

Publicità online ed AGCM: casi 2015-2016

Avv. Sara Gobbato, BM&A Treviso, 26 gennaio 2017



Inquadramento sistematico

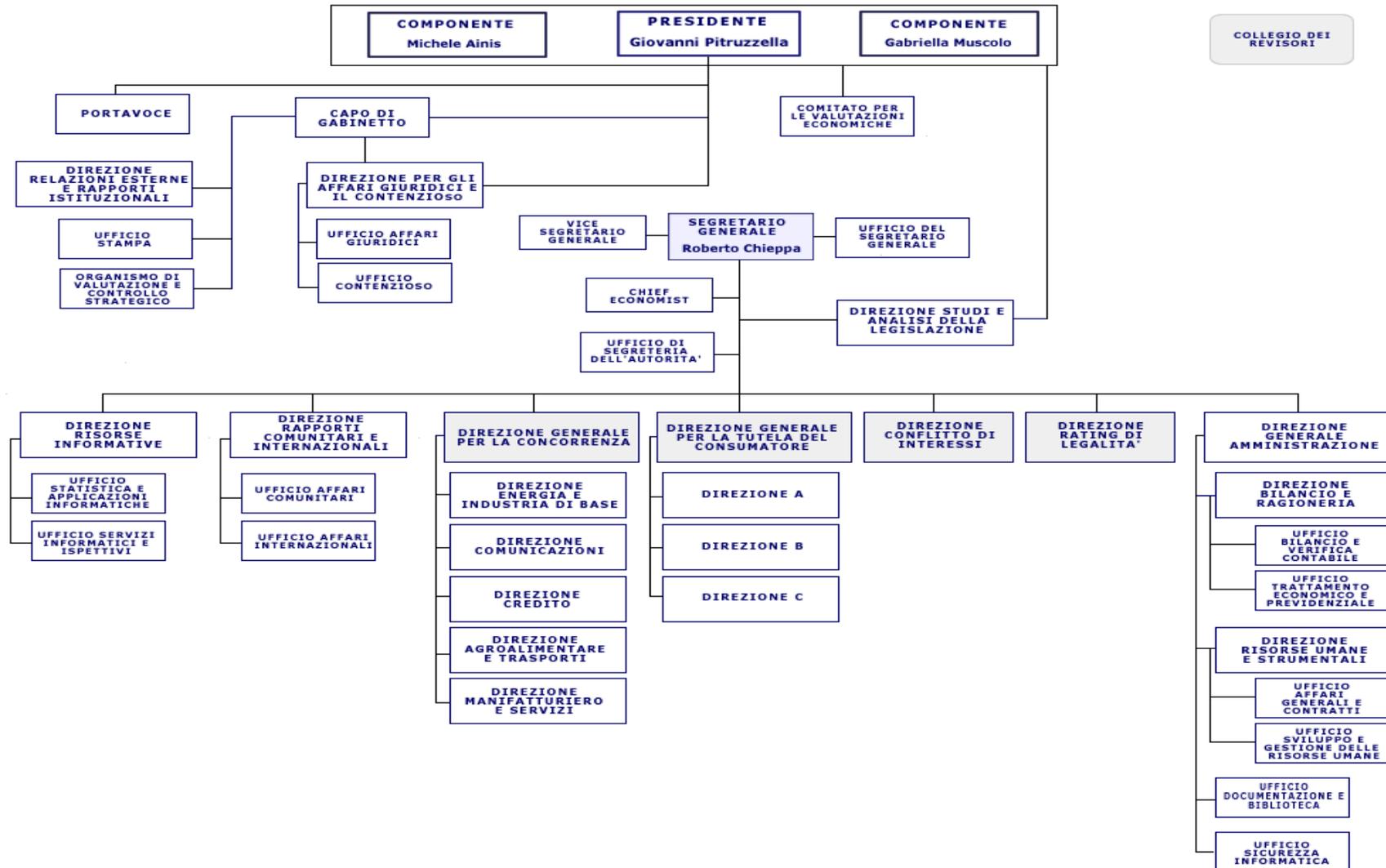
Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM)

- Autorità amministrativa indipendente (L. 287/1990)
- Competenze: concorrenza e tutela dei consumatori



AGCM: struttura e competenze

<http://www.agcm.it/organigramma.html?view=uffici>



COLLEGIO DEI REVISORI

«Pubblicità»

- qualunque forma di messaggio diffuso nell'esercizio di una attività economica, allo scopo di promuovere le vendite o comunque l'immagine dell'impresa presso i consumatori
- con tutte le modalità ed i mezzi



Pubblicità e mezzi di tutela

- **Valori oggetto di tutela:**

- Art. 41 Cos. libera iniziativa economica privata;
- Art. 2 D.Lgs. 206/2005 (Codice del consumo): diritto dei consumatori ad un'adeguata informazione e corretta pubblicità

- **Organi di tutela:**

1. **Giudice ordinario:** libertà precontrattuale e contrattuale; lealtà concorrenziale; risarcimento del danno
2. **Giurì di Autodisciplina:** per le imprese che hanno aderito al sistema dell'Autodisciplina pubblicitaria
3. **AGCM**

