

RELAZIONE A.I.R.

Provvedimento: Schema di articolato per l'attuazione della direttiva (UE) 2019/2161 del Parlamento europeo e del Consiglio del 27 novembre 2019, che modifica la direttiva 93/13/CEE del Consiglio e le direttive 98/6/CE, 2005/29/CE e 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio per una migliore applicazione e una modernizzazione delle norme dell'Unione relative alla protezione dei consumatori

Amministrazione competente: Ministero delle imprese e del made in Italy

Referente dell'amministrazione competente: Ufficio Legislativo e Direzione generale per il mercato, la concorrenza, la tutela dei consumatori e la normativa tecnica

SINTESI DELL'AIR E PRINCIPALI CONCLUSIONI

1. CONTESTO E PROBLEMI DA AFFRONTARE

La direttiva (UE) 2019/2161 del Parlamento europeo e del Consiglio del 27 novembre 2019, che modifica la direttiva 93/13/CEE del Consiglio e le direttive 98/6/CE, 2005/29/CE e 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio per una migliore applicazione e una modernizzazione delle norme dell'Unione relative alla protezione dei consumatori (nel prosieguo anche "direttiva"), si inserisce all'interno del Pacchetto "New deal for consumers".

Esso rappresenta il prodotto finale dell'iniziativa con cui la Commissione europea, a partire dal 2016, ha avviato il "Fitness Check", vale a dire un'attività di valutazione di adeguatezza della disciplina a tutela del consumatore, collegata ad una successiva attività di revisione ed aggiornamento delle sei principali direttive in materia.

Nello specifico, il "Fitness Check" aveva evidenziato l'arretratezza del quadro normativo in tema di commercio *online* (ancora caratterizzato da opacità nelle transazioni e scarsa consapevolezza del consumatore medio dei propri diritti) nonché, più in generale, l'esigenza di modernizzare la normativa consumeristica in vigore alla luce dell'evoluzione digitale, al fine di assicurare una maggiore trasparenza del mercato e rendere i consumatori maggiormente edotti dei relativi diritti, onde consentire loro di assumere una decisione di natura commerciale consapevole.

Rispetto a tale punto, si segnala infatti che, nonostante il livello di penetrazione dell'*e-commerce* nella UE sia piuttosto elevato, il grado di fiducia del consumatore medio sia ancora contenuto (e, ancor più quello del consumatore medio italiano, ove comparato a quello registrato in altri Stati membri), dato su cui si auspica che l'attuazione della direttiva possa impattare significativamente (si rinvia, in proposito, a quanto si dirà *infra* circa i risultati della Consumers' Conditions Survey 2021 condotta dalla Commissione europea).

In tale contesto si inserisce la direttiva 2019/2161, adottata dal Parlamento e dal Consiglio dell'Unione europea il 27 novembre 2019, volta a modernizzare quattro direttive che tutelano gli interessi economici dei consumatori (direttive pratiche commerciali scorrette, diritti dei consumatori, clausole abusive nei contratti con i consumatori, indicazioni dei prezzi dei prodotti offerti ai consumatori).

Si rappresenta, inoltre, che la necessità di un intervento di adeguamento della normativa nazionale nei settori coinvolti dalla direttiva trova conferma, a livello nazionale, in particolar modo con quanto emerso dalla Relazione finale della Commissione parlamentare di inchiesta sulla tutela dei

consumatori e degli utenti, istituita con delibera della Camera dei deputati del 13 ottobre 2021. Infatti, nelle conclusioni di tale relazione, viene constatato che *“a diciassette anni dall’ultima revisione, il Codice del consumo possa necessitare di un aggiornamento”*; il rischio manifestato dalla Commissione è che la *“matrice regolatoria”* del Codice del consumo non sia più adeguata ai tempi attuali, in particolar modo le norme relative ai settori della concorrenza e dei consumi che, come precisato nella Relazione, *“hanno mostrato limiti nell’affrontare l’evoluzione tecnologica (...)”*.

