

## *Direttiva Omnibus, giro di vite sulle vendite promozionali*

Il Consiglio dei ministri nella riunione del 23 febbraio scorso ha approvato il decreto legislativo di recepimento della cosiddetta Direttiva Omnibus (n. 2019/2161).

Viene introdotta una serie di nuovi diritti dei consumatori: tra gli altri la maggiore trasparenza delle vendite promozionali, regole specifiche per l'uso da parte dei venditori delle recensioni sui propri prodotti e obblighi più stringenti per le vendite su mercati online. A ciò si aggiunge un inasprimento del regime sanzionatorio dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (Agcm) deputata alla repressione delle pratiche commerciali scorrette.

In particolare, le nuove regole sulle vendite promozionali saranno efficaci trascorsi 90 giorni dall'entrata in vigore del decreto al momento non ancora pubblicato in Gazzetta Ufficiale. Esse non si applicheranno alla vendita di prodotti agricoli e alimentari deperibili, soggetti a importanti fluttuazioni di mercato, specie in ragione della loro stagionalità.

Sebbene tale normativa non sia ancora formalmente in vigore, l'Agcm ha già avuto modo di applicare in almeno quattro occasioni i principi di correttezza e trasparenza che le nuove regole specificano in tema di vendite a prezzi scontati.

La pratica contestata è sempre la stessa: l'autorità ha accertato che, in occasione di campagne di sconti, il prezzo di listino dei prodotti in vendita aumentava nel tempo in modo tale che, applicando la percentuale di sconto dichiarata, il prezzo scontato sarebbe rimasto quantomeno uguale - se non addirittura superiore - a quello di listino applicato prima della promozione. Allo stesso modo, nonostante l'aumentare della percentuale di sconto applicata, spesso non si registrava una diminuzione del prezzo scontato proprio perché veniva contestualmente ritoccato il listino sul quale calcolare lo sconto.

Nel procedimento relativo all'e-commerce fashion Yoox, avviato sulla base della segnalazione di alcuni consumatori e deciso lo scorso dicembre, l'Autorità ha inflitto una sanzione significativa (3,5 milioni). L'applicazione anticipata del nuovo regime ha luogo attraverso un richiamo alle regole della Direttiva Omnibus, che l'Agcm interpreta come una specificazione degli obblighi di correttezza e trasparenza in capo al professionista già presenti nel Codice del Consumo. Ad oggi non è noto se l'azienda interessata abbia impugnato il provvedimento. Fatto sta che dinanzi all'autorità a nulla è valsa la difesa incentrata sul fatto che la variazione del prezzo di listino sarebbe stata giustificata dall'aumento del costo di riassortimento, in quanto tale affermazione non è risultata supportata da idonea documentazione.

Gli e-commerce di prodotti casalinghi Kasanova, Galileo e Conforama (procedimenti conclusi lo scorso febbraio) invece hanno evitato la sanzione presentando all'autorità una serie di impegni: procedura che permette di evitare la conclusione dell'istruttoria dell'Agcm (e quindi una probabile sanzione) a fronte dell'impegno formale ad adottare determinate condotte per correggere le pratiche contestate. Le società citate, oltre ad aver offerto un rimborso ai clienti sulle vendite oggetto d'indagine, hanno deciso di applicare sin d'ora la regola per cui lo sconto va applicato sul prezzo di listino più basso praticato almeno 30 giorni prima della promozione. Questa è proprio la regola prevista dalla Direttiva Omnibus (recepita nel nuovo articolo 17 bis del Codice del Consumo).

Insomma, non si tratta di nuovi diritti ma di un'applicazione più rigorosa degli obblighi di trasparenza già esistenti. Serve però far buon uso del messaggio che l'autorità ha voluto inviare: non aspettate l'ultimo giorno utile per mettersi in regola, potrebbe essere già tardi.

**Alfonso Campanella**

