

Tra le novità di particolare rilievo si ricorda l'introduzione, tra le motivazioni dell'archiviazione in fase pre-istruttoria, sia del non luogo a provvedere perché quanto segnalato non rientra nelle priorità di intervento dell'Autorità, in ragione degli obiettivi di razionalizzazione, efficacia ed economicità dell'azione amministrativa, sia dell'archiviazione perché quanto segnalato rientra nel c.d. *de minimis*. Entrambe queste soluzioni, nel rispetto del principio di buona amministrazione, contribuiscono a rendere, da un lato, più efficiente la gestione delle numerosissime segnalazioni che ogni anno l'Autorità riceve e, dall'altro, più efficace il suo intervento. L'obiettivo è quello di consentire all'Autorità di concentrare la propria attività istruttoria verso quelle fattispecie ritenute significative, anche alla luce delle segnalazioni pervenute, per il miglior perseguimento dell'interesse pubblico affidatole dal legislatore. L'Autorità, in particolare, è chiamata a tutelare oltre alla concorrenza e al mercato anche il consumatore inteso come entità cui è attribuito un ruolo specifico nei processi di mercato.

Con riguardo alle clausole vessatorie, il regolamento disciplina all'articolo 21, comma 5, le modalità di consultazione dei soggetti indicati nell'articolo 37-bis del codice del consumo, attraverso la creazione di un apposita sezione del sito internet istituzionale dell'Autorità. In particolare, entro 30 giorni dall'avvio dell'istruttoria, il responsabile del procedimento provvede alla pubblicazione, in un'apposita sezione del sito internet dell'Autorità, di un comunicato nel quale vengono riportate le informazioni utili ai fini della consultazione. Entro il termine perentorio di trenta giorni i soggetti ammessi alla consultazione possono far pervenire per iscritto i loro commenti.

Tra i soggetti legittimati a partecipare alla consultazione, accanto alle associazioni di categoria rappresentative dei professionisti e alle camere di commercio o loro unioni, il regolamento contempla anche le associazioni di consumatori inserite nell'elenco di cui all'articolo 137 del Codice del Consumo. Un ulteriore elemento di novità è rappresentato dalla predisposizione di un apposito formulario per agevolare le imprese nella presentazione delle domande di interpello. Nel regolamento vengono altresì precisati i casi di interruzione del termine di 120 giorni, entro il quale l'Autorità deve provvedere sull'interpello, quando le informazioni fornite sono gravemente inesatte incomplete o non veritiere ovvero viene disposta un'estensione dell'oggetto dell'interpello. Infine, per garantire maggiore certezza alle imprese che ricorrono a quest'istituto l'articolo 22, comma 6, del regolamento prevede che "decorso i 120 giorni la clausola deve ritenersi approvata".

2. I PRINCIPALI INTERVENTI NEI DIVERSI SETTORI ECONOMICI

Energia elettrica e gas

Nel settore energetico (fornitura di energia elettrica e gas), le istruttorie chiuse nel 2012 in materia di tutela del consumatore si sono concentrate sul fenomeno delle così dette attivazioni di forniture non richieste e su quello delle offerte di tariffe scontate.

Sono state concluse due istruttorie nei confronti delle società Eni ed E.On relative alle modalità di acquisizione dei clienti sia nel mercato delle forniture di energia elettrica che nel mercato del gas. Le indicate istruttorie, in linea con l'azione che l'Autorità ha intrapreso a partire dal 2008, dopo la completa liberalizzazione delle forniture di energia elettrica, ovvero al momento della nascita di offerte commerciali destinate a clienti residenziali e ad operatori professionali, hanno analizzato i comportamenti tenuti dai due operatori nell'acquisizione della nuova clientela sia attraverso il canale degli agenti c.d. porta a porta, sia attraverso il c.d. canale del teleselling. Sul medesimo tema, inoltre, nel corso del 2012 l'Autorità ha avviato e portato a termine due procedimenti di inottemperanza nei confronti, rispettivamente, della società GDF Suez Spa (ex Italcogim) e della società Sorgenia Spa.

Riguardo alle attivazioni non richieste è intervenuta con la delibera n. 153/2012/R/COM, anche l'Autorità di regolamentazione di settore che ha approvato una serie di disposizioni per contrastare la diffusione di pratiche scorrette da parte di venditori di energia elettrica e gas naturale consistenti nell'indurre i clienti finali a concludere contratti di fornitura in realtà non voluti (contratti non richiesti) ovvero nell'eseguire i predetti contratti, acquisendo il relativo diritto di far prelevare energia presso il punto di prelievo del cliente finale, mediante l'attivazione delle cd. procedure di *switching*. In particolare, l'AEEG ha deliberato l'adozione da parte dei professionisti del settore di misure minime obbligatorie sia "*preventive*", consistenti in un rafforzamento degli adempimenti dei venditori in sede di conclusione del contratto con il cliente finale, al fine di prevenire il fenomeno dei contratti e delle attivazioni non richiesti, che "*ripristinatorie*", consistenti nella definizione di una specifica procedura di gestione delle controversie in materia, volte a minimizzare gli oneri per i soggetti che ne siano involontariamente coinvolti.

Le previsioni di cui alla delibera citata si pongono come onere minimo che gli operatori sono tenuti a rispettare nell'approccio con i consumatori per proporre i contratti di fornitura energia elettrica e/o gas e si raccordano con gli interventi portati avanti dall'Autorità sul tema.

Il 13 settembre 2012 è stata istituzionalizzata con la firma di un protocollo d'intesa la collaborazione, peraltro già esistente, tra l'Autorità garante della concorrenza e del mercato e l'Autorità per l'energia elettrica e il gas.

ENI - ATTIVAZIONE NON RICHIESTA

I comportamenti sottoposti a verifica dall'Autorità nel caso che ha interessato la società Eni consistono nell'attivazione di forniture di energia elettrica e/o gas naturale, finalizzate all'acquisizione di clientela residenziale nel mercato libero, con le seguenti modalità: attivazione in assenza di sottoscrizione o in virtù di firme falsificate, comunicazione di informazioni ingannevoli al fine di ottenere la sottoscrizione dei contratti, imposizione di ostacoli all'esercizio del diritto di recesso.

