

www.italiaoggi.it  
DS6901 DS6901

# ItaliaOggi Sette

# La tutela dei consumatori nel 2024

## Viaggi, trasporti, comparatori online ed energia: le decisioni dell'Antitrust

DI ANTONIO CICCIA MESSINA

Quasi 13 milioni di risparmi per i consumatori, oltre a benefici non direttamente quantificabili derivanti da una generalizzata maggiore attenta considerazione dei diritti delle persone che comparano beni e servizi. È questo il bilancio dell'attività svolta dall'Agcm, Autorità garante della concorrenza e del mercato, che nel 2024 ha concluso 56 procedimenti ai sensi del decreto legislativo 206/2005 (Codice del consumo), in materia di pratiche commerciali scorrette, diritti dei consumatori, clausole vessatorie e inottemperanze. In altri 68 casi l'Agcm, applicando il potere di "moral suasion", ha ottenuto da parte dei professionisti la rimozione dei profili di illiceità contestati, in tal modo potendo procedere alla loro archiviazione senza svolgere ulteriori accertamenti istruttori.

I numeri sono esposti dalla Relazione annuale sui procedimenti avviati e definiti nel 2024, nel quale l'Agcm è intervenuta d'ufficio nel 34% dei casi. Pertanto, le segnalazioni da parte dei consumatori, i quali possono fruire del modello predisposto dalla stessa Agcm, rappresentano la modalità prioritaria per l'attivazione dei procedimenti.

L'Agcm ha la vigilanza e il potere sanzionatorio in materia di diritti contrattuali dei consumatori, clausole vessatorie, comunicazioni ingannevoli e

aggressive, comportamenti scorretti dell'operatore economico.

Nella relazione per il 2024, l'Agcm non solo espone i risultati statistici, ma esamina l'impatto degli interventi in materia di tutela del consumatore, fornendo una stima del beneficio derivato dall'intervento dell'Autorità in termini di danno evitato al consumatore (consumer savings). Pur considerando il fatto che gli effetti generali sono certamente maggiori di quelli valutabili considerando i soli procedimenti conclusi, dal momento che gli stessi hanno effetto preventivo rispetto a settore e imprese non direttamente coinvolte, l'Agcm stima il danno evitato in base ai consumatori incisi dall'illecito e all'importo medio del danno, ipotizzando cautelativamente un periodo di prosecuzione della condotta illecita di 12 mesi se la stessa Agcm non fosse intervenuta.

Nella relazione, dunque, si riferisce che, per l'anno 2024, rispetto ai 34 procedimenti chiusi con accertamento della violazione, è stato possibile pervenire a una stima del danno evitato con riguardo a 10 procedimenti, per un importo complessivo di circa 12,8 milioni di euro. Nell'impatto dell'azione dell'Agcm vanno considerati anche i ristori (per esempio, restituzione di somme per il danno pre-

## LA TUTELA DEI CONSUMATORI NEL 2024

DS6901

sunto) o di altri benefici eventualmente riconosciuti ai consumatori, sia nei casi chiusi con l'accoglimento di impegni volontariamente offerti dalle imprese, sia in quelli conclusi con accertamento della violazione (nei quali i ristori e gli altri benefici sono indipendenti dalla stima del danno evitato), sia infine nei casi archiviati a seguito di una moral suasion, che abbia portato a una modifica della condotta nel senso auspicato dall'Agcm.

La relazione dell'Agcm riepiloga anche i più importanti orientamenti giurisprudenziali in materia di tutela del consumatore.

Con riferimento alla nozione di **pratica commerciale scorretta**, riporta la relazione Agcm, il giudice amministrativo ha ravvisato che tale condotta ha natura di illecito di pericolo, relativamente al quale non è necessaria la prova dell'effettiva lesione del bene giuridico protetto dalla norma (Tar Lazio, I, 17 gennaio 2024, n. 846). Ciò è un'agevolazione per il consumatore. In effetti, la pratica scorretta sussiste a prescindere dalla incidenza in concreto della stessa sulle scelte dei consumatori: la legge intende salvaguardare la libertà di scelta del destinatario di un messaggio promozionale da ogni erronea interferenza che, anche solo potenzialmente, possa incidere sulle sue scelte. Agli operatori è imposto, dunque, un preciso onere di chiarezza nella comunicazione della propria offerta (Consiglio di Stato, 5 marzo 2024, n. 2173). Conseguentemente, il basso numero delle segnalazioni non rileva ai fini della configurabilità della scorrettezza di una pratica commerciale (Consiglio di Stato, VI, 5 aprile 2024, n. 3175).

Con riferimento alla nozione di **professionista**, l'Agcm ha ricordato la sentenza del 5 marzo 2024, n. 2173, con la quale il Consiglio di Stato ha affermato che perché un'impresa possa definirsi "professionista" ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lett. b), del Codice del consumo, è sufficiente che la condotta venga posta in essere nel quadro di una attività di impresa finalizzata alla promozione o alla com-

DS6901

mercializzazione di un prodotto o servizio. Il giudice amministrativo ha aggiunto che è professionista autore della pratica commerciale "chiunque abbia una oggettiva cointeressenza diretta e immediata alla realizzazione della pratica commerciale medesima".

A proposito della nozione di **diligenza professionale** la sentenza del 16 febbraio 2024 n. 1561 del Consiglio di Stato ha sottolineato che l'assolvimento degli obblighi minimi della regolazione di settore non integra e non esaurisce quel grado di diligenza professionale che il consumatore medio si attende dai professionisti del settore, rappresentando, anzi, il livello minimo di comportamento. Pertanto, il rispetto della disciplina di settore non esclude la possibilità che la condotta del professionista possa porsi in contrasto con la diligenza professionale richiesta dalla normativa a tutela del consumatore, "a meno che la disciplina di settore non sia particolarmente dettagliata nell'indicare le azioni che il professionista deve porre in essere, anche per la tutela dei consumatori, e che tali azioni siano state esattamente poste in essere".

### LE SEGNALAZIONI ALL'AGCM

L'Agcm può accertare e vietare, di propria iniziativa o su segnalazione dei soggetti interessati, le pratiche commerciali scorrette e le pubblicità ingannevoli e comparative illecite. Ai segnalanti non sono richieste particolari formalità, versamenti a favore dell'Agcm o l'assistenza di un avvocato. I consumatori che intendono segnalare una pratica commerciale scorretta o una pubblicità ingannevole possono farlo:

- inviando la segnalazione scritta alla casella protocollo.agcm@pec.agcm.it;
- compilando e inviando on line il modulo cui si accede tramite la pagina <https://www.agcm.it/segnala-online/come-segnalare>

Queste modalità di segnalazione sono valide anche per le imprese, le società o i liberi professionisti

### Sanzioni per esito del procedimento

|   | Numero Procedimenti | Importo sanzioni irrogate (euro) |
|---|---------------------|----------------------------------|
| Pratiche scorrette- diritti dei consumatori | 24                  | 55.311.000                       |
| Clausole Vessatorie                         | 11                  | 19.209.137                       |
| Inottemperanze                              | 1                   | 20.000                           |
| Totale                                      | 36                  | 74.540.137                       |

### Sanzioni per settore economico

|  |     |
|--|-----|
| Credito, assicurazioni, poste, servizi, turismo e sport                  | 31% |
| Manifatturiero, agroalimentare, farmaceutico e distribuzione commerciali | 9%  |
| Trasporti, energia e ambiente  | 28% |
| Piattaforme Digitali e comunicazioni                                     | 32% |

## LA TUTELA DEI CONSUMATORI NEL 2024

DS6901

relativamente ai messaggi pubblicitari ingannevoli o che contengono comparazioni illecite sulla vendita di beni o servizi.

