

competenti e qualificati che si occupino specificatamente dei casi di concorrenza. Questo punto si è dimostrato tra quelli di maggiore interesse per numerose delegazioni, in particolare quelle dei paesi in via di sviluppo. Esiste un potenziale conflitto di interesse nei paesi in cui le autorità competenti conducono i procedimenti istruttori in materia di concorrenza e al tempo stesso si occupano della revisione delle decisioni di appello sui medesimi casi. Tale sistema può compromettere il processo di revisione giurisdizionale e la separazione dei poteri.

Nella tavola rotonda su “L’utilizzo dei programmi di clemenza come strumento per l’applicazione della normativa sulla concorrenza a contrasto dei cartelli hardcore nei paesi in via di sviluppo” Il Segretariato UNCTAD ha presentato un documento di base sui programmi di clemenza nei paesi in via di sviluppo e ha sottolineato l’importanza di un’applicazione credibile e delle sanzioni deterrenti per i cartelli *hardcore* come elementi cruciali per un’efficace introduzione dei programmi di clemenza nei paesi in via di sviluppo. La delegazione brasiliana ha condiviso la propria esperienza relativa all’introduzione del programma di clemenza e ha illustrato i prerequisiti necessari per l’efficiente funzionamento del programma stesso: *i*) la prevedibilità delle procedure; *ii*) la protezione delle identità e dei dati di coloro che fanno domanda di clemenza; e *iii*) l’elevato rischio di colpevolezza dei cartelli e la loro sanzione. Vari interventi durante la discussione hanno riguardato la formulazione di efficaci programmi di clemenza, la relazione tra i programmi di clemenza e l’applicazione privata della normativa sulla concorrenza, comprese le azioni di danno, e la natura del fondamento giuridico per i programmi di clemenza.

Una sessione stata, inoltre, dedicata all’analisi, da parte di altri Paesi (*peer review*), della normativa e dell’efficacia dell’azione dell’autorità di concorrenza dell’Armenia. La discussione, introdotta da un rapporto elaborato dal Segretariato dell’UNCTAD, è stata volta ad individuare le aree suscettibili di possibili miglioramenti sia in relazione alla normativa che alle prassi applicative.

Nel corso della tavola rotonda sulla valutazione dell’efficacia della normativa sulla concorrenza nella promozione dello sviluppo economico è stato sottolineato come il processo concorrenziale possa contribuire allo sviluppo economico e, attraverso di esso, ad un generale miglioramento delle condizioni di vita. La delegazione della Corea del Sud, ha sottolineato come lo sviluppo della normativa e della politica della concorrenza sia legato al contesto macroeconomico e come un’area di particolare successo sia stata quella dell’applicazione delle regole di concorrenza ai fenomeni collusivi nel settore degli appalti pubblici nel settore delle costruzioni. Nella discussione è stato, inoltre, evidenziato come l’applicazione rigorosa della normativa La concorrenza nel mercato e l’azione applicativa della relativa normativa è stata accettata poiché ciò comportava un effetto positivo sulla ripresa economica dalla crisi. Il

coordinamento tra la concorrenza e le altre politiche economiche – ad esempio, quelle commerciali, industriali, sulla proprietà intellettuale e sugli investimenti – è stato inevitabile e desiderabile al fine di rendere possibile lo sviluppo economico generale.

Sono stati, infine, presentati i risultati di uno studio sull’impatto socio-economico dell’applicazione di un’efficace politica e normativa della concorrenza, effettuato nel 2008 nello Zimbabwe, che hanno dimostrato che il controllo delle operazioni di concentrazione comporta effetti positivi sull’occupazione, sui profitti derivanti dalle esportazioni, sulla disponibilità dei beni e dei servizi, sull’instaurarsi di attività economiche locali e sugli investimenti esteri diretti.

