi applicati.

I nuovi poteri attribuiti all'Autorità, quali la possibilità di applicare programmi di clemenza e di accettare impegni delle parti, hanno assunto rilievo anche nella trattazione delle intese.

I programmi di clemenza (*leniency program*) sono stati introdotti, prima dalla Commissione Europea e poi dalla maggior parte degli Stati membri, compresa l'Italia, per le imprese che cooperano con le autorità di concorrenza fornendo seri elementi probatori dell'esistenza di un cartello. Le imprese partecipanti a un cartello sono incentivate a informare le autorità degli illeciti commessi in cambio dell'immunità totale o parziale delle sanzioni che altrimenti verrebbero loro comminate. L'applicazione del *leniency program* di cui all'articolo 15, comma 2-bis della legge n. 287/90 ha consentito all'Autorità di investigare cartelli che altrimenti ben difficilmente sarebbero giunti al vaglio *antitrust*.

Nel gennaio 2009 l'Autorità ha ricevuto una domanda di trattamento favorevole da parte di Eni Spa, per una presunta intesa posta in essere dalla stessa società e dalle società Butan Gas Spa e Liquigas Spa per ben più di dieci anni, consistente nella fissazione congiunta dei prezzi di listino del GPL sfuso e in bombole su tutto il territorio nazionale (*I700 – PREZZO DEL GPL PER RISCALDAMENTO REGIONE SARDEGNA*).

Nel corso dell'anno, in base all'attività istruttoria compiuta, è stato inoltre esteso soggettivamente a primari operatori di settore nazionali e internazionali, oltre che all'Associazione Italiana dell'Industria di Marca – Centromarca, il procedimento volto ad accertare l'esistenza di un'intesa nel settore dei cosmetici distribuiti attraverso il canale *retail*, attuata mediante scambio di informazioni sensibili e coordinamento delle condotte commerciali. Anche tale procedimento aveva tratto origine nell'ambito di un programma di clemenza (*I701 – VENDITA AL DETTAGLIO DI PRODOTTI COSMETICI*).

Seguendo un approccio analogo a quello della Commissione europea, che vede nella lotta ai cartelli segreti un obiettivo fondamentale della propria politica di concorrenza, l'Autorità ritiene che il ruolo dei programmi di clemenza dovrà assumere un'importanza crescente nel diritto *antitrust* nazionale. Proprio al fine di garantirne l'efficacia, i vantaggi di cui possono godere le imprese a fronte di una loro seria e concreta collaborazione all'attività di indagine dell'Autorità dovranno essere coerentemente accompagnati da un atteggiamento di rigore nella politica sanzionatoria applicata alle imprese partecipanti al cartello che non cooperano o che comunque non apportano un contributo alle indagini dell'Autorità.

Concretezza ed efficacia dello strumento degli impegni

L'utilizzo dell'istituto degli impegni ha visto l'Autorità italiana all'avanguardia nel panorama europeo. Lo strumento, ormai largamente diffuso oltre che nell'attività di molte altre autorità nazionali anche nelle procedure della Commissione europea, consente di modificare e indirizzare in modo virtuoso i comportamenti imprenditoriali con tempi dell'azione amministrativa adeguati alle esigenze del sistema economico.

La tempestività dell'intervento, oltre che risolvere le criticità concorrenziali, consente generalmente di trovare soluzioni più efficaci rispetto a quelle realizzabili attraverso l'adozione di provvedimenti sanzionatori.

Il bilancio a tale riguardo è positivo: è cresciuto gradualmente il numero dei casi chiusi con impegni fino ad arrivare, nel 2009, ad una percentuale superiore al 55% dei procedimenti complessivi. E' opportuno leggere questo dato parallelamente a quello dell'incremento del numero medio delle procedure istruttorie avviate in un anno: se nel quinquennio 2001-2005 l'Autorità avviava mediamente 8,8 casi all'anno, nel triennio 2006-2009, ossia dopo l'entrata in vigore della normativa sugli impegni, i casi per abuso o intesa avviati in media ogni anno sono stati 16,7. Ciò appare confermare che l'utilizzo del nuovo strumento, riducendo notevolmente la durata media dei procedimenti, genera un benefico effetto di intensificazione dell'attività di *enforcement antitrust*.