Per consentire all'Agcm di svolgere al meglio il proprio compito di tutela è importante che i segnalanti siano il più possibile precisi e dettagliati nel descrivere i fatti e forniscano, se disponibile, copia dei documenti o dei messaggi per i quali si chiede l'intervento.

I formulari sono utili al segnalante per descrivere i fatti che possono essere di interesse per l'Agcm in base alle competenze attribuitele dal Codice del consumo e dalle altre fonti normative.

Tutte le informazioni richieste nel modulo di segnalazione sono importanti per l'Agcm ai fini dell'accertamento dei fatti segnalati.

In applicazione del Regolamento di procedura dell'Agcm, dopo l'inoltro di una segnalazione, non seguirà ulteriore comunicazione da parte degli uffici, se non nella circostanza di un eventuale avvio di istruttoria.

Una volta pervenuta all'Agcm, la segnalazione è attribuita per competenza alla Direzione generale per la tutela del consumatore.

Gli uffici verificano la rilevanza dei fatti segnalati per i profili di competenza e a comunicare l'eventuale avvio di un procedimento istruttorio, anche ai fini di una possibile partecipazione del segnalante al procedimento stesso. In caso di mancato avvio dell'istruttoria nel termine di 180 giorni dal ricevimento della segnalazione, quest'ultima si intende definita con una archiviazione o un non luogo a provvedere. In tale ultima ipotesi è facoltà dell'Agcm, anche in funzione di elementi sopravvenuti, di acquisire successivamente agli atti la segnalazione al fine di un eventuale approfondimento istruttorio d'ufficio.

L'Agcm non ha competenza a risolvere singole controversie tra cittadini e imprese, ma ad accertare e sanzionare pratiche commerciali scorrette e pubblicità ingannevoli o comparative illecite idonee a ledere una pluralità di utenti, ovvero ad accertare la vessatorietà di clausole contenute in contratti tra imprese e consumatori che si concludono mediante adesione a condizioni generali di contratto, o con la sottoscrizione di moduli, modelli e formulari

### I CASI TRATTATI NEL 2024, SETTORE PER SETTORE

#### BAGAGLIO A MANO AGGIUNTO DI DEFAULT

SETTORE Trasporto aereo

OGGETTO Condizioni del check-in online e dei servizi accessori

CONTESTAZIONI

L'Agcm ha contestato la pre-attivazione del servizio aggiuntivo "priorità e bagaglio a mano" per entrambe le rotte di un volo di andata e ritorno, nonché la scarsa chiarezza del relativo prezzo.

COME È FINITA

DS6901

Le compagnie aeree si sono impegnate a migliorare i servizi offerti, risolvendo i profili di ingannevolezza prospettati in sede di avvio. Pertanto, non è stata applicata alcuna sanzione amministrativa.

Gli operatori hanno anche previsto un rimborso a favore dei consumatori, che avevano segnalato alle società malfunzionamenti durante la fase di check-in online, vedendosi addebitato il costo di tale servizio in aeroporto.

#### BAGAGLIO A MANO, COSTO MOBILE

SETTORE Trasporto aereo

OGGETTO Servizio bagaglio a mano

CONTESTAZIONE

L'Agcm ha contestato, per il servizio aggiuntivo bagaglio a mano, la presunta applicazione di prezzi differenti tra due canali di acquisto online (sito web e app) e tra i device utilizzati da uno stesso consumatore (violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del consumo).

COME È FINITA

Nel corso del procedimento è emerso che la differenziazione era dovuta alla conduzione da parte della compagnia di test sperimentali di prezzo di tipo randomico. L'operatore economico si è impegnato a sospendere tali esperimenti per il futuro, nonché a offrire un ristoro ai consumatori coinvolti nelle sessioni sperimentali.

#### FINESTRA PER IL CHECK IN ON LINE

SETTORE Trasporto aereo

OGGETTO Condizioni del check-in online e dei servizi accessori

CONTESTAZIONI

L'Agcm ha contestato l'assenza di adeguata informativa in ordine alla finestra temporale per effettuare gratuitamente il check-in online, nonché alla sussistenza di un supplemento per effettuare il check-in in aeroporto (violazione degli articoli 21 e 22 del Codice del consumo).

COME È FINITA

Le compagnie aeree si sono impegnate a migliorare i servizi offerti, risolvendo i profili di ingannevolezza. Le stesse compagnie hanno previsto anche un ristoro a favore dei consumatori caricati di una spesa aggiuntiva per il check-in in aeroporto.

#### L'INCOGNITA DELL'ASSICURAZIONE AEREA

SETTORE Trasporto aereo

OGGETTO Condizioni del check-in online e dei servizi accessori

CONTESTAZIONI

L'Agcm ha contestato alle compagnie aeree la presentazione non trasparente del prezzo della polizza di assicurazione.

COME È FINITA

Le compagnie aeree si sono impegnate a migliorare i servizi offerti, risolvendo i profili di ingannevolezza e di opacità nel rapporto con i consumatori.

#### TAXI SENZA POS E CON TASSAMETRO SPAVALDO

SETTORE Trasporto taxi

OGGETTO Standard minimi di qualità del servizio

## LA TUTELA DEI CONSUMATORI NEL 2024

DS6901

### CONTESTAZIONI

L'Agcm ha contestato a cooperative e consorzi di taxi l'omessa adozione di misure idonee ad assicurare il rispetto, da parte dei tassisti, di standard minimi di qualità del servizio di trasporto tramite taxi (violazione del canone di diligenza professionale previsto dall'articolo 20 del Codice del consumo).

In particolare, sono state contestate la mancata disponibilità ad accettare i pagamenti elettronici tramite Pos, la scorretta tenuta del tassometro e la irregolare erogazione del servizio (mancata accettazione delle chiamate, non rispetto dei turni e limitazioni dei rifiuti di corse).

#### COME È FINITA

Gli operatori hanno presentato impegni finalizzati a sensibilizzare i tassisti aderenti alle cooperative/consorzi al rispetto della normativa, con riguardo all'accettazione dei pagamenti elettronici tramite Pos e alla corretta tenuta del tassometro e alla corretta erogazione del servizio (accettazione delle chiamate, rispetto dei turni e limitazioni dei rifiuti).

### RECLAMI VIA WEB CONTRO DISGUIDI DEL TAXI

SETTORE Trasporto taxi

OGGETTO Standard minimi di qualità del servizio

#### CONTESTAZIONI

L'Agcm ha contestato a cooperative e consorzi di taxi il mancato rispetto, da parte dei tassisti, di standard minimi di qualità del servizio di trasporto tramite taxi, relativamente alle possibilità di reclamo a disposizione degli utenti, anche con modalità digitali.

#### COME È FINITA

Gli operatori hanno presentato impegni finalizzati incrementare le vie di reclamo a disposizione degli utenti, anche con modalità digitali, per esempio, realizzando apposite e idonee app e attribuendo maggiore visibilità alla sezione dei siti web dedicata ai reclami.

### TAXI TRASPARENTI CON I COMUNI

SETTORE Trasporto taxi

OGGETTO Standard minimi di qualità del servizio

#### CONTESTAZIONI

L'Agcm ha contestato a cooperative e consorzi la violazione di standard minimi di qualità del servizio a causa delle lacune riscontrate e reticenze nel rapporto con l'amministrazione comunale, cui è attribuita la vigilanza sull'adempimento degli obblighi dei tassisti e la verifica della rispondenza dei livelli di offerta, delle tariffe e della qualità del servizio taxi alle esigenze dei cittadini nei diversi contesti urbani.

#### COME È FINITA

Gli operatori hanno presentato impegni finalizzati a instaurare un costante flusso informativo tra gli operatori e l'ente locale preposto a controlli e sanzioni.