Inoltre, si evidenzia che per quanto riguarda il livello di protezione *online* dei consumatori, secondo quanto emerso dalla Relazione annuale dell’Autorità garante della concorrenza e del mercato sull’attività del 2021¹ *“è proseguita la crescita del commercio elettronico, che incide sull’evoluzione dell’intero comparto della distribuzione commerciale e si pone al centro di diversi interventi dell’Autorità”*. Il consolidarsi di tale dinamica, specifica la relazione, ha quindi *“condotto l’Autorità a focalizzare la propria attenzione, tra l’altro, sulle modalità di offerta di taluni servizi digitali, divenuti ormai indispensabili per le attività quotidiane di ciascuno, sia di natura professionale che personale”*.

In aggiunta, si precisa che nell’ambito del *“Consumers’ Conditions Survey”*, programma europeo avviato con la *“Nuova Agenda per i consumatori”* (2020-2025) è stato riscontrato un non adeguato livello di fiducia dei consumatori italiani, inferiore rispetto ai dati riferiti ai principali Stati membri e alla media europea: infatti, si evidenzia che solo il 62% dei consumatori italiani ha fiducia negli acquisti *online* verso professionisti situati in Italia (inferiore rispetto al dato europeo) e solo il 44% ha fiducia negli acquisti da professionisti situati in altro Paese dell’UE.

Inoltre, si precisa che lo schema di decreto di recepimento della direttiva nel contesto normativo delineato, da un lato, dalla procedura di infrazione della Commissione europea n. 2022/0107 giunta allo stadio di parere motivato per ritardo nel recepimento, e dall’altro, dall’avvenuta approvazione della legge di delegazione europea 2021 del 4 agosto 2022, n. 127, che dispone con l’articolo 4 specifici criteri di delega, che riguardano – tra gli altri – l’adeguamento e la revisione dell’apparato sanzionatorio relativo alla tutela dei consumatori previsto dal Codice del consumo.

Infine, si precisa che l’articolazione del provvedimento da recepire e conseguentemente lo schema di recepimento proposto ha come destinatari degli interventi tutti i professionisti operanti nel territorio nazionale che offrono prodotti o servizi a consumatori, tutti i consumatori sul territorio nazionale che possono beneficiare di un migliore scenario di protezione e le autorità di *enforcement* delle misure previste, in primis l’Autorità garante della concorrenza e del mercato.

2. OBIETTIVI DELL’INTERVENTO E RELATIVI INDICATORI

2.1 Obiettivi generali e specifici

L’obiettivo generale della direttiva e della conseguente proposta di recepimento è quello di assicurare un elevato livello di protezione dei consumatori mediante misure applicate in tutta l’Unione europea e di consolidare ulteriormente un ambiente sano per i consumatori a sostegno della crescita economica. Essa mira in particolare a: (i) estendere e rafforzare la protezione dei consumatori nell’ambiente *online*, nonché (ii) conferire alle autorità nazionali preposte alla tutela dei consumatori poteri sanzionatori più incisivi.

Tra gli obiettivi specifici perseguiti dallo schema di decreto di recepimento della direttiva, in relazione a quelli cui mira la direttiva e ai problemi evidenziati al punto 1, si segnalano in particolare:

¹<https://www.agcm.it/pubblicazioni/dettaglio?id=2cd59b1e-1eb9-4196-a325-da0506bee836&parent=Relazioni%20annuali&parentUrl=/pubblicazioni/relazioni-annuali>

1) il rafforzamento della protezione dei consumatori contro le pratiche commerciali scorrette, soprattutto sostenendo i rimedi individuali, incrementando così la fiducia dei consumatori negli acquisti effettuati. In quest'ottica, è stato inserito l'obbligo per gli Stati membri di assicurare la disponibilità di rimedi contrattuali ed extracontrattuali per i consumatori lesi da pratiche commerciali scorrette;

