

contenuti nel rapporto riguardano principalmente il consolidamento della liberalizzazione della distribuzione dei prodotti farmaceutici e la rimozione dei limiti amministrativi al numero e alla localizzazione delle farmacie.

Il gruppo di lavoro ha, infine, esaminato, sempre con riferimento all'Italia, la riforma della regolazione del settore della distribuzione commerciale. Il rapporto del Segretariato ha evidenziato come alcune riforme importanti siano state realizzate tra il 1998 e il 2001 sottolineando, tuttavia, come alcune delle riforme realizzate a livello nazionale abbiano poi subito una battuta d'arresto in seguito alla reintroduzione, a livello locale, delle restrizioni eliminate. A tale riguardo nel documento del Segretariato sono stati formulati alcuni suggerimenti, volti, in particolare, far sì che anche l'azione delle regioni si muova in senso pro-concorrenziale: l'introduzione di linee guida, l'applicazione dell'analisi dell'impatto della regolazione e la previsione di incentivi per le regioni più "virtuose".

Nell'ambito del gruppo di lavoro su "Cooperazione internazionale e concorrenza" sono state esaminati i problemi concorrenziali posti dalle partecipazioni di minoranza, le modalità di presentazione di questioni economiche complesse di fronte al giudice, gli sconti da parte di imprese dominanti e le procedure di transazione e i profili giurisdizionali nei casi di cartelli.

In particolare, nella tavola rotonda su "*Partecipazioni di minoranza e concorrenza*" sono state esaminate le condizioni necessarie affinché una partecipazione di minoranza nel capitale di un concorrente sia restrittiva della concorrenza. Dalla discussione sono emerse situazioni diverse relativamente agli obblighi che gravano sulle imprese in relazione alla detenzione di partecipazioni di minoranza. In alcune giurisdizioni esistono previsioni normative o prassi applicative specifiche in materia che prevedono l'obbligo di notificazione di una concentrazione al raggiungimento di una certa quota nel capitale di un'impresa, indipendentemente dal raggiungimento o meno del controllo. In altre giurisdizioni l'obbligo di notifica scatta solo quando la partecipazione di minoranza conduce all'acquisizione del controllo di fatto di un'impresa. Molti paesi hanno evidenziato come, nell'ambito della valutazione di operazioni di concentrazione, possa essere imposto come rimedio la dismissione di partecipazioni di minoranza.

Nella tavola rotonda sulle "*Modalità di presentazione di questioni economiche complesse di fronte al giudice*" sono state evidenziate le difficoltà nel presentare analisi

economiche ai giudici, soprattutto per quanto riguarda corti non specializzate. Negli Stati Uniti, dove esiste una sostanziale unanimità di vedute sull'importanza dell'analisi economica e dell'evidenza empirica nei casi antitrust, si sono riscontrate tuttavia delle differenze a seconda che le analisi siano presentate a tribunali specializzati o di tipo generalista. E' stato sottolineato come soprattutto in quest'ultimo caso occorra semplicità nell'esporre le analisi, altrimenti si rischia che i contributi di natura economica siano ignorati. Nella discussione è stata comunque sottolineata l'importanza di promuovere programmi di formazione per i giudici.

Nella tavola rotonda su "*Sconti e abuso di posizione dominante*" è stato affrontato uno dei temi più controversi nel confronto tra Stati Uniti ed Europa. Mentre infatti negli Stati Uniti gli sconti sono, in pratica, sempre leciti e il caso *Le Page*, l'unico in cui sia stata accertata una violazione, è considerato un'eccezione irripetibile, la Commissione europea ha un approccio più severo, sebbene abbia recentemente assunto un'impostazione meno formale di quella adottata in passato. Nel corso della discussione sono state sottolineate le grandi difficoltà analitiche nel valutare la portata escludente degli sconti di un'impresa in posizione dominante. Tali difficoltà analitiche spingono le corti americane a non considerare gli sconti come abusivi, a meno che sia provato che producono effetti escludenti, nel senso che ci sia una qualche evidenza che i concorrenti vengano effettivamente esclusi. Alla conclusione della discussione, tutti hanno concordato sull'opportunità di individuare con rigore quando gli sconti non sono abusivi, così da fornire certezza giuridica alle imprese.

