

Alla c.a.

**IX<sup>a</sup> Commissione permanente del Senato**

(Industria, Commercio, Turismo, Agricoltura e Produzione Agroalimentare)

Atto Senato n. XX

**X<sup>a</sup> Commissione della Camera dei deputati**

(Attività produttive, commercio e turismo)

Atto Camera n. XX

**XIX<sup>a</sup> LEGISLATURA**

**ESAME DELLO SCHEMA DI DECRETO LEGISLATIVO RECANTE “ATTUAZIONE DELLA DIRETTIVA (UE) 2019/2161, CHE MODIFICA LA DIRETTIVA 93/13/CEE E LE DIRETTIVE 98/6/CE, 2005/29/CE E 2011/83/UE, PER UNA MIGLIORE APPLICAZIONE E UNA MODERNIZZAZIONE DELLE NORME DELL'UNIONE RELATIVE ALLA PROTEZIONE DEI CONSUMATORI”**

**C.D. SCHEMA D.LGS. DIRETTIVA OMNIBUS**

POSIZIONE NETCOMM

**Premesse**

Netcomm è il Consorzio del Commercio Digitale Italiano, punto di riferimento in materia di e-commerce e trasformazione digitale nel panorama nazionale e internazionale. Nato nel 2005, il Consorzio riunisce quasi 500 aziende composte da società internazionali e piccole-medie realtà di eccellenza per sostenere l'internazionalizzazione delle aziende italiane e garantire un quadro normativo coerente e di tutela per i consumatori e gli utenti del web.

Netcomm è altresì uno dei membri fondatori di Ecommerce Europe, l'Associazione Europea del commercio elettronico con sede a Bruxelles che rappresenta le associazioni di e-commerce provenienti da 21 paesi dell'Unione e una serie di aziende aderenti che operano sul territorio europeo offrendo i propri servizi in più mercati, tra cui l'Italia; la collaborazione con Ecommerce Europe permette di avere una visione ampia e concreta del commercio digitale nel quadro europeo.

Con il presente documento Netcomm partecipa al ciclo di audizioni promosse da Codeste Commissioni al fine di rappresentare le osservazioni maturate nell'ambito del Gruppo di lavoro Netcomm eRegulation – che riunisce le imprese aderenti a Netcomm per discutere dell'evoluzione normativa nel settore digitale e degli impatti sui cittadini e sulle imprese

**Netcomm**

Via Serbelloni, 2 – 20122 Milano  
segreteria@consorzionetcomm.it - www.consorzionetcomm.it  
CCIA Milano 1787834 - C.F. 04989210960 – P.I. 04989210960

– in merito allo Schema di Decreto Legislativo di attuazione della direttiva (UE) 2019/2161 che “*modifica la direttiva 93/13/CEE del Consiglio e le direttive 98/6/CE, 2005/29/CE e 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio per una migliore applicazione e una modernizzazione delle norme dell’Unione relative alla protezione dei consumatori*” (nota anche come “Direttiva Omnibus”).

### **OSSERVAZIONI.**

Netcomm e le aziende rappresentate hanno accolto con favore la direttiva in oggetto, la quale rappresenta un importante iniziativa del legislatore europeo finalizzata a garantire una maggiore tutela ai consumatori garantendo al tempo stesso competitività alle imprese che operano nel web e uniformità nello spazio economico europeo.

Affinché siano garantiti gli obiettivi prefissati è fondamentale che il recepimento di tale normativa nell’ordinamento nazionale sia quanto più possibile armonizzato e uniforme in tutti gli Stati Membri. A tale riguardo le Linee Guida<sup>1</sup> e gli ulteriori contributi forniti dalla Commissione Europea costituiscono strumenti importanti e imprescindibili per garantire che il recepimento della direttiva sia pienamente coerente con la normativa esistente; seppur vero che tali testi non hanno forza di legge, allo stesso tempo è altresì vero che **rappresentano l’unico strumento a disposizione degli Stati membri per garantire coerenza e uniformità applicativa evitando asimmetrie competitive e di tutela.**

➤ ***Raccomandiamo pertanto l’aderenza alla Comunicazione della Commissione Europea: “Orientamenti sull’interpretazione e l’applicazione dell’articolo 6 bis della direttiva 98/6/CE del Parlamento europeo e del Consiglio relativa alla protezione dei consumatori in materia di indicazione dei prezzi dei prodotti offerti ai consumatori.***

Lo schema di decreto si compone di tre articoli che mirano ad apportare le necessarie modifiche al D. Lgs. 206/2005 (Codice del Consumo); in particolare l’articolo 1 disciplina alcuni aspetti chiave del commercio digitale tra cui:

- Annunci di riduzione del prezzo
- Pratiche commerciali sleali e conseguente sistema sanzionatorio in caso di pratiche commerciali scorrette o di utilizzo di clausole vessatorie
- Diritti dei consumatori in fase precontrattuale e contrattuale ed in particolare l’esercizio del diritto di recesso.

Netcomm ha avuto modo di contribuire al dibattito anche durante la fase di discussione dello schema di decreto condividendo una serie di contributi e un’analisi comparativa della norma. Nella presente sede, tuttavia, vorremmo in

---

<sup>1</sup> COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE - *Orientamenti sull’interpretazione e l’applicazione dell’articolo 6 bis della direttiva 98/6/CE del Parlamento europeo e del Consiglio relativa alla protezione dei consumatori in materia di indicazione dei prezzi dei prodotti offerti ai consumatori* [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=CELEX:52021XC1229\(06\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=CELEX:52021XC1229(06)).

particolare richiamare i seguenti documenti il cui contenuto viene integralmente richiamato costituendo, quindi, parte integrante della presente memoria:

- “27.07.2022\_Posizione Netcomm Omnibus 2” (All. n. 1)
- “08.09.2022\_Posizione Netcomm Omnibus 3” (All. n. 2).

Come anzidetto, richiamando integralmente quanto esposto nei precedenti documenti, vorremmo ribadire alcune delle maggiori preoccupazioni per le aziende rappresentate.

#### **a) Annunci di riduzione di prezzo**

**Il primo aspetto di attenzione è rappresentato dalla disposizione inerente gli “Annunci di riduzione di prezzo”.**

A nostro avviso, il testo proposto dal legislatore nazionale non tiene conto dei diversi modelli di business e quindi dei diversi casi applicativi che possono verificarsi; la norma si limita a fornire un richiamo ampio e generalizzato alla fattispecie che lascia spazio a dubbi interpretativi e ambiguità e che, inoltre, trascura i preziosi contributi interpretativi forniti dalla Commissione Europea.

È quindi fondamentale fornire una definizione chiara che delimiti esattamente la portata applicativa della fattispecie.

Diversamente i professionisti potrebbero trovarsi esposti a provvedimenti sanzionatori per il solo fatto di avere utilizzato, ad esempio, diciture non ritenute corrette o casi d’uso non previsti e quindi valutati come non corretti, mentre i consumatori potrebbero essere disorientati e non essere in grado di comprendere esattamente le informazioni pubblicate sui siti web.

Come osservato nella terza memoria Netcomm sopra richiamata (cfr. All. n. 4), riteniamo fondamentale richiamare gli Orientamenti della Commissione sopra menzionati i quali esplicitano il concetto di “*annuncio di riduzione di un prezzo*” precisando che esso si applica nei casi in cui il professionista dichiari espressamente di aver applicato una riduzione rispetto al prezzo di vendita precedente<sup>2</sup>, ponendo particolare attenzione alla locuzione “**dichiari espressamente**” che appare quindi l’elemento caratterizzante della fattispecie.

La Commissione ha infatti espressamente indicato che l’obbligo di indicare il prezzo precedente non si applica a casi diversi, e in particolare non si applica (a) “*agli annunci pubblicitari di carattere generale che promuovono l’offerta del venditore confrontandola con quelle di altri venditori*”<sup>3</sup>; (b) “*ad altre tecniche di promozione dei vantaggi di prezzo che non costituiscono riduzioni di prezzo, quali i confronti tra prezzi e le offerte vincolate*”<sup>4</sup>; (c) “*ai programmi di fedeltà dei clienti messi in atto dal venditore, quali buoni o carte di sconto, che permettono al consumatore di usufruire di uno sconto sul prezzo di tutti i prodotti o su specifiche gamme di prodotti del venditore per periodi di tempo continui e prolungati (ad esempio sei mesi o un anno), o grazie ai quali è possibile accumulare crediti (punti) in vista di acquisti futuri*”<sup>5</sup>; (d) “*alle riduzioni dei prezzi personalizzate*”<sup>6</sup> (ad esempio le “*riduzioni applicate in conseguenza di precedenti acquisti del*

<sup>2</sup> Cfr. COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE - *Orientamenti sull’interpretazione e l’applicazione dell’articolo 6 bis della direttiva 98/6/CE del Parlamento europeo e del Consiglio relativa alla protezione dei consumatori in materia di indicazione dei prezzi dei prodotti offerti ai consumatori (2021/C 526/02)*, pagg. 132-133 (“L’articolo 6 bis si applica alle dichiarazioni promozionali del professionista che annunciano una riduzione del prezzo che egli pratica per il bene o i beni”).

<sup>3</sup> Cfr. COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE, *ibidem*.

<sup>4</sup> Cfr. COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE, *ibidem*.

<sup>5</sup> Cfr. COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE, *cit.*, pag. 135.

<sup>6</sup> Cfr. COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE, *ibidem*.

consumatore presso il venditore interessato, ad esempio quando il consumatore riceve un buono di «sconto del 20 %» sul suo acquisto, valido per il prossimo acquisto e fino alla fine del mese<sup>7</sup>).

A tale riguardo suggeriamo quindi di inserire la seguente formulazione:

2. Dopo l'articolo 17 del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, è inserito il seguente articolo: "Art. 17-bis (Annunci di riduzione di prezzo).