Fra gli altri elementi che emergono dalla ricognizione delle modalità di utilizzo dello strumento degli impegni, si osserva poi la variabilità della sua incidenza a

seconda della fattispecie trattata: tanto la presentazione quanto l'accettazione di impegni nei casi di intese risultano di gran lunga inferiori a quelli relativi agli abusi.

Del resto, le intese esaminate riguardano spesso categorie come gli *hard core cartels*, aventi ad oggetto la fissazione dei prezzi sul mercato o la ripartizione delle quantità, alle quali di norma l'Autorità, coerentemente con l'approccio comunitario, non ritiene applicabile l'istituto degli impegni.

Con riguardo all'efficacia sostanziale del nuovo strumento, si deve osservare come nella valutazione dell'Autorità assumono particolare rilievo le indicazioni emergenti all'esito della fase di *market test*, che nell'80% dei casi determina una modifica degli impegni originari da parte delle imprese proponenti.

Con riguardo alle caratteristiche degli impegni, si rileva che quelli assunti a tempo indeterminato hanno avuto mediamente più successo di quelli a tempo determinato, i quali, per il loro carattere temporaneo, non permettono di rimuovere in modo definitivo gli ostacoli alla concorrenza.

Fra le motivazioni di rigetto degli impegni, oltre alla rilevante gravità delle condotte, si riscontrano l'inidoneità a rimuovere gli ostacoli alla concorrenza individuati nel provvedimento di avvio e la difficoltà di monitorarne l'effettiva applicazione da parte delle imprese. In alcuni casi, infine, l'Autorità non ha accolto gli impegni in quanto condizionati al verificarsi di eventi non dipendenti dalla volontà della parte.

Fra i pochi esempi di procedimenti riguardanti intese conclusi con impegni, si può ricordare quello volto ad accertare un coordinamento fra alcune compagnie di navigazione operanti nel Golfo di Napoli attraverso una serie di iniziative comuni relative alle modalità di effettuazione dei servizi di trasporto marittimo. Le società coinvolte si sono impegnate a sciogliere una struttura consortile suscettibile di costituire la sede del coordinamento e ad attuare misure a favore dell'utenza (*I689 – ORGANIZZAZIONE SERVIZI MARITTIMI NEL GOLFO DI NAPOLI*).

Nel settore del credito possono evidenziarsi gli impegni, assunti da Abi e Pattichiari, di eliminare o ridurre una serie di commissioni interbancarie precedentemente previste per la gestione degli assegni, di migliorare l'informativa ai consumatori relativamente ai tempi massimi di disponibilità economica e giuridica e al

trattamento delle somme versate mediante assegno, nonché di ridurre il tempo di disponibilità delle stesse somme (*I704 – ASSEGNI MAV - COMMISSIONI INTERBANCARIE*).

Nel campo delle libere professioni, sono state accettati impegni in una procedura avviata nei confronti dell'Ordine Nazionale degli Psicologi, in relazione alla esistenza di previsioni deontologiche restrittive della libera determinazione dei compensi. In esecuzione di tali impegni sono stati eliminati i riferimenti, precedentemente previsti nel Codice deontologico, tanto al criterio del decoro professionale quanto alla tariffa professionale (*I716 – ORDINE NAZIONALE PSICOLOGI-RESTRIZIONI DEONTOLOGICHE SULLA DETERMINAZIONE DEI COMPENSI*).

Dei cinque procedimenti istruttori chiusi nel corso del 2009 relativi a fattispecie di abuso di posizione dominante, quattro sono stati chiusi con una decisione ai sensi dell'articolo 14-ter, comma 1, della legge n. 287/90. In tutti i casi i comportamenti contestati rappresentavano abusi escludenti.

In un caso di presunto abuso escludente di Enel Spa e delle sue controllate Enel Servizio elettrico e Enel Distribuzione (*A410 - EXERGIA/ENEL-SERVIZIO DI SALVAGUARDIA*), consistente nell'ostacolare i propri concorrenti ritardando od omettendo la trasmissione di dati tecnici e fiscali indispensabili per la fornitura di energia elettrica a clienti non residenziali, è stato reso obbligatorio l'impegno di Enel a comunicare i dati richiesti secondo modalità, dettagli e tempistiche coerenti con l'operatività dei propri concorrenti. Decisione che ha prodotto un effetto immediato di beneficio dei clienti industriali, i quali potranno da subito avvalersi delle più rapide procedure di passaggio ad altro operatore, ottenendo migliori condizioni economiche per la fornitura di energia elettrica.

