

Dati di sintesi e linee di intervento

Nel 2013 sono stati conclusi 116 procedimenti istruttori in materia di pratiche commerciali scorrette, pubblicità ingannevole e comparativa e clausole vessatorie. Il numero dei procedimenti conclusi nel 2013 è stato sostanzialmente in linea con quello registrato nel 2012.

Degli 87 provvedimenti che hanno accertato un'infrazione alle norme del Codice del Consumo e del decreto legislativo n. 145/2007, 76 hanno riguardato procedimenti per pratiche commerciali scorrette nei confronti di consumatori o di microimprese, 3 sono state le decisioni relative alle infrazioni alle norme di pubblicità ingannevole e comparativa illecita tra professionisti e in 8 casi è stata accertata l'inottemperanza a precedenti decisioni dell'Autorità. In 9 casi il procedimento si è chiuso con l'accettazione di impegni senza accertamento dell'infrazione, mentre 6 procedimenti sono stati chiusi con l'accertamento della non violazione delle norme a tutela del consumatore e pubblicati sul Bollettino dell'Autorità.

L'Autorità ha anche condotto 14 procedimenti al termine dei quali è stata dichiarata la vessatorietà delle clausole contrattuali. Sempre in materia di clausole vessatorie, l'Autorità ha altresì esaminato 5 istanze di interpello.

Tabella 1 - Procedimenti istruttori

Non violazione	6
Accettazione impegni	9
Violazioni	101
Inottemperanza	8
Pubblicità ingannevole e comparativa B2B	3
Pratiche scorrette	76
Clausole vessatorie	14
Totale	116

L'attività di *enforcement* dell'Autorità delle norme a tutela del consumatore non si limita ai procedimenti istruttori, ma utilizza anche lo strumento della *moral suasion* nei casi in cui i profili di scorrettezza o ingannevolezza non siano di particolare gravità. Nel corso del 2013 sono stati chiusi 35 casi con archiviazione a seguito della rimozione da parte dei professionisti dei profili di scorrettezza/ingannevolezza per effetto dell'invito formulato dall'Autorità, mentre in materia di clausole vessatorie in 3 casi la *moral suasion* ha condotto alla modifica delle clausole contrattuali da parte dei professionisti.

Nel corso del 2013 i fascicoli archiviati sono stati 1009. L'entrata a regime nel 2013 del *Regolamento per le procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, clausole vessatorie* ha consentito una migliore focalizzazione degli interventi dell'Autorità su fattispecie e settori ritenuti prioritari. Ai fini del contrasto delle condotte in violazione alle norme di tutela del consumatore, si conferma fondamentale l'apporto delle segnalazioni dei singoli consumatori, che hanno dato origine a più della metà dei procedimenti istruttori conclusi con l'accertamento di infrazioni alla normativa. Non meno rilevante, il contributo delle associazioni dei consumatori, le cui segnalazioni si caratterizzano in genere per un elevato grado di dettaglio fattuale, raccogliendo e classificando numerose lamentele di singoli consumatori rivolte alle medesime associazioni. In ragione dell'importante apporto fornito, l'Autorità è solita includere le associazioni dei consumatori segnalanti tra le parti dei procedimenti istruttori; inoltre, a ulteriore riconoscimento del ruolo propulsivo svolto dagli organismi rappresentativi dei consumatori, nel 2013, è stato avviato un programma di incontri periodici con i rappresentanti delle associazioni al fine di esaminare le problematiche più attuali di tutela del consumatore per meglio focalizzare gli interventi dell'Autorità.

Tabella 2 - Soggetti segnalanti e valutazione finale

	Procedimenti istruttori	Violazioni
Singolo consumatore	66	56
Associazioni di consumatori	14	11
Attivazione d'ufficio	18	17
Pubblica Amministrazione	5	5
Concorrenti	5	5
Associazioni di concorrenti	1	1
Non classificabile	7	6
Totale	116	101

Nell'ambito delle segnalazioni di singoli consumatori, si conferma la crescente importanza del formulario *online (web form)* disponibile sul sito dell'Autorità: nel 2013 sono stati 10.221 i *web form* inviati, a riprova dell'utilità e accessibilità per il consumatore di tale canale di contatto con l'Autorità per la segnalazione di presunte condotte illecite. Nell'ambito della riorganizzazione e razionalizzazione dell'attività di tutela del consumatore, il *contact center* telefonico dell'Autorità non assolve più la funzione di ricezione di segnalazioni, ma ha assunto il compito di informazione e indirizzo dei consumatori in merito alle attività dell'Autorità e alle modalità di segnalazione; nel corso del 2013 gli operatori hanno risposto a 7.059 chiamate al

numero verde dell'Autorità; gli utenti che hanno espresso un giudizio sulla qualità del servizio si sono dichiarati soddisfatti in media nell'86% dei casi.