1. "Ogni annuncio di riduzione di prezzo indica il prezzo precedente applicato dal professionista per un determinato periodo di tempo prima dell'applicazione di tale riduzione. **Per annuncio di riduzione di un prezzo si intende qualsiasi dichiarazione promozionale del professionista per annunciare una riduzione del prezzo praticato per il prodotto o i prodotti offerti in vendita, effettuata in tutti i canali di distribuzione, sia quando questa riguarda prodotti specifici inclusi nell'offerta del venditore, sia quando fanno parte dell'annuncio di una riduzione di prezzo più generale. Non costituisce annuncio di riduzione di prezzo: (a) una offerta che non contenga una dichiarazione promozionale, ma una comparazione con altri prezzi di riferimento conoscibili dal consumatore, quale ad esempio il prezzo di vendita consigliato del produttore; (b) una dichiarazione promozionale che promuova l'offerta del venditore confrontandola con quelle di altri venditori; (c) una dichiarazione promozionale relativa a meccanismi con durata continuativa che consentono ai consumatori di beneficiare sistematicamente di prezzi ridotti e di singole riduzioni di prezzo specifiche, quali i programmi di fedeltà dei clienti che permettono al consumatore di usufruire di uno sconto sul prezzo di tutti i prodotti o su specifiche gamme di prodotti del venditore per periodi di tempo continui o prolungati, o grazie ai quali è possibile accumulare crediti (punti) in vista di acquisti futuri; e (d) le dichiarazioni promozionali relative a offerte di riduzioni di prezzo personalizzate, che non prevedono l'annuncio della riduzione di prezzo alla generalità dei consumatori".**

Certamente, la mera esposizione di un prezzo barrato sul sito del professionista NON deve essere interpretata come una riduzione di prezzo potendo essere una semplice comparazione di prezzi.

Inoltre, sempre in relazione agli annunci di riduzione del prezzo, un'altra precisazione che sarebbe opportuno introdurre concerne il c.d. "prezzo dinamico" chiarendo ed esplicitando **l'esclusione dei prezzi dinamici dall'ambito applicativo del decreto** poiché i prezzi dinamici sono ontologicamente diversi da un annuncio di riduzione prezzo.

#### **b) Sanzioni Amministrative Pecuniarie.**

L'Articolo 1(7)(c) del decreto modifica l'art. 27(12) del Codice del Consumo, interviene nei casi di inottemperanza d'urgenza e a quelli inibitori o di rimozione degli effetti di cui ai commi 3, 8 e 10 ed in caso di mancato rispetto degli impegni assunti ai sensi del comma 7, aumentando il massimo delle sanzioni a EUR 10.000.000 "tenuto conto delle condizioni economiche e patrimoniali del professionista". Tale disposizione di fatto **non specifica i criteri da considerare per la quantificazione** facendo quindi riferimento in via generica, appunto, alle "condizioni economiche e patrimoniali del professionista". Appare

---

<sup>7</sup> Cfr. COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE, ibidem.

evidente che una simile disposizione impedisce qualsiasi parametro di valutazione circa la correttezza della quantificazione sanzionatoria eventualmente comminata comprimendo il diritto di difesa. Inoltre, si evidenzia che, al contrario la disposizione dell'articolo 27(9-ter), come modificata, indica i criteri da tenere in considerazione nei casi di violazioni della normativa.

### **c) Recensioni**

In materia di recensioni ci limitiamo a sottolineare come La Direttiva Omnibus e gli Orientamenti della Commissione (2021/C 526/02, pagg. 93-94.) trattino adeguatamente il punto in merito alle misure ragionevoli e proporzionate che il professionista è tenuto ad adottare per verificare se le recensioni pubblicate provengano da consumatori che hanno effettivamente acquistato o utilizzato il prodotto recensito. **La scelta relativa alla tipologia di meccanismi implementati per verificare la genuinità delle recensioni e le modalità di indicazioni dovrebbe dunque essere rimessa alla discrezionalità del professionista.**

In ogni caso, le verifiche da svolgere per accertare che le recensioni provengano esclusivamente da consumatori che hanno effettivamente acquistato il prodotto **non dovrebbero tradursi in un onere eccessivamente gravoso per i professionisti tale da ostacolare la finalità della recensione stessa.**

Come sopra evidenziato, richiamando le osservazioni esposte nelle precedenti memorie ad integrazione della presente, ringraziamo per l'opportunità fornita restando a disposizione per ulteriori approfondimenti.

Ringraziamo per l'attenzione restando a disposizione per ulteriori approfondimenti.

Consorzio Netcomm

Si allegano i seguenti documenti parte integrante della presente memoria.

- “27.07.2022\_Posizione Netcomm Omnibus 2” (All. n. 1)
- “08.09.2022\_Posizione Netcomm Omnibus 3” (All. n. 2).

NETCOMM POSITION

**OSSERVAZIONI INTEGRATIVE IN RELAZIONE AL RECEPIMENTO DELLA DIRETTIVA (UE) 2019/2161  
MODIFICHE ALLA DIRETTIVA 98/6/CE PER EFFETTO DELL'ARTICOLO 6 BIS (RIDUZIONE DEL PREZZO DI VENDITA)**

Netcomm è il Consorzio del Commercio Elettronico Italiano, punto di riferimento in materia di e-commerce e trasformazione digitale nel panorama nazionale e internazionale. Nato nel 2005, il Consorzio riunisce oltre 450 aziende composte da società internazionali e piccole-medie realtà di eccellenza per sostenere l'internazionalizzazione delle aziende italiane e garantire un quadro normativo coerente e di tutela per i consumatori e gli utenti del web.

Netcomm è altresì uno dei membri fondatori di Ecommerce Europe, l'Associazione Europea del commercio elettronico con sede a Bruxelles che rappresenta le associazioni di e-commerce provenienti da 21 paesi dell'Unione e una serie di aziende aderenti che operano sul territorio europeo offrendo i propri servizi in più mercati, tra cui l'Italia; la collaborazione con Ecommerce Europe costituisce una ricchezza perché permette avere una visione fedele e concreta del commercio digitale nel quadro europeo.

Con il presente documento Netcomm, richiamando le osservazioni formulate nel Position Paper 04/2022, del 19.04.2022, intende offrire un ulteriore contributo in relazione al recepimento della Direttiva (UE) 2019/2161 che *“modifica la direttiva 93/13/CEE del Consiglio e le direttive 98/6/CE, 2005/29/CE e 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio per una migliore applicazione e una modernizzazione delle norme dell'Unione relative alla protezione dei consumatori”* (nota anche come “Direttiva Omnibus”) con particolare riguardo alle disposizioni inerenti la presentazione degli annunci di riduzione di un prezzo.

**Netcomm**

## Articolo 2(1) Direttiva Omnibus - Articolo 6 bis della Direttiva 98/6/EC

### ARTICOLO 2(1) DIRETTIVA OMNIBUS – ARTICOLO 6 BIS, SULLA DEFINIZIONE DI “PREZZO PRECEDENTE”

Come anticipato nel precedente documento sopra richiamato, una delle principali preoccupazioni del consorzio è rappresentata dall'articolo 6 bis che modifica la direttiva 98/6/CE.

Partendo dalla formulazione dell'articolo 6-bis, come riportato nella Direttiva, l'analisi si sviluppa richiamando gli Orientamenti della Commissione e riportando alcune considerazioni relativamente ai profili di maggiore interesse “Prezzo precedente” e “Annuncio di Riduzione”.

## Articolo 2(1) Direttiva Omnibus - Articolo 6 bis della Direttiva 98/6/EC

Articolo 2. La direttiva 98/6/CE è così modificata:

1) è inserito il seguente articolo:

«Articolo 6 bis

1. Ogni **annuncio di riduzione** di un prezzo deve indicare il **prezzo precedente** applicato dal professionista per un determinato periodo di tempo prima dell'applicazione di tale riduzione.
2. Per prezzo precedente si intende il prezzo più basso applicato dal professionista durante un periodo di tempo non inferiore a 30 giorni prima dell'applicazione della riduzione del prezzo.
3. Gli Stati membri possono stabilire norme diverse per i beni che rischiano di deteriorarsi o scadere rapidamente.
4. Se il prodotto è sul mercato da meno di trenta giorni, gli Stati membri possono anche stabilire un periodo di tempo inferiore a quello di cui al paragrafo 2.
5. Gli Stati membri possono stabilire che, nei casi in cui la riduzione del prezzo sia progressivamente aumentata, il prezzo precedente sia il prezzo senza la riduzione anteriore alla prima applicazione della riduzione del prezzo».

### SULLA DEFINIZIONE DI “PREZZO PRECEDENTE”

#### Orientamenti della Commissione 2021/C 526/02, pagg. 134-135.

“L'articolo 6 bis paragrafo 1, obbliga il professionista che annunci una riduzione di prezzo a indicare il prezzo «precedente».

L'articolo 6 bis, paragrafo 2, definisce il prezzo «precedente» come il prezzo più basso applicato dal professionista durante un periodo di tempo non inferiore a 30 giorni prima dell'applicazione della riduzione del prezzo. (...)

Fatti salvi i beni cui si applicano le scelte normative di cui all'articolo 6 bis, paragrafi da 3 a 5, gli Stati membri non possono prevedere un periodo inferiore a 30 giorni per la determinazione del prezzo «precedente».

Lo scopo di tale periodo di riferimento, la cui durata deve essere di almeno 30 giorni, è di evitare che i professionisti alterino i prezzi e ne presentino riduzioni non veritiere, ad esempio aumentando un prezzo per un breve periodo di

tempo per poi ridurlo e presentarlo come una riduzione (significativa) che induce i consumatori in errore. Il periodo di 30 giorni per determinare il prezzo «precedente» di riferimento mira a garantire che **il prezzo di riferimento sia effettivo e non semplicemente uno strumento commerciale che serve per rendere appetibile la riduzione.** (...)

“Per contro, la legislazione nazionale che preveda un periodo di durata superiore a 30 giorni per la determinazione del prezzo «precedente» andrebbe valutata relativamente alla sua conformità al diritto dell’Unione. A norma dell’articolo 10 della direttiva sull’indicazione dei prezzi, qualsiasi norma nazionale che vada oltre i requisiti di tale direttiva deve introdurre disposizioni più favorevoli in materia di informazione dei consumatori e confronto dei prezzi, fatti salvi gli obblighi imposti agli Stati membri dal trattato sul funzionamento dell’Unione europea.