Nella tavola rotonda sulle "*Procedure di transazione nei casi di cartelli*" la discussione ha evidenziato una radicale differenza tra le giurisdizioni rappresentate nel gruppo di lavoro quanto alla funzione delle procedure transattive in materia di cartelli. Infatti, se in alcune giurisdizioni – e segnatamente negli Stati Uniti ed in Canada – le procedure di transazione rappresentano un essenziale strumento istruttorio, concorrendo in misura decisiva all'accertamento delle condotte illecite, il modello comunitario prevede il ricorso a questo istituto solo in esito al completamento della fase istruttorio, quando cioè la Commissione europea sia ormai in condizione di redigere una comunicazione degli addebiti. La discussione ha evidenziato che le procedure transattive possono comportare dei vantaggi significativi sia per le autorità di concorrenza che per le parti soggette all'accertamento. Le imprese, infatti, possono ottenere una riduzione delle sanzioni che sarebbero state altrimenti irrogate e non sono

esposte alla perdurante incertezza in ordine all'esito dell'istruttoria e dell'eventuale ricorso giurisdizionale. Per contro, l'Amministrazione può definire più celermente la procedura, con un significativo risparmio di risorse. Nel corso della discussione, diverse delegazioni hanno evidenziato la necessità di evitare che la riduzione delle sanzioni collegata all'adesione ad una procedura transattiva diluisca gli incentivi economici delle imprese a prestare la propria cooperazione alle autorità di concorrenza nella fase della scoperta del cartello, attraverso la richiesta del beneficio clemenziale. In conclusione, si è osservato che in ambito OCSE sono ancora relativamente poco numerose le giurisdizioni che abbiano maturato una esperienza significativa ed una prassi applicativa consolidata in materia di procedure transattive nei casi di cartelli, benché ci si attenda una progressiva diffusione dell'istituto.

La tavola rotonda sui *“Profili giurisdizionali in materia di cartelli”* ha affrontato alcuni aspetti controversi che possono venire in rilievo in fattispecie di cartelli transfrontalieri. Dalla discussione è emerso che nella maggioranza dei Paesi OCSE la circostanza che degli effetti si producano all'interno del territorio nazionale è sufficiente a radicare la giurisdizione normativa dello Stato. Peraltro, non è chiaro se tale conclusione sia valida anche a livello comunitario, in quanto la Corte di Giustizia ha finora preferito non adottare esplicitamente la dottrina degli effetti, ancorando la propria giurisdizione all'attuazione almeno parziale della condotta illecita all'interno del territorio dell'Unione. Da più parti si è sottolineata l'opportunità di uno sforzo più intenso per assicurare il coordinamento delle iniziative investigative intraprese dalle autorità di concorrenza nel caso di cartelli internazionali. Mentre i rappresentanti delle autorità hanno insistito per lo più sull'allineamento della scansione procedurale degli accertamenti fin dal loro esordio, i rappresentanti delle imprese hanno espresso la preoccupazione che un deficit di coordinamento tra le autorità competenti risulti in una duplicazione delle procedure sanzionatorie.

Nel febbraio 2008 si è svolto l'ottavo Forum globale sulla concorrenza, iniziativa del Segretariato OCSE volta a promuovere un maggior coinvolgimento e una più attiva partecipazione dei Paesi in via di sviluppo al dibattito internazionale sui temi del diritto e della politica della concorrenza. La discussione ha riguardato il rapporto tra politica dei consumatori e politica della concorrenza, mettendo in luce che tutela della concorrenza e del consumatore sono complementari e condividono l'obiettivo di aumentare il benessere dei consumatori. Ci sono, tuttavia, differenze. La politica della

concorrenza opera dal lato dell'offerta, ampliando le scelte per i consumatori. La politica dei consumatori opera dal lato della domanda, cercando di assicurare scelte più efficienti e informate. Se coordinate le due politiche possono rinforzarsi l'un l'altra. La discussione ha messo in luce come i recenti contributi dell'economia comportamentale possano rinforzare entrambe le politiche, attraverso una migliore comprensione dei meccanismi di scelta dei consumatori.