Nella tavola rotonda sull’adeguata formulazione e applicazione della normativa e della politica della concorrenza in Paesi a differenti stadi di evoluzione del mercato economico si sono messi in evidenza alcuni elementi che dovrebbero caratterizzare l’introduzione delle normative sulla concorrenza nei Paesi in via di sviluppo. In particolare, in tali paesi appare utile il confronto con le esperienze e le migliori pratiche dei paesi a uno stadio più avanzato di sviluppo, oltre che un confronto, anche avvalendosi del sostegno dell’UNCTAD, con altri paesi che si trovano in una situazione simile. Appare utile, inoltre, identificare dei chiari obiettivi concorrenziali, tali che possano facilitare il conformarsi alla legge e aiutare le autorità di concorrenza a guadagnarsi il sostegno del governo nazionale e della comunità economica. È essenziale che le politiche per la concorrenza siano coordinate con le politiche nazionali relative alla crescita, agli investimenti, alla stabilità e all’occupazione. È stato, inoltre sottolineato, il ruolo delle comunità politiche e accademiche nella promozione della concorrenza e nella formazione di una cultura sulla concorrenza per le imprese. La discussione ha anche messo in luce le basi per l’efficacia delle azioni delle autorità di concorrenza, in particolare per le agenzie di nuova costituzione. Al fine di guadagnare rapidamente una reputazione di credibilità ed efficacia le autorità dovrebbero, innanzitutto, trattare le imprese di grandi dimensioni siano trattate allo stesso modo dei loro concorrenti, clienti e fornitori. In secondo luogo, le autorità di concorrenza dovrebbero offrire servizi di alta professionalità e qualità. Quindi, le autorità di concorrenza devono essere trasparenti e pubblicare le proprie decisioni in maniera comprensibile ed evidente, così da consentire alle imprese di adeguare a esse i propri comportamenti. Le autorità di concorrenza dovrebbero fare del loro meglio, inoltre, per enfatizzare il fatto che i valori della concorrenza sono in linea con le politiche governative e che possono essere di aiuto nel ridurre i comportamenti anticoncorrenziali che ostacolano le attività del governo, quali le offerte collusive nelle procedure di gara di appalto. Per ottenere un successo in una fase iniziale, la discussione ha suggerito che, al contrario di quanto si crede comunemente, le autorità di concorrenza dovrebbero inizialmente appuntare la loro attenzione sulle concentrazioni, nell’ambito delle quali, diversamente dai casi di intese e di abuso di posizione

dominante, le imprese coinvolte possono offrire la loro collaborazione. E' stato, infine, sottolineato il ruolo dei giudici nell'applicazione della normativa sulla concorrenza ed quindi l'importanza della loro formazione.

ATTIVITÀ DI ASSISTENZA TECNICA IN MATERIA DI CONCORRENZA

Nel corso del 2010, l'Autorità ha intrapreso una serie di attività, volte a consolidare il proprio ruolo nell'ambito dell'assistenza tecnica in materia di concorrenza. Le iniziative assunte in tale settore hanno particolare rilievo, in quanto amplificano la visibilità istituzionale dell'Autorità e favoriscono la circolazione del modello italiano di diritto e politica della concorrenza, con potenziali impatti positivi sul contesto economico del Paese beneficiario e significativi vantaggi per le imprese italiane che vi operano.

Nel mese di ottobre 2010 l'Autorità è risultata aggiudicataria di un progetto di cooperazione con l'autorità di concorrenza algerina, finanziato dalla Commissione Europea. Il consorzio aggiudicatario del progetto è guidato dall'Autorità francese, in cooperazione con l'Autorità italiana e quella tedesca nel ruolo di junior partner. Lo scopo del progetto consiste nella promozione della cultura della concorrenza in Algeria, in particolare attraverso il rafforzamento della capacità amministrativa del Consiglio della concorrenza cui sono affidati sia i compiti relativi all'applicazione del diritto antitrust, che quelli di vigilanza sui prezzi. Alcune attività verranno svolte anche a favore della Direzione della concorrenza del Ministero del commercio che ha la funzione di individuare gli strumenti normativi per promuovere l'apertura dei mercati e la concorrenza, nonché di proporre interventi di enforcement al Consiglio della concorrenza.

L'Autorità ha proseguito, inoltre, il progetto di gemellaggio amministrativo con l'Autorità di concorrenza croata volto a fornire assistenza tecnica alle istituzioni croate che a vario titolo partecipano all'elaborazione ed all'attuazione delle politiche in materia di concorrenza e aiuti di stato, assicurandone la convergenza verso l'*acquis* comunitario rilevante. Nel corso del 2010, i funzionari dell'Autorità hanno svolto diversi cicli di seminari, combinati con l'attività di assistenza sui procedimenti istruttori in corso presso l'autorità di concorrenza croata. In particolare, le sessioni formative hanno riguardato le problematiche concorrenziali nel settore del gas naturale, lo svolgimento degli accertamenti ispettivi presso i locali delle imprese, il rapporto tra concorrenza e regolazione nel settore delle telecomunicazioni e l'applicazione del diritto antitrust nei mercati delle specialità farmaceutiche.

E' proseguito, inoltre, il programma di cooperazione bilaterale con l'autorità di concorrenza della Federazione Russa (FAS), già avviato otto anni fa e da allora rinnovato annualmente.