Competenze AGCM

Tutela del mercato e dei consumatori:

- 1. Pratiche commerciali scorrette** (artt. da 18 a 27 Codice del consumo”)
- 2. Diritti dei consumatori nei contratti** (artt. 45 ss. Codice del consumo)
- 3. Pubblicità comparativa e ingannevole** (D.Lgs. n. 145/2007)

PCS: alcune definizioni fondamentali

Art. 18 Codice del consumo

«**consumatore**»: qualsiasi persona fisica che, nelle pratiche commerciali oggetto del presente titolo, agisce per fini che non rientrano nel quadro della sua attività commerciale, industriale, artigianale o professionale»

«**microimpresa**»: «...esercitano un'attività economica, anche a titolo individuale o familiare, occupando meno di **dieci persone** e realizzando un fatturato annuo oppure un totale di bilancio annuo non superiori a **due milioni di euro**...»

PCS: alcune definizioni fondamentali

Art. 18 Codice del consumo

«**professionista**»: «qualsiasi persona fisica o giuridica che, nelle pratiche commerciali oggetto del presente titolo, agisce nel quadro della sua attività commerciale, industriale, artigianale o professionale e chiunque agisce in nome o per conto di un professionista; [...]»

«**pratiche commerciali tra professionisti e consumatori**»: «qualsiasi azione, omissione, condotta o dichiarazione, comunicazione commerciale ivi compresa la pubblicità e la commercializzazione del prodotto, posta in essere da un professionista, in relazione alla promozione, vendita o fornitura di un prodotto ai consumatori»

Divieto di PCS

Art. 20 Codice del consumo

Una pratica commerciale è scorretta, e dunque vietata, se:

- è contraria alla **diligenza professionale**, ed
- è falsa o idonea a falsare in misura apprezzabile il **comportamento economico**, in relazione al prodotto, del **consumatore medio** che essa raggiunge o al quale è diretta

PCS: categorie

Art. 20 Codice del consumo

Le pratiche commerciali scorrette sono:

a) INGANNEVOLI artt. 21, 22 e 23 Codice del consumo:
«contiene **informazioni non rispondenti al vero** o, seppure di fatto corretta, in qualsiasi modo, anche nella sua presentazione complessiva, **induce o è idonea ad indurre in errore il consumatore medio** riguardo ad uno o più dei seguenti elementi e, in ogni caso, lo induce o è **idonea a indurlo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso....**»

PCS: categorie

Art. 20 Codice del consumo

Le pratiche commerciali scorrette sono:

b) AGGRESSIVE artt. 24, 25 e 26 co. 5 Codice del consumo:
«mediante molestie, coercizione, compreso il ricorso alla forza fisica o indebito condizionamento, limita o è idonea a limitare considerevolmente la libertà di scelta o di comportamento del consumatore medio»

Tutela in materia di PCS

Art. 27 Codice del consumo

AGCM:

- competenza esclusiva anche nei settori regolati da altra Autorità («fermo il rispetto della regolazione vigente»)
- d'ufficio o su istanza di chiunque abbia interesse, **inibisce la continuazione delle PCS** (misure cautelari in caso di urgenza) anche con l'ausilio GdF
- sanzione amministrativa pecuniaria **da 5.000 a 5mln €** (gravità e durata)
- possibilità di accettare «impegni» dal professionista per porre fine all'illecito

Publicità comparativa e ingannevole

D.Lgs. 145/2007

AGCM tutela i professionisti (**B2B**) dalle conseguenze della:

- **pubblicità ingannevole**: «...idonea **ad indurre in errore** le persone fisiche o giuridiche alle quali è rivolta o che essa raggiunge ...»
- **pubblicità comparativa**: «qualsiasi pubblicità che identifica in modo esplicito o implicito un concorrente o beni o servizi offerti da un concorrente»; vietata se non soddisfa i requisiti art. 4 D.Lgs. 145/2007 (non deve essere ingannevole, confusoria, denigratoria ecc.)

Competenze AGCM

art.8 D.Lgs. 145/2007

- d'ufficio o su istanza di ogni soggetto o organizzazione che ne abbia interesse, **inibisce la continuazione ed elimina gli effetti** (sospensione provvisoria in caso di urgenza) anche con l'ausilio della GdF
- sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 5mln €
- possibilità di accettare «impegni» dal professionista per porre fine all'illecito

Regolamento AGCM di procedura

<http://www.agcm.it/normativa/consumatore/7652-delibera-agcm-1-aprile-2015-n25411-regolamento-sulle-procedure-istruttorie-in-materia-di-tutela-del-consumatore.html>

Delibera AGCM 1 aprile 2015 n. 25411, Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di:

1. pubblicità ingannevole e comparativa
2. pratiche commerciali scorrette
3. violazione dei diritti dei consumatori
4. violazione del divieto di discriminazioni
5. clausole vessatorie