In sostanza, per conformarsi all’articolo 6 bis, il professionista che annunci una riduzione di prezzo deve **individuare il prezzo più basso che ha praticato per il bene o i beni in questione durante, come minimo, gli ultimi 30 giorni precedenti l’applicazione della riduzione di prezzo. Tale prezzo più basso deve includere gli eventuali prezzi precedenti «ridotti» praticati in quel periodo. L’omessa considerazione dei prezzi praticati negli eventuali periodi promozionali svoltisi nei 30 giorni precedenti l’annuncio della riduzione di prezzo costituirà una violazione dell’articolo 6 bis della direttiva sull’indicazione dei prezzi.** (...)

Di conseguenza la riduzione di prezzo deve essere presentata indicando il prezzo «precedente» a titolo di riferimento, il che significa che qualunque riduzione percentuale indicata deve essere basata sul prezzo «precedente» stabilito conformemente all’articolo 6 bis.

- Ad esempio, se l’annuncio della riduzione di prezzo offre uno «sconto del 50 %» e il prezzo più basso degli ultimi 30 giorni era di 100 EUR, il venditore dovrà presentare 100 EUR quale prezzo «precedente» sulla cui base calcolare la riduzione del 50 %, anche qualora l’ultimo prezzo di vendita del bene fosse di 160 EUR. Allo stesso tempo, l’articolo 6 bis non impedisce al venditore che annunci una riduzione di prezzo di indicare altri prezzi di riferimento, purché tali prezzi di riferimento supplementari siano spiegati in maniera chiara e non creino confusione né distolgano l’attenzione del consumatore dall’indicazione del prezzo «precedente» conformemente all’ articolo 6 bis.
- Ad esempio, un professionista che pratici riduzioni di prezzo più di una volta ogni 30 giorni potrebbe informare ulteriormente il consumatore degli altri prezzi precedenti nel modo seguente: «sconto del 20 % dal [data di inizio] al [data di fine]: 80 EUR al posto di 100 EUR, il nostro prezzo più basso negli ultimi 30 giorni. Negli ultimi 30 (o 100 ecc.) giorni il nostro prezzo normale, esclusi i periodi promozionali, era di 120 EUR». (...)

L’articolo 6 bis della direttiva sull’indicazione dei prezzi **non obbliga i professionisti a precisare per quanto tempo abbiano applicato il prezzo «precedente» indicato, né incide sulla durata delle campagne di riduzione dei prezzi.** A norma di tale articolo i professionisti sono soltanto tenuti a indicare il prezzo «precedente» all’inizio di ciascuna riduzione di prezzo, dopodiché possono mantenerlo per l’intera durata della riduzione di prezzo.

La riduzione di prezzo dei beni annunciata dai professionisti può avere una durata maggiore, anche superiore ai 30 giorni. Inoltre, se la riduzione di prezzo dura ininterrottamente per più di 30 giorni, il prezzo «precedente» da indicare resta quello più basso applicato per almeno 30 giorni prima della riduzione. (...). Se un professionista vende beni tramite canali/punti di vendita diversi (ad esempio diversi negozi fisici e/od online) a prezzi differenti e tali canali/punti di vendita sono oggetto di un annuncio generale di riduzione dei prezzi, egli deve indicare, quale prezzo «precedente» per i beni in questione in ciascun canale/punto di vendita, il prezzo più basso che ha applicato nel canale/punto di vendita in oggetto



negli ultimi 30 giorni. (...). Analogamente, se un professionista vende beni tramite canali/punti di vendita diversi stabilmente allo stesso prezzo, il prezzo precedente potrà anche essere quello applicato in un canali di vendita differente (es. nei casi di provvisoria indisponibilità in uno dei canali di vendita).

L'articolo 6 bis non impedisce ai professionisti di prolungare una campagna di riduzione del prezzo, purché i consumatori siano chiaramente informati del fatto che si tratta di una proroga e non di una nuova campagna di riduzione del prezzo, e la presentazione generale della campagna non sia tale da dare una falsa impressione ai consumatori”.

### ***Alcune considerazioni sulla portata applicativa di “prezzo precedente”***

1. La Direttiva Omnibus definisce il “prezzo precedente” come “il prezzo più basso applicato dal professionista durante un periodo di tempo **non inferiore** a 30 giorni prima dell'applicazione della riduzione del prezzo”. Il dettato normativo consente quindi agli Stati membri di estendere periodo rilevante al fine di determinare il prezzo precedente individuando un periodo anche superiore a 30 giorni.

Nonostante la discrezionalità concessa dal legislatore europeo, **occorre tuttavia tenere a mente anche la necessità di garantire uniformità nell'ambito del mercato europeo per consentire agli operatori commerciali che operano a livello transnazionale di adottare pratiche commerciali uniformi per tutti i consumatori residenti nell'Unione. Un approccio non uniforme sarebbe contrario alla volontà di creazione del Mercato Unico Europeo.**

Inoltre, non sembra possa riscontrarsi alcun obbligo per il professionista di precisare nella comunicazione commerciale la durata del periodo di riferimento utilizzato per calcolare il prezzo precedente. Il prezzo “precedente” dei singoli beni oggetto dell'annuncio deve essere indicato presso il punto vendita, vale a dire sulle rispettive etichette nei negozi fisici oppure nelle sezioni relative ai prezzi delle interfacce dei negozi online.

2. La trasposizione nel Codice del Consumo della disposizione della Direttiva Omnibus dovrebbe dunque prendere in considerazione tale necessità, senza in ogni caso sacrificare lo scopo della norma (evidenziato dalla Commissione) ovvero quello di tutelare i consumatori dall'applicazione di pratiche commerciali scorrette.

3. Occorre da ultimo precisare che, secondo quanto emerge dagli Orientamenti della Commissione, il prezzo applicato, da prendere come riferimento quale prezzo precedente, non coincide necessariamente con il prezzo a cui il prodotto è stato venduto, ma corrisponde in generale al prezzo più basso che è stato praticato per il bene o i beni in questione nel marketplace del professionista durante, come minimo, gli ultimi 30 giorni precedenti all'applicazione della riduzione di prezzo.

Per necessità di coordinamento con la definizione di “prezzo di vendita” dettata dalla Direttiva 98/6/EC (identificato nel “prezzo finale valido per una unità del prodotto o per una determinata quantità del prodotto, comprensivo dell'IVA e di ogni altra imposta”) **si ritiene opportuno includere la definizione di prezzo precedente nell'ambito dell'art. 13 Cod. Cons.**, assicurare chiarezza nell'interpretazione del testo normativo nazionale, con una formulazione dal seguente tenore:

Articolo 13 Cod. Cons. (“Definizioni”): Prezzo precedente “il prezzo di vendita più basso praticato per il prodotto o i prodotti in questione durante un periodo di tempo non inferiore a 30 giorni prima dell’applicazione della riduzione del prezzo.”

#### **SULLE DEROGHE ALLA REGOLA DEL PREZZO PRECEDENTE**

**Articolo 2(3) Direttiva Omnibus, Articolo 6 bis della Direttiva 98/6/EC, Articolo 16 Cod. Cons.**

**Orientamenti della commissione** (tratti da 2021/C 526/02. pagg. 138-140).

“L’articolo 6 bis, paragrafi da 3 a 5, offre agli Stati membri la possibilità di derogare alla norma generale in materia di riduzioni di prezzo nel caso di:

1. *beni che rischiano di deteriorarsi o scadere rapidamente («beni deperibili»);*
2. *beni che sono sul mercato da meno di 30 giorni («beni di recente immissione sul mercato»); e*
3. *successive riduzioni di prezzo entro un periodo di 30 giorni.*

**1. Beni deperibili.** L’opzione di cui all’articolo 6 bis, paragrafo 3, consente agli Stati membri di stabilire norme diverse per i beni che rischiano di deteriorarsi o scadere rapidamente. (...).

I beni che «rischiano di deteriorarsi o scadere rapidamente» sono beni deperibili che potrebbero, per via dell’imminente scadenza, dover essere scontati con maggiore frequenza al fine di velocizzarne la vendita. Tale concetto è ripreso anche all’articolo 16, paragrafo 1, lettera d), della direttiva sui diritti dei consumatori, che stabilisce che i consumatori non possono usufruire del diritto di recesso per i contratti a distanza e i contratti negoziati fuori dei locali commerciali relativamente alla «fornitura di beni che rischiano di deteriorarsi o scadere rapidamente». (...)

La direttiva sui diritti dei consumatori non definisce i «beni che rischiano di deteriorarsi o scadere rapidamente». Il rispetto dei criteri oggettivi secondo cui taluni beni «rischiano di deteriorarsi o scadere rapidamente» deve essere valutato caso per caso. Tra gli esempi di beni che rischiano di deteriorarsi o scadere rapidamente figurano le bevande e gli alimenti freschi con scadenza in tempi brevi. (...) L’approccio adottato nell’ambito della direttiva sui diritti dei consumatori è lo stesso che si applica anche nell’interpretazione di tale concetto ai sensi della direttiva sull’indicazione dei prezzi.”

**2. Beni di recente immissione sul mercato.** L’opzione di cui all’articolo 6 bis, paragrafo 4, permette agli Stati membri di consentire annunci di una riduzione di prezzo anche riguardo ai beni (di recente immissione sul mercato) che sono stati in vendita presso il professionista per meno di 30 giorni prima dell’annuncio della riduzione. L’opzione è formulata in maniera generica e fa riferimento a un «periodo di tempo inferiore» (rispetto al periodo normale di almeno 30 giorni). (...)

Pertanto, se scelgono di applicare tale possibilità di deroga alla norma generale, gli Stati membri sono tenuti a stabilire un periodo di tempo specifico per la determinazione del prezzo «precedente» o, in alternativa, a consentire ai professionisti di stabilire autonomamente il periodo di tempo e di indicarlo assieme al corrispondente prezzo «precedente». (...)