PAGINA BIANCA

ATTIVITÀ DI TUTELA DEL CONSUMATORE

ATTIVITÀ DI TUTELA DEL CONSUMATORE

1. Dati di sintesi e linee di intervento

La tutela del consumatore in numeri

Anche nel 2010 l'attività di tutela dei consumatori, svolta in applicazione delle norme del Codice del Consumo in materia di pratiche commerciali scorrette (decreto legislativo n. 206/05 come da ultimo modificato dal d.lgs. 146/07) e delle disposizioni del decreto legislativo n. 145/07 in tema di pubblicità ingannevole e pubblicità comparativa illecita, ha rappresentato per l'Autorità un impegno particolarmente sostenuto.

Nel periodo di riferimento, sono stati portati a termine 275 procedimenti istruttori, in linea con il volume di attività registrato nel 2009 (272).

Tavola 1 - Procedimenti istruttori

Procedimenti B2C e B2B*	236
- Violazioni	192
<i>Pratiche ingannevoli o aggressive (B2C)</i>	177
<i>Pubblicità ingannevoli e comparative illecite (B2B)</i>	15
- Non violazioni	8
- Accettazione impegni	36
Altri procedimenti	39
- Inottemperanze	5
- Rideterminazione sanzioni	33
- Casi CPC (violazione)	1
Totale Generale	275

* B2C (Business to Consumer); B2B (Business to Business)

L'articolazione del dato complessivo evidenzia, tuttavia, alcune diversità nei due anni. Nel 2010, infatti, i procedimenti conclusi con l'accertamento di una violazione sono stati 192, rispetto ai 239 nel 2009.

Tale diversità deriva, in parte, dal più elevato numero di istruttorie chiuse nel 2010 con l'accettazione di impegni presentati dai professionisti e resi vincolanti con delibera dell'Autorità (36 procedimenti rispetto ai 6 del 2009). Nell'anno appena trascorso, infatti, a fronte di condotte non manifestamente scorrette e gravi il più ampio ricorso a tale strumento ha consentito di assicurare ai consumatori alcuni tangibili benefici - ulteriori rispetto a quelli conseguibili con la semplice diffida - ad esempio in termini di ristoro del pregiudizio economico eventualmente subito, di maggiore chiarezza e completezza delle informazioni fornite dagli operatori e di modifica degli assetti organizzativi e dei processi aziendali ai fini della prestazione di un miglior servizio ai clienti.

Inoltre, un impegno non secondario è stato quello relativo ai procedimenti (33) di rideterminazione delle sanzioni comminate ai professionisti, istruiti in ottemperanza alle sentenze intervenute nel periodo di riferimento con le quali il giudice amministrativo di primo grado, pur condividendo la valutazione di illiceità delle condotte, ha annullato, sul punto, i provvedimenti adottati dall'Autorità.

Un lieve decremento, per contro, hanno registrato i casi di accertata inottemperanza a precedenti delibere dell'Autorità (5 casi, rispetto ai 7 del 2009).

Su richiesta dell'Office of Fair Trading (autorità nazionale competente nel Regno Unito per l'applicazione della disciplina in materia di pratiche commerciali scorrette), l'Autorità, in applicazione del Regolamento (CE) n. 2006/2004 ("Regolamento sulla cooperazione per la tutela dei consumatori"), è inoltre intervenuta adottando misure esecutive nei confronti di una società italiana per la condotta da quest'ultima posta in essere nei confronti di consumatori britannici.

Alcuni procedimenti (8, rispetto ai 13 del 2009) si sono infine conclusi senza l'accertamento di una violazione, avendo l'istruttoria dimostrato la correttezza dei comportamenti inizialmente contestati, ovvero riscontrato l'insufficienza delle evidenze acquisite in merito alla scorrettezza della pratica commerciale o all'ingannevolezza del messaggio ipotizzata in sede di avvio.

Appare abbastanza diversificata l'incidenza delle violazioni nei diversi settori economici, sia in termini di procedimenti istruttori che in termini di pratiche illecite accertate.