Casi 2015-2016

PS10350 - YAO TOM

Vendita online di prodotti contraffatti

www.bottesuggfemme.com attestato all'indirizzo IP 212.7.198.185
www.nikemaxoutlet.com attestato all'indirizzo IP 212.7.193.219
www.timberlandforsaleuk.com attestato all'indirizzo IP 107.180.34.195
www.bagscoachoutlet.com attestato all'indirizzo IP 212.7.197.114
www.mkoutletblackfriday.com attestato all'indirizzo IP 212.7.211.215
www.nikeairjordanoutlet.com attestato all'indirizzo IP 212.7.193.143
www.nikeairshoesus.com attestato all'indirizzo IP 107.180.34.195
www.mkonlinebags.com attestato all'indirizzo IP 212.7.195.38
www.timberlandsaleoutlet. attestato all'indirizzo IP 212.7.195.36
www.nikeshoesforsale.com attestato all'indirizzo IP 212.7.197.105

PS10002 - ZIONSMARTSHOP

Informazioni non veritiere sulla
disponibilità dei prodotti e sui tempi di consegna



PS10067 - REI Registro Eccellenze Italiane

Pubblicità ingannevole B2B
via mail e sito internet



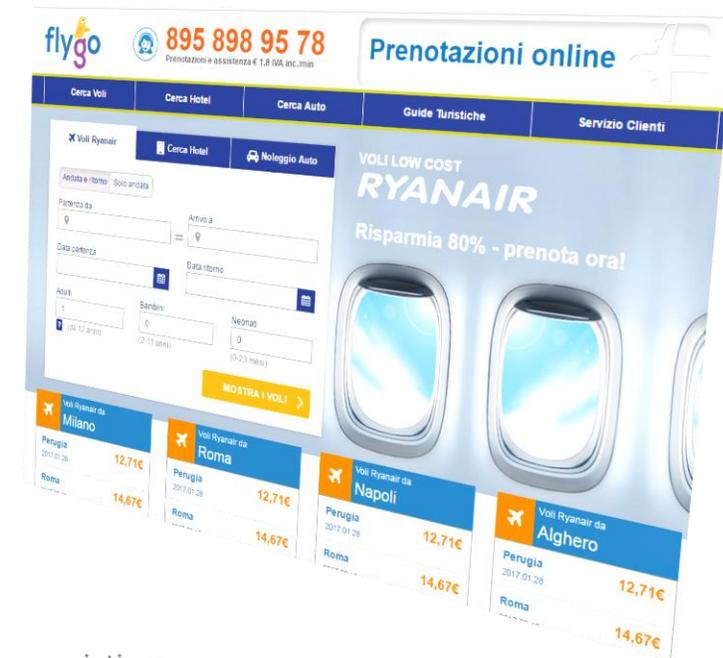
PB782 – Sviluppo imprese

Pubblicità ingannevole B2B



PS9315 - FLYGO-agenzie di viaggio online

Uso ingannevole delle denominazioni;
grafica confusoria dei siti internet



PS10106 - MEGLIO IN SALUTE

Vanti salutistici di apparecchi



PS10252 - CODACONS- SHAMPOO L'OREAL

Prova del claim veritiero



Fructis Puliti & Brillanti Shampoo 2in1 Fortificante Attivo Anticalcare

Leggerezza e brillantezza intensa

Una formula al 94% biodegradabile* contenente un attivo anticalcare che aiuta a impedire l'accumulo di depositi calcarei sui capelli.

Purificati e 10 volte più resistenti, i capelli brillano con tutta la loro forza.

**Formula con il 94% di ingredienti biodegradabili secondo test OCDE 301 o equivalente ISO. Gli altri ingredienti, utilizzati per garantire la qualità dello shampoo, sono stati selezionati e formulati per minimizzare il loro impatto ambientale.*

***Test strumentale [shampoo+balsamo Fructis vs. shampoo classico]*

PS10282 - CIRIO OLIO EXTRAVERGINE D'OLIVA

Veridicità dell'indicazione
«olio extravergine di oliva»

Olio Extra Vergine di Oliva Classico



Olio d'Oliva di **categoria superiore** ottenuto direttamente dalle olive e unicamente mediante procedimenti meccanici.

L'Olio Extra Vergine "Classico" Cirio è disponibile nel seguente formato:

- Bottiglia da 0,75 l
- Bottiglia da 1 l
- Latta 3 l
- Latta 5 l
- Conf. Pet 3 l



PS10092 - IMMOBILIARE.IT

Claim di asserito primato
«Perché siamo i n. 1»



Dati di sintesi sull'attività AGCM 2015 (fonte Relazione 2016)

Tabella 1 - Procedimenti istruttori

Non violazione		1
Accettazione impegni		18
Violazioni		104
Inottemperanza	18	
Pubblicità ingannevole e comparativa B2B	6	
Pratiche scorrette	73	
Violazioni <i>Consumer Rights</i>	7	
Totale		123



BM&A - Barel Malvestio & Associati Studio legale

Viale Monte Grappa 45, 31100 Treviso

Tel. +39 0422 2344 - Fax +39 0422 433668

www.ecommerce.bmassociati.eu