Analogo effetto di eliminazione di barriere all'entrata in un mercato in via di apertura, con potenziali notevoli benefici per i consumatori, si è registrato a seguito di una decisione con impegni assunta dall'Autorità nel mercato dei servizi di trasporto ferroviario (*A409 - NTV/RFI-ACCESSO AL NODI DI NAPOLI*). Il procedimento era stato avviato nei confronti di Ferrovie dello Stato per aver presuntivamente ostacolato il nuovo entrante Nuovi Trasporti Ferroviari, negando o ritardando l'accesso a infrastrutture necessarie per operare sul mercato appena liberalizzato. La società ha assunto l'impegno a consentire l'accesso e l'utilizzo da parte del denunciante dell'Impianto Dinamico Polifunzionale del Nodo di Napoli.

Un terzo caso, nel quale l'impatto sul consumatore degli impegni è ancora più evidente, si riscontra nel settore dei servizi di pagamento. L'Autorità, nell'ambito di un procedimento istruttorio avviato per presunto abuso di posizione dominante del gestore del servizio postale universale, ha accettato impegni da parte di Poste Italiane Spa in relazione alle modalità di pagamento mediante bollettini postali (*A414 – POSTE ITALIANE-AUMENTO COMMISSIONE BOLLETTINI C/C*). L'impegno di Poste Italiane di prevedere l'inserimento del codice IBAN del conto corrente postale del beneficiario, al fine di consentire il pagamento attraverso l'esecuzione di un bonifico bancario, nonché l'inserimento nel *layout* di stampa di un codice a barre, insieme all'impegno a trasmettere al beneficiario un *report* dei bonifici effettuati, ha consentito di superare le problematiche concorrenziali ipotizzate nell'avvio dell'istruttoria, garantendo ai consumatori una più ampia possibilità di scelta nelle modalità di fruizione del servizio di pagamento offerto dall'operatore postale.

L'attività di tutela del consumatore

La possibilità che il consumatore possa esercitare con piena consapevolezza, nell'ambito di rapporti contrattuali equilibrati, le proprie scelte economiche costituisce, al pari della libera iniziativa individuale, un pilastro fondamentale dell'economia di mercato.

L'entrata in vigore del Decreto legislativo 2 agosto 2007, n. 146, che ha recepito nell'ordinamento interno la direttiva 2005/29/CE in tema di pratiche commerciali corrette, ha - come noto - ampliato l'ambito di intervento dell'Autorità rispetto alla dinamica dei rapporti tra professionista e consumatore.

Anche nel corso del 2009, l'Autorità ha affiancato alla funzione di vigilanza del corretto funzionamento del mercato quello di garante dell'interesse pubblico alla veridicità delle informazioni e alla correttezza delle pratiche commerciali. Ciò è avvenuto nella consapevolezza che una piena tutela della possibilità di una scelta libera e consapevole dei consumatori è elemento imprescindibile per il funzionamento di una concorrenza effettiva nel mercato.

La scelta del legislatore di integrare la competenza di tutela della concorrenza con quella del consumatore ha portato ad evidenti benefici in termini di efficacia dell'azione dell'Autorità, derivanti dalla possibilità di un proficuo scambio di

esperienze tra i diversi ambiti e di maggiore flessibilità nella scelta degli strumenti cui ricorrere, nonché da una accresciuta consapevolezza da parte dei cittadini-consumatori dei loro diritti in base alle decisioni assunte dall'Autorità.

Nel corso del 2009, i consumatori e le loro associazioni hanno inviato all'Autorità più di 2500 segnalazioni in materia di pratiche commerciali scorrette e di pubblicità ingannevole, parte delle quali hanno avuto origine dalle più di 8400 richieste di intervento ricevute nello stesso periodo dalla Direzione *Contact Center* dell'Autorità. Questo dato testimonia la rilevanza della richiesta di tutela espressa dai consumatori.