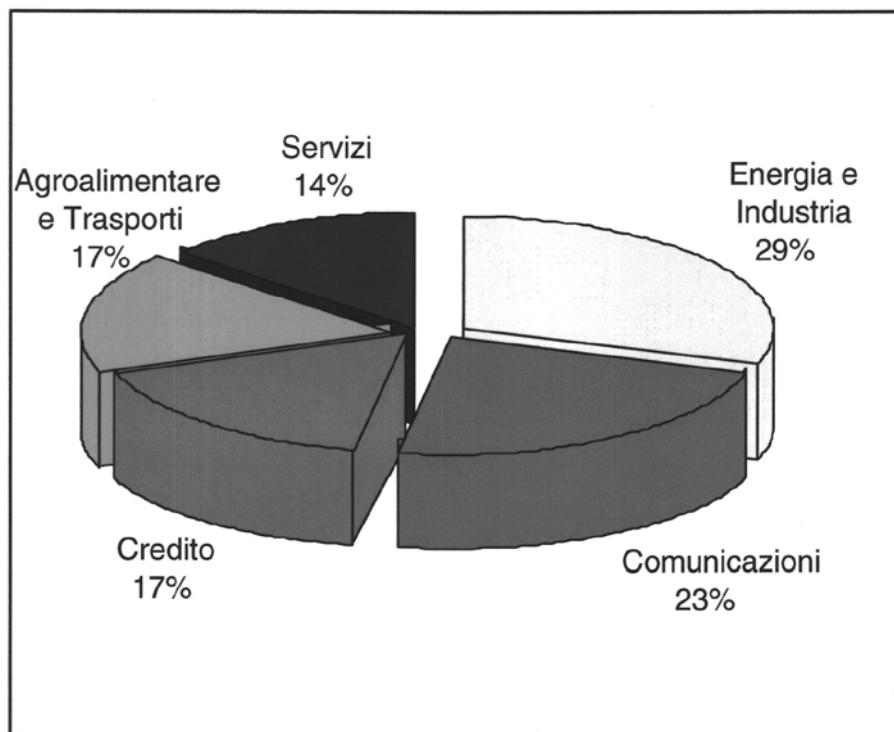
Tavola 2 - Violazioni e Pratiche accertate per settore economico

	Ingannevoli/ Scorrette	Pratiche accertate
Energia e Industria	46	51
Comunicazioni	31	33
Credito e assicurazioni	43	44
Alimentare, farmaceutico e trasporti	27	39
Servizi	45	50
Totale	192	217

Le violazioni accertate nel 2010 hanno determinato l'imposizione di sanzioni amministrative pecuniarie per un importo complessivamente pari a circa 16,5 milioni di euro, di cui oltre il 50% riguardante professionisti operanti nel comparto dell'energia e dell'industria e in quello delle comunicazioni. Il dato evidenzia una sensibile flessione rispetto al 2009 (35,6 milioni di euro) per effetto sia del minor numero di procedimenti conclusi in relazione a pratiche commerciali scorrette (B2C) e a pubblicità ingannevoli e comparative illecite (B2B), sia del maggior numero di istruttorie chiuse con accettazione di impegni.

Tavola 3 - Sanzioni per esito del procedimento

	Procedimenti Istruttori	Sanzioni (euro)
Pratiche scorrette (B2C)	177	15.235.500
Pubblicità ingannevole e comparativa ill. (B2B)	15	868.500
Inottemperanza	5	365.000
Totale	197	16.469.350

Grafico 1 - Sanzioni per settore economico: ripartizione percentuale**Tavola 4 - Sanzioni per macrosettore economico, valori assoluti in euro**

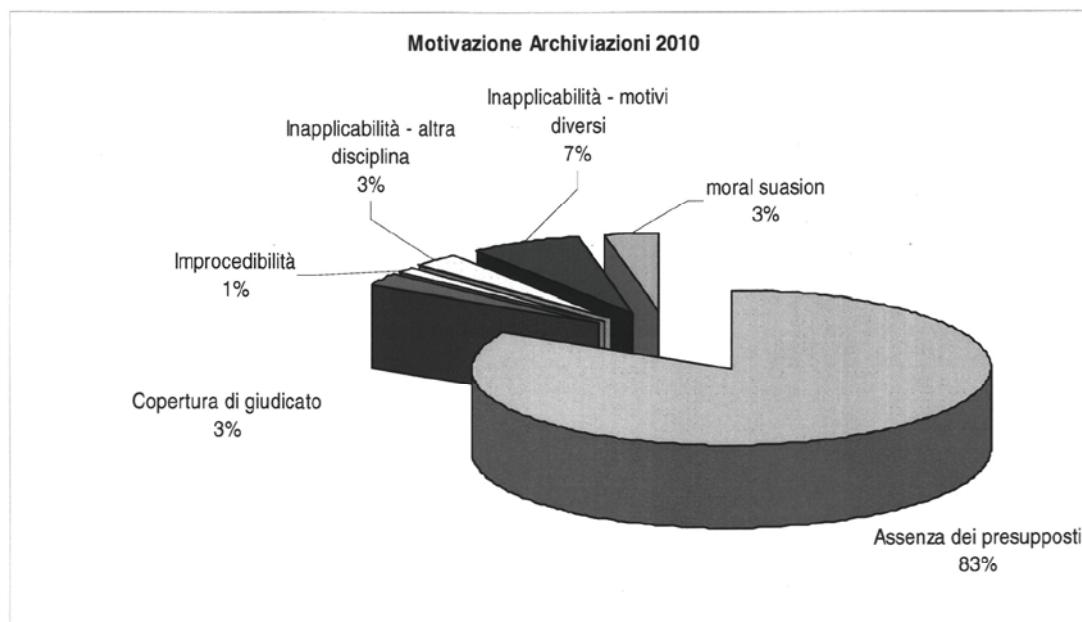
	Sanzioni (euro)
Energia e Industria	4.960.500
Comunicazioni	3.710.000
Credito e assicurazioni	2.766.000
Alimentare, farmaceutico e trasporti	2.783.000
Servizi	2.249.850
Totale	16.469.000