2) prevedere sanzioni più efficaci, proporzionate e dissuasive per le violazioni dei diritti dei consumatori, attraverso la revisione dell'attuale apparato sanzionatorio ed in conformità all'art 4, comma 1, lett. c), della legge 4 agosto 2022, n. 127 e con particolare attenzione anche alle violazioni transfrontaliere, nell'ottica di incrementare la fiducia dei consumatori negli acquisti effettuati da professionisti situati in altro Paese UE;

3) rafforzare la trasparenza informativa nell'ambito degli acquisti *online*, che, come emerso dalla Relazione annuale dell'Autorità garante della concorrenza e mercato, ha registrato una crescita esponenziale nell'ultimo anno, portando l'Autorità a compiere una importante attività di *enforcement*. A tal riguardo, si segnalano quali novità introdotte finalizzati ad una miglior tutela del consumatore, in particolare gli obblighi gravanti sui professionisti con riferimento ai risultati delle ricerche effettuate nelle piattaforme *online* (i.e., l'obbligo di indicare se vi sono forme di pagamento per un migliore posizionamento del risultato stesso, maggiore trasparenza in relazione alle recensioni *online*), nonché gli obblighi informativi ulteriori nei confronti dei consumatori per assicurare la piena trasparenza in merito all'identità dei soggetti con i quali i consumatori concludono contratti *online*. L'introduzione di tali disposizioni sarà sicuramente utile al fine di adeguare le disposizioni normative del Codice del consumo alla recente evoluzione dell'*e-commerce*;

4) contrastare le differenze di qualità nei prodotti di consumo (c.d. "*Dual Quality*"). Nella direttiva 2005/29/CE viene meglio esplicitato che commercializzare in vari Stati membri prodotti come identici, laddove in realtà presentano composizione o caratteristiche significativamente diverse, può configurare una pratica commerciale ingannevole qualora induca o sia idonea a indurre il consumatore ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso, salvo che ciò non sia giustificato da fattori legittimi e oggettivi;

5) estendere la protezione dei consumatori con riferimento ai servizi e contenuti digitali, in coerenza con quanto previsto in materia dalla direttiva (UE) 2019/770. In particolare, si amplia l'ambito applicativo della direttiva 2011/83/UE, attribuendo ai consumatori i diritti ivi previsti anche nelle ipotesi di acquisto di servizi e contenuti digitali gratuiti, in cui il consumatore comunica o si impegna a comunicare dati personali (oltre quelli necessari per la fruizione del servizio/contenuto), inclusi gli obblighi di informazione precontrattuale e il diritto di recedere dal contratto entro 14 giorni (salvo talune eccezioni);

6) assicurare una maggiore flessibilità delle modalità comunicative riservate ai professionisti, attraverso l'utilizzo, in alternativa alla posta elettronica, anche di moduli *web* o *chat* purché venga garantito al consumatore di poter tenere traccia delle comunicazioni con le imprese.

2.2 Indicatori e valori di riferimento

Gli indicatori che consentiranno di monitorare il graduale raggiungimento degli obiettivi possono far leva su due ambiti generali:

- 1) Indicatori derivanti dalle statistiche sulle transazioni *online*. Al riguardo, in ambito sovranazionale, si menziona da un lato che la Commissione europea pubblica annualmente il Digital Economy and Society Index (c.d. DESI)² con cui viene effettuato un ampio monitoraggio dell'evoluzione delle transazioni *online* a livello europeo e mediante profili di comparazione nazionale. Tale documento risulta particolarmente utile ai fini dell'analisi