L'attività svolta dall'Autorità nel corso dell'anno ha riguardato pratiche commerciali relative a tutti i settori economici, con l'applicazione di sanzioni per un totale di quasi 36 milioni di euro. Particolare rilievo hanno assunto il settore delle comunicazioni elettroniche e quello dei servizi creditizi e assicurativi: dei 246 procedimenti chiusi nell'anno, ben 61 hanno, infatti, riguardato i servizi di comunicazione, portando alla comminazione di sanzioni per un totale di circa 13 milioni e 600 mila euro, mentre in 53 procedimenti le pratiche commerciali analizzate erano relative a servizi finanziari, per un ammontare complessivo di sanzioni applicate pari a oltre 8 milioni di euro. In ciascuna delle altre aree di attività economica quali energia e industria, alimentare, farmaceutico, trasporti e servizi, il numero dei casi processati non è mai stato comunque inferiore a 40.

Nel settore delle *comunicazioni*, connotato da una notevole articolazione e complessità tecnica dell'offerta, l'Autorità ha sottolineato la necessità che le relative pratiche commerciali si conformino ad elevati standard di diligenza e a regole di trasparenza e correttezza, sia nella fase precontrattuale che durante lo svolgimento del rapporto.

L'Autorità ha dovuto contrastare anche molte forme di comportamenti commerciali "aggressivi", che limitano la libertà di scelta del consumatore medio, sulla base di forme di indebito condizionamento, inducendolo a scelte commerciali che non avrebbe altrimenti assunto.

L'area di applicazione della normativa nel settore delle comunicazioni ha riguardato per un verso tematiche e filoni istruttori approfonditi nel corso del precedente anno come quelli concernenti l'ostruzionismo al passaggio ad altri operatori (migrazione e *retention*), il *teleselling* e le forniture non richieste. Nel corso del 2009

sono emersi anche aspetti nuovi come quelli relativi alle iniziative di rimodulazione tariffaria, alla prospettazione della velocità di navigazione Adsl, al riconoscimento del credito residuo nei processi di migrazione ad altro operatore nella telefonia mobile. Con riguardo al settore televisivo ulteriori elementi di criticità si sono registrati in relazione alle pratiche commerciali concernenti il passaggio al digitale terrestre e i fenomeni di pubblicità occulta e di *product placement* televisivo.

Inoltre, è stato utilizzato anche lo strumento della *moral suasion*, in particolare per le comunicazioni diffuse attraverso Internet, per le quali un richiamo al professionista a fornire una corretta ed esaustiva informazione ha consentito di ottenere i medesimi risultati conseguibili con un provvedimento di accertamento dell'illecito, con beneficio dell'efficienza e dell'economicità dell'azione amministrativa.

Nell'ambito di diversi procedimenti i professionisti si sono avvalsi del nuovo strumento offerto dal Codice del consumo, procedendo alla presentazione di impegni. Nei casi di particolare gravità dell'illecito, l'Autorità non ha accolto gli impegni, ma ha tenuto conto della condotta collaborativa del professionista, riducendo l'importo della sanzione.

Anche grazie alle numerose segnalazioni pervenute dai consumatori, l'Autorità ha svolto nel corso dell'anno una costante attività di monitoraggio sulla trasparenza e sulla correttezza delle condotte delle *imprese bancarie, finanziarie e assicurative*. Si tratta di una questione di particolare rilevanza per la *consumer protection* in un periodo in cui, a seguito degli effetti della crisi economica, molti consumatori avvertono più che mai l'esigenza di informazioni certe e corrette. L'Autorità ha avuto modo di occuparsi delle commissioni di massimo scoperto, o meglio delle commissioni sostitutive di queste introdotte dagli istituti bancari a seguito dell'avvenuta approvazione della legge n. 2/2009, di conversione del decreto legge n. 185/2008 recante *“Misure urgenti per il sostegno a famiglie lavoro, occupazione e impresa e per ridisegnare in funzione anti crisi il quadro strategico nazionale”*. Stante la necessità per gli istituti bancari interessati di rivedere le commissioni in questione alla luce delle suddette modifiche normative, l'Autorità ha segnalato al Parlamento, al Governo e alla Banca d'Italia gli effetti economici, peggiorativi per il consumatore, delle commissioni che hanno sostituito quelle di massimo scoperto.