Il concetto della presenza sul «mercato» dev'essere interpretato nel contesto della norma generale di cui all'articolo 6 bis, paragrafi 1 e 2, che si riferisce alle azioni del professionista specifico che annuncia la riduzione di prezzo. Pertanto, in questo contesto, per «mercato» si intende la vendita dei beni da parte del commerciante interessato così come definito all'articolo 2, lettera d), della direttiva sull'indicazione dei prezzi.

I beni dovrebbero essere considerati già presenti sul «mercato» se il venditore riattiva l'offerta relativa agli stessi beni dopo averla interrotta per un certo periodo di tempo, ad esempio a seguito di un esaurimento temporaneo delle scorte o nel caso di articoli stagionali quali gli indumenti invernali/estivi. In questo caso, poiché i beni non si configurerebbero, in senso stretto, come beni di recente immissione sul mercato, l'eccezione di cui all'articolo 6 bis, paragrafo 4, non si applicherebbe.

Tuttavia, in queste situazioni il professionista può scegliere, quale periodo di riferimento per la determinazione del prezzo «precedente», un periodo di tempo superiore durante il quale il bene è stato messo in vendita per un totale di almeno 30 giorni. Pertanto, laddove metta nuovamente in vendita un bene dopo un periodo di interruzione, il venditore può annunciare una riduzione di prezzo indicando quale prezzo «precedente» il prezzo più basso applicato nel periodo di riferimento prima dell'interruzione (ad esempio nell'ultimo anno), purché:

- il bene sia stato in vendita per un totale di almeno 30 giorni in tale periodo di riferimento; e
- il prezzo «precedente» indicato sia il prezzo più basso dell'intero periodo di riferimento.

Sulla base di una valutazione caso per caso, al professionista potrebbe essere chiesto, conformemente all'articolo 7 della direttiva sulle pratiche commerciali sleali, di informare il consumatore quando il prezzo «precedente» indicato è un prezzo che non è stato applicato nel periodo immediatamente precedente la riduzione, bensì nella stagione precedente.

**3. Riduzioni progressive del prezzo.** La scelta normativa di cui all'articolo 6 bis, paragrafo 5, si applica quando il prezzo è oggetto di una riduzione graduale, senza interruzioni, durante le stesse campagne di vendita. In questo caso il prezzo «precedente» è il prezzo più basso degli ultimi 30 giorni precedenti l'applicazione del primo annuncio di una riduzione di prezzo e resta il prezzo «precedente» per tutti i successivi annunci di una riduzione di prezzo effettuati durante la campagna di vendita.

Ad esempio, il prezzo più basso del bene nei 30 giorni immediatamente precedenti l'inizio della campagna di vendita era di 100 EUR. Il venditore indica 100 EUR quale prezzo «precedente» quando annuncia la prima riduzione di prezzo (ad esempio, sconto del 10 %), quindi può mantenere lo stesso prezzo «precedente» anche quando annuncia le successive riduzioni del 20 % e del 30 %.”

#### ***Alcune considerazioni sulle deroghe sopra esposte.***

1. Ai sensi dell'art. 2(3) della Direttiva Omnibus, i legislatori nazionali hanno la facoltà di scegliere se adottare o meno alcune disposizioni in deroga alla previsione generale sugli annunci di riduzione di prezzo, con riferimento ai prodotti reperibili, ai prodotti che sono sul mercato da meno di 30 giorni e alle riduzioni di prezzo progressive effettuate entro un periodo di 30 giorni.

## **A. Beni deperibili**

2. Quanto ai prodotti deperibili, ovvero i prodotti che rischiano di deteriorarsi o scadere rapidamente, la Commissione ha precisato che le norme nazionali possono prevedere anche la completa esclusione di detti beni dall'ambito di applicazione dell'art. 6 bis o la possibilità per il venditore di indicare, quale prezzo «precedente», l'ultimo prezzo praticato immediatamente prima della riduzione. In ogni caso, come evidenziato dagli Orientamenti della Commissione, né la Direttiva 98/6/CE, né la Direttiva Omnibus offrono una definizione di «beni che rischiano di deteriorarsi o scadere rapidamente». Al fine di valutare se un prodotto è deperibile è dunque necessario compiere una valutazione caso per caso. Al fine di evitare discriminazioni tra professionisti e altresì per garantire uniformità tra tutti i paesi dell'Unione, si ritiene preferibile che il legislatore italiano eserciti il diritto di opzione assegnatogli dalla Direttiva Omnibus, escludendo i prodotti che rischiano di deteriorarsi o scadere rapidamente dall'ambito di applicazione dell'obbligo di indicare il prezzo precedente in caso di riduzioni di prezzo.

## **B. Beni di recente immissione sul mercato**

3. Quanto ai beni di recente immissione nel mercato, ovvero i beni che sono stati in vendita presso il professionista per meno di 30 giorni prima dell'annuncio della riduzione, la Direttiva Omnibus concede ai legislatori degli Stati membri la libertà di stabilire un periodo di tempo per la determinazione del prezzo «precedente» inferiore a 30 giorni, o, in alternativa, di consentire ai professionisti di stabilire autonomamente il periodo di tempo quale parametro per l'indicazione del prezzo «precedente», in ogni caso in modo conforme a quanto stabilito dalla Direttiva sulle pratiche commerciali sleali (UCPD). Fermo dunque l'onere per il professionista di indicare il prezzo precedente per qualsiasi annuncio di riduzione di un prezzo, è possibile prevedere criteri diversi rispetto a quello dei 30 giorni per l'individuazione del prezzo precedente. La scelta di rimettere la determinazione del prezzo precedente all'autonomia del professionista appare in questo caso preferibile, anche in ossequio al principio della libertà di iniziativa economica.

## **C. Successive riduzioni di prezzo entro un periodo di 30 giorni**

4. Con riferimento ai casi di riduzione del prezzo progressivamente aumentata, la Direttiva Omnibus consente agli Stati membri di stabilire che il prezzo precedente venga mantenuto costante nel corso delle progressive riduzioni, facendolo corrispondere al prezzo originario senza riduzione e non prendendo in considerazione le successive riduzioni di prezzo. In ossequio agli Orientamenti della Commissione dettati per la disciplina generale in tema di annunci di riduzione di prezzo di cui all'art. 6 bis della Direttiva Omnibus, la nuova norma non obbliga i professionisti a precisare per quanto tempo abbiano applicato il prezzo «precedente» indicato, ma li vincola esclusivamente a indicare il prezzo «precedente» all'inizio di ciascuna riduzione. Il prezzo precedente così individuato può poi essere mantenuto per l'intera durata della riduzione di prezzo. La riduzione di prezzo dei beni annunciata dai professionisti può avere una durata maggiore, anche superiore ai 30 giorni, e, nel caso di durata ininterrotta per più di 30 giorni, il prezzo «precedente» da indicare resta quello più basso applicato per almeno 30 giorni prima della riduzione.

Al fine di coordinare la disciplina generale con la deroga di cui all'art. 6 bis co. 5, appare dunque ragionevole implementare il nuovo art. 6 bis accordando ai professionisti, per i casi di riduzione progressivamente aumentata del prezzo, la possibilità di mantenere quale prezzo precedente di riferimento il prezzo anteriore alla riduzione. Il campo di

applicazione della deroga sarà in ogni caso limitato alle riduzioni di prezzo progressive, e dunque effettuate senza interruzioni, per garantire il necessario coordinamento con le disposizioni in tema di pratiche commerciali scorrette a tutela dei consumatori.

### **Proposta di attuazione**

**Articolo 13 Cod. Cons. (“Definizioni”)**: introdurre una nuova definizione di: “*riduzione del prezzo progressivamente aumentata*”: “*la riduzione graduale del prezzo del medesimo prodotto applicata durante una stessa campagna di vendita.*”

**Articolo [15 bis.2], [15 bis.3], [15 bis.4] Cod. Cons. (“Annuncio di riduzione di un prezzo”)**: introdurre nuove norme (coordinate con quella proposta al punto che precede) all’interno della Sezione I del Capo III del Cod. Cons. dedicate alle eccezioni relative all’applicazione della regola generale sugli annunci delle riduzioni di prezzo, come segue:

*“2. Sono esenti dall’obbligo previsto al comma 1 gli annunci di riduzione di prezzo relativi ai prodotti che rischiano di deteriorarsi o scadere rapidamente.*

*3. In relazione ai prodotti posti sul mercato da meno di 30 giorni, il prezzo più basso precedentemente applicato è quello più basso praticato nell’arco temporale precedente all’annuncio della riduzione di prezzo ragionevolmente determinato dal professionista, tenuto conto delle caratteristiche del prodotto e dell’offerta.*

*4. Negli annunci di riduzione di prezzo relativi alla riduzione del prezzo progressivamente aumentata, è consentito indicare come prezzo precedente il prezzo precedente anteriore alla prima e successive riduzioni di prezzo applicate.”*

### **SULLA DEFINIZIONE DI “ANNUNCIO DI RIDUZIONE DI PREZZO”**

#### **Orientamenti della Commissione: 2021/C 526/02, pagg. 132-133**

“L’articolo 6 bis si applica alle dichiarazioni promozionali del professionista che annunciano una riduzione del prezzo che egli pratica per il bene o i beni. Ad esempio, una riduzione di prezzo si può annunciare:

- in termini percentuali (%), ad esempio «sconto del 20 %», o assoluti, ad esempio «sconto di 10 EUR»;
- indicando un nuovo prezzo (inferiore) assieme al prezzo applicato in precedenza (più elevato). Il prezzo precedente può essere sbarrato. Ad esempio, «ora 50 EUR (in precedenza 100 EUR)» o «50 EUR/100 EUR»;
- mediante qualsiasi altra tecnica promozionale, ad esempio «acquista oggi e non paghi l’IVA», che indica al consumatore che la riduzione del prezzo è pari al valore dell’IVA (il che non significa che l’IVA non sia riscossa);
- presentando il prezzo attuale come il prezzo «di lancio» o simili e indicando un prezzo più elevato quale prezzo normale applicato in futuro.

L’articolo 6 bis si applica agli annunci di riduzione di prezzo sia quando questi riguardano beni specifici inclusi nell’offerta del venditore, sia quando fanno parte dell’annuncio di una riduzione di prezzo più generale.