CONFERENZA DELLE NAZIONI UNITE PER IL COMMERCIO E LO SVILUPPO (UNCTAD)

La nona sessione del Gruppo Intergovernativo di Esperti di Diritto e Politica della Concorrenza si è tenuta a Ginevra nel luglio 2008. Nel corso della sessione, si è discusso il tema dell'attribuzione e del riparto di competenze in materia di applicazione della normativa antitrust tra autorità di concorrenza nazionali e sovranazionali.

La crescente integrazione economica a livello macro-regionale ha generato una varietà di modelli giuridici di cooperazione, molti dei quali prevedono anche una disciplina della concorrenza. Benché l'Unione europea rappresenti ancora, allo stato, l'unico esempio al mondo di sistema macro-regionale che si sia dotato di una autorità sovranazionale di concorrenza pienamente funzionante (la Commissione europea), esperienze in certa misura analoghe sono in gestazione - a diversi livelli - in altre aree geografiche. In particolare, in Africa e nei Paesi caraibici si sta realizzando la creazione di nuove istituzioni con compiti di tutela della concorrenza, quali la Comunità Economica e Monetaria dell'Africa Centrale, il Mercato Comune dell'Africa Orientale e Meridionale, la Comunità dell'Africa Orientale, l'Unione Economica e Monetaria dell'Africa Occidentale, la Commissione per la Concorrenza della Comunità Caraibici. In America Latina, per contro, l'attuazione delle regole di concorrenza contenute negli accordi regionali (il MERCOSUR e la Comunità Andina) ha proceduto finora piuttosto a rilento. Infine, nei sistemi regionali dell'Asia Orientale e Sud-orientale alle regole di concorrenza viene attribuito un ruolo ancora piuttosto limitato.

La partecipazione alla tavola rotonda organizzata nell'ambito del Gruppo Intergovernativo di Esperti di Diritto e Politica della Concorrenza di Paesi e istituzioni con una esperienza applicativa delle regole antitrust ancora tutto sommato assai contenuta ha rivelato il consolidarsi della tendenza globale verso forme sempre più intense di cooperazione transnazionale nella materia in questione; tuttavia, la discussione ha altresì evidenziato i limiti con i quali il funzionamento dei sistemi macro-regionali extra-europei in materia di concorrenza ancora deve confrontarsi.

Nella maggioranza dei Paesi in via di sviluppo, la carenza di adeguate risorse umane e finanziarie e la perdurante incompletezza del quadro giuridico ed istituzionale impedisce il decollo di sistemi macro-regionali di applicazione del diritto antitrust

pienamente funzionanti. Inoltre, in particolare in Africa e nei Paesi caraibici, la partecipazione dei medesimi Paesi a più organizzazioni regolate da assetti normativi reciprocamente incoerenti e la sovrapposizione di competenze a livello macro-regionale, sub-regionale e nazionale rende l'intero sistema più farraginoso, costoso ed incerto. Infine, nelle ipotesi – pur interessanti, ad esempio l'Unione Economica e Monetaria dell'Africa Occidentale – in cui all'autorità sovranazionale di concorrenza venga attribuita una competenza esclusiva nella materia antitrust anche in relazione a pratiche anti-concorrenziali di respiro squisitamente nazionale, questo assetto istituzionale finisce per ostacolare l'attività delle autorità nazionali di concorrenza nei Paesi che già se ne siano dotati.

La nona sessione del Gruppo Intergovernativo di Esperti di Diritto e Politica della Concorrenza ha quindi discusso il tema dell'indipendenza e della responsabilità delle autorità di concorrenza. Dalla discussione, stimolata da un rapporto realizzato dal Segretariato della Conferenza delle Nazioni Unite per il Commercio e lo Sviluppo, è emersa l'intima relazione tra indipendenza e controllo, sottolineandosi come l'esclusione delle autorità di concorrenza dal circuito della responsabilità politica presupponga l'esercizio di forme alternative di controllo, particolarmente nella forma del sindacato giurisdizionale – tanto più penetranti quanto maggiore è la discrezionalità concessa all'autorità di concorrenza. In conclusione, è risultata sostanzialmente condivisa la considerazione secondo cui nell'applicazione delle regole di concorrenza non può prescindersi dall'esame del più ampio contesto (economico, regolamentare, congiunturale) in cui operano le autorità preposte: l'indipendenza operativa delle autorità di concorrenza non è dunque incompatibile con la trasparente enunciazione da parte del legislatore di interessi pubblici non correlati ad obiettivi di efficienza economica, il cui apprezzamento e bilanciamento vengono quindi affidati alle stesse autorità o ad altri soggetti.