### NOLEGGIO AUTO, NO COMMISSIONI SU MULTE

DS6901

### SETTORE Autonoleggio

OGGETTO Gestione della pratica in caso di contravvenzioni stradali

#### CONTESTAZIONI

L'Agcm ha contestato la clausola contrattuale, nei rapporti di autonoleggio, relativa all'addebito al cliente di una commissione addizionale, a titolo di gestione della pratica di trasmissione dei dati del consumatore agli enti accertatori, in caso di notifica di sanzioni per violazioni del Codice della strada elevate durante il periodo di noleggio.

#### COME È FINITA

È stata accertata la vessatorietà della clausola (articolo 33, comma 1 del Codice del consumo). L'Agcm ha, pertanto, vietato la riproposizione nei documenti contrattuali della clausola illegittima e ha applicato una sanzione amministrativa per un importo complessivo di oltre 18 milioni di euro.

### COSTI ENERGIA NON GIOCANO ANASCONDINO

SETTORE Energia elettrica e gas

OGGETTO Passaggio dal mercato tutelato al mercato libero

#### CONTESTAZIONI

L'Agcm ha contestato ad alcuni operatori economici la promozione di offerte che non rappresentavano correttamente le diverse componenti del costo per l'energia applicato al consumatore.

#### COME È FINITA

L'Agcm ha invitato gli operatori economici a garantire la piena conoscibilità e comprensibilità: a) di tutti i costi e gli oneri che compongono il prezzo finale applicato al cliente, liberamente determinati dall'operatore; b) del carattere variabile o fisso del prezzo; c) della componente di prezzo cui si riferiscono eventuali sconti e la loro incidenza.

Per effetto dell'intervento dell'Agcm, le società interessate hanno modificato i messaggi promozionali sotto il profilo della completezza e della trasparenza dell'informativa sul prezzo, fornendo al consumatore una corretta rappresentazione di tutte le voci di costo che compongono la spesa complessiva per il servizio.

### NO A ENERGIA GREEN SOLO DI FACCIATA

SETTORE Energia elettrica e gas

OGGETTO Passaggio dal mercato tutelato al mercato libero

#### CONTESTAZIONI

L'Agcm ha contestato ad alcuni operatori economici la promozione di offerte che impiegavano asserzioni ambientali generiche e non corroborate da elementi a comprova della loro fondatezza.

#### COME È FINITA

L'Agcm ha invitato gli operatori economici a eliminare le affermazioni non chiare o eccessivamente generiche e a rendere agevolmente consultabili, nonché comprensibili, le certificazioni e le attestazioni relative alle modalità di compensazione delle emissioni inquinanti derivanti dalla produzione di gas ed energia.

Inoltre, i messaggi contenenti "green claim" sono stati corredati dalla puntuale indicazione delle misure di compensazione delle emissioni di CO2

## LA TUTELA DEI CONSUMATORI NEL 2024

DS6901

per il gas naturale e, conformemente alla disciplina nazionale ed europea, da una chiara e comprensibile dichiarazione con la quale le imprese si sono impegnate ad annullare i certificati elettronici che attestano la provenienza da fonti rinnovabili dell'energia (cosiddette Garanzie di origine), in misura corrispondente al quantitativo di energia elettrica immesso sul mercato e commercializzato come tale.

### **ENERGIA, STOP A CONTRATTI INDESIDERATI**

SETTORE Energia elettrica e gas  
OGGETTO Attivazioni non richieste  
CONTESTAZIONE

L'Agcm ha contestato a un operatore economico l'apparente acquisizione sul mercato libero di nuovi clienti attraverso la conclusione di contratti e l'attivazione di forniture non richieste e, quindi, in assenza di una corrispondente manifestazione di volontà, anche mediante la comunicazione di informazioni ingannevoli e l'indebito condizionamento dei consumatori.

#### **COME È FINITA**

A conclusione del procedimento l'Agcm ha irrogato alla società una sanzione pecuniaria amministrativa pari a 900 mila euro.

### **ENERGIA, STOP A CONTRATTI FANTASMA**

SETTORE Energia elettrica e gas  
OGGETTO Attivazioni non richieste  
CONTESTAZIONE

L'Agcm ha contestato a un operatore economico l'omesso o tardivo invio della documentazione contrattuale relativa all'attivazione di un rapporto contrattuale e l'imposizione di ostacoli all'esercizio del diritto di ripensamento da parte del consumatore.

#### **COME È FINITA**

A conclusione del procedimento l'Agcm ha irrogato alla società una sanzione pecuniaria amministrativa pari a 900 mila euro.

### **SITI COMPARATORI: ENFASI INGIUSTIFICATA SUI RISPARMI**

SETTORE Energia elettrica e gas  
OGGETTO Comparazione dei costi  
CONTESTAZIONI

L'Agcm ha contestato a un sito fornitore di comparazione dei costi di forniture di energia la diffusione di messaggi pubblicitari, nei quali i risparmi conseguibili dai consumatori, mediante l'uso del sito comparatore, venivano enfatizzati senza indicare i parametri utilizzati per il loro computo.

#### **COME È FINITA**

L'Agcm ha accertato profili di ingannevolezza e omissività e di difformità rispetto alla diligenza professionale e, pertanto, ha irrogato una sanzione pecuniaria amministrativa pari sanzione di 1,48 milioni di euro.

### **SITI COMPARATORI: CLASSIFICHE IMMOTIVATE**

SETTORE Energia elettrica e gas  
OGGETTO Comparazione dei costi

DS6901

### **CONTESTAZIONI**

L'Agcm ha contestato a un sito fornitore di comparazione dei costi di forniture di energia la mancanza di chiarezza a proposito dei criteri attraverso i quali il professionista prospettava ai consumatori la lista comparativa delle offerte dei fornitori di energia elettrica e gas, cosiddetto "ranking". In particolare, è stata riscontrata una carenza delle informazioni riguardanti le modalità in base alle quali veniva definita la classificazione delle diverse proposte commerciali dei vari fornitori, con specifico riferimento ai criteri di calcolo e di funzionamento e al numero degli operatori oggetto di confronto.

#### **COME È FINITA**

L'ingannevolezza e lacunosità dei contenuti e la negligenza professionale hanno comportato una sanzione pecuniaria amministrativa pari sanzione di 1,48 milioni di euro.

### **COMPARATORI IN CONFLITTO DI INTERESSE**

SETTORE Energia elettrica e gas  
OGGETTO Comparazione dei costi  
CONTESTAZIONI

L'Agcm ha contestato a un sito fornitore di comparazione dei costi di forniture di energia la mancanza di un'adeguata informativa ai consumatori in merito alla circostanza che l'operatore, tramite il sito comparatore, operava in qualità di intermediario/agente di vendita, esclusivamente a favore di alcuni operatori del settore, cosiddetti partner. Nel sito web, tacendo la partnership, la comparazione veniva presentata come un mero confronto tra le offerte proposte dai principali operatori del settore attivi nella fornitura di luce e gas, priva di qualsiasi coinvolgimento di natura commerciale.

#### **COME È FINITA**

L'Agcm ha valutato sussistente la violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del consumo, e ha applicato una sanzione pecuniaria amministrativa pari sanzione di 1,48 milioni di euro.

### **CARBURANTI, CARTA DI CREDITO SENZA SURPLUS**

SETTORE Carburanti  
OGGETTO Credit card surcharge  
CONTESTAZIONE

L'Agcm ha contestato a un operatore economico la pratica consistente nella previsione e applicazione di maggiorazioni di prezzo in ragione dello strumento di pagamento utilizzato per l'acquisto di carburante, in violazione dell'articolo 62 del Codice del consumo.