L'articolo 6 bis **non riguarda né limita in alcun modo le fluttuazioni e le diminuzioni di prezzo che non implicano alcun annuncio di una riduzione di prezzo**. Di fatto, l'articolo 6 **bis si focalizza sugli «annunci»** di una riduzione di prezzo. Pertanto, non riguarda i meccanismi a lungo termine che consentono ai consumatori di beneficiare sistematicamente di prezzi ridotti e di singole riduzioni di prezzo specifiche.

“Quanto al concetto di «prezzo», l'articolo 6 bis si riferisce al «prezzo di vendita» quale definito all'articolo 2, lettera a), della direttiva sull'indicazione dei prezzi. La direttiva sull'indicazione dei prezzi richiede inoltre l'indicazione del «prezzo per unità» quale definito all'articolo 2, lettera b). Per i beni commercializzati sfusi (ad esempio tessuti, materiali per l'edilizia, alimenti), per i quali il prezzo di vendita non può essere determinato prima che il consumatore abbia indicato la quantità richiesta, a norma dell'articolo 3, paragrafo 3, della direttiva sull'indicazione dei prezzi «deve essere indicato soltanto il prezzo per unità di misura». In relazione a tali beni, l'articolo 6 bis si applica inoltre agli annunci di una riduzione di prezzo che riguardino il prezzo per unità. In questi casi l'articolo 6 bis si applica all'indicazione del prezzo per unità «precedente».

L'articolo 6 bis della direttiva sull'indicazione dei prezzi si applica agli annunci di una riduzione di prezzo effettuati in tutti i canali di distribuzione (ad esempio in negozi tradizionali, online)».

#### ***Alcune considerazioni sulla portata applicativa di “annuncio di riduzione di un prezzo”.***

In linea con quanto indicato dagli Orientamenti della Commissione, si ritiene che il concetto di “annuncio di riduzione di un prezzo” debba essere interpretato con esclusivo riferimento ai casi in cui il professionista dichiara espressamente di aver applicato una riduzione rispetto al prezzo di vendita precedente.

La Commissione ha infatti chiarito che l'obbligo di indicare il prezzo precedente **non si applica:**

- a. agli annunci pubblicitari di carattere generale che promuovono l'offerta del venditore confrontandola con quelle di altri venditori, ad esempio «prezzi migliori/più bassi»;
- b. ad altre tecniche di promozione dei vantaggi di prezzo che non costituiscono riduzioni di prezzo, quali, ad esempio, i confronti tra il prezzo di vendita con un prezzo di riferimento come quello suggerito dal fabbricante oppure tra offerte (ad esempio, due al prezzo di uno” o “sconto del 30%” sull'acquisto di tre pezzi”, prezzo vantaggioso per formato più grande); in tal caso, infatti, non si tratta di un annuncio di riduzione di prezzi ma di confronto tra prezzi attuali proposti contemporaneamente da diversi soggetti e di comparazione di prezzi di formati/volumi diversi del medesimo prodotto;
- c. ai programmi di fedeltà dei clienti messi in atto dal venditore, quali buoni o carte di sconto, che permettono al consumatore di usufruire di uno sconto sul prezzo di tutti i prodotti o su specifiche gamme di prodotti del venditore periodi di tempo continui e prolungati (ad esempio sei mesi o un anno), o grazie ai quali è possibile accumulare crediti (punti) in vista di acquisti futuri;
- d. alle riduzioni dei prezzi personalizzate, che non prevedono l'«annuncio» della riduzione di prezzo (ad esempio, quando il consumatore riceve un buono di «sconto del 20 %» sul suo acquisto, valido per il prossimo acquisto e fino alla fine del mese, oppure quando le riduzioni sono riservate a un consumatore specifico in occasioni speciali, ad esempio al momento dell'iscrizione al programma di fedeltà o in occasione del matrimonio o del

compleanno di tale consumatore, come pure quelle applicate al momento dell'acquisto e che non sono state «annunciate» in precedenza).

Al fine di evitare qualsiasi ambiguità in merito al concetto di “annuncio di riduzione di un prezzo”, la trasposizione della disposizione della Direttiva Omnibus nel Codice del Consumo dovrebbe dunque includere una definizione espressa di “annuncio di riduzione di prezzo” da includere in particolare nell'art. 13 Cod. Cons. che apre la Sezione I (“Indicazione dei prezzi per unità di misura”) del Capo III (“Particolari modalità di informazione”) con una possibile formulazione nei termini qui di seguito riportati:

Annuncio di riduzione di prezzo: *“qualsiasi dichiarazione promozionale del professionista per annunciare una riduzione del prezzo praticato per il prodotto o i prodotti offerti in vendita, effettuata in tutti i canali di distribuzione, sia quando questa riguarda prodotti specifici inclusi nell'offerta del venditore, **sia quando fanno parte dell'annuncio di una riduzione di prezzo più generale.** Non costituisce annuncio di riduzione di prezzo: (a) una offerta che mostri una comparazione con altri prezzi di riferimento conoscibili dal consumatore, quale ad esempio il prezzo di vendita consigliato del produttore, o il prezzo praticato contestualmente dallo stesso professionista per il medesimo prodotto offerto in formati o volumi differenti; (b) una dichiarazione promozionale che promuova l'offerta del venditore confrontandola con quelle di altri venditori; (c) una dichiarazione promozionale relativa a meccanismi duratura continuativa che consentono ai consumatori di beneficiare sistematicamente di prezzi ridotti e di singole riduzioni di prezzo specifiche, quali i programmi di fedeltà dei clienti che permettono al consumatore di usufruire di uno sconto sul prezzo di tutti i prodotti o su specifiche gamme di prodotti del venditore per periodi di tempo continui o prolungati, o grazie ai quali è possibile accumulare crediti (punti) in vista di acquisti futuri; e (d) le dichiarazioni promozionali relative a offerte di riduzioni di prezzo personalizzate, che non prevedono l'annuncio della riduzione di prezzo alla generalità dei consumatori.”* Tutte le pratiche indicate qui sopra restano comunque regolate e soggette al Titolo III (Pratiche commerciali, pubblicità e altre comunicazioni commerciali).

Inoltre, si ritiene utile l'inserimento di un ulteriore articolo:

Articolo [15bis.1] Cod. Cons. (“Annuncio di riduzione di un prezzo”): introdurre una nuova norma all'interno della Sezione I del Capo III del Cod. Cons. dedicato agli annunci di riduzione di prezzo, che preveda che “Ogni annuncio di riduzione di un prezzo relativo a un prodotto deve indicare il prezzo precedente applicato prima dell'applicazione di tale riduzione.”

### **Conclusioni.**

Auspichiamo che tale analisi possa supportare il regolatore nel delicato compito di recepire la direttiva.

Restando a disposizione per ulteriori approfondimenti porgiamo i migliori saluti.

Si ringrazia per l'attenzione.

Consorzio Netcomm

Milano, 27 luglio 2022

NETCOMM POSITION

**OSSERVAZIONI NETCOMM IN RELAZIONE ALLO SCHEMA DI ARTICOLATO DI ATTUAZIONE DELLA DIRETTIVA (UE) 2019/2161**

Con il presente documento Netcomm, richiamando anche le osservazioni formulate nel Position Paper 04/2022, del 19.04.2022 e Position 09/2022 del 27.07.2022, intende offrire il proprio contributo in relazione allo Schema di Articolato di attuazione della direttiva (UE) 2019/2161 che “*modifica la direttiva 93/13/CEE del Consiglio e le direttive 98/6/CE, 2005/29/CE e 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio per una migliore applicazione e una modernizzazione delle norme dell’Unione relative alla protezione dei consumatori*” (nota anche come “Direttiva Omnibus”).

**PROPOSTE DI MODIFICA E OSSERVAZIONI.**

**Proposte di Modifica**

**A) Art. 1 co. 2 [nuovo art. 17bis del decreto legislativo 6 settembre 2005 n. 206]**

In linea con quanto indicato dagli Orientamenti della Commissione, si ritiene opportuno chiarire che il concetto di “*annuncio di riduzione di un prezzo*” si applica nei casi in cui il professionista dichiari espressamente di aver applicato una riduzione rispetto al prezzo di vendita precedente<sup>1</sup>. La Commissione ha infatti espressamente indicato che l’obbligo di indicare il prezzo precedente **non si applica a casi diversi**, e in particolare non si applica (a) “*agli annunci pubblicitari di carattere generale che promuovono l’offerta del venditore confrontandola con quelle di altri venditori*”<sup>2</sup>; (b) “*ad altre tecniche di promozione dei vantaggi di prezzo che non costituiscono riduzioni di prezzo, quali i confronti tra prezzi e le offerte vincolate*”<sup>3</sup>; (c) “*ai programmi di fedeltà dei clienti messi in atto dal venditore, quali buoni o carte di sconto, che permettono al consumatore di usufruire di uno sconto sul prezzo di tutti i prodotti o su specifiche gamme di prodotti del venditore per periodi di tempo continui e prolungati (ad esempio sei mesi o un anno), o grazie ai quali è possibile accumulare crediti (punti) in vista di acquisti futuri*”<sup>4</sup>; (d) “*alle riduzioni dei prezzi personalizzate*”<sup>5</sup> (ad esempio le “riduzioni applicate in

<sup>1</sup> Cfr. COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE - *Orientamenti sull’interpretazione e l’applicazione dell’articolo 6 bis della direttiva 98/6/CE del Parlamento europeo e del Consiglio relativa alla protezione dei consumatori in materia di indicazione dei prezzi dei prodotti offerti ai consumatori (2021/C 526/02)*, pagg. 132-133 (“L’articolo 6 bis si applica alle dichiarazioni promozionali del professionista che annunciano una riduzione del prezzo che egli pratica per il bene o i beni”).

<sup>2</sup> Cfr. COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE, *ibidem*.

<sup>3</sup> Cfr. COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE, *ibidem*.

<sup>4</sup> Cfr. COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE, *cit.*, pag. 135.