² <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/desi>

che ci occupa, in quanto contiene taluni indicatori, tra cui, i più significativi, sono quelli relativi all'*e-commerce* sia per quanto riguarda l'utilizzo da parte degli individui (cittadini) che da parte delle imprese. Dall'altro lato, il recepimento della direttiva in esame dovrebbe contribuire ad incrementare la fiducia dei consumatori nelle transazioni *online*, stanti gli ulteriori diritti, le garanzie di trasparenza e le maggior tutele previste in loro favore. Al riguardo, in ambito comunitario all'interno del programma europeo avviato con la "Nuova Agenda per i consumatori" avente durata quinquennale (2020-2025) è stata sviluppata una indagine annuale *Consumers' Conditions Survey*³, i cui risultati relativi all'edizione 2021 possono fungere da benchmark iniziale. In particolare, infatti nell'indagine condotta a fine 2020 è stato riscontrato un non adeguato livello di fiducia dei consumatori italiani, inferiore rispetto ai dati riferiti ai principali Stati membri e alla media europea: infatti, si evidenzia che solo il 62% dei consumatori italiani ha fiducia negli acquisti *online* verso professionisti situati in Italia (inferiore rispetto al dato europeo) e solo il 44% ha fiducia negli acquisti da professionisti situati in altro Paese dell'UE.

- 2) Per quanto riguarda, invece, l'ambito nazionale, gli indicatori (quantitativi e qualitativi) possono essere identificati, in particolare, nell'attività condotta dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato (compendiata nelle relazioni annuali) in termini di procedimenti gestiti per clausole vessatorie e pratiche commerciali scorrette, procedimenti avviati e sanzioni irrogate. In particolare nel corso del 2021 l'AGCM ha concluso 97 procedimenti istruttori di rilievo nazionale di tutela del consumatore, di cui in 50 è stata accertata una violazione (rispettivamente: 36 per pratiche commerciali scorrette, 10 di inottemperanza, 4 di clausole vessatorie), ulteriori 35 procedimenti si sono conclusi con l'accettazione degli impegni e per soli 12 (circa il 10%) non si è riscontrata la sussistenza di alcuna violazione. Sotto il profilo sanzionatorio nel 2021 sono state irrogate sanzioni per €72.135.700 per pratiche commerciali scorrette e € 16.270.000 per inottemperanza a precedenti decisioni dell'Autorità). Per quanto riguarda la disciplina degli acquisti *online*, su cui interviene lo schema in oggetto, si rappresenta che nell'anno 2021 le principali criticità di tale settore hanno riguardato, tra l'altro: la diffusione di informazioni inesatte e ingannevoli, le modalità scorrette di gestione del processo di acquisto, le modalità illecite di gestione della fase successiva all'acquisto *online*, omissioni di informazioni varie. Ovvero diversi dei campi dell'intervento normativo in questione.
- 3) Parimenti si potrà condurre un monitoraggio in base alle segnalazioni effettuate dalle Associazioni dei consumatori.

3. OPZIONI DI INTERVENTO E VALUTAZIONE PRELIMINARE

Posto che ai fini di un rispetto della normativa europea è necessario un puntuale e pieno adeguamento alla direttiva 2019/2161, senza il quale il nostro ordinamento non sarebbe conforme agli obblighi europei discendenti dai Trattati, stante anche la procedura di infrazione menzionata, l'opzione di non intervento è stata valutata negativamente, anche alla luce della crescente necessità di ricorrere alle transazioni *online* come registrato nel corso della pandemia da Covid-19 e dei rischi che i consumatori possono correre muovendosi in un quadro normativo non al passo con le dinamiche tecnologiche e gli evoluti modelli di *business*⁴.