#### **COME È FINITA**

L'Agcm ha applicato il principio per cui il divieto di credit card surcharge prescinde dalla natura e/o dalla qualifica della differenza di prezzo applicata dal venditore in caso di pagamento tramite un particolare strumento di pagamento, vietando qualunque differenziazione del prezzo in funzione della scelta del consumatore tra uso di contanti o di moneta elettronica, al fine di garantire l'obiettivo europeo unitario di realizzare un sistema unico di pagamenti privo di discriminazioni tra strumenti a tutela dei consumatori.

## LA TUTELA DEI CONSUMATORI NEL 2024

DS6901

L'Agcm, conseguentemente, ha irrogato all'operatore economico una sanzione pecuniaria di 20 mila euro.

### TELEFONIA, GIGA ILLIMITATI CON LIMITI

SETTORE Telefonia  
OGGETTO Claim "unlimited"  
CONTESTAZIONI

L'Agcm ha contestato a un operatore economico di non avere indicato i limiti d'utilizzo del traffico voce e le conseguenze del loro superamento rispetto a un'offerta, nel cui nome era compresa la parola "unlimited". L'offerta era pubblicizzata nell'ambito della presentazione in App e Area Clienti del sito dell'impresa come avente Giga e Minuti illimitati, senza ulteriori specificazioni.

La contestazione ha riguardato la violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del consumo.

#### COME È FINITA

L'operatore economico si è impegnato a modificare la descrizione promozionale dell'offerta inserendo, in stretta prossimità all'aggettivo "unlimited", un link dalla dicitura "dettagli e limitazioni", tale da evidenziare in via immediata la sussistenza di precise condizioni di utilizzo dell'offerta, e indicando, nello stesso link, la facoltà dello stesso operatore economico di applicare alcune specifiche "misure" in caso di superamento dei limiti indicati.

### STOP AGLI ACQUISTI RIPETUTI DI DEFAULT

SETTORE Piattaforme digitali  
OGGETTO Dark Pattern  
CONTESTAZIONI

I dark pattern sono percorsi oscuri creati dalle aziende per spingere gli utenti, mediante il condizionamento del loro processo decisionale, lo sfruttamento dei loro bias cognitivi e la scarsa trasparenza circa l'utilizzo dei loro dati, a compiere azioni che altrimenti non avrebbero compiuto o a rendere più difficile compierne altre.

L'Agcm ha contestato l'uso di commercial dark pattern consistenti nella pre-selezione dell'acquisto periodico per una serie di prodotti offerti su un sito planetario specializzato nelle vendite on line.

#### COME È FINITA

L'Agcm ha ritenuto che la condotta sia da qualificare aggressiva, ai sensi degli articoli 24 e 25 del Codice del consumo, in quanto la pre-spunta grafica dell'acquisto ripetuto, di cui l'utente può non accorgersi, elide di per sé la libertà degli utenti del marketplace di assumere la propria decisione commerciale, condizionandoli indebitamente all'acquisto periodico. Tale condotta è stata ritenuta particolarmente grave e meritevole massimo edittale previsto dal Codice del consumo, con conseguente applicazione di una sanzione pecuniaria amministrativa di dieci milioni di euro.

### CONSEGNE GRATUITE BYPASSATE

SETTORE Piattaforme digitali  
OGGETTO Dark Pattern  
CONTESTAZIONE

L'Agcm ha contestato a un sito planetario, specializzato nelle vendite on line, l'uso di commercial

DS6901

dark pattern consistenti nella la pre-selezione della consegna veloce a pagamento dei beni acquistati sulla piattaforma, a scapito della consegna standard gratuita.

#### COME È FINITA

In questo caso l'Agcm ha accolto gli impegni proposti dall'operatore economico, che si è vincolato a prevedere per il futuro come opzione di consegna predefinita soltanto quella gratuita. Inoltre, elemento qualificante degli impegni è stato il ristoro in favore dei consumatori che si erano rivolti al Servizio Clienti del medesimo operatore, lamentando di essere stati indotti dalla strutturazione grafica del sito web ad acquistare il servizio di consegna veloce e di averne, quindi, sopportato le relative spese.

### BAMBINI VIRTUALI INDOTTI ALL'AUTOLESIONISMO REALE

SETTORE Piattaforme digitali  
OGGETTO Contenuti illeciti  
CONTESTAZIONI

L'Agcm ha contestato a una piattaforma planetaria la circolazione di video raffiguranti giovani che adottano comportamenti autolesionistici (in particolare, la cosiddetta sfida della "cicatrice francese").

#### COME È FINITA

L'Agcm ha accertato l'inadeguatezza delle misure di controllo e di vigilanza adottate dalle società fornitrici della piattaforma sui contenuti pubblicati dagli utenti, in contrasto con le linee guida dalla stessa piattaforma adottate e pubblicate, in violazione degli articoli 20, comma 2 e 3, e 21, comma 2, lettera b) del Codice del consumo. Da tutto ciò è derivata la minaccia alla sicurezza psico fisica di bambini e adolescenti esposti alla visione di tali contenuti (articolo 21, comma 4 del Codice del consumo). L'Agcm ha accertato anche la sussistenza di una condotta aggressiva consistente nell'utilizzo da parte della piattaforma di un sistema di raccomandazione basato su tecniche di profilazione algoritmica, che sfruttavano la vulnerabilità di gruppi di consumatori, riproponendo a essi in maniera mirata contenuti potenzialmente dannosi, così indebitamente condizionandone il comportamento (violazione dell'articolo 25, comma 1, lettera c) del Codice del consumo). A conclusione dell'istruttoria l'Agcm ha irrogato in solido alle società fornitrici della piattaforma una sanzione pecuniaria di dieci milioni di euro pari al massimo edittale previsto del Codice del consumo.

### FOLLOWER FASULLI, BOT ALLA SBARRA

SETTORE Web marketing  
OGGETTO Recensioni e interazioni non genuine

#### CONTESTAZIONI

Nel settore dell'offerta online di servizi diretti a incrementare la popolarità di profili social individuali o aziendali, l'Agcm ha utilizzato i propri poteri di vigilanza, volti a fronteggiare il fenomeno dei cosiddetti bot, cioè software che automatizzano le azioni sui social fingendo che sia l'utente reale ad averle compiute in modo spontaneo.

## LA TUTELA DEI CONSUMATORI NEL 2024

DS6901

In particolare, l'Agcm ha contestato ad alcuni operatori economici la vendita di cosiddetti apprezzamenti/interazioni online (follower, like, commenti, amici, visualizzazioni, voti, ecc.) in violazione dell'articolo 23, lettera bb-quater) del Codice del consumo. Nello specifico, l'Agcm ha accertato la vendita da parte delle due società di cospicui 'pacchetti' di apprezzamenti risultati non autentici, in quanto generati artificialmente.

### COME È FINITA

L'Agcm ha irrogato rispettivamente alle società coinvolte sanzioni di 16 mila euro e 30 mila euro.

### RECENSIONI AUTOMATICHE POST VENDITA

SETTORE Web marketing

OGGETTO Recensioni e interazioni non genuine

### CONTESTAZIONI

L'Agcm ha contestato a un operatore economico, gestore di una piattaforma di vendita on line, di avere adottato un sistema di attribuzione in automatico, a seguito di ogni compravendita avvenuta tramite la piattaforma, di una valutazione positiva (5 stelle) a ciascuna parte della transazione (acquirente e venditore), nel caso in cui la controparte non avesse provveduto a lasciare una recensione nel termine di 14 giorni dalla relativa richiesta.

### COME È FINITA

L'Agcm ha evidenziato che la pubblicazione di tale punteggio automatico, essendo astrattamente graduabile (tra 0 e 5 stelle), contiene in sé un giudizio assimilabile a una "recensione" non genuina (articolo 23, lettera bb-quater) del Codice del consumo), in quanto non riconducibile a un'opinione autentica e disinteressata delle parti contrattuali. A conclusione del procedimento l'Agcm ha irrogato all'operatore economico una sanzione amministrativa di 170 mila euro.