In 12 casi, relativi a pratiche commerciali ancora in atto e idonee, nelle more del procedimento, a pregiudicare il comportamento economico di un ampio numero di consumatori, l'Autorità ha esercitato i propri poteri cautelari, imponendo al professionista di sospendere temporaneamente i comportamenti ritenuti, prima facie, illeciti. Tale dato corrisponde a quello del 2009.

Inoltre, nel periodo di riferimento, l'Autorità ha più estesamente utilizzato (10 casi, rispetto a 1 nel 2009) le misure accessorie alla diffida previste dalla legge, imponendo al professionista di pubblicare, a propria cura e spese, una dichiarazione rettificativa o un estratto del provvedimento, al fine di rimuovere o attenuare le conseguenze derivanti da pratiche commerciali o messaggi illeciti suscettibili di continuare a produrre, anche successivamente alla loro cessazione, effetti pregiudizievoli nei confronti dei consumatori o di altri professionisti (ad esempio, in ragione dell'accertata pericolosità di un prodotto in circolazione, non evidenziata al momento della vendita).

Il numero delle denunce pervenute continua ad essere di notevole entità. Il principale canale di accesso dei consumatori ai servizi dell'Autorità è il *Contact Center*, il cui *call center* ha ricevuto nel 2010 oltre 16.000 contatti telefonici (rispetto ai circa 8.500 del 2009) e, unitamente all'ampiezza e varietà dei settori economici interessati, testimonia una crescente consapevolezza dei consumatori circa la natura dei propri diritti e conferma l'esigenza diffusamente avvertita di adeguati ed efficaci strumenti di intervento nei confronti di prassi commerciali spesso indebitamente orientate a, o comunque suscettibili di comprimere, condizionare od ostacolare un pieno esercizio di tali diritti. Nel corso dell'anno sono stati aperti 1.681 nuovi fascicoli e ne sono stati archiviati 1.691.

Grafico 2 - Archiviazioni



Circa il 3% delle archiviazioni è stato disposto - in relazione a casi di minore gravità - a seguito del positivo esperimento della procedura di moral suasion prevista dall'articolo 4, comma 2, del Regolamento, in esito alla quale il professionista ha provveduto a rimuovere i profili di possibile illecità rilevati in sede di esame preliminare della fattispecie.

In larghissima maggioranza (83%) le archiviazioni hanno riguardato condotte che non presentavano i presupposti per l'applicazione della disciplina in materia di pratiche commerciali scorrette o di pubblicità ingannevole e comparativa illecita.

Circa il 10% delle archiviazioni è stato determinato dalla riscontrata inapplicabilità alle fattispecie segnalate della normativa di competenza dell'Autorità, in ragione della non qualificabilità come pubblicità del messaggio denunciato, dell'episodicità della condotta segnalata (come tale non idonea a configurare una pratica commerciale), dell'assenza di strumenti di intervento nei confronti delle pratiche aggressive tra professionisti, o dell'applicabilità di discipline speciali ai comportamenti segnalati.

Rispetto all'anno precedente, il 2010 conferma la crescita tendenziale delle istruttorie avviate a seguito di richieste di intervento di singoli consumatori (+7%), e la stabilità delle segnalazioni dei concorrenti, mentre risultano in diminuzione le segnalazioni da parte di pubbliche amministrazioni (-50%), così come i procedimenti avviati d'ufficio (-60%).

Tavola 5 - Soggetti segnalanti

Procedimenti attivati da segnalazioni di:

Consumatori	155
Associazioni di consumatori	28
Concorrenti	19
Pubblica Amministrazione	16
Attivazione d'ufficio	16

Le linee di policy nel 2010

L'attività dell'Autorità di *enforcement* delle norme sulle pratiche commerciali scorrette e in materia di pubblicità ingannevole e comparativa illecita ha presentato nell'ultimo anno almeno tre aspetti innovativi, espressione di altrettante scelte di policy dell'Autorità.