L'Autorità, sulla base dei dati acquisiti nello svolgimento degli approfondimenti istruttori, ha ritenuto le pratiche commerciali esaminate non scorrette in quanto dagli atti dell'istruttoria è emerso che Eni, già nel periodo antecedente l'avvio di istruttoria aveva implementato un efficace sistema di verifica e controllo sull'operato degli agenti volto ad evitare il verificarsi delle condotte oggetto di contestazione, ed aveva realizzato un sistema di gestione dei reclami idoneo ad evitare che i consumatori fossero destinatari di fatture per consumi di energia elettrica o gas naturale mai richiesti.

E.ON - ATTIVAZIONI NON RICHIESTE

In altro procedimento nello stesso settore l'Autorità ha contestato alla società E.ON Energia Spa, l'attivazione di forniture non richieste a) di energia elettrica e b) di gas naturale, con le seguenti modalità: attivazione di servizi in assenza di sottoscrizione o in base a firme falsificate, attraverso i propri agenti commerciali (canale c.d. porta a porta e teleselling outbound); comunicazione di informazioni ingannevoli al fine di ottenere la sottoscrizione di contratti, tramite visite a domicilio (c.d. porta a porta) ovvero mediante contatti telefonici (c.d. teleselling outbound), fornendo ai potenziali clienti informazioni ingannevoli inerenti l'identità del professionista, lo scopo della visita o della telefonata nonché le obbligazioni derivanti dal contratto. L'Autorità, sulla base dei dati acquisiti nello svolgimento degli approfondimenti istruttori, ha ritenuto le pratiche commerciali scorrette ai sensi degli articoli 20, 21, 22, 24, 25, lettera a), e 26, lettera f), del Codice del Consumo, ne ha vietato l'ulteriore diffusione ed ha irrogato una sanzione amministrativa pecuniaria pari a 40 mila euro per la pratica relativa all'attivazione non richiesta di fornitura di energia elettrica e pari a 20 mila euro per la pratica relativa all'attivazione non richiesta di fornitura di gas naturale.

ITALCOGIM ENERGIE - ATTIVAZIONI NON RICHIESTE

Nel giugno 2012 l'Autorità ha concluso un procedimento istruttorio volto a valutare la reiterazione da parte della società delle pratiche commerciali oggetto del provvedimento n. 21916 del 15 dicembre 2010, con il quale l'Autorità aveva deliberato la

scorrettezza delle pratiche commerciali poste in essere dal professionista con riferimento a) alla fornitura di energia elettrica ad utenze domestiche, b) alla fornitura di gas ad utenze domestiche, consistenti nell'aver fornito informazioni non rispondenti al vero, inesatte o incomplete e nell'aver omesso informazioni rilevanti in ordine alla natura ed alle qualifiche di Italcogim o dei suoi agenti, ovvero nell'aver fornito informazioni non corrette in ordine al prezzo ed alle caratteristiche del servizio offerto, nonché nel non aver dato seguito ai reclami presentati dagli utenti.

Nel corso del 2011 erano pervenute numerose segnalazioni che lamentavano attivazioni non richieste di forniture sia di energia elettrica che di gas da parte della società Italcogim Energie Spa (successivamente GDF Suez Energie Spa). Pertanto l'Autorità con provvedimento n. 23190 dell'11 gennaio 2012, ha contestato a GDF Suez Energie Spa di aver violato la delibera n. 21916 del 15 dicembre 2010.

Nel corso del procedimento è emerso che una parte non irrilevante delle segnalazioni pervenute non corrispondevano a “*contratti [...] sottoscritti dai clienti (o comunque non inseriti a sistema)*”, ciò nonostante sulla base del complesso delle circostanze desumibili dagli atti del fascicolo, si è ritenuto che il fenomeno delle attivazioni e dei contratti non richiesti nel periodo preso in considerazione non presentasse quegli elementi di sporadicità che avrebbero consentito di ridurre la rilevanza all'ambito del disagio fisiologico. D'altro canto, valutando l'andamento diacronico delle segnalazioni, sia di quelle pervenute direttamente che di quelle trasmesse dall'AEEG, e tenuto conto della scansione temporale degli interventi di implementazione da parte di GDF Suez Energie Spa per porre un argine concreto al problema di cui trattasi, l'Autorità ha irrogato una sanzione corrispondente al minimo edittale previsto dalla legge.

SORGENIA-FORNITURA NON RICHESTA

Con provvedimento n. 20364 del 7 ottobre 2009, l'Autorità aveva deliberato che fossero scorrette le pratiche commerciali poste in essere da Sorgenia Spa nei confronti di utenti domestici consistenti nell'attivazione non richiesta di a) fornitura di energia elettrica e b) fornitura di gas naturale, attuate attraverso:

- (i) l'attivazione dei servizi in assenza di qualsiasi sottoscrizione del contratto o manifestazione di volontà in tal senso da parte dei consumatori o in virtù di firme asseritamente falsificate;
- (ii) l'imposizione di ostacoli all'esercizio del diritto di recesso;
- (iii) la comunicazione di informazioni ingannevoli, da parte degli agenti di vendita recatisi presso il domicilio dei consumatori, in ordine all'identità e all'ambito di attività del professionista nonché a presunti vantaggi di prezzo, al fine di ottenere la sottoscrizione dei contratti.

Sulla base di segnalazioni pervenute a partire dal mese di gennaio 2010, una parte consistente delle quali trasmessa all'Autorità dall'Autorità per l'Energia Elettrica ed il

Gas, l’Autorità ha contestato a Sorgenia con provvedimento n. 23417 del 21 marzo 2012, di aver violato la precedente delibera n. 20364 del 7 ottobre 2009.

Sulla base del complesso delle circostanze desumibili dagli atti acquisiti nel corso dell’istruttoria, tuttavia l’Autorità ha ritenuto che, allo stato, non sussistessero elementi univoci sufficienti a far ritenere che i comportamenti del professionista avessero integrato un’ipotesi di inottemperanza alla delibera n. 20364 del 7 ottobre 2009 e pertanto, con il provvedimento n. 24128 del 19 dicembre 2012, ha deliberato il non luogo a provvedere sulla fattispecie esaminata.