### ABUSO DI TUTELA DI IMMAGINI RISERVATE

SETTORE Editoria

OGGETTO Diritti d'autore

### CONTESTAZIONI

L'Agcm ha contestato a un operatore economico di avere tenuto una condotta aggressiva consistente nel fatto che tale operatore, presentandosi come mandatario per la gestione di diritti d'autore su immagini, attraverso l'insistente invio di email standardizzate in lingua inglese, induceva i consumatori italiani, alla conclusione di onerose transazioni aventi a oggetto l'utilizzo asseritamente illegittimo delle immagini stesse (l'acquisto di una licenza d'uso e/o la stipulazione di un accordo transattivo per la pubblicazione presuntivamente non autorizzata).

### COME È FINITA

L'operatore economico si è impegnato al previo invio, ai destinatari delle e-mail, di una richiesta di informazioni interlocutoria in lingua italiana volta a consentire un contraddittorio, nell'ambito del quale gli stessi possano eccepire eventuali legittime giustificazioni all'utilizzo delle immagini (parodia, rassegna, critica, ecc.) e fornire maggiori informazioni preliminari in merito alla contestazio-

DS6901

ne stessa. L'operatore economico ha anche proposto impegni anche di natura riparatoria, rinunciando in via immediata a perseguire le posizioni che riguardassero riproduzioni delle immagini prive di finalità commerciali, attribuibili quindi a consumatori e microimprese.

### ABBONAMENTI: GLI AUTOMATISMI VANNO PREAVVISATI

SETTORE Editoria

OGGETTO Rinnovo abbonamenti

### CONTESTAZIONI

L'Agcm ha contestato ad alcuni operatori economici l'illiceità delle modalità di disattivazione di abbonamenti digitali, con particolare riferimento all'omesso invio agli utenti di una comunicazione preventiva che li avvisi del rinnovo automatico dell'abbonamento e del termine entro cui effettuare la disattivazione/disdetta.

### COME È FINITA

Gli operatori economici hanno modificato la loro operatività con misure idonee a rimuovere i profili di illiceità delle condotte.

### ABBONAMENTI, DISDETTE ON LINE

SETTORE Editoria

OGGETTO Rinnovo abbonamenti

### CONTESTAZIONI

L'Agcm ha contestato ad alcuni operatori economici l'illiceità delle modalità di disattivazione di abbonamenti digitali, con particolare riferimento alla mancata possibilità per i consumatori che hanno sottoscritto, tramite sito internet, un abbonamento digitale, di procedere attraverso lo stesso mezzo, cioè on line, alla disattivazione/ disdetta online.

### COME È FINITA

Gli operatori economici si sono impegnati a modificare la loro operatività con misure idonee a rimuovere i profili di illiceità delle condotte.

### BANCHE, NIENTE NOMADISMO COATTO DI CLIENTI

SETTORE Credito e servizi bancari

OGGETTO Trasferimento di conti correnti

### CONTESTAZIONI

L'Agcm ha contestato a una banca le modalità con cui ha pianificato il trasferimento ad altra banca online di oltre due milioni di clienti. L'operazione prevedeva, in particolare, che tutti i clienti selezionati sarebbero stati trasferiti al nuovo soggetto, con la sola eccezione di coloro che avessero espresso un formale diniego, da formularsi entro il lasso di tempo previsto dalla banca. Il trasferimento avrebbe, inoltre, comportato importanti modifiche delle condizioni contrattuali in essere con la prima banca e delle modalità di fruizione del servizio. La nuova banca, infatti, oltre a non disporre di sportelli fisici, non avrebbe offerto ai clienti trasferiti alcune funzionalità e servizi di cui questi potevano invece usufruire presso la prima banca come l'accesso all'home banking tramite browser, gli assegni, le carte virtuali e i mutui.

### COME È FINITA

Secondo l'Agcm, ai correntisti non era stata data un'informativa completa e facilmente fruibile sulla manovra che li coinvolgeva e la condotta è stata

## LA TUTELA DEI CONSUMATORI NEL 2024

DS6901

idonea a limitare considerevolmente la libertà di scelta e il comportamento dei consumatori coinvolti, inducendoli ad assumere una decisione che non avrebbero altrimenti preso, ossia quella di passare da una banca all'altra (violazione degli articoli 20, 21, 22, 24 e 25 del Codice del consumo).

Le due banche coinvolte hanno presentato impegni consistenti nell'adozione di comunicazioni individuali rivolte a tutti i clienti accessibili dall'App della seconda banca o dall'App e dal sito della prima banca, in merito alla natura e alle condizioni del trasferimento

alla nuova banca digitale, ai servizi disponibili presso quest'ultima e alle condizioni economiche del nuovo conto. Oltre alle comunicazioni individuali, gli operatori economici hanno dato corso a ulteriore attività di comunicazioni a mezzo e-mail e notifiche push.

### **CORREO IL GESTORE DI CARTE USATE PER PAGAMENTI INDEBITI**

SETTORE Credito e servizi bancari

OGGETTO Richieste di pagamento ingannevoli

#### **CONTESTAZIONI**

L'Agcm ha contestato una violazione alla società fornitrice di carte ricaricabili consistente nell'aver agevolato un operatore economico, che inviava a microimprese indebite richieste di pagamento, inducendo in errore i destinatari, poiché le richieste potevano essere scambiate per richieste trasmesse da Camere di Commercio.

#### **COME È FINITA**

L'Agcm - che in passato è intervenuta nei confronti di singoli professionisti beneficiari dei pagamenti indebitamente richiesti - ha dato applicazione al principio secondo cui sono passibili di censura anche le condotte che - seppure singolarmente considerate non integrino gli estremi della pratica commerciale scorretta, in quanto non ne riproducono tutti gli elementi costitutivi - forniscono un "contributo" alla commissione dell'illecito consumeristico, nel senso che ne "agevolano" la realizzazione.

Pertanto, ha ritenuto corresponsabili delle condotte perpetrate a danno delle microimprese l'istituto di moneta elettronica che commercializza e gestisce una carta ricaricabile nominativa dotata di IBAN, usata dall'operatore economico per ricevere i pagamenti indebiti.

L'Agcm ha ritenuto in tale comportamento una violazione dell'articolo 20, comma 2, del Codice del consumo, in quanto in contrasto con lo standard di diligenza professionale esigibile dai professionisti in un settore economico particolarmente delicato come quello degli strumenti di pagamento.

### **NO MEDIAZIONI BANCARIE IN ESCLUSIVA**

SETTORE Credito e servizi bancari

OGGETTO Contratti di mediazione creditizia e clausole di esclusiva

#### **CONTESTAZIONI**

L'Agcm ha contestato ad alcuni operatori economici l'inserimento, nei contratti standard di mediazione creditizia, di alcune clausole relative al conferimento dell'incarico con patto di esclusiva.

DS6901

### **COME È FINITA**

L'Agcm ha ritenuto vessatorie le clausole ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lett. t) del Codice del Consumo, in quanto aventi per oggetto o per effetto di sancire a carico del consumatore "restrizioni alla libertà contrattuale nei rapporti con i terzi".

A conclusione del procedimento sono state comminate agli operatori economici coinvolte sanzioni amministrative pecuniarie che, complessivamente, ammontano a circa 350 mila euro ed è stata disposta la pubblicazione, a cura e spese dei professionisti, sul rispettivo sito istituzionale, di un estratto del provvedimento per informare compiutamente i consumatori della vessatorietà delle clausole oggetto di valutazione.

### **NO PENALI ECCESSIVE SU MEDIAZIONI BANCARIE**

SETTORE Credito e servizi bancari

OGGETTO Contratti di mediazione creditizia e clausole di esclusiva

#### **CONTESTAZIONI**

L'Agcm ha contestato ad alcuni operatori economici l'inserimento, nei contratti standard di mediazione creditizia, di alcune clausole relative alla penale applicata per violazione di un patto di esclusiva.