Parte III

ATTIVITÀ AI SENSI DEL DECRETO LEGISLATIVO N. 206/2005

PAGINA BIANCA

ATTIVITÀ AI SENSI DEL DECRETO LEGISLATIVO N. 206/2005

1. GLI INTERVENTI DELL'AUTORITÀ

DATI DI SINTESI

Il 2008 si è presentato per la tutela del consumatore come un anno ricco di novità che hanno determinato una netta soluzione di continuità rispetto alla previgente normativa e prassi applicativa. Il consolidamento delle nuove competenze in materia di pratiche commerciali scorrette, con le modifiche introdotte al Codice del consumo dal decreto legislativo 2 agosto 2007, n. 146, l'emanazione in pari data del decreto legislativo n. 145/2007 relativo alla pubblicità ingannevole tra professionisti e alla pubblicità comparativa, i nuovi regolamenti sulle procedure istruttorie deliberati dall'Autorità nel novembre 2007 hanno potuto pienamente dispiegarsi nel corso del 2008.

Il 2008 ha fatto registrare un forte incremento delle segnalazioni, pari a 2.781 (molte raggruppate per identità dei profili denunciati) a fronte delle 1.591 dell'anno precedente. Questo consistente flusso di segnalazioni dipende in larga misura da una più estesa consapevolezza, da parte dei consumatori, delle tutele offerte dal Codice del consumo, come modificato dal decreto legislativo 2 agosto 2007, n. 146, in materia di pratiche commerciali scorrette. Di queste, 1.233 segnalazioni sono state archiviate.

In particolare, l'8% delle segnalazioni archiviate erano manifestamente infondate, il 51% riguardavano fattispecie che esulavano dall'ambito di applicazione della normativa in materia di pratiche scorrette, per il 36 % si è riscontrata l'inapplicabilità del decreto mentre per il 3% delle segnalazioni il professionista ha accolto l'invito a rimuovere i profili di possibile scorrettezza della condotta commerciale (*moral suasion*), ai sensi dell'articolo 4, comma 2, del Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette. Le restanti segnalazioni sono state archiviate in

quanto improcedibili.

TAVOLA 1: Procedimenti istruttori	
Totale Procedimenti Istruttori	238
Totale Procedimenti con accertamento di una violazione	221
<i>- di cui per pratiche ingannevoli e/o scorrette</i>	211
<i>- ingannevoli (vecchio regime)</i>	95
<i>- ingannevoli</i>	5
<i>- pratiche scorrette</i>	109
<i>- comparativa illecita</i>	2
<i>- di cui violazioni per aver fornito informazioni non veritiere</i>	1
<i>- di cui inottemperanze</i>	9

Nel corso del 2008, si è stabilizzato il numero dei casi per i quali è stato avviato un procedimento istruttorio, pari a 243. In particolare, 209 procedimenti si sono conclusi con l'accertamento dell'ingannevolezza o della scorrettezza del messaggio promozionale, mentre in 2 casi la comparazione pubblicitaria è stata ritenuta illecita. Nel periodo di riferimento, l'Autorità ha adottato misure cautelari in 19 casi. Al fine di evitare che il messaggio ingannevole continuasse a produrre i propri effetti, l'Autorità ha disposto in 3 casi che l'operatore pubblicitario pubblicasse a propria cura e spese una dichiarazione rettificativa. In 9 procedimenti l'Autorità ha accettato gli impegni offerti dalle parti, ritenendoli idonei a rimuovere i profili di illegittimità della pratica.

Nel 2008, infine, si è accertata in 9 casi l'inottemperanza a una precedente delibera dell'Autorità.