Rispetto al passato si è infatti assistito, rispettivamente, a un maggiore uso dello strumento delle decisioni con accettazione degli impegni presentati dai professionisti, a un maggior impiego degli strumenti della dichiarazione rettificativa e della pubblicazione per estratto delle decisioni dell’Autorità, nonché allo sviluppo di una funzione “preventiva” di informazione ai consumatori.

Per ciò che attiene al primo aspetto, come noto, nel corso dell’istruttoria l’Autorità “può ottenere” dal professionista impegni idonei a rimuovere i profili di scorrettezza della condotta oggetto dell’accertamento. Le decisioni con impegni consentono di chiudere un procedimento istruttorio senza accertamento dell’illecito a fronte di impegni che vengono resi vincolanti per il professionista e la cui inosservanza può dare luogo, oltre che ad una sanzione, anche al riavvio d’ufficio del procedimento. Gli impegni non sono ammissibili nelle ipotesi di manifesta scorrettezza e gravità della condotta. Ove ammissibili, il potere dell’Autorità di accettarli o meno è pur sempre ampiamente discrezionale, tenuto conto anche dell’eventuale interesse pubblico a pervenire comunque all’accertamento della illecità della condotta.

Dopo un primo biennio dall’entrata in vigore delle norme sulle pratiche commerciali scorrette, sulla pubblicità ingannevole e comparativa illecita, periodo in cui lo strumento degli impegni è stato adottato raramente anche al fine favorire l’affermazione e la conoscenza delle predette nuove norme, l’Autorità nel corso del 2010 ha sperimentato maggiormente, con esclusione delle condotte più gravi, l’utilità di questo tipo di decisione, specie in relazione a condotte e situazioni complesse in cui gli impegni consentivano un cambiamento ed un miglioramento organico e sensibile delle relazioni dei professionisti nei confronti dei consumatori, prevedendo in alcuni casi, a favore di questi ultimi, anche forme di ristoro del danno subito a seguito della condotta oggetto di istruttoria.

Il secondo aspetto innovativo, come accennato, riguarda l’orientamento, emerso nell’ultimo anno, verso un maggior impiego degli strumenti della dichiarazione rettificativa e della pubblicazione per estratto delle decisioni di accertamento dell’illecito, normativamente previsti in relazione a pratiche commerciali scorrette o messaggi ingannevoli suscettibili di continuare a produrre effetti nonostante l’ordine, contenuto nel provvedimento dell’Autorità, di cessare le condotte valutate illecite. L’utilizzo di questi strumenti, avvalendosi di mezzi di informazione adeguati e proporzionati alle condotte accertate, è risultato particolarmente appropriato ed efficace a fronte di condotte suscettibili di continuare ad incidere sulle scelte economiche dei consumatori anche successivamente alla loro cessazione, talvolta esponendo i consumatori anche a situazioni di pericolo per la loro salute. Si tratta di modalità di informazione dei consumatori destinate ad un crescente e più esteso utilizzo al fine di assicurare una più completa ed efficace tutela.

Il terzo aspetto innovativo nell'*enforcement* delle norme a tutela dei consumatori consiste nello sviluppo di una funzione “preventiva” di informazione dei consumatori, in relazione ai diritti fondamentali che essi possono far valere in base al Codice del Consumo e alle precauzioni minime da adottare nel compiere le loro scelte di natura economica, al fine di evitare di incorrere in pratiche commerciali scorrette. Al riguardo, lo scorso anno, l’Autorità, traendo spunto dalle numerose istruttorie svolte nei diversi settori, ha iniziato a pubblicare sul proprio sito *internet* - che recentemente è stato completamente rinnovato - alcune sintetiche indicazioni e “Guide anti-inganni” volte a svolgere un ruolo “educativo” e di “avviso” nei confronti dei consumatori e a favorirne comportamenti maggiormente consapevoli e informati rispetto alle proposte commerciali ad essi indirizzate.

L’Autorità intende in futuro sviluppare ulteriormente questo tipo di attività, analogamente a quanto accade in altri Paesi.

2. L’attività della Direzione Contact Center

Dal 1° gennaio al 31 dicembre 2010 la Direzione Contact Center ha ricevuto n. 16.211 richieste di intervento, di cui oltre 6.000 hanno riguardato la pratica commerciale scorretta posta in essere dalla società Euro Content Ltd. e sono confluite nel procedimento *EASY DOWNLOAD – ATTIVAZIONE NON RICHIESTA* della Direzione Energia e Industria, conclusosi il 3 novembre 2010 con l’adozione di un provvedimento inibitorio e l’irrogazione di una sanzione.

