ALTROCONSUMO

Membro di Euroconsumers
Membro del Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti
Membro BEUC, Bureau Européen des Unions de Consommateurs
Membro di Consumers International

Milano, 14 maggio 2025

Oggetto: Audizione di Altroconsumo presso la X Commissione Attività produttive, commercio e turismo della Camera avente ad oggetto il DDL C. 1704 "Disposizioni in materia di destinazione di proventi derivanti dalla vendita di prodotti".

Altroconsumo, associazione di consumatori del CNCU, membro del Beuc e di Euroconsumers (organizzazione che raggruppa diverse organizzazioni di consumatori europee oltre ad Altroconsumo in Italia, Test Achat in Belgio, Ocu in Spagna e Deco in Portogallo) vuole portare all'attenzione della Commissione Attività produttive, commercio e turismo della Camera le sue osservazioni al DDL C.1704.

Il DDL in oggetto, nato per dare risposta alle note vicende di cronaca del Pandore Gate, rischia purtroppo di peggiorare il quadro normativo. Anche perché la fattispecie di cui si occupa, le scorrettezze relative alle comunicazioni dati ai consumatori sulla destinazione per finalità benefiche di parte dei proventi realizzati con la vendita di prodotti, rientra nella definizione di pratiche scorrette già presente all'interno del Codice del Consumo (Titolo III del Codice del Consumo - PRATICHE COMMERCIALI, PUBBLICITA' E ALTRE COMUNICAZIONI COMMERCIALI).

In effetti è pratica commerciale scorretta quella realizzata convincendo i consumatori a fare acquisti di un prodotto dando loro informazioni false o parziali e dunque portandoli a fare scelte di acquisto che non avrebbero fatto se avessero avuto le informazioni corrette. Proprio quello di cui parla il DDL.

Ora le previsioni del DDL introducono nuove regole per le aziende che se non le rispettano saranno punite con delle sanzioni molto basse (max 50.000 euro) rispetto alle sanzioni molto più alte che Antitrust può imporre nell'ambito di un procedimento per pratiche scorrette. Le previsioni del DDL, dunque, potrebbero ridurre il potere sanzionatorio di Antitrust e questo non possiamo permettercelo. E' importante che il DDL eviti confusioni o sovrapposizioni con la normativa attuale. E deve essere sempre chiaro, che nel caso si evidenzino delle scorrettezze legate alle previsioni di questo DDL, le sanzioni previste si aggiungono e non sostituiscono quelle per pratiche scorrette.

Altroconsumo
Associazione Indipendente di Consumatori
Viale Piero e Alberto Pirelli, 10 – 20126 Milano
Tel +39 02 69 615 00 - Fax +39 02 66 8902 88
www.altroconsumo.it
C.F. 97010850150

Inoltre, visto le attività che sul tema pubblicità ed influencer sono state portate avanti in questi mesi dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, sarebbe opportuno prevedere un ruolo formalmente più attivo in capo ad Agcom, quanto meno riguardo all'attività di monitoraggio e controllo.

Fermo restando queste considerazioni generali che sono a nostro avviso il "sine qua non" per procedere, nello specifico queste le nostre osservazioni sugli articoli del DDL; le frasi aggiunte sono in rosso ed alcuni parti sono eliminate se le riteniamo non opportune.

Articolo 2 COMMA 3. *L'adempimento di cui al comma 2 può essere eseguito anche tramite l'apposizione sulla confezione di una targhetta cartacea o adesiva che, con adeguata evidenza grafica, fornisca le prescritte indicazioni con chiarezza e semplicità*.

ALTROCONSUMO: Il testo dell'articolo impone ai produttori e ai professionisti di apporre sui prodotti genericamente una "targhetta adesiva o cartacea", riteniamo davvero che sia sufficiente questo per adempiere agli obblighi di trasparenza? Sulle etichette in genere come previsto dal Codice del Consumo c'è una normativa molto stringente; nel DDL invece le previsioni sono troppo vaghe e si rischia di lasciare troppa libertà in mano alle aziende, non c'è uno standard da seguire mentre sarebbe opportuno dare delle indicazioni specifiche. Inoltre, una etichetta cartacea che si stacca subito, per esempio, a quale tipo di obbligo informativo adempie?

Comma 4 dell'articolo 2: I *produttori e i professionisti forniscono le indicazioni di cui al comma 2 anche nell'ambito delle pratiche commerciali e, in particolare, nelle comunicazioni commerciali, compresa la pubblicità del prodotto. Al medesimo obbligo sono tenuti i soggetti che svolgono attività di pubblicità del prodotto in* ***qualsiasi modo sia svolta, anche quindi usando i canali social.***

ALTROCONSUMO: Chiediamo che sia data particolare attenzione anche alle nuove modalità di diffusione pubblicitaria che sempre più avvengono sui social, usando l'attività degli influencer.