TAVOLA 2: Soggetti segnalanti e valutazione finale		
	Procedimenti istruttori	Violazioni
Singolo consumatore	129	115
Associazioni di consumatori	48	44
Concorrenti	23	19
Pubblica Amministrazione	21	20
Attivazione d'ufficio	14	9
Associazioni di concorrenti	5	5
Totale	238	211

In relazione alla natura dei soggetti che richiedono l'intervento dell'Autorità, nel periodo di riferimento si registra un aumento delle segnalazioni provenienti da singoli consumatori (passate da 108 a 129, 115 delle quali sfociate nell'adozione di un provvedimento inibitorio), da associazioni di consumatori (da 43 a 48, 44 delle quali relative a messaggi e pratiche scorrette) e da associazioni di concorrenti (da 1 a 5). Nel corso del 2008 l'Autorità ha per la prima volta attivato i poteri conferiti dal novellato Codice del consumo disponendo l'avvio di 14 procedimenti d'ufficio, mentre sono in calo le denunce da pubbliche amministrazioni (da 38 a 21) e da concorrenti (da 49 a 23). Il rapporto tra violazioni riscontrate e procedimenti istruttori avviati su segnalazione si conferma particolarmente elevato compreso tra l'83% e il 100%, con una media del 90%).

TAVOLA 3: Mezzo di diffusione del messaggio

	Procedimenti istruttori	Violazioni
Internet	76	67
Stampa quotidiana e periodica	67	62
Stampati	50	45
Televisione nazionale	18	17
Confezione	12	10
Telefono	10	10
Pubblicità esterna	9	9
Televisione locale	8	8
Servizio postale	7	6
Posta elettronica	4	2
Radio	1	1
SMS	1	1
Non individuato	29	25
Totale	292	263

Nel corso del 2008 la rete Internet ha superato la stampa quotidiana e periodica come mezzo di diffusione attraverso il quale è stato realizzato il maggior numero di

pratiche commerciali oggetto di procedimenti istruttori, passati da 69 a 76 nel caso della rete, e diminuiti da 93 a 67 per la stampa. Diminuiscono sostanzialmente anche le procedure aventi ad oggetto pubblicità diffuse attraverso gli stampati (da 61 a 50), l'emittenza televisiva nazionale (da 23 a 18) e la pubblicità esterna (da 17 a 9). Aumentano invece i procedimenti relativi a pratiche diffuse via telefono (da 4 a 10) mentre rimane sostanzialmente stabile il numero di procedimenti concernenti altri mezzi di diffusione.

TAVOLA 4: Sanzioni per esito del procedimento

	n. procedimenti	Sanzioni (EUR)
Pubblicità ingannevole e comparativa	96	3.684.200
Pratiche scorrette	109	32.047.500
Pubblicità ingannevole e comparativa B2B	6	970.000
Inottemperanza	9	415.150
Informazioni non veritiere	1	40.000
Totale	221	37.156.850

L'importo complessivo delle sanzioni pecuniarie comminate dall'Autorità nel corso del 2008 ha registrato una decisa crescita rispetto all'anno precedente; esso è stato pari a 37.156.850 EUR (5.022.800 EUR nel 2007). Questa significativa variazione discende dal mutamento del quadro normativo che, grazie alla riforma apportata al decreto legislativo n. 206/2005 dal decreto legislativo n. 146/2007, ha introdotto un trattamento sanzionatorio molto più severo per le pratiche scorrette. Poco meno del 90% delle sanzioni irrogate hanno riguardato procedimenti nei quali è stata accertata l'ingannevolezza del messaggio promozionale o la scorrettezza della pratica commerciale, circa il 10% sono riferibili a messaggi ingannevoli rispetto alla normativa preesistente, mentre sanzioni per un importo complessivo di 415.150 EUR sono state imposte in relazione ai 9 procedimenti di inottemperanza a precedenti delibere dell'Autorità. In un caso l'Autorità ha sanzionato la parte per aver fornito informazioni non veritiere, irrogando una sanzione nel massimo edittale previsto dall'articolo 27, comma 4, del codice del consumo, pari a 40 mila EUR.

Tavola 5: Sanzioni per macrosettore economico			
	Ingannevoli/Scorrette	Inottemperanze	Sanzioni (EUR)
Energia e Industria	34	3	4.742.400
Comunicazioni	45	0	10.637.500
Credito e assicurazioni	40	0	11.416.500
Alimentare, farmaceutico e trasporti	38	1	5.200.250
Servizi	55	5	5.160.200
Totale	212	9	37.156.850

Nel 2008 ha avuto luogo una riorganizzazione della Direzione generale per la tutela del consumatore per settori economici. Sono state quindi istituite 5 direzioni istruttorie, al fine di una maggiore incisività dell'intervento. I settori economici delle comunicazioni e del credito e assicurazioni risultano essere quelli per i quali è stata riscontrata una maggiore gravità e durata delle pratiche scorrette che hanno determinato un più elevato montante delle sanzioni, mentre nell'area dei servizi e dell'industria in genere è stato necessario un più ampio controllo in termini di numeri di casi esaminati.