L'opzione dell'intervento normativo, dunque, consegue l'obiettivo generale di garantire un'adeguata ed evoluta protezione dei consumatori anche sui mercati *online* che per propria natura non si limitano ai mercati nazionali. Tale opzione consente di conformare altresì puntualmente l'ordinamento interno alla direttiva, la quale contiene peraltro norme elaborate in chiave di

³ https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/ccs_countryhighlights_italy.pdf

⁴ Come evidenziato nella già menzionata *Consumers Survey Conditions 2021*, la percentuale di Italiani che ha riscontrato assenza di problemi nelle transazioni *online* nel periodo considerato è stata nettamente inferiore alla media europea (64% contro il 72%)

armonizzazione massima, al fine di garantire i consumatori nell'ambito dell'intero mercato interno. Al riguardo, sono state individuate due possibili alternative di intervento: l'adozione di una norma a sé stante ovvero la novellazione delle norme che avevano suo tempo recepito le direttive modificate con la Direttiva 2019/2161.

L'adozione di una norma a sé stante è stata esclusa sia per ragioni sistematiche, essendoci in Italia un apposito Codice dedicato alla protezione dei consumatori, ambito su cui la norma in questione interviene, e che già contiene le disposizioni di recepimento delle direttive che la direttiva 2161 va a modificare.

In linea generale si precisa che si è optato per un intervento normativo che reca modifiche sulle attuali disposizioni nazionali vigenti nelle materie oggetto della direttiva 2019/2161, in coerenza con l'impostazione della direttiva stessa che, a sua volta, modifica gli articoli delle direttive 93/13/CEE, 2005/29/CE, 98/6/CE, 2011/83/UE, attualmente vigenti e le cui disposizioni sono riprodotte nel Codice del consumo. Pertanto, in virtù di ciò, è stato preferito l'utilizzo di una tecnica normativa di modifica della legislazione attualmente vigente, piuttosto che l'introduzione di un nuovo *corpus* legislativo concernente tutte le novità introdotte dalla direttiva 2019/2161, che si reputa inefficiente dal punto di vista sistematico.

In tal modo, si ritiene assicurato la revisione e l'esatto adeguamento del Codice del consumo al fine di incorporare tutte le modifiche alle direttive interessate dalla direttiva 2019/2161 che rimane il fulcro dei diritti e della tutela dei consumatori, anche relativamente all'apparato sanzionatorio amministrativo (attraverso la previsione di sanzioni efficaci, dissuasive e proporzionate alla gravità delle violazioni medesime), e coordinando, altresì, le disposizioni di indicazioni di prezzo in attuazione delle modifiche apportate alla direttiva 98/6/CE, con le altre disposizioni vigenti in materia e, in particolare, con le disposizioni di cui all'articolo 15 del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114 (riguardante il Codice del commercio), come anche previsto da uno specifico criterio di delega.

In merito alle concrete scelte operate all'interno dello schema di articolato si precisa che:

- Sono state esercitate le opzioni previste all'art. 6-bis) della direttiva 98/6/CE, concernenti disposizioni per l'indicazione del prezzo precedente in caso di prodotti sul mercato da meno di trenta giorni, di prodotti agricoli e alimentari deperibili, di aumenti progressivi della riduzione di prezzo. In coerenza con gli Orientamenti della Commissione europea, infatti, potrebbe essere necessario scontare con maggiore frequenza - al fine di velocizzarne la vendita - i beni che rischiano di deteriorarsi o scadere rapidamente. L'esclusione dei "prezzi di lancio" è stata operata tenendo conto dei citati Orientamenti, in ragione della particolare funzione degli stessi. Quanto agli aumenti progressivi della riduzione di prezzo, si è inteso contemperare le esigenze dei professionisti con quelle dei consumatori. Per tali opzioni si è altresì tenuto conto dei rispettivi specifici criteri di delega;
- Non si è ritenuto funzionale l'esercizio dell'opzione contenuta all'art. 8-ter), paragrafo 2, della direttiva 93/13/CEE che prevede la facoltà di limitare le sanzioni per le clausole abusive alle situazioni in cui sono espressamente definite abusive in qualsiasi circostanza nel diritto nazionale o ai casi in cui un venditore o fornitore continui a utilizzare clausole contrattuali dichiarate abusive con una decisione definitiva adottata conformemente all'articolo 7, paragrafo 2. Tale scelta, frutto delle varie consultazioni avvenute con l'AGCM, è motivata dalla decisione congiunta di non limitare le sanzioni alle sole ipotesi ivi descritte, in modo tale da poter perseguire il requisito di efficacia delle sanzioni, prescritto dalla direttiva, e la realizzazione dell'effetto deterrente;
- È stata esercitata l'opzione prevista dall'art. 11-bis), paragrafo 1, ultimo periodo, direttiva 98/6/CE che consente di commisurare i rimedi in particolare alla gravità della violazione, per garantire che la quantificazione delle sanzioni tenga conto di tutte le circostanze del caso specifico.