#### **COME È FINITA**

L'Agcm ha ritenuto vessatorie le clausole ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lett. t) del Codice del Consumo, in quanto aventi per oggetto o per effetto di sancire a carico del consumatore "restrizioni alla libertà contrattuale nei rapporti con i terzi".

In relazione alle clausole penali, che prevedevano l'obbligo per il consumatore di corrispondere una somma di denaro ai professionisti in caso di violazione dell'obbligo di esclusiva, l'Agcm ha accertato uno squilibrio in danno del consumatore, in quanto tali clausole non prevedevano l'esenzione dal pagamento della penale in caso di violazione verificatasi per motivi obiettivamente giustificati. In alcuni casi, inoltre, l'importo della penale è stato ritenuto manifestamente eccessivo (arrivando anche al 100% della provvigione pattuita) e non parametrato all'attività effettivamente svolta dal professionista, in violazione, dunque, del principio di gradualità. L'Agcm ha ritenuto, pertanto, le clausole in questione vessatorie ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera t) del Codice del consumo.

L'Agcm ha applicato agli operatori economici coinvolti sanzioni amministrative pecuniarie per un totale di circa 350 mila euro.

### **DUBBI SU TRATTATIVE PER LE MEDIAZIONI BANCARIE**

SETTORE Credito e servizi bancari

OGGETTO Contratti di mediazione creditizia e clausole di esclusiva

#### **CONTESTAZIONI**

L'Agcm ha contestato ad alcuni operatori economici l'inserimento, nei contratti standard di mediazione creditizia, di alcune clausole relative alla dichiarazione di avvenuta trattativa individuale sulle clausole concernenti il conferimento dell'incarico con patto di esclusiva.

#### **COME È FINITA**

## LA TUTELA DEI CONSUMATORI NEL 2024

DS6901

L'Agcm ha ritenuto che la dichiarazione contenuta in alcuni modelli contrattuali, con la quale il consumatore attestava che le clausole sull'esclusiva dell'incarico conferito erano state oggetto di trattativa individuale, si prestasse a sollevare il professionista dall'onere, espressamente previsto dall'articolo 34, comma 5, del Codice del consumo, di provare che le clausole unilateralmente predisposte siano state oggetto di specifica trattativa, determinando in tal modo una limitazione della facoltà del consumatore di opporre eccezioni.

A conclusione del procedimento, sono state comminate agli operatori economici sanzioni amministrative pecuniarie per circa 350 mila euro.

### RITARDI NELLE LIQUIDAZIONI ASSICURATIVE

SETTORE Assicurazioni

OGGETTO Pratiche di sinistro in attesa di evasione

#### CONTESTAZIONI

L'Agcm ha contestato a due operatori economici il notevole ritardo nella liquidazione di alcuni sinistri rispetto ai termini previsti in alcune polizze sanitarie.

#### COME È FINITA

L'Agcm ha accertato la scorrettezza delle pratiche commerciali, in violazione degli articoli 20, 24, 25, comma 1, lett. d), del Codice del consumo, poiché è stato accertato che gli operatori economici hanno frapposto ostacoli all'esercizio dei diritti contrattuali dei consumatori, rendendo onerosa la fruizione delle prestazioni assicurative loro spettanti. In particolare, sono emerse numerose incongruenze nell'applicazione concreta delle condizioni di polizza, anche in ragione delle difficoltà di interpretazione delle prassi liquidative. Da ciò sono derivati numerosi casi di errato diniego di autorizzazioni o rimborsi a soggetti che ne avevano diritto, nonché la richiesta non necessaria di ulteriore documentazione, determinando anche in tal caso numerosi disagi da cui sono derivate altrettante proteste da parte degli assicurati.

Nel corso del procedimento è stata appurata anche la mancata realizzazione di un efficace sistema di controllo sull'attività di gestione dei sinistri, in grado di prevenire e gestire eventuali criticità nella gestione delle polizze sanitarie e garantire ai propri assicurati un adeguato livello di servizio.

Gli operatori economici coinvolti sono stati sanzionati rispettivamente 2,5 milioni di euro e 1 milione di euro.

### VENDITA ON LINE DI SCARPE SOLO SE DISPONIBILI

SETTORE E-commerce

OGGETTO Vendite online di calzature e accessori

#### CONTESTAZIONI

L'Agcm ha contestato a due operatori economici, che vendono scarpe on line, la diffusione di informazioni ingannevoli in violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del consumo sulle caratteristiche dei prodotti venduti e ciò con specifico riferimento alla disponibilità dei beni, ai tempi di consegna e allo stato della spedizione.

DS6901

### COME È FINITA

L'Agcm ha irrogato una sanzione complessiva pari a 170 mila euro

### VENDITA ON LINE DI SCARPE, PAGARE CON CALMA

SETTORE E-commerce

OGGETTO Vendite online di calzature e accessori

#### CONTESTAZIONI

L'Agcm ha contestato a due operatori economici, che vendono scarpe on line, l'adozione di comportamenti aggressivi nell'ambito del processo di vendita online con particolare riguardo all'immediato addebito del corrispettivo in violazione degli articoli 20, 24 e 25 del Codice del consumo.

#### COME È FINITA

L'Agcm ha irrogato una sanzione complessiva pari a 170 mila euro

### PET FOOD: VENDITA ON LINE CON POST ASSISTENZA

SETTORE Vendite online di prodotti alimentari per animali

OGGETTO Omessa assistenza post vendita

#### CONTESTAZIONI

L'Agcm ha contestato ad alcuni operatori economici condotte ingannevoli e aggressive consistenti nella mancata consegna dei prodotti venduti (cibi per animali) tramite siti web, nell'omessa o inadeguata fornitura del servizio di assistenza post-vendita, nonché nell'adozione di comportamenti diretti a ostacolare l'esercizio dei diritti di recesso e di rimborso dei consumatori.

#### COME È FINITA

Dal procedimento è emerso che le azioni illecite facevano parte di una strategia unitaria. A conclusione del procedimento stesso, l'Agcm ha irrogato agli operatori economici sanzioni per complessivi 300 mila euro.

### NO SURPLUS PER USO DELLA CARTA DI CREDITO ON LINE

SETTORE E-commerce

OGGETTO Credit card surcharge

#### CONTESTAZIONI

Nel settore delle vendite online di prodotti di vario genere (divise scolastiche, abiti da lavoro e altri prodotti di abbigliamento, accessori di autoveicoli d'epoca) si verifica la pratica concernente l'applicazione del credit card surcharge.

L'Agcm ha contestato ad alcuni operatori economici la previsione a carico dei consumatori supplementi di prezzo (cosiddetto surcharge) direttamente correlati allo strumento di pagamento prescelto, quale per esempio carta di credito/debito e/o tramite Paypal.

#### COME È FINITA

L'Agcm ha accertato la violazione e ha irrogato sanzioni pecuniarie amministrative.

### ARREDI SCOMPOSTI E IN RITARDO

SETTORE Prodotti di arredamento

OGGETTO Consegne irregolari

#### CONTESTAZIONI

L'Agcm ha contestato a un operatore economico

## LA TUTELA DEI CONSUMATORI NEL 2024

DS6901

la consegna di prodotti difettosi e/o danneggiati e/o prodotti non corrispondenti all'ordine di acquisto o con pezzi mancanti (per esempio, in caso di cucine componibili, armadi, ecc.) o di misure errate, tali da non consentirne l'uso da parte degli acquirenti. All'impresa è stata contestata anche la non tempestiva e idonea assistenza post vendita, e negli ostacoli all'assistenza alla clientela e al riconoscimento della garanzia.