<sup>5</sup> Cfr. COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE, *ibidem*.

**Netcomm**

Via Serbelloni, 2 – 20122 Milano

segreteria@consorzionetcomm.it - www.consorzionetcomm.it

CCIA Milano 1787834 - C.F. 04989210960 – P.I. 04989210960



conseguenza di precedenti acquisti del consumatore presso il venditore interessato, ad esempio quando il consumatore riceve un buono di «sconto del 20 %» sul suo acquisto, valido per il prossimo acquisto e fino alla fine del mese»<sup>6</sup>).

Al fine di evitare ambiguità in merito al concetto di “annuncio di riduzione di un prezzo”, la trasposizione della disposizione della Direttiva Omnibus nel Codice del Consumo dovrebbe dunque contenere una definizione di “annuncio di riduzione di prezzo” che ne circoscriva esattamente la portata, cioè a beneficio di una corretta applicazione della fattispecie da parte dei professionisti e dei consumatori che sapranno esattamente a quale tipologia si applica.

A titolo esemplificativo, si propone di seguito la seguente formulazione (indicata in corsivo e grassetto):

1) Dopo l'articolo 17 del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, è inserito il seguente articolo: “Art. 17-bis (Annunci di riduzione di prezzo) 1. Ogni annuncio di riduzione di prezzo deve indicare il prezzo precedente applicato dal professionista per un determinato periodo di tempo prima dell'applicazione di tale riduzione. **Per annuncio di riduzione di un prezzo si intende qualsiasi dichiarazione promozionale del professionista per annunciare una riduzione del prezzo praticato per il prodotto o i prodotti offerti in vendita, effettuata in tutti i canali di distribuzione, sia quando questa riguarda prodotti specifici inclusi nell'offerta del venditore, sia quando fanno parte dell'annuncio di una riduzione di prezzo più generale. Non costituisce annuncio di riduzione di prezzo: (a) una offerta che non contenga una dichiarazione promozionale, ma una comparazione con altri prezzi di riferimento conoscibili dal consumatore, quale ad esempio il prezzo di vendita consigliato del produttore; (b) una dichiarazione promozionale che promuova l'offerta del venditore confrontandola con quelle di altri venditori; (c) una dichiarazione promozionale relativa a meccanismi con durata continuativa che consentono ai consumatori di beneficiare sistematicamente di prezzi ridotti e di singole riduzioni di prezzo specifiche, quali i programmi di fedeltà dei clienti che permettono al consumatore di usufruire di uno sconto sul prezzo di tutti i prodotti o su specifiche gamme di prodotti del venditore per periodi di tempo continui o prolungati, o grazie ai quali è possibile accumulare crediti (punti) in vista di acquisti futuri; e (d) le dichiarazioni promozionali relative a offerte di riduzioni di prezzo personalizzate.**”

#### **A-bis Art. 1 co. 2 [nuovo art. 17bis del decreto legislativo 6 settembre 2005 n. 206]**

Ai sensi dell'art. 6bis co. 3 della Direttiva Omnibus, gli Stati membri possono stabilire “regole diverse” per i beni che “rischiano di deteriorarsi o scadere rapidamente”; questa opzione consente agli Stati membri di prevedere dette regole per i beni che rischiano di “scadere” rapidamente, come i prodotti agricoli o alimentari menzionati nell'attuale proposta di attuazione dell'articolo in questione.

Di fatto, la formulazione ampia dell'art. 6bis co. 3 della Direttiva Omnibus consente al legislatore nazionale di escludere dall'applicazione della regola sul “prezzo precedente” anche a ulteriori beni pur destinati a “deteriorarsi” o comunque a “scadere” rapidamente senza quindi limitarsi solamente ai prodotti agricoli e alimentari. A tale proposito si ritiene che la fattispecie possa essere quindi applicata anche a tutti quei beni che (pur non essendo agricoli o alimentari) potrebbero, per via dell'imminente “scadenza” dover essere scontati con maggiore frequenza al fine di velocizzarne la vendita, si pensi ad esempio ai calendari, alle agende oppure ai biglietti augurali che fanno riferimento ad un periodo temporale preciso. Pertanto, si ritiene che anche questi ulteriori beni meritino di essere inclusi nell'ambito dell'eccezione, visto che, come anzidetto, l'art. 6bis co. 3 della Direttiva Omnibus non limita la sua sfera di applicazione ai prodotti alimentari e agricoli. Si propone dunque l'integrazione alla proposta di nuovo art. 17bis co. 3 evidenziate in corsivo e grassetto:

<sup>6</sup> Cfr. COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE, ibidem.

- 1) Dopo l'articolo 17 del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, è inserito il seguente articolo: “*Art. 17-bis (Annunci di riduzione di prezzo) (...) 3. Ai prodotti agricoli e alimentari deperibili di cui all'art. 2, comma 1, lett. m) del decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 198 e agli altri beni che rischiano di deteriorarsi o scadere rapidamente* non si applica la previsione di cui al comma 2”.

**B) Art. 1 co. 7 [nuove lett. h-bis) -h-quarter) dell'art. 26 co. 1 del decreto legislativo 6 settembre 2005 n. 206]**

Si ritiene che le ipotesi di pratiche commerciali scorrette previste in questo comma siano state erroneamente inserite all'art. 26 del Codice del Consumo, che si riferisce alle pratiche commerciali considerate in ogni caso “aggressive”, e non nell'art. 23 del medesimo codice relativo alle pratiche commerciali considerate in ogni caso “ingannevoli”.

Alla luce di quanto previsto dalla Direttiva Omnibus (vedi riferimento all'Allegato 1 della Direttiva 2005/29/EC)<sup>7</sup> queste pratiche vanno annoverate tra le pratiche commerciali considerate in ogni caso “ingannevoli” (e non aggressive) ai sensi dell'art. 23 del Codice del Consumo.

**C) Art. 1 co. 8(a) [nuovo co. 9bis dell'art. 27 del decreto legislativo 6 settembre 2005 n. 206]**

Quanto al calcolo del fatturato al fine dell'irrogazione di sanzioni inflitte a norma dell'art. 21 del Regolamento UE 2017/2394 del Parlamento europeo e del Consiglio del 12 dicembre 2017, in ragione della necessità di rendere la determinazione della sanzione rispondente a criteri di proporzionalità<sup>8</sup>, si ritiene che il parametro di riferimento debba essere costituito dal fatturato realizzato dal professionista nell'anno in cui è stata commessa la violazione, e non al momento dell'accertamento della stessa. In quest'ultimo caso il parametro di determinazione della sanzione risulterebbe inevitabilmente slegato alla violazione stessa, a detrimento dei requisiti di proporzionalità e prevedibilità richiesti dal legislatore comunitario. Inoltre, si propone di precisare che nella determinazione della sanzione si deve necessariamente considerare l'effettivo impatto della violazione per i consumatori degli Stati membri coinvolti. Si propongono dunque le integrazioni alla proposta di nuovo co. 9bis evidenziate in corsivo e grassetto:

- a) Dopo il comma 9 sono aggiunti i seguenti commi: “9-bis. In caso di sanzioni inflitte a norma dell'art. 21 del Regolamento UE 2017/2394 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 12 dicembre 2017, l'importo massimo della sanzione irrogata dall'Autorità è pari al 4% del fatturato annuo del professionista realizzato ***nell'anno in cui è stata commessa la violazione*** in Italia ovvero negli Stati membri dell'Unione europea interessati dalla relativa violazione ***e calcolata sulla base del numero e rilievo degli Stati membri concretamente coinvolti nella violazione e di quanto la violazione abbia effettivamente impattato ciascuno di essi***. Qualora le informazioni sul fatturato annuo non siano disponibili, l'importo massimo della sanzione irrogata dall'Autorità è pari a 2.000.000 di euro.”

---

<sup>7</sup> Cfr. L'art. 13 co. 7(b) della Direttiva 2019/2161 che modifica espressamente l'art 23 dell'allegato I (“Pratiche commerciali ingannevoli”) alla Direttiva 2005/29/CE.

<sup>8</sup> Cfr. l'art. 13 co. 1 della Direttiva 2019/2161 ove si legge che “(1) ...Le sanzioni previste devono essere effettive, proporzionate e dissuasive”.

**D) Art. 1 co. 8(a) [nuovo co. 9ter dell'art. 27 del decreto legislativo 6 settembre 2005 n. 206 - lett. a -d)]**

La Direttiva Omnibus impone di prevedere nelle norme di attuazione nazionali sanzioni effettive, proporzionate e dissuasive. A questo fine suggerisce, ai fini della loro quantificazione, alcuni criteri di calcolo la cui elencazione è dichiaratamente non esaustiva<sup>9</sup>. Essi sono attualmente previsti nella proposta di implementazione della Direttiva Omnibus in commento. Anche i principi dell'ordinamento italiano richiedono che la sanzione soddisfi requisiti di proporzionalità, prevedibilità e certezza. Si accoglie quindi con favore l'indicazione dei criteri di cui il regolatore deve tener conto nel determinare l'ammontare della sanzione. Si ritiene tuttavia che l'elenco di cui alla Direttiva Omnibus sia (come essa stessa suggerisce) perfezionabile. In particolare, si riterrebbe opportuno che nella fase attuativa esso sia integrato con ulteriori criteri che assicurino che la sanzione sia effettivamente parametrata alla gravità e alla prevedibilità della violazione, in particolare sotto il profilo (a) dell'entità del danno concretamente arrecato ai consumatori; e (b) della prevedibilità della violazione valutata in base (i) a precedenti pronunce dell'autorità regolamentare; (ii) al dibattito interpretativo sulla disciplina relativa al comportamento vietato; (iii) alla novità del servizio o prodotto cui la violazione si riferisce.