Industria e commercio elettronico

L’attività dell’Autorità nel 2012 nel settore industriale-manifatturiero ha riguardato un’ampia gamma di prodotti e molteplici tipologie di pratiche commerciali scorrette. Di particolare rilievo sono stati gli interventi in materia di vendite on line e di presentazione dei prodotti tramite i siti web.

Nel settore del c.d. “e-commerce” l’Autorità è intervenuta con più procedimenti istruttori ed in particolare in collaborazione con il Gruppo Antitrust del Nucleo Speciale Tutela Mercati della Guardia di Finanza, ha, in un caso, richiesto agli intermediari che offrono servizi di connessione, trasmissione ed immagazzinamento dei dati, ovvero che ospitano un sito sulle proprie strutture informatiche, un comportamento attivo volto ad impedire, o porre fine alle violazioni commesse dall’operatore di commercio elettronico nei cui confronti era stato avviato un procedimento per la valutazione dei comportamenti tenuti nei confronti dei consumatori acquirenti consistenti nell’omessa consegna dei prodotti ordinati e pagati all’atto dell’acquisto via web. La base normativa di tali interventi è stata ravvisata negli articoli 14, 15 e 16 del D.lgs. 9 aprile 2003, n. 70, di attuazione della direttiva 2003/31/CE relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell’informazione nel mercato interno, con particolare riferimento al commercio elettronico. Più nel dettaglio, le norme richiamate prevedono la possibilità di esigere l’impedimento o la cessazione delle violazioni da parte, rispettivamente, di coloro che svolgono attività di “*Mere conduit*” (connessione e trasmissione delle informazioni), di memorizzazione (automatica, intermedia e temporanea) “*Caching*” finalizzata a rendere più efficace l’inoltro delle informazioni ai richiedenti, e di memorizzazione stabile delle informazioni “*Hosting*” su incarico del fornitore di servizi.

Con specifico riferimento alla presentazione dei prodotti tramite i siti web l’Autorità è poi intervenuta valutando come pratica commerciale scorretta l’utilizzo, quale nome a dominio, di un marchio da parte di un operatore privo della titolarità all’utilizzo del marchio stesso.

UTILIZZO ILLECITO MARCHIO BILIARDI MARI

Il procedimento ha riguardato il comportamento posto in essere dall'impresa individuale Biliardi Cavicchi, professionista attivo nello stesso settore della società titolare del marchio Biliardi Mari, consistente nella registrazione ed utilizzazione del nome a dominio *biliardimari.it* pur senza disporre della titolarità del marchio *Biliardi Mari*, attualmente di proprietà della società Restaldi, né di alcuna esclusiva e/o accordo di vendita relativo ai prodotti Mari, né di rapporti commerciali antecedenti e/o successivi al fallimento della società Biliardi Mari. In particolare il marchio *Biliardi Mari*, depositato nel 2004, registrato dalla società Biliardi Mari nel 2008 e facente parte dei cespiti relativi al fallimento di quest'ultima, è costituito "dalla parola *Biliardi Mari*, in qualsiasi dimensione, colore e carattere di stampa", ed è attualmente nella piena disponibilità della società Restaldi, venutane in possesso a seguito di assegnazione effettuata dal curatore fallimentare della società Biliardi Mari.

La circostanza che la registrazione ed utilizzazione di un nome a dominio corrispondente ad un marchio registrato che connota prodotti di terzi possa ingenerare confusione nel pubblico è agevolmente prevedibile da parte di un'impresa operante nello stesso mercato.

L'Autorità, pertanto, ha ritenuto la pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, 21, comma 1, lettera *f*), e 23, lettera *o*), del Codice del Consumo, ed ha irrogato all'impresa individuale Biliardi Cavicchi una sanzione amministrativa pecuniaria di 10 mila euro.

PRIVATE OUTLET - MANCATA CONSEGNA

Il procedimento ha riguardato i comportamenti posti in essere dalle società Private Outlet Srl e Private Outlet Sas attraverso il sito *internet www.privateoutlet.it* che veniva reindirizzato al sito *www.privateoutlet.com*. I comportamenti, contestati ai professionisti sulla base delle numerose segnalazioni pervenute all'Autorità, si sono sostanziati: a) nell'aver fornito ai consumatori informazioni non veritiere in merito ai tempi di consegna dei prodotti offerti in vendita attraverso *internet*; b) nell'aver opposto ostacoli all'esercizio di diritti contrattuali da parte dei consumatori; c) nell'aver invitato all'acquisto di prodotti ad un determinato prezzo, senza rivelare l'esistenza di prevedibili ragioni ostative alla fornitura degli stessi a quel prezzo, entro un periodo di tempo ed in quantità ragionevoli in rapporto al prodotto, alla natura e alle modalità della promozione ed al prezzo cui i prodotti venivano offerti. In particolare, numerosi consumatori avevano segnalato la mancata o tardiva consegna, rispetto ai termini previsti dalle condizioni contrattuali, dei prodotti acquistati *on line* e pagati al momento dell'accettazione dell'ordine. Alcuni consumatori avevano riferito di aver chiesto la risoluzione del contratto, a seguito della infruttuosa decorrenza dei termini contrattuali per la consegna, e di non aver ottenuto la restituzione del prezzo. Molti dei segnalanti avevano poi lamentato una generalizzata difficoltà di interagire con i professionisti, sia attraverso le linee telefoniche indicate nel sito, sia attraverso l'indirizzo *e-mail*, sia tramite l'apposito *form* messo a disposizione dei

consumatori per comunicazioni con il venditore. Talvolta, secondo quanto riferito dai segnalanti, sarebbero stati forniti codici di tracciabilità della spedizione inesistenti o, comunque, non riconosciuti dal corriere. In alcuni casi i consumatori hanno affermato di aver ricevuto prodotti non conformi a quanto ordinato (ad es.: capi di abbigliamento di modello o di taglia diversa da quella richiesta) e di non essere riusciti ad ottenere la sostituzione degli stessi né la restituzione del prezzo.