La Direzione ha svolto le funzioni di primo orientamento e assistenza a beneficio di 8.533 consumatori, in alcune ipotesi anche nella fase successiva alla presentazione della segnalazione.

È stato inoltre predisposto un modello di segnalazione (*web form*) a campi parzialmente precompilati, scaricabile dal sito istituzionale, al fine di agevolare i segnalanti nella formulazione della richiesta di intervento nonché di ottenere denunce più circostanziate. Ulteriori modifiche informatiche sono attualmente in corso di realizzazione e consentiranno, nel 2011, di attivare un nuovo canale completamente informatizzato di segnalazione delle pratiche commerciali scorrette.

Per quanto concerne l’attività preistruttoria, nel periodo di riferimento la Direzione ha istruito 219 fascicoli. Previa valutazione positiva del Collegio, in tre casi è stato applicato l’istituto della *moral suasion*, in conformità a quanto stabilito dall’articolo 4, comma 2 del Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali

scorrette. Nel primo caso è stato chiesto a una società attiva nel mercato regolamentato dei giochi (scommesse, lotterie, concorsi e pronostici) di modificare i contenuti del proprio sito Internet per consentire la diffusione di informazioni complete sulle modalità di deposito delle somme necessarie alla costituzione del fondo destinato alle giocate online; nei restanti casi è stato chiesto a due imprese operanti nel settore dei servizi idrici di modificare e completare le informazioni diffuse tramite i documenti di fatturazione, indicando tutte le modalità di pagamento e i costi applicati a titolo di commissione, al fine di consentire agli utenti una scelta consapevole del mezzo di pagamento più vantaggioso. Tutti gli inviti a rimuovere i profili di scorrettezza hanno avuto esito positivo con conseguente cessazione delle pratiche commerciali contrarie alle disposizioni del Codice del Consumo.

L'attività del *Contact Center* è stata valutata positivamente anche dal Ministero per la Pubblica Amministrazione e l'Innovazione. La Direzione ha infatti conseguito il riconoscimento previsto dal Concorso “Premiamo i risultati” - indetto dal citato Ministero - per aver raggiunto tutti gli obiettivi pianificati nel 2009. In secondo luogo, assumono rilievo i risultati ottenuti dal *Contact Center* - pubblicati mensilmente sul sito *internet* dell'Autorità - relativamente alla *customer satisfaction*: nel 2010 l'indice di gradimento dei cittadini che si sono rivolti al numero verde dell'Antitrust si è attestato al 91%. La rilevazione di questi dati continua a essere effettuata nell'ambito dell'Iniziativa “Mettiamoci la faccia” - promossa dal Ministero per la Pubblica Amministrazione e l'Innovazione - la cui partecipazione consente, attraverso i giudizi espressi dai consumatori, di avere rendiconti periodici utili al miglioramento dei servizi della pubblica amministrazione in generale e dell'Autorità, in particolare, per una tutela sempre più mirata ed efficace degli interessi dei consumatori.

3. I principali interventi nei diversi settori economici

ENERGIA E GAS

Nei settori energetici (*fornitura di energia elettrica e gas*), le istruttorie chiuse nel 2010 in materia di tutela del consumatore hanno interessato due principali ambiti di intervento, relativi, rispettivamente, ai messaggi che pubblicizzano offerte dirette al mercato libero e al rapporto post-vendita tra fornitore e consumatore.

Le istruttorie relative alle comunicazioni pubblicitarie nei settori energetici si inseriscono nel solco dell'azione dell'Autorità iniziata nel 2008, ossia pochi mesi dopo la completa liberalizzazione delle forniture di energia elettrica e al momento della proliferazione delle offerte - e quindi delle comunicazioni pubblicitarie - destinate ai

clienti domestici ed ai professionisti di minori dimensioni (liberi professionisti, esercizi commerciali, piccole attività imprenditoriali).

Nei provvedimenti adottati, l'Autorità ha ribadito i principi stabiliti nelle sue precedenti delibere, ossia la necessità, pur nei limiti del mezzo di comunicazione impiegato, di riportare in forma chiara e completa gli elementi a cui il prezzo pubblicizzato si riferisce: è noto infatti che il costo complessivo della fornitura di energia elettrica e gas si compone di varie componenti, alcune dette di "sistema" e determinate dal regolatore, altre invece lasciate alla libera determinazione dell'operatore, ancorché dipendenti dai costi da questo sostenuti. I requisiti di chiarezza e completezza impongono al professionista di specificare, nelle proprie comunicazioni commerciali, le componenti incluse nel prezzo pubblicizzato, in particolare precisando che lo "sconto" o il "prezzo bloccato" offerti si riferiscono solo ad una quota dei costi complessivi che il consumatore o il professionista destinatario dell'offerta sosterranno in bolletta; analoghi requisiti valgono per offerte che includono bonus gratuiti.