UNITÀ CALL CENTER

A seguito delle nuove competenze attribuite all'Autorità dal decreto legislativo n. 146/2007 e dal decreto legislativo n. 145/2007, l'Autorità ha istituito nel mese di gennaio 2008¹ una struttura di missione denominata Unità Call Center incardinata presso la Direzione generale per la tutela del consumatore, avente lo scopo principale di favorire il monitoraggio tempestivo delle dinamiche scorrette presenti nel mercato. Attraverso l'attivazione di una numerazione gratuita (800 166 661), il centro di ascolto consente a chiunque ne abbia interesse (consumatori, professionisti, concorrenti, pubbliche amministrazioni e associazioni di consumatori) di avvalersi di un sistema di

¹ L'Unità Call Center è stata istituita con provvedimento n. 17922 del 24 gennaio 2008, in Boll. n. 3/2008.

comunicazione con l'Autorità immediato e diretto, effettuando segnalazioni aventi ad oggetto fattispecie di presunta illiceità dell'agire commerciale degli operatori economici.

Nel primo anno di attività, l'Unità Call Center ha registrato oltre 9.000 segnalazioni. In particolare, la maggior parte delle denunce ha riguardato il settore delle telecomunicazioni (60%); segue il settore dei servizi (12%); i settori dell'energia, dell'industria e del credito (10%); il settore agroalimentare e trasporti (8%).

La raccolta e la prima valutazione delle segnalazioni telefoniche permettono al Call Center di coadiuvare l'esercizio delle funzioni istruttorie delle direzioni settoriali facenti parte della Direzione generale per la tutela del consumatore. Il Call Center semplifica inoltre le procedure di segnalazione di pratiche commerciali scorrette e garantisce la tempestività degli interventi dell'Autorità in relazione alle fattispecie di maggiore rilevanza; consente altresì di adottare le più opportune iniziative con riguardo alle pratiche che interessano prodotti suscettibili di porre in pericolo la salute e la sicurezza dei consumatori, ovvero di raggiungere e minacciare, anche indirettamente, la sicurezza di bambini e adolescenti.

Per quanto attiene all'attività di *front office*, il Call Center si occupa della catalogazione e sistematizzazione dei contatti con il pubblico e, in raccordo con le direzioni istruttorie, cura il primo esame delle questioni rappresentate tramite numero verde anche al fine di sottoporre le relative risultanze al Collegio per le conseguenti determinazioni. Con riferimento a violazioni di minor rilievo, l'Unità Call Center, informato il Collegio, ha invitato in alcuni casi i professionisti segnalati a rimuovere i profili di possibile scorrettezza della condotta commerciale (*moral suasion*).

Nel corso dell'anno sono stati previsti incontri "a tema" con gli Amministratori delegati delle società destinatarie del maggior numero di segnalazioni al fine di ottenere una partecipazione attiva degli stessi alle attività del Call Center. Ferme restando le competenze sanzionatorie dell'Autorità sulle pratiche scorrette, si è voluto creare in questo modo un canale diretto volto a mettere in contatto telefonico gli operatori commerciali con i consumatori segnalanti relativamente a problematiche che esulano dall'ambito di intervento dell'Autorità ai sensi del Codice del consumo e che sono idonee a essere risolte per le vie brevi dagli stessi professionisti.

La principale novità che emerge dall'analisi dell'esperienza maturata nel 2008 è l'idea che la qualità del servizio erogato derivi congiuntamente dalla capacità di rispondere alle esigenze dei singoli e a quella di soddisfare gli interessi collettivi. In tale ottica, 140 richieste di intervento non rientranti nella sfera di applicazione del Codice del Consumo, previa deliberazione dell'Autorità, sono state trasmesse ad altre amministrazioni per i relativi profili di competenza. Nella stessa prospettiva, in più di 2000 casi, le informazioni richieste da consumatori e da piccoli imprenditori circa gli organismi cui rivolgersi per ottenere una specifica tutela, sono state tempestivamente fornite già al momento del primo contatto telefonico.