Sulla base degli atti acquisiti al fascicolo istruttorio anche grazie alla collaborazione del Gruppo Antitrust del Nucleo Speciale Tutela dei Mercati della Guardia di Finanza, l'Autorità, con provvedimento n. 24115 del 21 dicembre 2012, ha irrogato: relativamente alla pratica a), una sanzione di 10 mila euro alla società Private Outlet Srl e una sanzione di 30 mila euro alla società Private Outlet Sas; relativamente alla pratica b), una sanzione di 20 mila euro alla società Private Outlet Srl e una sanzione di 60 mila euro alla società Private Outlet Sas; relativamente alla pratica c), una sanzione di 20 mila euro alla società Private Outlet Srl e una sanzione di 60 mila euro alla società Private Outlet Sas.

Sostanzialmente per gli stessi motivi di cui al citato procedimento Private Outlet, ovvero per aver pubblicizzato sui rispettivi siti internet prodotti in vendita on-line, poi non consegnati, e rispetto ai quali non è stato riconosciuto agli acquirenti alcun rimborso né alcun diritto post vendita, così come previsti e disciplinati dal Codice del Consumo, l'Autorità ha irrogato sanzioni a diverse società.

In particolare, alla società Granbazaar Srl, con provvedimento n. 23721 del 11 luglio 2012, l'Autorità ha irrogato, per aver fornito ai consumatori, attraverso il sito *www.granbazaar.it*, informazioni non veritiere in merito alla disponibilità dei prodotti ed ai tempi di consegna, omettendo altresì di restituire il prezzo dei beni acquistati a seguito della mancata consegna dei prodotti stessi, una sanzione di 250 mila euro e per aver fornito ai consumatori indicazioni non corrette in merito alla garanzia legale di conformità, una sanzione di 20 mila euro.

Al Sig. Loris Costa, titolare dell'impresa individuale Future Show, con provvedimento n. 23919 del 27 settembre 2012, l'Autorità ha irrogato, per le indicazioni fornite circa la disponibilità ed i tempi di consegna dei prodotti offerti in vendita *online* attraverso il sito *www.future-show.it*, una sanzione di 50 mila euro e per i comportamenti conseguenti ai reclami ed alle richieste di rimborso del prezzo inoltrati dai consumatori per la mancata consegna dei prodotti ordinati e regolarmente pagati, una sanzione di 50 mila euro.

Alla società E.M.G. Srl, con provvedimento n. 23920 del 27 settembre 2012, l'Autorità ha irrogato: i) per aver fornito ai consumatori, tramite i siti *internet www.emg-srl.com* e *www.marygame.it*, informazioni non veritiere in merito alla disponibilità dei prodotti ed ai tempi di consegna degli stessi, una sanzione di 80 mila euro; ii) per aver fornito ai consumatori indicazioni non corrette in merito al contenuto di taluni diritti loro attribuiti dalla normativa vigente, una sanzione di 10 mila euro; iii) per aver opposto ostacoli all'esercizio di diritti contrattuali da parte dei consumatori, una sanzione di 80 mila euro; iv) per aver prospettato la promozione di azioni legali manifestamente infondate nei

confronti dei consumatori insoddisfatti che avevano pubblicato *feedback* negativi su *internet*, una sanzione di 30 mila euro.

Comunicazioni

L'esigenza di coniugare le finalità istituzionali di tutela dei consumatori e della concorrenza ha indirizzato l'intervento dell'Autorità verso quelle pratiche che hanno ridotto la mobilità dei consumatori minando lo sviluppo e la fiducia nei mercati liberalizzati, quali da un lato gli ostacoli al recesso e dall'altro l'acquisizione di nuovi clienti con condotte ingannevoli. Nel settore delle TLC, peraltro, esiste una speciale responsabilità degli operatori funzionale al buon esito delle procedure di migrazione. In concreto, tale responsabilità non può che tradursi nell'adozione di uno standard di diligenza rafforzato, da cui discende la necessità di implementare misure e cautele idonee a garantire che il favor espresso dal legislatore nei confronti del diritto di migrazione non si traduca in una mera petizione di principio.

Rispetto agli anni precedenti l'Autorità ha esteso la propria attività istruttoria a settori più specifici e complessi, al passo con un'evoluzione tecnologica che ha registrato un aumento esponenziale dell'utilizzo di apparecchiature quali *smartphone* e *tablet*. L'ingresso delle nuove tecnologie nel settore delle TLC, infatti, se ha aumentato i canali di comunicazione e diffusione delle informazioni, ha anche comportato la moltiplicazione di nuovi operatori fornitori di contenuti digitali (CSP - *Content Service Provider*) e di loro intermediari. Alcuni di essi approfittano del successo di mercato delle nuove apparecchiature e dell'incauto (a volte) utilizzo delle stesse da parte dei consumatori per diffondere pratiche commerciali sempre più insidiose.

Ne sono un esempio gli interventi nei settori già consolidati della fornitura in abbonamento di contenuti multimediali per cellulari (c.d. servizi *premium*), proposti in modo ingannevole sotto forma di premi, concorsi o test di intelligenza. La continua evoluzione tecnologica che caratterizza *internet* e il *web* ha comportato, infatti, l'ampliamento dell'indagine istruttoria a nuovi strumenti di aggancio del consumatore quali, ad esempio, i *banner* pubblicitari, pubblicati sui siti *web* o sui portali accessibili via *wap* tramite le apparecchiature mobili a ciò abilitate.

Ha rappresentato una nuova area di intervento, invece, la commercializzazione di servizi associati all'acquisto di *sim card*. Le istruttorie avviate nei confronti dei principali operatori di telefonia mobile hanno, infatti, evidenziato che alcuni servizi diversi da quelli "voce", quali la navigazione su *internet* e il servizio di segreteria telefonica, risultavano già attivati sulle *sim* acquistate dagli utenti e dovevano essere disattivati (*opt-out*) per non incorrere in pagamenti indesiderati. Confermando una prassi già consolidata, l'Autorità ha censurato tali modalità di commercializzazione.