L'Autorità è, altresì, intervenuta in vario modo nei casi di intermediari che non chiarivano la natura del soggetto erogatore del credito ed in quelli nei quali, oltre a non contenere puntuale indicazioni sul Tasso annuo effettivo globale, inducevano in errore i destinatari sui tempi di erogazione del finanziamento. Infine, particolarmente diffuse e gravi sono risultate le pratiche scorrette concernenti le carte c.d. *revolving*, contraddistinte dai più elevati tassi di interesse nel credito al consumo. Esse sono state offerte secondo modalità tali per cui al consumatore non venivano indicate chiaramente né la natura della carta, né le condizioni economiche del finanziamento per l'acquisto di beni di consumo.

Nei settori dell'*energia elettrica e del gas*, la liberalizzazione dei suddetti servizi ha condotto negli ultimi anni ad un forte incremento della comunicazione pubblicitaria destinata sia ai consumatori, sia alle imprese di piccole dimensioni, i quali, come confermato anche nelle analisi di mercato condotte dall'AEEG in preparazione dei propri interventi regolatori, sono spesso soggetti ad una notevole asimmetria informativa rispetto agli operatori del settore.

Anche nel corso del 2009 sono stati svolti in tale settore procedimenti concernenti pratiche aggressive, quali l'attivazione di forniture non richieste, nonché la mancata tempestiva trattazione delle richieste dei consumatori legate al diritto di recesso ed al diritto di ripensamento. Altra categoria di pratiche oggetto di intervento è stata la richiesta di somme non dovute, anzitutto per morosità addebitabili al precedente intestatario: è stato ribadito dall'Autorità che il professionista non ha alcun titolo per richiedere all'utente subentrante il saldo delle morosità dovute dal precedente titolare dell'utenza, né di obbligare il consumatore a dimostrare la propria estraneità con il precedente utente.

Nello stesso periodo, un consistente numero di istruttorie ha riguardato il *settore automobilistico* ed in particolare i messaggi pubblicitari concernenti le autovetture, rispetto ai quali è stata accertata l'ingannevolezza derivante dalla scarsa chiarezza delle condizioni limitanti le offerte promozionali riportate nei messaggi televisivi, dall'imprecisione ovvero dall'incompletezza dei messaggi diffusi con vari mezzi, e, infine, dalla mancata corrispondenza tra la garanzia pubblicizzata e quella effettivamente riconosciuta.

Nel settore dei *trasporti*, in particolare nel comparto del *trasporto aereo*, l'Autorità ha sanzionato la scarsa trasparenza tariffaria. Sotto scrutinio sono state anche pratiche quali la pre-selezione nei sistemi di prenotazione di voci di costo opzionali come il trasporto bagagli e le polizze assicurative; le cancellazioni dei voli programmati sulla base di scelte di natura commerciale e le modalità informative sui diritti spettanti ai consumatori in caso di cancellazioni e ritardi, previsti dal Regolamento CE n. 261/2004, nonché le procedure di rimborso dei biglietti.

Nel corso del 2009, l'intervento relativo ai *prodotti alimentari* ha continuato a interessare il tema dei *claim* salutistici, utilizzati dalle imprese per promuovere prodotti alimentari di largo consumo. In questo settore, l'Autorità è intervenuta applicando i principi di cui al Regolamento CE n. 1924/2006 sulle indicazioni nutrizionali e sulla salute (c.d. Regolamento *Claims*), da un lato, per consentire al consumatore di comprendere i reali effetti benefici conseguibili; dall'altro, per scoraggiare l'uso di indicazioni salutistiche false, ambigue e fuorvianti o che incoraggino il consumo eccessivo di un elemento.

Nel corso del 2009, particolare attenzione è stata riservata, infine, ai messaggi promozionali di *prodotti cosmetici*, con specifico riferimento ai vanti di efficacia specificamente quantificati. A tale riguardo, l'Autorità ha ritenuto che lo *standard* di diligenza richiesto in merito ai professionisti dovesse essere sottoposto ad un onere di verifica puntuale.

PAGINA BIANCA