- Non è stata esercitata l'opzione prevista all'articolo 13, paragrafo 3, seconda parte, della direttiva 98/6/CE in quanto le limitazioni ivi possibili sono espressamente condizionate a motivi attinenti all'ordinamento costituzionale nazionale, che non sembrano sussistenti.
- E' stata esercitata l'opzione prevista al comma 1-*bis*) dell'art. 9 della direttiva 2011/83/UE, relativo all'estensione a trenta giorni del diritto di recesso nel caso di visite non richieste del professionista, al fine di offrire una maggiore un elevato livello di protezione ai consumatori in tali fattispecie;
- Sono state esercitate le opzioni di cui ai commi 2 e 3 dell'art. 16 della direttiva 2011/83/UE, per allineamento con l'esercizio dell'opzione di cui sopra.
- Non è stata esercitata l'opzione prevista all'articolo 13, paragrafo 3, seconda parte, della direttiva 98/6/CE in quanto le limitazioni ivi possibili sono espressamente condizionate a motivi attinenti all'ordinamento costituzionale nazionale, che non sembrano sussistenti.
- È stata esercitata l'opzione di cui all'articolo 6, paragrafo 4, della direttiva 2011/83/UE, relativamente alla diversa informazione del recesso nei contratti a distanza e nei contratti negoziati fuori dei locali commerciali nei casi in cui è previsto un periodo di trenta giorni, al fine di garantire una tutela rafforzata per il consumatore, come previsto anche dallo specifico criterio di delega.

4. COMPARAZIONE DELLE OPZIONI E MOTIVAZIONE DELL'OPZIONE PREFERITA

4.1 Impatti economici, sociali ed ambientali per categoria di destinatari

- Non si evidenziano oneri significativi per i professionisti che si conformano alle norme in relazione agli interventi su sanzioni, misure correttive e provvedimenti inibitori e ricorsi collettivi. In merito al recepimento delle norme di modifica della Direttiva 98/6 si precisa, che in seguito a quanto emerso nei tavoli di lavoro convocati (di cui al successivo punto 5), al fine di rendere più agevole per i professionisti l'adeguamento dei sistemi organizzativi ed informatici alle norme sull'indicazione dei prezzi nei casi di annunci di riduzione, è stato previsto il rinvio dell'applicazione di tali norme alle campagne promozionali per i 90 giorni successivi all'entrata in vigore del decreto di recepimento della Direttiva 2019/2161.
- I professionisti non rispettosi delle norme dovranno sopportare costi aggiuntivi a seguito di sanzioni più severe oppure dell'adozione di misure correttive loro imposte a maggior tutela dei consumatori.
- Con l'intervento sui servizi e contenuti digitali gratuiti, in cui il consumatore comunica o si impegna a comunicare dati personali, i fornitori di tali servizi dovranno sostenere costi di conformità e l'intervento sulla trasparenza per i mercati *online* implica inoltre costi per adattare le interfacce *online* di raccolta di informazioni specifiche da professionisti terzi, fornendole successivamente ai consumatori, il cui ammontare risulterà verosimilmente contenuto grazie alle economie di scala su cui i professionisti in questione (in particolare per quelli aventi dimensione internazionale), potranno sicuramente contare.
- Tra gli impatti sociali, si prevede un innalzamento del livello di fiducia dei consumatori con l'introduzione delle disposizioni introdotte che mirano, a innovare disposizioni già presenti e a coprire settori, quali quello degli acquisti *online*, che come rilevato al punto 1 necessita di adeguamento.
- Si prevedono impatti positivi a livello sociale: (a) si prevede un incremento delle transazioni all'interno del mercato unico europeo, stante il principio di armonizzazione massima della direttiva e la maggior certezza del diritto negli scambi intracomunitari e (b) si prevede un beneficio per i consumatori, in quanto le disposizioni in tema di trasparenza ed ulteriori