L'Unità Call Center risulta in definitiva funzionale a una più efficace tutela dei diritti dei consumatori e rappresenta sia l'anello di congiunzione tra i cittadini e l'Istituzione, che un utile strumento integrativo per gli uffici nell'attività di valutazione pre-istruttoria e istruttoria dei procedimenti.

L'attività dell'Autorità in materia di pratiche commerciali scorrette e di pubblicità tra professionisti

L'entrata in vigore del decreto legislativo n. 146/2007, emanato in attuazione della direttiva 2005/29/CE in tema di pratiche commerciali scorrette, nel modificare la disciplina contenuta negli articoli 18 e seguenti del decreto legislativo n. 206/2005, ha ampliato l'ambito di intervento dell'Autorità rispetto alla dinamica dei rapporti tra professionista e consumatore. In particolare, attraverso l'introduzione del divieto generale di pratiche commerciali scorrette, che include la fattispecie della pubblicità ingannevole assorbendola nella categoria delle pratiche commerciali "ingannevoli", l'oggetto della valutazione condotta dall'Autorità abbraccia il più complessivo comportamento del professionista che si manifesta prima, durante e dopo un'operazione commerciale relativa all'offerta di un prodotto o alla fornitura di un servizio. Inoltre, il divieto di pratiche commerciali scorrette, accanto alla figura delle pratiche "ingannevoli", ricomprende anche le pratiche commerciali "aggressive", figura del tutto nuova per il nostro ordinamento.

A tale quadro sostanziale, si affianca, sotto il profilo istruttorio, l'introduzione di istituti che consentono all'Autorità di orientare l'indagine a comportamenti aventi un carattere sistematico, diffuso e di rilevante pregiudizio nell'ottica della tutela del

consumatore. In questa prospettiva, oltre ad un inasprimento delle sanzioni, va rilevato che l'azione dell'Autorità non è più condizionata ad una previa richiesta di intervento, ma può attivarsi d'ufficio. Tale connotazione caratterizza anche il sub-procedimento per l'adozione di misure cautelari, strumento istruttorio ancillare al provvedimento finale che, nel corso del primo anno di applicazione della nuova normativa, è stato di frequente utilizzato dall'Autorità al fine di offrire una tempestiva tutela all'utente.

Il decreto legislativo n. 145/2007, poi, in relazione alla materia della pubblicità ingannevole o comparativa illecita tra professionisti, disegna un procedimento del tutto affine a quello previsto per la repressione delle pratiche commerciali scorrette.

Dall'attività dell'Autorità nel corso dell'anno 2008 è possibile desumere alcuni principi generali, ricavabili dall'applicazione della normativa di cui ai decreti legislativi n. 145 e n. 146 del 2007 nei distinti settori di intervento (energia ed industria, comunicazioni, credito ed assicurazioni, agroalimentare e trasporti, servizi). Dell'elaborazione dei principi medesimi, svolta nel periodo di riferimento, si dà conto di seguito; successivamente saranno evidenziate le determinazioni di maggior rilievo assunte dall'Autorità nei distinti ambiti settoriali.

LE PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE: PROFILI GENERALI

a) *Aspetti sostanziali*

L'articolo 18 del Codice del consumo, nel testo risultante in seguito alle modifiche apportate dal decreto legislativo n. 146/2007, fornisce le definizioni di "pratica commerciale" (lettera d), "consumatore" (lettera a), "professionista" (lettera b), mentre la scorrettezza è definita in linea generale dall'articolo 20 e declinata, nelle due differenti tipologie dell'ingannevolezza e dell'aggressività, rispettivamente, dagli articoli da 20 a 23 e da 24 a 26.

La pratica commerciale, secondo l'articolo 18, lettera d), corrisponde a qualsiasi condotta positiva od omissiva in relazione alla promozione, vendita o fornitura di un prodotto ai consumatori. Nel periodo in esame l'Autorità ha avuto modo di sottolineare proprio la necessità del collegamento, del comportamento del professionista, con l'offerta o la promozione di un prodotto ai consumatori; si è, infatti, stabilito che, allorché si pubblicizzi ingannevolmente l'offerta di un bene o di un servizio, senza che