L'integrazione qui suggerita appare particolarmente necessaria anche in considerazione dell'entità delle sanzioni introdotte dalla Direttiva Omnibus, specie in riferimento alle violazioni transfrontaliere. Si propone dunque la modifica alla proposta di nuovo co. 9bis evidenziata qui sotto in corsivo e grassetto:

- a) Dopo il comma 9 sono aggiunti i seguenti commi: ... "9-ter. Ai fini dell'irrogazione delle sanzioni di cui ai commi 9 e 9-bis, l'Autorità tiene conto, ove appropriato, dei seguenti criteri non esaustivi:
- a) la natura, gravità, entità e durata della violazione;
  - b) le eventuali azioni intraprese dal professionista per attenuare il danno subito dai consumatori o per porvi rimedio;
  - c) eventuali violazioni commesse in precedenza dal professionista;
  - d) i benefici finanziari conseguiti o le perdite evitate dal professionista in conseguenza della violazione, se i relativi dati sono disponibili;
  - e) ***l'entità del danno concretamente arrecato ai consumatori;***
  - f) ***la prevedibilità della violazione valutata in base (i) a precedenti pronunce dell'autorità regolamentare; (ii) al dibattito interpretativo sulla disciplina relativa al comportamento vietato; (iii) alla novità del servizio o prodotto cui la violazione si riferisce***".

**E) Art. 1 co. 8(a) [nuovo co. 9ter dell'art. 27 del decreto legislativo 6 settembre 2005 n. 206 – lett. e)]**

Quanto al criterio di quantificazione della sanzione previsto all'attuale lettera e) della proposta di attuazione della Direttiva Omnibus ("*violazione verificatasi in più Stati membri*"), si ritiene che debba essere specificato che la circostanza assume funzione aggravante unicamente qualora si tratti di reiterazione di una violazione già accertata e sanzionata come tale in altri Stati membri, e non nel caso di unica violazione coinvolgente più Stati membri. Tale specificazione si rende necessaria per evitare la violazione del principio del *ne bis in idem* che, oltre a essere principio dell'ordinamento interno, è richiamato

---

<sup>9</sup> Cfr. l'art. 13 co. 2 della Direttiva 2019/2161, secondo cui "(2) Gli Stati membri assicurano che, ai fini dell'irrogazione delle sanzioni, si tenga conto dei seguenti criteri, non esaustivi e indicativi, ove appropriati".

dalla Direttiva Omnibus<sup>10</sup> stessa e dagli Orientamenti della Commissione in riferimento al Regolamento 2017/2394 UE<sup>11</sup> (che persegue per l'appunto finalità di coordinamento tra i vari Stati membri in caso di infrazioni diffuse).

Si propone dunque la modifica alla proposta di nuovo co. 9ter lett. e) evidenziata in corsivo e grassetto:

- a) Dopo il comma 9 sono aggiunti i seguenti commi: ... “9-ter. Ai fini dell'irrogazione delle sanzioni di cui ai commi 9 e 9-bis, l'Autorità tiene conto, ove appropriato, dei seguenti criteri non esaustivi: (...) e **in caso di reiterazione di una condotta già sanzionata in altri Stati Membri**, le sanzioni inflitte al professionista per la medesima violazione in altri Stati membri in casi transfrontalieri, in cui informazioni relative a tali sanzioni sono disponibili attraverso il meccanismo istituito dal Regolamento UE 2017/2394 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 12 dicembre 2017”.

#### F) Art. 1 co. 8(a) [nuovo co. 9ter dell'art. 27 del decreto legislativo 6 settembre 2005 n. 206]

Accogliendo lo spunto contenuto nel considerando 8 della Direttiva Omnibus e i suggerimenti della Commissione e in applicazione del principio di proporzionalità, si ritiene consigliabile stabilire il principio generale per cui non si applicano sanzioni in caso di violazioni di lieve entità<sup>12</sup>. Allo stesso fine, si propone di dare applicazione completa all'art. 3 co. 6 della Direttiva Omnibus, e dunque escludere l'applicazione della sanzione “transfrontaliera” qualora la stessa non appaia equa in riferimento alle circostanze del caso, purché l'infrazione non sia oggetto di reiterazione<sup>13</sup>.

In particolare, gli Orientamenti della Commissione suggeriscono che la sanzione parametrata al fatturato possa non applicarsi qualora l'infrazione transnazionale sia occasionale, e consistente in una pratica commerciale sleale contraria alle norme di diligenza professionale ai sensi dell'art. 5 della Direttiva 2005/29/CE (ad esclusione delle ipotesi di cui agli artt. 6, 7, 8 e 9 dell'Allegato I della stessa Direttiva 2005/29/CE, “*Pratiche commerciali considerate in ogni caso sleali*”)<sup>14</sup>.

<sup>10</sup> Cfr. il Considerando 8 della Direttiva 2019/2161, nella parte in cui prevede che “*Gli Stati membri dovrebbero inoltre tenere conto di altri principi generali del diritto applicabili all'imposizione di sanzioni, come il principio ne bis in idem*”.

<sup>11</sup> Cfr. la COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE - Orientamenti sull'interpretazione e sull'applicazione della direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio relativa alle pratiche commerciali sleali delle imprese nei confronti dei consumatori nel mercato interno (2021/C 526/01), pag. 23, secondo cui “*Il considerando 8 ...precisa altresì che «[g]li Stati membri dovrebbero inoltre tenere conto di altri principi generali del diritto applicabili all'imposizione di sanzioni, come il principio ne bis in idem»*”.

<sup>12</sup> Cfr. considerando 8 della Direttiva 2019/2161 secondo cui i criteri di quantificazione delle sanzioni previsti nella direttiva «*potrebbero non essere rilevanti per tutte le infrazioni, e in particolare ai fini delle decisioni sanzionatorie riguardanti le infrazioni di lieve entità*» e COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE - Orientamenti sull'interpretazione e sull'applicazione della direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio relativa alle pratiche commerciali sleali delle imprese nei confronti dei consumatori nel mercato interno (2021/C 526/01) alla nota che precede.

<sup>13</sup> Cfr. art. 3 co. 6 della Direttiva 2019/2161 che introduce il nuovo art. 13 co. 3 della direttiva 2005/29/CE secondo cui “*gli Stati membri possono, per motivi attinenti all'ordinamento costituzionale nazionale, limitare l'imposizione di sanzioni pecuniarie: a) alle violazioni degli articoli 6, 7, 8 e 9 e dell'allegato 1 della presente direttiva; e b) ai casi di ricorso continuato, da parte del professionista, a una pratica commerciale dichiarata abusiva dall'autorità, anche giudiziaria, nazionale competente, quando tale pratica commerciale non sia una violazione di cui alla lettera a)*”. Il considerando 8 chiarisce che i criteri «*potrebbero non essere rilevanti per tutte le infrazioni, e in particolare ai fini delle decisioni sanzionatorie riguardanti le infrazioni di lieve entità*». Precisa altresì che «*[g]li Stati membri dovrebbero inoltre tenere conto di altri principi generali del diritto applicabili all'imposizione di sanzioni, come il principio ne bis in idem*”.

<sup>14</sup> Cfr. la COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE - Orientamenti sull'interpretazione e sull'applicazione della direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio relativa alle pratiche commerciali sleali delle imprese nei confronti dei consumatori nel mercato interno (2021/C 526/01), pag. 25, che sottolinea come gli Stati membri possono limitare l'imposizione di sanzioni pecuniarie e che “*tale limitazione è intesa ad affrontare circostanze a carattere eccezionale e consente agli Stati membri di non applicare le disposizioni in materia di sanzioni pecuniarie alle infrazioni occasionali che sono oggetto di esecuzione coordinata a norma del regolamento CPC per le quali l'unica base giuridica è costituita dall'articolo 5 della direttiva sulle pratiche commerciali sleali concernente la diligenza professionale*”.

Al fine di evitare l'irrogazione di sanzioni sproporzionate in relazione alla entità e alla gravità della violazione, si propone dunque la modifica alla proposta di nuovo co. 9ter evidenziata in corsivo e grassetto, e cioè l'introduzione del seguente inciso in coda al nuovo co. 9ter:

- a) Dopo il comma 9 sono aggiunti i seguenti commi: ...“9ter (...) **L'Autorità non applica la sanzione qualora la sua irrogazione risulti sproporzionata o iniqua in base ai criteri sopra indicati, inclusi i casi di sanzione a norma dell'art. 21 del Regolamento UE 2017/2394 del Parlamento europeo e del Consiglio del 12 dicembre 2017 per violazione dell'art. 20 del presente Codice, salvo che l'infrazione costituisca violazione di un comando inibitorio già emesso dall'Autorità rispetto a un'infrazione accertata in via definitiva, o in caso di violazione dell'art. 23 lett. e), g), h), i) del presente Codice**”.

#### G) Art. 1 co. 9 [nuovo co. 2bis dell'art. 37bis del decreto legislativo 6 settembre 2005 n. 206]

Si propone di limitare l'ambito di applicazione delle sanzioni previste in questo articolo al caso in cui la violazione riguardi clausole espressamente definite abusive o già dichiarate tali con decisione definitiva. Questo approccio appare giustificato da ragioni di certezza e prevedibilità, in considerazione dell'ampio margine di discrezionalità e della valutazione circostanziata che connota il giudizio di abusività delle clausole non espressamente previste come tali dal legislatore. Le clausole cui non dovessero risultare applicabili le sanzioni sarebbero comunque oggetto di nullità a tutela dei consumatori. Si propone dunque la modifica alla proposta di nuovo co. 2bis evidenziata in corsivo e grassetto:

- 9) All'articolo 37-bis del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, dopo il comma 2 sono inseriti i seguenti commi:  
“2-bis. Qualora l'Autorità accerti, in alcuno dei contratti di cui al comma 1, l'utilizzo di clausole vessatorie **ai sensi dell'art. 33, comma 2, o di cui è già stata dichiarata la natura di clausole vessatorie** come definite all'art. 33, comma 1 **da parte dell'autorità giudiziaria o dell'Autorità**, applica una sanzione amministrativa pecuniaria nella misura prevista dall'art. 27, comma 9 primo periodo.

#### H) Art. 1 co. 9 [nuovo co. 2bis dell'art. 37bis del decreto legislativo 6 settembre 2005 n. 206]

Per i motivi indicati ai punti C, D, E ed F che precedono, e per allineare il comma 2bis dell'art. 37bis a quanto proposto in quella sede, si propone di modificare la restante parte del nuovo co. 2bis come sotto evidenziato in corsivo e grassetto:

- 9) All'articolo 37-bis del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, dopo il comma 2 sono inseriti i seguenti commi “2-bis. ...In caso di sanzioni inflitte a norma dell'art. 21 del Regolamento UE 2017/2394 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 12 dicembre 2017, l'importo massimo della sanzione irrogata dall'Autorità è pari al 4% del fatturato annuo del professionista **nell'anno in cui è stata commessa la violazione** realizzato in Italia ovvero negli Stati membri dell'Unione europea interessati dalla relativa violazione **e calcolata sulla base del numero e rilievo degli Stati membri concretamente coinvolti nella violazione e di quanto la violazione abbia effettivamente impattato ciascuno di essi**. Qualora le informazioni sul fatturato annuo non siano disponibili, l'importo massimo della sanzione irrogata dall'Autorità è pari a 2.000.000 di euro”.

Ai fini dell'irrogazione delle sanzioni di cui al presente comma, l'Autorità tiene conto, ove appropriato, dei seguenti criteri non esaustivi:

- a) la natura, gravità, entità e durata della violazione;
- b) le eventuali azioni intraprese dal professionista per attenuare il danno subito dai consumatori o per porvi rimedio;
- c) eventuali violazioni commesse in precedenza dal professionista;
- d) i benefici finanziari conseguiti o le perdite evitate dal professionista in conseguenza della violazione, se i relativi dati sono disponibili;
- e) ***l'entità del danno concretamente arrecato ai consumatori;***
- f) ***la prevedibilità della violazione valutata in base (i) a precedenti pronunce dell'autorità regolamentare; (ii) al dibattito interpretativo sulla disciplina relativa al comportamento vietato; (iii) alla novità del servizio o prodotto cui la violazione si riferisce;***
- g) ***in caso di reiterazione di una condotta già sanzionata in altri Stati Membri***, le sanzioni inflitte al professionista per la medesima violazione in altri Stati membri in casi transfrontalieri, in cui informazioni relative a tali sanzioni sono disponibili attraverso il meccanismo istituito dal Regolamento UE 2017/2394;
- h) eventuali altri fattori aggravanti o attenuanti applicabili alle circostanze del caso.

***L'Autorità regolatoria può escludere l'applicazione della sanzione qualora la sua irrogazione risulti sproporzionata o iniqua in base ai criteri sopra indicato, incluso l'impatto concreto negli Stati membri, salvo che l'infrazione costituisca violazione di un comando inibitorio già emesso dall'Autorità rispetto a un'infrazione accertata in via definitiva***".

#### **I) Art. 1. co. 14 (nuovo Articolo 49, del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206)**

Il precedente art. 6, paragrafo 1, lettera c) della Direttiva 2011/83/UE riportato nell'art. 49 del nostro Codice del Consumo recitava: *Art. 49. Obblighi di informazione nei contratti a distanza e nei contratti negoziati fuori dei locali commerciali. 1. (...) c) l'indirizzo geografico dove il professionista è stabilito e **il suo numero di telefono, di fax e l'indirizzo elettronico, ove disponibili** (...)*". Il 10 luglio 2019 la Corte di Giustizia Europea, Case C-649/17, si era pronunciata molto chiaramente sul punto<sup>15</sup> aggiornando la norma e adeguandola alle nuove modalità di comunicazione tra utenti e professionisti sempre più celeri e allo sviluppo tecnologico che permette nuovi strumenti di interazione.

Già nel 2019 la Corte aveva compreso che quanto disposto dall'art. 6, paragrafo 1, lettera c) della Direttiva 2011/83/UE **non poteva essere interpretato come un obbligo incondizionato** del professionista di mettere a disposizione del consumatore, un numero di telefono, e un indirizzo di posta elettronica per consentire ai consumatori di contattarlo.

---

<sup>15</sup> "Per questi motivi, la Corte (Prima Sezione) dichiara: L'articolo 6, paragrafo 1, lettera c), della direttiva 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 ottobre 2011, sui diritti dei consumatori (...) deve essere interpretato nel senso che, da un lato, esso osta a una normativa nazionale, come quella di cui trattasi nel procedimento principale, che impone al professionista, prima di concludere con un consumatore un contratto a distanza o negoziato fuori dei locali commerciali, contemplato all'articolo 2, punti 7 e 8, di tale direttiva, di fornire, in ogni caso, il proprio numero di telefono. **Dall'altro lato, detta disposizione non implica un obbligo per il professionista di attivare una linea telefonica, o di fax, o di creare un nuovo indirizzo di posta elettronica per consentire ai consumatori di contattarlo e impone di comunicare tale numero o quello del fax o il suo indirizzo di posta elettronica soltanto nel caso in cui detto professionista già disponga di tali mezzi di comunicazione con i consumatori. L'articolo 6, paragrafo 1, lettera c), della direttiva 2011/83 deve essere interpretato nel senso che, sebbene tale disposizione imponga al professionista di mettere a disposizione del consumatore un mezzo di comunicazione atto a soddisfare i criteri di una comunicazione diretta ed efficace, essa non osta a che detto professionista fornisca mezzi di comunicazione diversi da quelli elencati nella medesima disposizione al fine di soddisfare tali criteri.**"

Si teme che la nuova formulazione dell'articolo di cui si tratta possa venire interpretata proprio nel senso opposto, definendo un obbligo incondizionato per il professionista di mettere a disposizione un numero di telefono e un indirizzo e-mail, in aggiunta ad eventuali altri mezzi di comunicazione, ritenuti quindi opzionali.

Già nel 2019 risultava evidente che una piattaforma con migliaia di utenti che ogni giorno hanno bisogno di contattare il professionista per le richieste più svariate non possa gestirle fornendo ai consumatori un numero di telefono e un indirizzo e-mail.

Lo sviluppo di quelli che il nuovo testo definisce “*qualsiasi altro mezzo di comunicazione elettronica*” è nato proprio dall'esigenza del professionista di garantire una migliore gestione di tutte le richieste dei consumatori che, divenute migliaia al giorno, risultavano non essere più gestibili tramite un numero di telefono e un indirizzo e-mail.

Per tale motivo la Corte aveva chiarito che il professionista poteva fornire mezzi di comunicazione diversi, adeguati alla realtà, come ad esempio *form, chat, account*, richiamata telefonica, purché tali mezzi consentissero una comunicazione tra consumatore e professionista diretta ed efficace. Tali nuovi mezzi permettono una gestione automatizzata, lo smistamento e l'assegnazione delle priorità delle richieste e l'indirizzamento al reparto competente per la corretta gestione. Inoltre, occorre anche considerare che il professionista è in grado di identificare strumenti di comunicazione adeguati anche in base al proprio settore, al numero e al tipo di richieste dei propri utenti posto che la gestione delle richieste dei propri clienti è uno dei suoi interessi primari.

Posto che debba essere, naturalmente, garantita la possibilità del consumatore di raggiungere e comunicare facilmente con il professionista (evitando quindi situazioni in cui quest'ultimo si “sottrae” volutamente rendendo più difficoltosa tale interazione), come anzidetto sarebbe opportuno evitare di considerare la messa a disposizione del numero di telefono e dell'indirizzo elettronico un obbligo incondizionato rispetto ad eventuali altri mezzi di comunicazione, ritenuti quindi opzionali.

#### **J) Art. 1. co. 15 (nuovo Articolo 49-bis, del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206)**

In relazione al nuovo articolo 49-bis che recepisce l'articolo 4(5) della direttiva omnibus, Articolo 6 bis “Obblighi di informazione supplementari specifiche per i contratti conclusi su mercati online” si rileva quanto argomentato nel paragrafo I) che precede relativamente alla indubbia necessità di garantire trasparenza informativa e reperibilità del professionista e di eventuali terzi, tuttavia si richiama altresì quanto affermato dalla Corte di Giustizia circa la necessità di non considerare determinate forme di contatto vincolanti garantendo al professionista quella necessaria flessibilità nella scelta degli strumenti che possano rispondere al meglio alle esigenze del caso concreto consentendo così di offrire, appunto, informazioni sempre aggiornate agli utenti.

#### **OSSERVAZIONI E COMMENTI CONCLUSIVI.**

- In relazione alla decorrenza delle disposizioni (indicate nel 28 maggio 2022), pur comprendendo la posizione del nostro ordinamento rispetto agli altri Stati europei, si ritiene che occorra in ogni caso **tenere in considerazione le difficoltà di adeguamento delle imprese alla normativa**, in termini non solo di applicazione delle nuove disposizioni (aggiornamento delle condizioni generali, etc.) ma altresì in relazione all'implementazione dei sistemi informatici; le aziende prima di avviare modifiche alle loro interfacce hanno infatti atteso un quadro di riferimento chiaro e definitivo tenuto conto del fatto che dette implementazioni richiedono investimenti in termini economici e temporali. Si auspica quindi che tali difficoltà possano essere tenute in debita considerazione posticipando la decorrenza delle norme oppure riconoscendo un periodo di “tolleranza” rispetto all'applicazione delle disposizioni sanzionatorie di almeno sei mesi.
- Come indicato nelle precedenti memorie si ritiene importante allineare il contenuto del decreto di recepimento alle Linee Guida della Commissione Europea richiamate, ciò al fine di garantire una applicazione quanto più armonica delle norme e facilitarne l'interpretazione.

- Inoltre, sarebbe utile fornire i seguenti chiarimenti (anche mediante FAQ o altri strumenti di supporto) che possano supportare le imprese ad una corretta applicazione delle disposizioni:
  - chiarire e/o esplicitare l'esclusione dei prezzi dinamici dall'ambito applicativo del decreto in merito agli annunci di riduzione del prezzo, proprio perché i prezzi dinamici sono ontologicamente diversi da un annuncio di riduzione prezzo;
  - chiarire la differenza (e i rispettivi ambiti applicativi) tra le fattispecie relative all'annuncio di riduzione del prezzo e le vendite straordinarie

Si ringrazia per l'attenzione.

Milano, 08.09.2022

Consorzio Netcomm