Alcuni interventi istruttori nei settori energetici hanno riguardato il rapporto tra consumatore e professionista nella fase successiva alla sottoscrizione del contratto di fornitura, interessando aspetti relativi agli oneri per il cambiamento della tipologia di fornitura (da non residenziale a residenziale) ovvero il trattamento dei reclami relativi a bollette relative a consumi stimati in eccesso rispetto a quelli effettivi. Alcune istruttorie si sono chiuse con l'accettazione da parte dell'Autorità degli impegni proposti dalle imprese, in quanto idonei a determinare significativi miglioramenti - dal punto di vista del consumatore - delle procedure adottate dal fornitore e riduzioni degli oneri connessi ad alcuni servizi accessori, quali la modifica della tipologia di fornitura.

EON ENERGIA – PREZZO BLOCCATO (PER LA CLIENTELA BUSINESS), EON ENERGIA - PREZZO BLOCCATO (PER LA CLIENTELA DOMESTICA)

I messaggi esaminati dall'Autorità nei due casi che hanno interessato la società EON Energia erano relativi a due offerte parallele ma distinte per la clientela business e per la clientela domestica, entrambe incentrate su *claim* di "prezzo bloccato per 2 anni" e di bonus di energia "gratis". I messaggi, diffusi sul sito internet della società e a mezzo stampa, riportavano con scarsa evidenza il fatto che l'offerta bloccava il prezzo della sola componente energia, non riportando peraltro alcuna indicazione, pur se approssimativa, dell'incidenza di tale limitazione sul costo complessivamente sostenuto dal cliente in bolletta per la fornitura di energia elettrica e/o gas. L'Autorità ha ritenuto ingannevoli anche le modalità con cui nei messaggi sono state riportate le condizioni di fruibilità del

bonus di energia offerto gratuitamente: dalle risultanze istruttorie, infatti, è emerso che dall'offerta erano esclusi gli esborsi corrispondenti ai costi di trasporto e di dispacciamento, alla quota di vendita al dettaglio e agli oneri fiscali, (c.d. voci passanti), pari a circa il 35% del costo complessivo, in quanto il *bonus* si riferiva solo alla componente energia che, come già rilevato, rappresenta una parte del costo complessivo.

Per tali motivi l'Autorità nel procedimento *EON ENERGIA - PREZZO BLOCCATO (PER LA CLIENTELA BUSINESS)* ha ritenuto che i messaggi diffusi dal professionista costituissero una pubblicità ingannevole ai sensi degli articoli 1, 2 e 3 del Decreto infliggendo una sanzione pecuniaria di 65 mila euro.

Nel caso *EON ENERGIA - PREZZO BLOCCATO (PER LA CLIENTELA DOMESTICA)* l'Autorità ha considerato che la pratica commerciale la pratica commerciale posta in essere da E.ON Energia costituisse, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, 21 comma 1, lettera *d*), 22, comma 1, e 23, lettera *v*), del Codice del Consumo ed ha irrogato una sanzione pari a 65 mila euro.

EXERGIA - FORNITURA AD ENTI PUBBLICI SENZA GARA

In altro procedimento nello stesso settore, è stata contestata alla società Exergia l'ingannevolezza di un messaggio pubblicitario, destinato alle pubbliche amministrazioni, secondo il quale l'individuazione di Exergia, a seguito di gara indetta dall'Acquirente Unico, come fornitore del servizio di salvaguardia avrebbe dato agli enti pubblici la possibilità di scegliere lo stesso fornitore anche per il mercato libero, senza l'indizione di apposita procedura ad evidenza pubblica. Tale affermazione non trovava tuttavia alcun riscontro nella normativa vigente, come sottolineato anche, nella segnalazione all'Autorità che ha dato origine al procedimento istruttorio, dall'Autorità per l'Energia Elettrica ed il Gas (AEEG) in relazione ad analoga affermazione contenuta nel sito internet della società.

Per la violazione degli articoli 1, 2 e 3 del d.lgs. n. 145/2007 Exergia è stata sanzionata per 80 mila euro.

ENEL ENERGIA - GESTIONE RECLAMI CONSUMI, ENEL ENERGIA-ONERI PASSAGGIO AD UTENZA RESIDENZIALE

Nel 2010 l'Autorità ha concluso due procedimenti istruttori concernenti pratiche commerciali scorrette relative alla gestione del rapporto fornitore-consutatore nella fase