obblighi informativi consentiranno ai consumatori di accrescere la loro fiducia e acquisire una maggiore consapevolezza nelle proprie decisioni di acquisto, determinando indirettamente un incremento del ricorso all'*e-commerce*.

- Non sono previsti impatti negativi a livello ambientale.
- Con riferimento all'introduzione delle sanzioni, le stesse sono espressamente previste dalle parti della direttiva come ambito di intervento da parte delle disposizioni nazionali di adeguamento. In particolare, la direttiva 2019/2161 prevede all'art. 3, paragrafo 6, che "*gli Stati membri determinano le norme in materia di sanzioni applicabili alle violazioni delle disposizioni nazionali conformemente alla presente direttiva*" e precisa che tali sanzioni debbano essere "*effettive, proporzionate e dissuasive*". Peraltro, in aderenza ai criteri di delega sono state fissati al minimo del massimo previsto dalla direttiva le soglie per le sanzioni da irrogare alle violazioni transfrontaliere (4% del fatturato) e previsioni di sanzione massima di 2 milioni di euro (cfr. art. 3, paragrafo 6, nella parte in cui introduce il comma dell'art. 13 nella direttiva 2005/29). Proprio l'assenza di informazioni circa l'effettiva dimensione del professionista fa propendere verso l'adozione della soglia minima indicata a livello europeo, pertanto si ritiene che siano rispettati i criteri di delega generali ed in particolare quello di non superare i livelli di regolazione minimi richiesti dalla direttiva da recepire.

4.2 Impatti specifici

- A. Effetti sulle PMI (Test PMI): il miglioramento del contesto normativo può consentire alle imprese, comprese le PMI, di poter fare affidamento su un'applicazione uniforme del diritto europeo dei consumatori negli altri paesi UE. Inoltre, le PMI, a fronte dell'introduzione degli ulteriori obblighi informativi a carico dei professionisti, potrebbero subire un aggravio dei costi. D'altro canto, le nuove disposizioni in tema di risultati delle ricerche *online* e di recensioni potrebbero giovare a quelle PMI che, ove più virtuose, avranno la possibilità di rendersi maggiormente visibili ai consumatori, con conseguente effetto positivo sul proprio fatturato. Ciò, in particolare, potrà essere perseguito grazie alle nuove previsioni in tema di trasparenza *online*, le quali, assicurando imparzialità nei risultati di ricerca *online* attraverso la previsione di determinati parametri di classificazione, potranno permettere alle PMI di poter concorrere in tale canale di vendita con le aziende dal grande fatturato.
- B. Oneri informativi: non sono introdotti oneri informativi delle imprese verso le pubbliche amministrazioni, ma solo nei confronti dei consumatori.
- C. Effetti sulla concorrenza: non si introducono limiti al numero e alla varietà dei professionisti operanti sul mercato, né si limita la capacità concorrenziale di questi. Al contrario, una maggiore coerenza ed efficacia della normativa può essere un elemento di rilancio della competitività degli operatori commerciali e stimolare la leale concorrenza in condizioni di parità nel mercato interno. Si prevedono modalità più chiare di comunicazione delle informazioni per i consumatori.
- D. Rispetto dei livelli minimi di regolazione europea: non vengono introdotte né mantenuti livelli di regolazione superiori a quelli minimi richiesti dalla direttiva 2019/2161. Nondimeno, quanto alle disposizioni a recepimento facoltativo, si rimanda a quanto rappresentato al punto 3, nonché 4.1.