Art. 3.

(Comunicazioni all'Autorità garante della concorrenza e del mercato)

1. ~~Prima di porre in vendita~~ Almeno 15 giorni prima della data prevista per porre in vendita i prodotti i cui proventi siano in parte destinati a taluno dei soggetti di cui all'articolo 1, comma 1, il produttore o il professionista comunica all'Autorità garante della concorrenza e del mercato:

a) le informazioni di cui all'articolo 2, comma 2;

b) il termine entro cui sarà effettuato il versamento dell'importo destinato ai soggetti di cui all'articolo 1, comma 1.

L'Autorità garante della concorrenza e del mercato può chiedere se serve dei correttivi alle informazioni di cui all'articolo 2 comma 2.

2. Entro tre mesi dalla scadenza del termine di cui al comma 1, lettera b), il produttore o il professionista di cui al comma 1 comunica all'Autorità garante della concorrenza e del mercato l'esecuzione del versamento dell'importo di cui alla medesima lettera.

3. Resta la possibilità per l'Autorità garante della concorrenza e del mercato di aprire procedimento per pratica commerciale scorretta.

ALTROCONSUMO: Apprezziamo la comunicazione preventiva all'Autorità garante della concorrenza e del mercato che potrebbe avere anche un effetto dirimente sulle pratiche scorrette. A questo proposito sarebbe ottimale prevedere, oltre a una forma di rendicontazione dei proventi devoluti, delle tempistiche entro cui deve essere fatta la comunicazione preventiva all'Autorità e dare così la possibilità all'Antitrust, nel caso, di chiedere dei correttivi. Sempre però rimanendo chiaro che qualsiasi intervento da questo punto di vista da parte di Antitrust non esclude la possibilità per l'Autorità di procedere con l'avvio di un procedimento per pratiche scorrette.

Art. 4. *(Controlli e sanzioni)*

1. L'Autorità garante della concorrenza e del mercato è competente a irrogare le sanzioni per le violazioni degli obblighi stabiliti dalla presente legge.

2. ~~Salvo che il fatto costituisca reato o una pratica commerciale scorretta ai sensi della parte II, titolo III, del codice di cui al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206,~~ la violazione delle disposizioni previste dagli articoli 2 e 3 della presente legge comporta l'applicazione della sanzione amministrativa pecuniaria del pagamento di una somma da 5.000 euro a 50.000 euro. Resta la possibilità per l'Autorità garante della concorrenza e del mercato di aprire procedimento per pratica commerciale scorretta.

3. L'Autorità garante della concorrenza e del mercato pubblica i provvedimenti sanzionatori adottati ai sensi del comma 2 nel proprio bollettino settimanale e può imporre l'obbligo di pubblicazione di tali provvedimenti, a cura e spese del produttore o del professionista, nel sito internet del produttore o del professionista destinatario della sanzione, sulla loro pagina social,

se è stata utilizzata per pubblicizzare o promuovere i prodotti di cui all'art. 1 comma 1, su uno o più quotidiani nonché mediante ogni altro mezzo ritenuto opportuno in relazione all'esigenza di informare compiutamente i consumatori. In caso di inottemperanza all'obbligo imposto ai sensi del presente comma, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria del pagamento di una somma da 5.000 euro a 50.000 euro.

4. La misura delle sanzioni di cui ai commi 2 e 3 è determinata tenendo conto del prezzo di listino di ciascun prodotto e del numero delle unità poste in vendita. 5. Si applicano, in quanto compatibili, le disposizioni dell'articolo 27 del codice di cui al decreto legislativo n. 206 del 2005.

6. I proventi derivanti dalle sanzioni di cui al presente articolo sono versati ad apposito capitolo dell'entrata del bilancio dello Stato per essere riassegnati, nella misura del 50 per cento, allo stato di previsione del Ministero del lavoro e delle politiche sociali e destinati a iniziative solidaristiche, da definire con decreto del Ministro del lavoro e delle politiche sociali, adottato di concerto con il Ministro delle imprese e del made in Italy, con il Ministro dell'economia e delle finanze, con il Ministro dell'istruzione e del merito e con il Ministro dell'università e della ricerca. Il medesimo decreto individua i soggetti beneficiari, le modalità di riparto e le procedure di erogazione delle relative risorse.

Per ulteriori informazioni
Anna Vizzari Team coordinator Public Affairs
Anna.vizzari@altroconsumo.it
0266890263