Nel 2013, i provvedimenti che hanno condotto all'accertamento di pratiche commerciali scorrette, di pubblicità ingannevole e comparativa illecita e di inottemperanza a precedenti delibere dell'Autorità hanno condotto all'irrogazione di sanzioni pecuniarie per un totale di 9,3 milioni di euro.

Tabella 3 - Sanzioni per esito del procedimento

	n. procedimenti	Sanzioni (EUR)
Pratiche scorrette	76	8.022.000
Pubblicità ingannevole e comparativa B2B	3	371.000
Inottemperanza	7	860.000
Totale	86	9.253.000

La ripartizione percentuale delle sanzioni per settore economico evidenzia un'incidenza particolarmente elevata (42%) dei settori energetici e della vendita di prodotti manifatturieri (sia attraverso punti di vendita fisici che *online*), seguiti dai settori dei prodotti alimentari e bevande, dei prodotti farmaceutici e dei trasporti (25%)

Grafico 1 - Sanzioni per settore economico: ripartizione percentuale

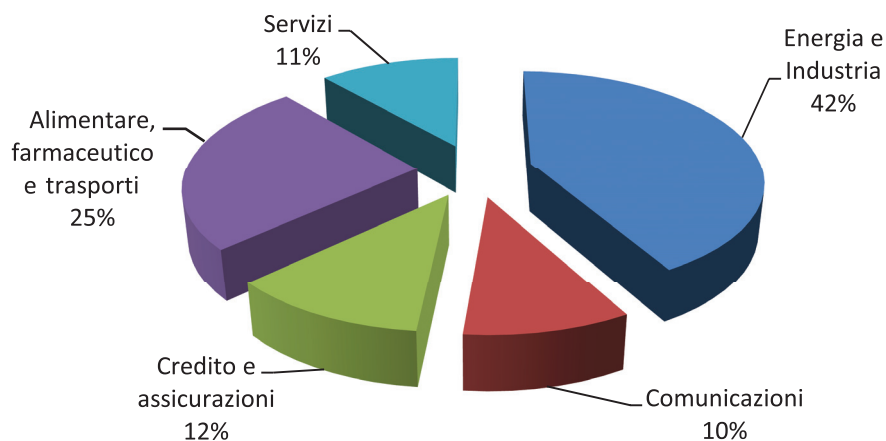


Tabella 4 - Sanzioni per macrosettore economico

	Ingannevoli/ Scorrette	Inottemperanze	Sanzioni (EUR)
Energia e Industria	31	1	3.872.000
Comunicazioni	8		895.000
Credito e assicurazioni	8		1.075.000
Alimentare, farmaceutico e trasporti	18	2	2.349.000
Servizi	14	4	1.062.000
Totale	79	7	9.253.000

Linee di intervento

Nel corso del 2013, è entrato in pieno regime il nuovo *Regolamento per le procedure istruttorie in materia di tutela del consumatore* del settembre 2012. Per effetto di tale Regolamento l'Autorità può individuare priorità di intervento, anche temporali, in ragione degli obiettivi di razionalizzazione, efficacia ed economicità dell'azione amministrativa. Inoltre, il nuovo Regolamento consente di non dare seguito a segnalazioni relative a condotte isolate, ovvero il cui impatto risulta circoscritto (c.d. *de minimis*).

L'Autorità ha così potuto adottare una *policy* orientata ad alcune priorità di azione, individuate in funzione del grado di pregiudizio arrecato al comportamento economico del consumatore e al funzionamento dei mercati. La valutazione concernente il pregiudizio attuale e potenziale per i consumatori tiene conto del numero di istanze ricevute in merito alla medesima pratica commerciale; della debolezza del *target* destinatario della pratica; della capacità economica del professionista; della diffusione della pratica; dell'entità complessiva del danno economico potenzialmente derivabile dalla pratica. Quanto all'idoneità della pratica di incidere sul corretto funzionamento dei mercati, si prende in considerazione il possibile ostacolo alla concorrenza tra gli operatori connesso alla stessa (ad esempio, gli ostacoli frapposti alla mobilità dei consumatori); il grado di trasparenza informativa richiesto in mercati nuovi e non regolamentati (ad esempio, quello dell'*e-couponing*) o in mercati che per loro natura necessitano di elevata esaustività informativa (ad esempio, quello dei farmaci, cosmetici e integratori, prodotti alimentari o giochi e scommesse).

Ancora, gli interventi volti a perseguire pluralità di pratiche scorrette, poste in essere da più operatori del settore, hanno spesso finito per stimolare la concorrenza tra le imprese coinvolte, le quali hanno rimodulato le proprie proposte commerciali, confezionando offerte più competitive e, dunque, più vantaggiose per i consumatori.

In tempi di *spending review*, al fine di garantire la massima efficienza del proprio operato, l'Autorità ha individuato le proprie priorità, tenendo