4.3 Motivazione dell'opzione preferita

Si rinvia al Punto 3.

5. MODALITÀ DI ATTUAZIONE E MONITORAGGIO

5.1 Attuazione

Premesso l'obbligo derivante dal recepimento della direttiva, si evidenzia in particolare la possibilità di un adeguamento dei regolamenti interni dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato, al fine di adeguarne le disposizioni ai criteri e agli importi previsti dalla direttiva per l'irrogazione delle sanzioni nell'ambito di pratiche commerciali scorrette e clausole abusive nei contratti coi consumatori.

5.2 Monitoraggio

Il rispetto delle norme sarà a cura dal Ministero delle imprese e del made in Italy, che si avvarrà, a tal fine, del contributo delle associazioni dei consumatori e delle relazioni annuali pubblicate dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato.

CONSULTAZIONI SVOLTE NEL CORSO DELL'AIR

Per il recepimento della direttiva 2019/2161, la Direzione generale per il mercato, la concorrenza, la tutela del consumatore e la normativa tecnica ha consultato le autorità competenti per le materie rientranti nel campo di applicazione della direttiva, con particolare riguardo al ruolo svolto dall'AGCM e dei poteri sanzionatori di cui agli artt. 1, 3 e 4 della direttiva. Al riguardo, la Direzione generale ha avuto più occasioni di confronto ed acquisizione di contributi dall'AGCM, la quale ha manifestato in più occasioni la necessità di adeguare il corpus normativo delle sanzioni previsto dal Codice del consumo, al fine di ottenere una migliore efficacia deterrente delle sanzioni.

Inoltre, una prima versione dello schema di decreto di recepimento è stata sottoposta alle associazioni dei consumatori di cui all'art. 137 del Codice del consumo a fine 2021, al fine di acquisire i relativi pareri di competenza, di cui si è tenuto parzialmente conto in sede di stesura dello schema di recepimento della direttiva.

Inoltre, la Direzione generale per il mercato, la concorrenza, la tutela del consumatore e la normativa tecnica ha altresì consultato le associazioni di categoria del settore della distribuzione, dei pubblici esercizi e dell'*e-commerce*, in occasione di diverse riunioni del tavolo permanente sul settore commercio (a partire dal dicembre del 2020 fino al mese di ottobre 2022). Tra le organizzazioni che hanno partecipato a tali tavoli di lavoro si segnalano in particolare: Federdistribuzione, ANCC-Coop e ANCD Conad, Confimpresa e Confcommercio. Nel corso di tali riunioni oggetto principale del lavoro del tavolo è stata la norma relativa agli annunci di riduzione di prezzo, a seguito delle quali alcune delle organizzazioni hanno inviato specifiche osservazioni di cui si è tenuto conto in sede di stesura dell'articolato. Inoltre, si precisa che saranno previste ulteriori consultazioni successive all'adozione dello schema di decreto di recepimento, in cui potrà essere valutato l'impatto iniziale delle nuove previsioni normative. Sul punto si precisa inoltre che i contributi forniti hanno portato a meglio delimitare il campo di applicazione della disciplina in questione e della previsione di deroghe per le ipotesi assistita da specifiche peculiarità.

Infine, da ultimo, sono stati consultati anche il coordinamento tecnico delle regioni e l'Associazione nazionale dei comuni italiani.

PERCORSO DI VALUTAZIONE

L'analisi di impatto e la predisposizione dell'intervento sono stati condotti dalla Direzione generale per il mercato, la concorrenza, la tutela del consumatore e la normativa tecnica del Ministero delle imprese e del made in Italy.