

STUDIO CHIDINI, GIRINO & ASSOCIATI

I FERRI DEL MESTIERE

La singola pratica scorretta non risparmia la sanzione

Una novità potenzialmente dirompente per le aziende, in particolare per quelle operanti nel B2C, arriva dalla Corte di Giustizia Europea. Una sentenza recentissima (16 aprile, causa C-388/13) riaccende il faro sulle pratiche commerciali scorrette, ossia su quelle condotte (comportamenti omissivi, dichiarazioni, pubblicità diffusa con ogni mezzo) tenute da imprese nei confronti dei consumatori per la promozione, vendita o fornitura di beni o servizi: condotte che divengono scorrette quando falsano o possono falsare il comportamento economico del consumatore medio che ne è raggiunto o cui esse sono dirette. Si tratta di tutte quelle situazioni, ivi compresi i rapporti pre e post-vendita, in cui un'azienda viene a contatto con un cliente «consumer». Se l'impresa si rende responsabile di una pratica commerciale scorretta - ad esempio, fornisce informazioni inesatte sulla destinazione d'uso di un prodotto o sulle caratteristiche di un servizio - può incorrere in sanzioni pesantissime: la forbice di quella pecuniaria in Italia va da 5 mila a 5 milioni di euro a vio-

lazione. La novità riguarda l'interpretazione da darsi all'espressione «pratica» contenuta nella direttiva europea sulle pratiche commerciali sleali (2005/29/CE). La lettura prevalente della direttiva comunitaria e della sua trasposizione in legge in Italia (articoli da 18 a 27-quater del Codice del Consumo) era stata sinora nel senso che, perché sussistesse una «pratica», non era sufficiente un singolo e isolato comportamento tenuto da un'impresa in un unico rapporto con un consumatore, ma era necessaria una serie di comportamenti scorretti o quantomeno che la condotta fosse ripetibile. Insomma, pratica come abitudine, come prassi e non come singola infrazione. E su questo erano d'accordo anche l'Antitrust e i Giudici amministrativi. La Corte di Giustizia invece rovescia la prospettiva. Decidendo su un caso arrivato da Budapest, i giudici dell'Ue hanno passato al setaccio tutte le disposizioni della direttiva. Conclusione: non esiste né nella direttiva né in altre disposizioni del diritto comunitario indizi secondo cui, affinché sia configurabile una pratica commerciale scorretta, sia

necessaria una serie di condotte. E tra le motivazioni addotte c'è quella secondo cui considerare «pratica» solo un comportamento ripetuto penalizzerebbe i consumatori, i quali dovrebbero dimostrare che anche altri sono stati vittime della medesima condotta. L'effetto di questa decisione sarà devastante. Il caso da cui è scaturita riguardava l'assistenza post vendita di un'azienda che aveva sbagliato nel fornire a un cliente un'informazione relativa alla scadenza di un contratto (abbonamento a una tv via cavo): il consumatore aveva così disdettato in ritardo trovandosi poi costretto a pagare sia il vecchio sia il nuovo fornitore. L'operatore ungherese per questo solo sbaglio ha sborsato 25 mila fiorini. La soglia d'attenzione deve alzarsi, specie nella formazione del personale e soprattutto nella preavvalutazione tecnico-legale dei metodi di approccio (la pubblicità in particolare) e della gestione nel post vendita. I peccati veniali scompaiono dai codici comunitari e l'errore di un call center può costare molto più di un risparmio di costi.

Marco Mergati