Permane sul mercato il fenomeno della fatturazione di servizi successiva all'esercizio del diritto di recesso da parte dei consumatori, che ha interessato nei primi mesi del 2012 due procedimenti istruttori nel settore della telefonia fissa.

Si è confermata inoltre la necessità di vietare la diffusione di messaggi pubblicitari volti a promuovere tariffe estremamente vantaggiose senza menzionarne i vincoli di durata e gli obblighi derivanti dal loro mancato rispetto.

L'Autorità ha, invece, accolto gli impegni presentati da un professionista che aveva elaborato un sistema di donazione benefica, basata tuttavia sulla decurtazione del credito telefonico degli utenti senza il loro consenso. L'introduzione di specifici sms informativi e di comunicazioni chiare e complete indirizzate dalla società ai principali canali distributivi ha, infatti, indotto l'Autorità a ritenere che gli impegni proposti fossero idonei a sanare i profili inizialmente contestati.

La verifica dell'ottemperanza ai provvedimenti dell'Autorità, sia sanzionatori che conclusi senza accertamento di infrazione con l'accettazione di impegni, rappresenta un passaggio centrale ai fini della misura dell'efficacia dell'intervento amministrativo volto a promuovere un fluido e corretto funzionamento dei mercati. In settori come quello delle telecomunicazioni, infatti, la forza deterrente della sanzione può risultare affievolita rispetto agli immediati ed ingenti profitti ricavabili da una base di utenti estremamente ampia e sensibile alle promozioni commerciali e reiterare una condotta illecita ai sensi del Codice del Consumo può risultare estremamente proficua. Tali condotte sono da considerarsi, sotto un certo punto di vista, più gravi di quelle originariamente vietate ed in tal senso va letta la modifica normativa che ha innalzato il tetto massimo della sanzione amministrativa per tali fattispecie, equiparandola alle pratiche commerciali scorrette. In tale ambito due procedimenti istruttori hanno accertato l'inottemperanza dei professionisti interessati a precedenti provvedimenti sanzionatori dell'Autorità.

Con riferimento al settore televisivo, l'Autorità ha esteso l'accertamento istruttorio sui temi della contrattazione a distanza tramite contatto telefonico (cd. teleselling) e degli ostacoli al recesso, filoni già consolidati nell'ambito della telefonia, anche ai principali operatori attivi nel settore della pay tv. In particolare, in materia di contrattazione a distanza, l'Autorità ha ribadito che anche l'offerta di servizi televisivi sempre più complessi ed articolati, proposta attraverso l'ausilio della comunicazione telefonica, impone il rispetto di rigorosi canoni di diligenza in grado di coniugare tale strumento, che per sua natura pone il consumatore in posizione di debolezza, con l'esigenza di chiarezza e ponderazione della proposta commerciale. L'operatore che utilizzi tale strumento negoziale come canale di vendita dei propri servizi al pubblico non può non tenere conto delle sue peculiarità, della particolare esigenza di protezione del contraente debole nonché delle responsabilità (in eligendo e in vigilando) dei call center esterni, affidatari di mansioni generalmente svolte dallo stesso professionista).

Anche gli ostacoli al recesso sono stati oggetto di accertamento istruttorio da parte dell'Autorità. In particolare, l'indagine ha evidenziato l'esistenza di ostacoli non

contrattuali, onerosi e sproporzionati posti in essere dal professionista, all'esercizio del diritto degli utenti a recedere dai servizi televisivi.

Servizi di fornitura di contenuti digitali

ATTIVAZIONE INCONSAPEVOLE DI SERVIZI PREMIUM.

Nell'ambito della fornitura di servizi a pagamento di contenuti digitali, l'attività istruttoria ha riguardato pratiche commerciali scorrette consistenti nell'attivazione non richiesta di servizi c.d. premium promossi tramite internet, con i canali web o wap, o attraverso l'invio di sms. I professionisti, infatti, nel pubblicizzare concorsi a premio, quiz e test di intelligenza con banner, pop up e link rinvenibili su siti internet durante la navigazione o inviando agli utenti sms promozionali, inducevano ad attivare in maniera inconsapevole servizi premium in abbonamento con la decurtazione automatica del credito disponibile sulla sim.

L'Autorità, pertanto, ha avviato cinque procedimenti istruttori, in relazione alle suddette condotte, ad esito dei quali ha accertato l'ingannevolezza di alcuni messaggi volti alla promozione di servizi per la fornitura di contenuti multimediali. In particolare, nel procedimento Messaggi dal 4882820 l'Autorità ha accertato la violazione degli articoli 20, 21, 22 e 26, lettera f) e h), del Codice del Consumo e ha comminato alle società Quizzone e Jet Multimedia Italia sanzioni pecuniarie per un totale di 160mila euro; con il procedimento David2-Servizi in abbonamento è stata verificata la violazione ai sensi degli articoli 20, commi 2 e 3, 21 e 22 del Codice del Consumo e l'Autorità, pertanto, ha comminato a David2 e al gestore telefonico coinvolto sanzioni pecuniarie per un totale di 180 mila euro; in relazione al procedimento Buongiorno-Promozione via Internet e via SMS l'Autorità ha accertato la violazione degli articoli 20, comma 2 e 3, 21 e 22 del Codice del Consumo e ha comminato a Buongiorno e all'operatore telefonico coinvolto sanzioni pecuniarie per un totale di 170mila euro; con il procedimento Tplus-Servizi non richiesti via SMS è stata verificata la violazione degli articoli 20, comma 2 e 3, 24, 25 e 26, lettera f), del Codice del Consumo ed è stata comminata a TPlus una sanzione amministrativa pari a 30 mila euro. Infine, in relazione al procedimento Flycell-Promozione via Internet e via SMS, l'Autorità, ritenendo gli impegni proposti dalle società Flycell e Acotel idonei a sanare i possibili profili di illegittimità della pratica commerciale esaminata, ha deliberato di chiudere il procedimento istruttorio senza accertare infrazioni. L'Autorità, inoltre, in considerazione della tipologia di questi servizi, ha ribadito in alcuni provvedimenti che le indicazioni carenti e poco chiare contenute nei messaggi circa le caratteristiche e i costi finali dei servizi pubblicizzati possono risultare particolarmente pregiudizievoli per il pubblico, in larga parte costituito da adolescenti.