### COME È FINITA

L'Agcm ha valutato che i comportamenti adottati non risultavano essere frutto di condotte o di meri errori occasionali dei singoli punti vendita, ma piuttosto il riflesso dell'obiettivo commerciale di incrementare comunque la vendita dei prodotti, anche in presenza di carenze aziendali nella gestione delle consegne e dell'assistenza post-vendita. Conseguentemente, l'Agcm ha irrogato all'operatore economico una sanzione amministrativa pecuniaria di 3,2 milioni di euro.

### RESTAURO BAGNI: BONUS E RITARDI

SETTORE Ristrutturazione bagni

OGGETTO Bonus edilizi

CONTESTAZIONI

Un'impresa, a seguito dell'introduzione di bonus edilizi, aveva ricevuto un elevato numero di richieste di interventi edili. A fronte dell'alto numero di incarichi, l'impresa ha registrato notevoli ritardi nell'inizio e nell'esecuzione dei lavori rispetto ai termini contrattuali e ha omesso di fornire la dovuta assistenza ai consumatori che reclamavano o che chiedevano di sciogliere il vincolo contrattuale a causa del ritardo.

L'Agcm ha mosso una serie di contestazioni e, in particolare, le seguenti:

a) la diffusione di informazioni non corrette e ambigue in fase di vendita fuori dei locali commerciali in ordine alle caratteristiche delle opere di ristrutturazione dei bagni, alla possibilità di utilizzo del bonus fiscale riconosciuto in caso di abbattimenti delle barriere architettoniche e ai tempi di inizio e termine dei lavori; b) la mancata esecuzione delle opere di installazione dei sanitari e delle opere di ristrutturazione dei bagni con le caratteristiche e tempistiche di esecuzione descritte in fase di vendita nel corso delle visite a domicilio del consumatore nonché il mancato riconoscimento, a fronte del superamento dei termini di esecuzione delle opere e di consegna dei materiali, del diritto di recesso da loro esercitato; c) l'omessa informativa di elementi essenziali del contratto e del diritto di recesso.

### COME È FINITA

L'Agcm ha applicato sanzioni amministrative pecuniarie per un totale di due milioni di euro.

### NIENTE TABACCO RISCALDATO PER I MINORI

SETTORE Prodotti fumo

OGGETTO Tabacco riscaldato

CONTESTAZIONI

L'Agcm ha contestato a due operatori economici di avere diffuso comunicazioni commerciali irregolari a proposito di prodotti da fumo riscaldato, basati sul riscaldamento di tabacco. In dettaglio, i messaggi promozionali, diffusi tramite cartelloni pub-

DS6901

blicitari, spot cinematografici e attraverso il sito internet di una piattaforma di vendita on line, omettevano, negavano o non evidenziavano le due principali avvertenze d'uso dei prodotti in questione, rappresentate dall'inevitabile consumo di nicotina nell'utilizzarli e dalla circostanza che il prodotto non è destinato ai minori.

### COME È FINITA

L'Agcm ha qualificato la condotta contestata come pratica commerciale scorretta in violazione degli articoli 20, 21, commi 1, lettera b), 3 e 4, 22, commi 2 e 4, lettera a), del Codice del consumo, rilevando l'idoneità dell'assenza e/o della mancata trasparenza e/o evidenziazione delle suddette due principali avvertenze d'uso a indurre in errore il consumatore e a fargli effettuare una scelta commerciale non consapevole. L'Agcm ha, inoltre, evidenziato che i minori di età, in quanto soggetti più fragili, erano stati indotti ad assumere comportamenti che potevano arrecare danni alla loro salute.

I due operatori economici sono stati sanzionati nella misura rispettivamente di 6 milioni di euro (il produttore) e 1 milione di euro (la piattaforma di vendita on line).

### OK A GREEN CLAIM SOLO SE VERI

SETTORE Sostenibilità (ESG)

OGGETTO Claim ambientali e sociali

CONTESTAZIONI

L'Agcm ha contestato ad alcuni operatori economici l'uso di green claim per promuovere autoveicoli ibridi o elettrici per la mobilità urbana. In particolare, con riferimento ai veicoli elettrici, sui siti di alcuni operatori erano presenti green claim relativi all'assenza di emissioni o di impatto sull'ambiente o alla totale sostenibilità ambientale di questi veicoli formulati in termini del tutto assoluti e generici ("100% sostenibile", "100% Green", "Zero emissioni", "Impatto zero sull'ambiente", "ECO").

### COME È FINITA

L'Agcm ha concluso positivamente tre interventi di moral suasion.

### NON SIMULARE IL MADE IN ITALY

SETTORE Automotive

OGGETTO Luogo di produzione effettivo

CONTESTAZIONI

L'Agcm ha contestato a un operatore economico la falsa rappresentazione e pubblicizzazione del luogo di produzione di alcune vetture prodotte in Cina e non in Italia, e nella omissione di informazioni rilevanti circa l'origine degli stessi, in violazione degli articoli 20, 21, 22 del Codice del Consumo. Più nello specifico, la società aveva diffuso messaggi e comunicazioni commerciali sui siti web e attraverso numerosi canali promozionali incentrati sul forte collegamento valoriale, quasi identitario, tra alcuni marchi di autovetture e il territorio italiano (Molise), attraverso un costante e ricercato richiamo al concetto della loro "italianità" volutamente ed esplicitamente attribuita alla produzione delle autovetture effettuata, in realtà, all'estero.

### COME È FINITA

L'Agcm, a conclusione del procedimento, ha irrogato sanzioni amministrative per un ammontare

## LA TUTELA DEI CONSUMATORI NEL 2024

DS6901

complessivo pari a sei milioni di euro.

### **RICAMBI AUTO SEMPRE DISPONIBILI**

SETTORE Automotive

OGGETTO Pezzi di ricambio per auto

CONTESTAZIONI

L'Agcm ha contestato a un operatore economico nel settore dell'automotive la commercializzazione di vetture senza avere predisposto un adeguato approvvigionamento dei pezzi di ricambio e senza avere organizzato una idonea assistenza post-vendita e tutto ciò in violazione degli articoli 20, 24 e 25 del Codice del consumo.

COME È FINITA

A conclusione del procedimento l'Agcm ha irrogato sanzioni amministrative per un ammontare complessivo pari a sei milioni di euro.

### **AUTO, DIFETTI DI PRODUZIONE E INDENNIZZATI**

SETTORE Automotive

OGGETTO Sostituzione sistema antinquinamento inefficiente

CONTESTAZIONI

L'Agcm ha contestato a un operatore economico del settore automotive il rimborso solo parziale delle spese sostenute dai consumatori per la riparazione/sostituzione del sistema antinquinamento installato sulle autovetture diesel e rivelatosi difettoso fin dalla produzione.

COME È FINITA

A seguito dell'intervento dell'Agcm, i clienti delle vetture interessate dai citati malfunzionamenti hanno beneficiato di diverse agevolazioni economiche. In primo luogo, il rafforzamento del programma di assistenza alla clientela ha consentito ai clienti di effettuare interventi di riparazione/sostituzione presso la rete autorizzata, beneficiando di scontistiche e di contributi economici. Inoltre, coloro che, avendo riparato/sostituito il serbatoio prima dell'avvio del procedimento dell'Agcm, avevano fruito di condizioni meno favorevoli, sono stati destinatari di ristori nella forma di voucher o rimborsi.