Telefonia mobile

MODALITÀ DI ATTIVAZIONE DELLE SIM PRESSO I PUNTI VENDITA

Nel 2012, l'Autorità ha avviato quattro procedimenti istruttori (PS7000 - Tim; PS7001 - Vodafone; PS7002 - Wind; PS7003 - H3G) volti ad accertare l'esistenza di una pratica di commercializzazione di servizi, diversi da quelli voce, associati all'acquisto di una SIM, posta in essere dai maggiori operatori di telefonia mobile. L'Autorità ha rilevato che la circostanza che tali servizi fossero già attivati al momento dell'acquisto e potessero essere disattivati soltanto su richiesta (c.d. meccanismo di opt-out) esponeva i consumatori, in assenza di adeguati meccanismi di scelta consapevole, al rischio di utilizzare un servizio a pagamento non richiesto consultando la segreteria telefonica od interagendo con le funzionalità internet dell'apparecchio. Invero, il materiale promozionale posto a disposizione della clientela nei punti vendita, pur presentando indicazioni circa l'esistenza dei servizi in questione (segreteria telefonica e navigazione internet), risultava inadeguato e l'Autorità, pertanto, ha ritenuto che la pratica commerciale posta in essere dagli operatori risultasse aggressiva ai sensi degli articoli 24, 25 e 26, lettera f), del Codice del Consumo, comminando sanzioni da 120 mila a 300 mila euro.

PROMOZIONI INGANNEVOLI

La pubblicità di servizi di telecomunicazioni con modalità ingannevoli rappresenta un'area di intervento ricorrente nell'attività istruttoria dell'Autorità. Confermando la propria prassi giurisprudenziale, fondata sulla sensibile asimmetria informativa che caratterizza, in un ambito di tale complessità, i rapporti tra professionisti e consumatori, l'Autorità ha ritenuto che nella promozione di servizi di navigazione integrati con l'offerta di un tablet (Vodafone - durata contratto IPAD2) il professionista non abbia fornito ai consumatori informazioni essenziali in merito alla durata del vincolo contrattuale particolarmente prolungato (pari a trenta mesi) e all'esistenza di costi in caso di recesso anticipato. Tali omissioni sono state ritenute suscettibili di falsare in misura apprezzabile la valutazione del consumatore circa le reali condizioni economiche complessive e l'effettiva convenienza dell'offerta pubblicizzata. L'Autorità, pertanto, non ha accettato gli impegni offerti dal professionista disponendo una sanzione pari a 60 mila euro.

Nell'anno di riferimento l'Autorità ha, inoltre, accertato l'inottemperanza di H3G al provvedimento che aveva valutato come scorretta l'applicazione di un piano tariffario meno vantaggioso di quello inizialmente prescelto dall'utente, per il mancato rispetto di soglie mensili di traffico, non facilmente monitorabili ex ante, che determinavano una complessiva incertezza in ordine alle effettive condizioni economiche applicate per la fruizione dei servizi (H3G-Modifica tariffa), applicando una sanzione di 30 mila euro.

Telefonia fissa

OSTACOLI ALL'ESERCIZIO DI DIRITTI CONTRATTUALI

Nel settore della telefonia fissa l'Autorità è intervenuta nuovamente per sanzionare gli operatori che hanno frapposto ostacoli non contrattuali, onerosi e sproporzionati, all'esercizio del diritto dei consumatori a trasferire la propria utenza presso un altro operatore o a cessare servizi accessori (fattispecie rilevante ai sensi dell'articolo 25, lettera d), del Codice del Consumo).

In particolare, l'Autorità ha ritenuto che il buon esito della migrazione dipendesse in misura pressoché esclusiva dal comportamento degli operatori coinvolti. A questi ultimi sono, infatti, rimesse tutte le verifiche e gli adempimenti tecnici necessari al riguardo. Pertanto, sia l'assenza di informazioni precise sulle procedure di cessazione del servizio, sia la continuazione della fatturazione di servizi per i quali il consumatore ha chiesto la cessazione possono essere considerati un ostacolo non contrattuale all'esercizio di diritti contrattuali, quale il diritto di recesso.

Nel caso *TeleTu Ostacoli al recesso, Tiscali - Fatturazione post recesso*, l'Autorità ha comminato complessivamente sanzioni per 350 mila euro.

Nell'ambito del procedimento di inottemperanza *Fastweb - Apparati in casa d'utente*, l'Autorità ha accertato il permanere della pratica commerciale consistente in ostacoli frapposti dal professionista nelle modalità di restituzione degli apparati (ad esempio: hag, modem, videostation, etc.) forniti in comodato d'uso che, in caso di esercizio della facoltà di recesso da parte del consumatore, devono essere consegnati al fine di non incorrere nel pagamento di penali. In particolare, è emerso che Fastweb ha continuato ad addebitare in fattura penali per dispositivi non consegnati, a causa di impedimenti di tipo procedurale, e ad avanzare richieste di pagamento, anche tramite società di recupero crediti. Per tali motivi, pertanto, l'Autorità ha ritenuto che il comportamento posto in essere dal professionista costituisca inottemperanza al provvedimento PS/572 del 3 luglio 2008, comminando una sanzione pari a 100 mila euro.

Settore televisivo

CONTRATTAZIONE A DISTANZA E OSTACOLI AL RECESSO

Nel 2012, l'intervento dell'Autorità ha riguardato anche la materia della contrattazione a distanza e del teleselling posto in essere da società operanti nel settore televisivo della pay Tv (PS6213 Mediaset). In particolare, l'accertamento istruttorio ha evidenziato che il professionista, attraverso comunicazioni pubblicitarie diffuse tramite direct mailing, a mezzo stampa nonché spot televisivi e radiofonici andati in onda sulle principali emittenti televisive, aveva fornito informazioni ingannevoli in merito alla possibilità di fruire gratuitamente per un periodo di tempo limitato (tre o quattro mesi) di

canali televisivi Mediaset a pagamento, omettendo di precisare che l'adesione alla promozione avrebbe comportato l'adesione a un abbonamento valido per un anno con obbligo di recesso formale in caso di mancanza di interesse da parte del consumatore al termine del periodo di prova. Analoghe lacune informative avevano riguardato l'attività di *teleselling*, in ordine alle caratteristiche e alle condizioni economiche dei servizi televisivi a pagamento oggetto di promozione. L'Autorità ha, pertanto, sanzionato il comportamento del professionista comminando una sanzione di 120 mila euro.

Credito

Nel corso del 2012 l'Autorità ha monitorato la correttezza delle condotte e delle comunicazioni commerciali delle banche, degli operatori del settore del credito al consumo e dei servizi finanziari, nonché delle assicurazioni e dei servizi postali a valore aggiunto, consolidando i filoni istruttori di maggior interesse emersi nel corso degli ultimi anni ed approfondendo ulteriori tematiche divenute sempre più attuali alla luce del contesto economico e sociale.

Nello specifico, l'Autorità ha articolato la propria attività di *enforcement* della disciplina in materia di pratiche commerciali scorrette nel settore dei servizi bancari in una duplice prospettiva:

a) vigilando sulla correttezza delle condotte delle banche nell'ambito dei rapporti contrattuali, tanto alla luce dell'applicazione di spese non giustificate quanto in relazione agli ostacoli alla mobilità della clientela;

b) valutando la completezza e trasparenza delle promozioni commerciali e dell'informativa pre-contrattuale fornita ai consumatori per spingerli a scegliere i servizi offerti.

Sempre nell'ambito dei servizi bancari, un nuovo filone approfondito nel corso dell'anno di riferimento ha riguardato le pratiche basate sull'obbligo di abbinamento/commercializzazione congiunta (c.d. *tie-in*) di prodotti venduti dalla stessa banca, con particolare riferimento all'abbinamento di finanziamenti e mutui con assicurazioni o con conti correnti. Si tratta, infatti, di pratiche che hanno limitato la mobilità dei consumatori e che hanno conseguentemente prodotto effetti negativi sul dispiegarsi di adeguate dinamiche concorrenziali nei mercati interessati.

A tal proposito, occorre sottolineare che una recente modifica normativa (anche se non ha assunto rilievo per le valutazioni di scorrettezza delle pratiche oggetto dei procedimenti istruttori chiusi nel 2012) ha specificamente fissato una previsione di

scorrettezza confermando le preoccupazioni sulle pratiche in questione oggetto di contestazione².

Con riferimento, poi, al credito al consumo, l'Autorità è stata principalmente chiamata a valutare la corretta indicazione degli elementi essenziali da cui poter ricavare le condizioni economiche di erogazione dei finanziamenti e l'incidenza delle voci che partecipano alla determinazione dei costi complessivi degli stessi, riscontrando che in numerosi messaggi che riportavano alcuni esempi di prestiti non erano indicati chiaramente gli elementi essenziali da cui ricavare i costi complessivi ed effettivi del finanziamento.

Sempre nell'ambito del credito al consumo, l'Autorità è intervenuta sulla tematica delle c.d. "carte revolving", inibendo la predisposizione di contratti di finanziamento nella forma del prestito finalizzato all'acquisto di beni e servizi presso rivenditori convenzionati, senza informare adeguatamente i consumatori che la sottoscrizione del contratto comportava, altresì, una richiesta di concessione di linee di credito revolving a tempo indeterminato (caratterizzate generalmente da interessi mensili particolarmente elevati).

Inoltre, nel corso del 2012, è emersa la rilevanza, alla luce del periodo congiunturale negativo che sta vivendo il nostro Paese, di pratiche commerciali scorrette connesse con la difficoltà dei consumatori di far fronte alle proprie posizioni debitorie. In particolare, l'Autorità ha acceso un faro sulla scorrettezza dei comportamenti di società di consulenza che promuovono, in modo ingannevole, la possibilità di ridurre l'esposizione debitoria (sia privata che pubblica) dei consumatori (limitandosi - in effetti - a richiedere pagamenti anticipati per l'invio di documentazione generica), nonché sui comportamenti di alcune società di recupero crediti che tentavano di ottenere il pagamento di presunti crediti, spesso prescritti o inesigibili, minacciando i consumatori, per il tramite di studi legali, mediante fittizie citazioni in giudizio presso sedi di Giudici di Pace sistematicamente diverse da quelle competenti.

Riguardo al settore assicurativo, l'Autorità - nell'ambito delle proprie competenze - ha valutato la scorrettezza delle pratiche riconducibili ad alcune compagnie che sollecitavano il pagamento di polizze assicurative per le quali gli utenti avevano, in realtà, già manifestato validamente la propria volontà di recedere.

Per quanto concerne, infine, il settore dei servizi postali "liberalizzati", l'Autorità ha censurato alcune pratiche di inadeguata trasparenza e completezza informativa messe in essere da parte dell'ex monopolista Poste Italiane per accrescere i propri volumi di

² In particolare, il comma. 3-bis del nuovo art. 21 del Codice del Consumo recita: " *E' considerata scorretta la pratica commerciale di una banca, di un istituto di credito o di un intermediario finanziario che, ai fini della stipula di un contratto di mutuo, obbliga il cliente alla sottoscrizione di una polizza assicurativa erogata dalla medesima banca, istituto o intermediario* [Introdotta dall'art. 36-bis del decreto-legge 201/2011 convertito, con modifiche, dalla Legge 22 dicembre 2011, n. 214 recante "Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 6 dicembre 2011, n. 201, recante disposizioni urgenti per la crescita, l'equità e il consolidamento dei conti pubblici"] *ovvero all'apertura di un conto corrente presso la medesima banca, istituto o intermediario* [Introdotta dall'art.28, co.3, del decreto-legge 1/2012 convertito, con modifiche, dalla Legge 24 marzo 2012, n. 27 recante " Disposizioni urgenti per la concorrenza, lo sviluppo delle infrastrutture e la competitività"].

vendita di servizi a valore aggiunto (come quello denominato “*pacco celere internazionale*”), nonché la trasparenza, chiarezza e completezza delle promozioni rivolte ad operatori *business* (c.d. pubblicità business to business) per pubblicizzare l'affiliazione ad una rete di *franchising*.

Sweep in materia di “credito al consumo”

Nel settembre 2012 si è concluso lo *sweep* comunitario (avviato l'anno precedente) in materia di “credito al consumo”, svolto in Italia congiuntamente con la Banca d'Italia.

L'Autorità si è occupata degli illeciti individuati dalla Direttiva n. 29/2005/CE in materia di “*Pratiche commerciali sleali*”, mentre la Banca d'Italia si è occupata degli aspetti coperti dalla “*Consumer Credit Directive*” e dalla “*Distance Marketing of Financial Services Directive*”. In attuazione dell'iniziativa comunitaria, sono stati esaminati 15 siti internet: in 11 casi le informazioni pubblicizzate relativamente a prestiti personali e carte di pagamento “*revolving*” hanno richiesto interventi correttivi. A livello comunitario hanno partecipato allo *sweep* 28 Paesi, che hanno controllato 544 siti, correggendone 193, con una percentuale di siti che ora risultano in regola pari al 77% (contro il 30% che era risultato in regola con la normativa europea nel settembre 2011).

L'Autorità, in particolare, è intervenuta tramite varie iniziative di “*moral suasion*” che hanno riguardato:

a) l'utilizzo improprio della parola “risparmio”, riferita - ad esempio - alla semplice sostituzione di un piano di rimborso del debito (da cui può scaturire una riduzione dell'importo delle singole rate, ma non una riduzione dell'importo complessivo da rimborsare);

b) la presenza di indicazioni non pienamente chiare e comprensibili per i consumatori, con particolare riferimento ai costi complessivi ed effettivi delle carte che prevedono rimborsi rateali con applicazione di interessi.

I professionisti destinatari delle predette iniziative di *moral suasion* hanno modificato i messaggi pubblicitari oggetto di contestazione inseriti nei vari siti internet monitorati, coerentemente con le indicazioni dell'Autorità.

Banche, contratti di mutuo e conti correnti

BNL E CARDIF – POLIZZA COLLEGATA AL MUTUO

In un procedimento, avviato nei confronti della società Banca Nazionale del Lavoro Spa., Cardif Assicurazioni Spa e Cardif Assurances Risques Divers Sa, l'Autorità si è occupata di pratiche c.d. “leganti” (*tie-in*) aventi ad oggetto i contratti di mutuo ed assicurazione, contestando in particolare:

a) la pratica posta in essere dalla società Banca Nazionale del Lavoro, consistente nell'aver subordinato in molti casi la concessione di mutui all'obbligatoria sottoscrizione

da parte dei consumatori di polizze assicurative, emesse da società collegate (Cardif Assicurazioni e Cardif Assurances Risques Divers) a copertura dei rischi di decesso, invalidità permanente, inabilità temporanea totale, malattia grave e perdita d'impiego. Tutto ciò in contrasto con varie comunicazioni commerciali, materiale pubblicitario e documentazioni pre-contrattuali (e contrattuali) che indicavano il carattere "facoltativo" di tali coperture;

b) la pratica posta in essere dalla stessa Banca Nazionale del Lavoro e dalle predette società di assicurazione, consistente nell'aver fornito, all'interno delle condizioni generali delle polizze in questione, informazioni poco chiare e non intelligibili (ad esempio attraverso una complessa formula matematica) relativamente al "rateo di premio" rimborsabile nell'ipotesi di estinzione del mutuo prima della scadenza contrattuale (senza chiarire che -in caso di recesso- una porzione significativa della quota di tale premio non sarebbe stata, comunque, restituita a prescindere dal periodo residuo di ammortamento).

Le evidenze raccolte nel corso dell'istruttoria hanno confermato, avvalendosi della collaborazione del Gruppo Antitrust del Nucleo Speciale Tutela Mercati della Guardia di Finanza, la scorrettezza di entrambe le pratiche oggetto di contestazione anche alla luce dei risultati emersi da un apposito questionario indirizzato ad un campione dei consumatori interessati.

Nel provvedimento finale l'Autorità ha irrogato, relativamente alla pratica di cui al punto a), una sanzione pecuniaria pari a 200mila euro nei confronti della Banca Nazionale del Lavoro e, relativamente alla pratica di cui al punto b), una sanzione pecuniaria pari a 130mila euro nei confronti della stessa Banca, nonché di 100mila e di 80mila euro nei confronti delle due compagnie di assicurazione Cardif, trattandosi di professionisti che sono stati ritenuti corresponsabili, in concorso tra loro, delle condotte contestate.

INPDAP SURROGA ONEROSA

Nel corso del 2012 l'Autorità ha chiuso un procedimento nei confronti dell'INPDAP (ora INPS, per effetto di apposita previsione di legge), quale Ente previdenziale erogante mutui ipotecari agli iscritti alla *Gestione unitaria delle prestazioni creditizie e sociali*. La pratica oggetto di contestazione ha riguardato il perfezionamento delle operazioni di portabilità attiva di tali mutui in relazione all'imputazione a carico dei mutuatari, in difformità a quanto previsto dal disposto normativo, di determinati oneri economici.

Al riguardo, il decreto legge 31 gennaio 2007 n. 7, modificato prima dalla legge di conversione 2 aprile 2007 n. 40 e poi dalla legge 24 dicembre 2007 n. 244, ha introdotto nell'ordinamento varie disposizioni volte alla tutela dei consumatori ed alla promozione della concorrenza in materia di mutui concernenti le fattispecie della portabilità attiva, della portabilità passiva e della rinegoziazione, escludendo la possibilità di addebitare taluni costi a carico dei mutuatari³. Ad oggi l'intera disciplina è stata trasfusa nel nuovo

³ In particolare, l'art. 8 del D.L. 31 gennaio 2007, n. 7, cd. Decreto Bersani, come modificato dalla legge di conversione 2 aprile 2007, n. 40, rubricato "Portabilità del mutuo; surrogazione", dispone, al comma 3, che "È nullo ogni patto, anche posteriore alla stipulazione del contratto, con il quale si impedisca o si renda oneroso per il debitore l'esercizio della facoltà di surrogazione di cui al comma 1". L'articolo, alla