### **STOP A SFIDE ALIMENTARI PICCANTI**

SETTORE Agroalimentare

OGGETTO Prodotti alimentari piccanti

CONTESTAZIONI

L'Agcm ha contestato una impresa agroalimentare, produttrice di patatine estremamente piccanti, due pratiche commerciali in violazione degli articoli 20, commi 2 e 3, 21, comma 1, lettera b), commi 3 e 4, 22, 24 e 25 del Codice del consumo, realizzata ponendo in essere condotte consistenti: a) nell'induzione a una sfida presente già nella denominazione di un prodotto, contenente la parola "challenge", rivolta, prevalentemente, a un gruppo di consumatori costituito dagli adolescenti, diffusa attraverso una pagina internet; b) nella non adeguata rappresentazione delle informazioni circa i rischi connessi all'uso del prodotto distribuito; c) nell'omissione di informazioni rilevanti in considerazione della distribuzione di un prodotto alimentare suscettibile di porre in pericolo la salute e la sicurezza dei consumatori, ovvero suscettibile - per le modalità di

DS6901

commercializzazione - di porre in pericolo la salute e la sicurezza di bambini e adolescenti; d) nell'omissione di informazioni rilevanti circa le caratteristiche principali del prodotto distribuito.

COME È FINITA

L'operatore economico ha presentato impegni consistenti nella rimozione del prodotto dai listini di vendita e nella interruzione della commercializzazione e promozione del prodotto.

L'Agcm ha concluso con accettazione degli impegni il procedimento avviato nei confronti della società di distribuzione del prodotto, rendendo obbligatorie gli impegni presentati dall'impresa.

### **NON BARARE SULL'ORIGINE DEI MANGIMI**

SETTORE Agroalimentare

OGGETTO Mangimi naturali e italiani

CONTESTAZIONI

L'Agcm si è occupata di un'impresa impegnata nell'attività di allevamento nel settore avicolo. L'impresa, nelle sue comunicazioni commerciali, affermava, contrariamente al vero, l'integrale produzione agricola (diretta o indiretta, tramite coltivatori contrattualizzati) delle derrate/materie prime utilizzate per la realizzazione dei mangimi biologici e l'origine integralmente nazionale delle derrate/materie prime utilizzate per l'alimentazione degli animali da essa allevati. L'Agcm ha accertato che parte delle derrate e delle materie prime erano state acquistate sul mercato e ciò perché quelle coltivate (direttamente o indirettamente) risultavano insufficienti a coprire il fabbisogno del proprio mangimificio biologico e che le stesse, diversamente da quanto asserito nei messaggi pubblicitari, non erano esclusivamente di origine italiana.

COME È FINITA

L'Agcm ha applicato alla società una sanzione pecuniaria di cento mila euro.

### **CHIAREZZA SULL'ALLARME IN COMODATO**

SETTORE Sistemi di sicurezza

OGGETTO Allarme in comodato d'uso

CONTESTAZIONI

L'Agcm ha contestato a un operatore economico, impegnato nel settore dei sistemi di sicurezza per le abitazioni, condotte scorrette in violazione del Codice del consumo. Più nello specifico, è stata contestata una pratica commerciale consistente nella mancanza di trasparenza nelle comunicazioni commerciali in merito alla concessione in comodato d'uso gratuito - invece che in proprietà - dell'impianto di allarme. Tutto ciò in violazione degli articoli 20, 21, comma 1, lettera b), 22, commi 1, 2 e 4, lettera a), del Codice del consumo.

COME È FINITA

L'Agcm ha irrogato all'impresa sanzioni pecuniarie amministrative per oltre quattro milioni di euro.

### **RECESSO LIBERO DAL SISTEMA DI ALLARME**

SETTORE Sistemi di sicurezza

OGGETTO Allarme in comodato d'uso

CONTESTAZIONI

## LA TUTELA DEI CONSUMATORI NEL 2024

DS6901

L'Agcm ha contestato a un operatore economico, impegnato nel settore dei sistemi di sicurezza per le abitazioni, condotte scorrette in violazione del Codice del consumo. Più nello specifico, è stata contestata l'imposizione di ostacoli all'esercizio da parte del cliente del diritto di recesso dal contratto con conseguente pagamento, da parte del consumatore, di un servizio non più richiesto e ciò in violazione degli articoli 20, 24 e 26, comma 1, lettera f), del Codice del consumo.

### COME È FINITA

L'Agcm ha irrogato all'impresa sanzioni pecuniarie amministrative per oltre quattro milioni di euro.

### ALLARMI CON RIPENSAMENTI GARANTITI

SETTORE Sistemi di sicurezza

OGGETTO Allarme in comodato d'uso

### CONTESTAZIONI

L'Agcm ha contestato a un operatore economico, impegnato nel settore dei sistemi di sicurezza per le abitazioni, condotte scorrette in violazione del Codice del consumo. Più nello specifico, è stato contestato l'avvio automatico, a seguito della sottoscrizione del contratto da parte del cliente, della prestazione del servizio durante il periodo di esercizio del diritto di ripensamento in assenza di una richiesta espressa del consumatore e ciò in violazione degli articoli 50, comma 3, 51, comma 8, e 57, comma 4, lettera a), n. 2, del Codice del consumo.

### COME È FINITA

L'Agcm ha irrogato all'impresa sanzioni pecuniarie amministrative per oltre quattro milioni di euro.

### FORO COMPETENTE PER I SISTEMI DI ALLARME

SETTORE Sistemi di sicurezza

OGGETTO Allarme in comodato d'uso

### CONTESTAZIONI

L'Agcm ha contestato a un operatore economico, impegnato nel settore dei sistemi di sicurezza per le abitazioni, condotte scorrette in violazione del Codice del consumo. Più nello specifico, è stata contestata l'ambigua indicazione, nelle condizioni contrattuali, del foro competente a cui il consumatore può rivolgersi, in caso di eventuali controversie con l'operatore economico e ciò in violazione degli articoli 20, 21, comma 1, lettera g), in combinato disposto con l'articolo 66-bis del Codice del consumo.

DS6901

### COME È FINITA

L'Agcm ha irrogato all'impresa sanzioni pecuniarie amministrative per oltre quattro milioni di euro.

### SEPARARE DONAZIONI E BUSINESS

SETTORE Beneficenza

OGGETTO Influencer marketing

### CONTESTAZIONI

L'Agcm si è occupato delle comunicazioni commerciali che uniscono e sovrappongono, nel contesto digitale, attività di sponsorizzazione commerciale da parte di influencer e attività benefiche. Queste comunicazioni commerciali possono condizionare le scelte di acquisto dei consumatori, facendo leva sulla loro sensibilità per iniziative benefiche, in particolare se riguardanti bambini o ragazzi affetti da gravi malattie.

In particolare, si è trattato di uova di cioccolato "griffate" vendute in occasione delle festività pasquali del 2021 e del 2022, cui era associata un'iniziativa benefica a favore di una impresa sociale.

L'Agcm ha contestato a due operatori economici (uno dei quali esercitante l'attività di influencer) la sussistenza di una pratica commerciale in violazione degli articoli 20, comma 2, 21 e 22, del Codice del consumo consistente nella diffusione di informazioni potenzialmente idonee a far ritenere ai consumatori che acquistando le uova avrebbero potuto contribuire a sostenere economicamente l'impresa sociale e che l'influencer avesse concorso a ideare il progetto benefico e fosse parte attiva della donazione.

### COME È FINITA

Gli operatori economici hanno presentato i seguenti impegni: una separazione permanente e netta tra le attività dei professionisti con finalità commerciali (promozione e vendita di prodotti e/o servizi) e quelle aventi scopi benefici, eliminando, in radice, il rischio di diffusione di comunicazioni commerciali potenzialmente confusorie; la devoluzione all'impresa sociale di somme consistenti e la diffusione di informazioni trasparenti sulle iniziative benefiche, e non anche di natura commerciale, sostenute in futuro dall'influencer. L'Agcm ha ritenuto gli impegni idonei a sanare i possibili profili di illegittimità della pratica contestata e ha concluso il procedimento disponendo l'obbligatorietà degli impegni senza accertare l'infrazione e ciò ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo.