

Geo-blocking prohibition for online sales in Europe

Maurizio Iorio, Attorney at Law

In Europe, the distance sales market is increasingly expanding, albeit with some differences between one country and another. In this article, we will review the prohibition of geo-blocking practices and related forms of geographic discrimination in the light of Regulation (EU) 2018/302 entered into force at the end of the last year.

Geo-blocking

According to EU legislation, geo-blocking occurs where “...traders operating in one Member State block or limit access to their online interfaces, such as websites and apps, by customers from other Member States wishing to engage in cross-border transactions. It also occurs when certain traders apply different general conditions of access to their goods and services with respect to such customers from other Member States, both online and offline. Although such different treatment might, in some cases, be objectively justified, in other cases, some traders’ practices deny or limit access to goods or services by customers wishing to engage in cross-border transactions, or some traders apply in this regard different general conditions of access, which are not objectively justified” (Recital No 1, Regulation (EU) 2018/302 of 28/02/2018¹).

The initial ‘neutral’ approach of the EU Commission

At first, after analytically analyzing such business practice, the EU Commission took an attitude that could be defined as ‘open-ended’. It is worth mentioning, in fact, that on 10 May 2017, the Commission released the final report on its two-year inquiry into the e-commerce sector (the Report ²), that focused its attention on the most sold online products (including consumer electronics, appliances, video games, software and media items). Incidentally, the inquiry builds on the **Digital Single Market Strategy** document of the European Union aimed primarily, according to the Commission, at “... making the EU’s single market fit for the digital age – tearing down regulatory walls and moving from 28 national markets to a single one. This could bring EUR 415 billion a year to our economy and lead to the creation of hundreds of thousands of new jobs”.

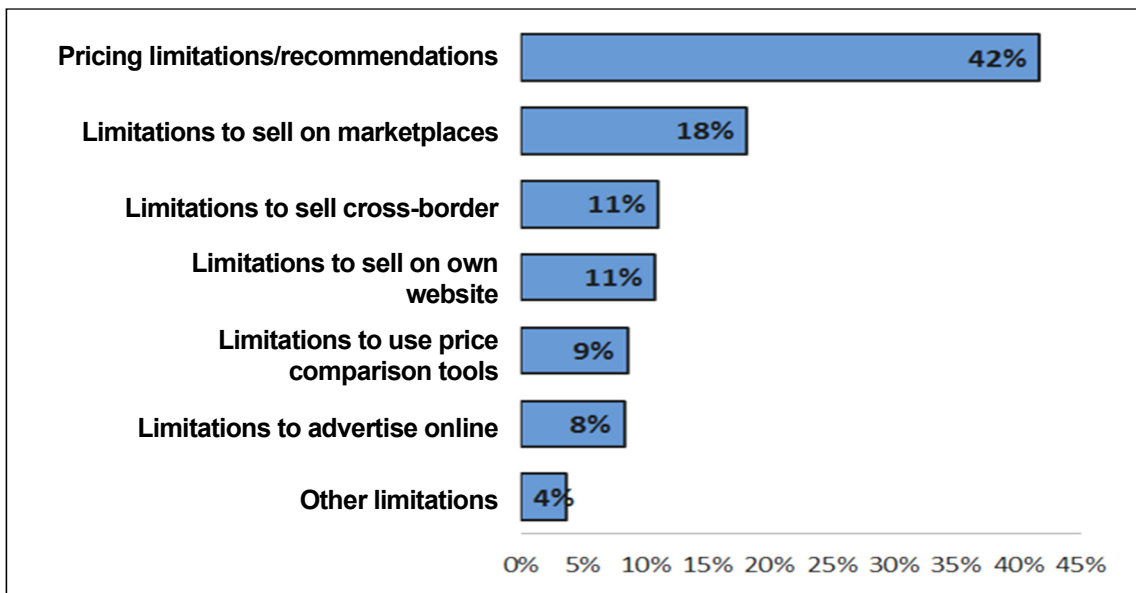
Table 1 below shows the main vertical limitations laid down in the contracts and emerged as a result of the sector inquiry conducted on a panel of economic operators from all EU countries. In this Table, limitations are shown in descending order by percentage incidence, regardless of whether they are lawful or not.

As can be seen, the main limitations refer to **price maintenance** (42%) (to which is likely to be associated the abuse of tools for comparing prices: 9%), to **sales on online marketplaces** (18%), to **limitations on cross-border sales** (11%), largely identified with the practice of geo-blocking.

¹ Regulation (EU) 2018/302 of the European Parliament and of the Council of 28 February 2018

² https://ec.europa.eu/competition/antitrust/sector_inquiry_final_report_it.pdf

Table 1



Different types of geo-blocking




The Report highlights that three different geo-blocking measures emerged during the inquiry, with which operators prevent the conclusion of cross-border sales:

- (1) **refusal to supply** goods across borders or accept cross-border payments (which represents the most widespread system);
- (2) **prevent access** to their website or other platform (online interface) to ‘foreign’ consumers;
- (3) **automatic rerouting** of ‘foreign’ consumers to other websites dedicated to other Member States.

Table 2

Cross-border sales limitations: geo-blocking

The Report refers to three different **geo-blocking** measures with which operators prevent the conclusion of cross-border sales:

- (1) **refusal to supply goods across borders or accept cross-border payments** (which is the most widespread system); 
- (2) **access prevention to their website** to ‘foreign’ consumers; 
- (2) **automatic rerouting of ‘foreign’ consumers** to other websites dedicated to other Member States. 

According to the replies to the questionnaires sent by the Commission to retailers that participated in the sector inquiry, the Report states that:

36% do not do not sell cross-border for at least one of the relevant product categories;

38% collect information on the location of the customer in order to implement geo-blocking measures if necessary;

11% report to being subject to contractual limitations on cross-border sales.

Despite so, only a limited proportion (4%) of retailers supply all product categories in only one Member State, while all others distributed them in at least 21 Member States.

Commission's conclusions on geo-blocking, published in its Report of 10/05/2017

According to the Commission, the above described geo-blocking practices are lawful **solely and exclusively when they are the result of unilateral decisions by non-dominant undertakings, while they are unlawful pursuant to Article 101 TFEU when they involve a concerted practice between operators**, such as in the case of a contractual limitation between manufacturer and authorized retailers.

In addition, in the case of a **selective distribution network, geo-blocking agreements which are unlawful per se, do not benefit from the block exemption provided for in Regulation (EU) 330/2010** examined above, since, in this case, authorized retailers must still be free **(i)** to sell to end-users wherever they are located and **(ii)** meet unsolicited requests for goods from locations outside their contract territory (so-called 'passive sales').

Regulation (EU) 2018/302 and the ban on geo-blocking

This Commission's position, which we defined as 'open-ended', was however abandoned following the entry into force of Regulation (EU) 2018/302 of the European Parliament and of the Council of 28 February 2018, whose "... *purpose is to contribute to the proper functioning of the internal market by preventing unjustified geo-blocking and other forms of discrimination based, directly or indirectly, on the customers' nationality, place of residence or place of establishment, including by further clarifying certain situations where different treatment cannot be justified under Article 20(2) of Directive 2006/123/EC*"³.

In fact, the aforesaid regulation, which is designed to protect the 'customer', understood both as a consumer and as a business, establishes an 'across the board' prohibition on discrimination based on nationality, place of residence or place of establishment both with reference to geo-blocking (Article 3) and any other discriminatory practice based on the same elements (Article 4 and 5) as follows:

Prohibition to block or limit access to online interfaces (Article 3)

³ Article 20(2) of Directive 2006/123/EC on services in the internal market: "*Member States shall ensure that the general conditions of access to a service, which are made available to the public at large by the provider, do not contain discriminatory provisions relating to the nationality or place of residence of the recipient, but without precluding the possibility of providing for differences in the conditions of access where those differences are directly justified by objective criteria*".

- “1. A trader shall not, through the use of technological measures or otherwise, block or limit a customer's access to the trader's online interface for reasons related to the customer's nationality, place of residence or place of establishment.
2. A trader shall not, for reasons related to a customer's nationality, place of residence or place of establishment, redirect that customer to a version of the trader's online interface that is different from the online interface to which the customer initially sought access (...).”

Access to goods or services (Article 4)

1. “A trader shall not apply different general conditions of access to goods or services, for reasons related to a customer's nationality, place of residence or place of establishment, where the customer seeks to... buy goods or receive services”.

Non-discrimination for reasons related to payment (Article 5)

1. “A trader shall not, within the range of means of payment accepted by the trader, apply, for reasons related to a customer's nationality, place of residence or place of establishment, the location of the payment account, the place of establishment of the payment service provider or the place of issue of the payment instrument within the Union, different conditions for a payment transaction...” where the payment transaction is made by electronic transfer, the authentication requirements are met and payment transactions are made in a currency that the trader accepts.

In all of the above cases, the Regulation does not affect certain exceptions (e.g., the validity of agreements on passive or active sales in selective distribution networks) and certain exceptions to exceptions (e.g., the invalidity of legal provisions in the agreements which, with regard to passive sales pursuant to Regulation (EU) No 330/2010, impose on traders the obligation to act in violation of the prohibitions referred to in Articles 3, 4 and 5 of Regulation (EU) 2018/302).

Enforcement of the geo-blochking prohibition and other prohibited practices falling under the competence of the AGCM

Article 6 of the ‘European Law 2018’ (Law 37/2019) introduces the new paragraphs 9-bis and 9-ter to Article 144-bis of the Italian Consumer Code on “*Administrative and jurisdictional protection*”.

Paragraph 9-bis refers to the **competence of the AGCM** (Italian Competition Authority), identified as the national authority in charge of supervising and prosecuting practices prohibited by Regulation (EU) 2018/302, as provided for in Article 7 of the same Regulation⁴.

In this capacity, the AGCM:

- must cooperate with other authorities from other Member States responsible for the enforcement of Regulation (EU) 2018/302 (as established by Regulation (EC) No 2006/2004, to which reference is made to);

⁴ Pursuant to Article 7.1. “Each Member State shall designate a body or bodies responsible for adequate and effective enforcement of this Regulation”.

- enjoys the same powers, including sanctioning powers, conferred to it by the Consumer Code (Article 27, paragraphs 2 to 5) in the case of unfair commercial practices. This results, among other things, into the possibility of imposing “... a pecuniary administrative sanction from EUR 5,000 to EUR 5,000,000, taking into account the seriousness and duration of the violation”.

Role of the European Consumer Centres Network (ECC-Net)

Paragraph 9-ter added to Article 144-bis of the Consumer Code also states that “**The National centre of the European consumer network (ECC-Net) has been designated as the competent body for providing assistance to consumers in the event of a dispute between a consumer and a trader pursuant to Article 8 of Regulation (EU) 2018/302**”.

As stated on its website (<https://www.ecc-netitalia.it/it/>), the ECC-Net “... is the national contact point of the European Consumer Centres network (ECC-Net), co-financed by the European Commission and national governments with the aim of providing advice to European consumers on their rights and assist them in the event of disputes arising during the cross-border purchase of goods and services. There is a European Consumer Centre in every EU Member State, as well as in Norway and Iceland, which provide free assistance to solve consumer problems in cooperation with the other centres of the network”. In this capacity, the Italian ECC (with offices in Rome and Bolzano) provides free advice and support to any Italian consumer and receives via the internet complaints from consumers relating to unlawful practices by traders in Italy or abroad, with reference to infringements of Regulation (EU) 2018/302 (<https://www.ecc-netitalia.it/en/complaint-form>). in fact: “**The ECC provides practical assistance to consumers in the event that they are denied, without a justified reason, the right to make a purchase online on the seller’s website on the grounds that they reside in a different EU country or because the purchase is made with a credit card issued by an institution based in a country other than that of the seller**”.

In such cases, “... where appropriate, ex officio or upon notification, the ECC contacts the service provider in order to obtain compliance with European and national regulations relating to the aforesaid prohibition of discrimination... If after these initiatives compliance with the prohibition cannot be obtained, the European Consumer Centre for Italy sends a documented report to the Competition Authority, which can take action by exercising the powers provided for in Article 27 of the cited Code referred to in Legislative Decree No 206 of 2005 and subsequent amendments” (Article 30(1.bis) of Legislative Decree No 59 of 26/03/2010, referred to in paragraph 9-ter of Article 144-bis of the Consumer Code).

Proceedings initiated by antitrust authorities

Proceedings started in September 2019 by the AGCM against Telepass SpA

On the AGCM website (<https://en.agcm.it/en/media/press-releases/2019/9/ANTITRUST-TELEPASS-proceedings-initiated-for-possible-discrimination-towards-consumers>) it is reported that

“... on 18 September 2019, the Authority initiated proceedings against Telepass SpA as the operator would allegedly prevent consumers from paying motorway tolls through direct debit to foreign bank accounts, so-called <Iban discrimination>. In particular, from the information gathered by the Authority (customers’ complaints, websites surveys and information provided by Telepass itself), it would appear that it is not possible to activate the Telepass service if the consumer intends to pay using a foreign bank account, in violation of Regulation (EU) 260/2012, aimed at creating an integrated market for electronic payments in EUR, and Regulation (EU) 302/2018 concerning the so-called geo-blocking. The opening of proceedings was notified to Telepass SpA yesterday, 23 September, during the inspection carried out by the Authority in cooperation with the Special Antitrust Unit of the Guardia di Finanza”.

I would also point out the following two proceedings (one initiated by the EU Commission and the other by the AGCM) concluded during April/July 2018 – therefore, before the entry into force of Regulation (EU) 2018/302 on 3 December 2018 – which are indicative of the attention of the supervisory authorities in this regard.

Pioneer (Case AT.40182) Commission decision of 24/07/2018

According to the Commission, Pioneer Corporation (in agreement with Pioneer Europe and Pioneer GB) developed and implemented a strategy at pan-European level aimed at **preventing retailers from selling cross-border** in order to ensure compliance with local prices, taking measures to control retailers’ resale prices in 12 EEA countries.

The evidence presented against Pioneer was collected through a series of announced inspections carried out by the Commission at Pioneer’s and at its retailers’ premises. The company agreed to cooperate and the Commission granted a 40% reduction in the amount of the fine otherwise imposed (decreased therefore to **EUR 10,173,000**).

CADEL - MCZ - Zanette (Case I813) order No 27142 of 18/04/2018

As regards the Italian Competition Authority (AGCM), the investigation which started in May 2017 against the company CADEL (stoves) for imposing minimum sale prices to its online distributors **and geo-blocking practices**, then extended during July 2017 to Zanette Group SpA and MCZ Group SpA, was concluded in April last year. Cadel Srl, which produces pellet stoves, is a company controlled by MCZ Group that sells throughout Europe and which in turn is a subsidiary of Zanette Group.

Following the complaint by an online distributor received in October 2016, the AGCM opened in May 2017 a preliminary investigation into Cadel Srl, subsequently extended to MCZ Group and Zanette Group, for the **(i) imposition of minimum selling prices** (i.e. price lists with indicated the maximum discount) and **(ii) prohibition of delivering products sold online outside the Italian territory**. The

companies concerned decided to cooperate with the AGCM and on 25 October 2017 submitted the following commitments:

- a) not to set, either directly or indirectly, the **pricing policies operated by retailers (also online)**;
- b) abstain for two years from **recommending or suggesting resale prices**;
- c) **not to constrain the ways of promoting** their products on the Internet, while protecting the safety of consumers and/or Group's brands;
- d) send to their retailers **notices containing the new policies on online sales** that also include a new provision on the validity of the contractual guarantee (i.e. entitlement to the guarantee only if the installation is made, in Italy or abroad, by qualified technicians according to current legislation).

According to the AGCM “... *The commitments submitted by MCZ Group appear suitable to resolve the issue of the anti-competitive practices forming the subject of the investigation. In particular, they are able to facilitate the competitive development of the online distribution channel and restore competition, especially on prices, between distributors of MCZ Group's products, with an ultimate benefit for consumers*”.

As a result, the AGCM decided to make these commitments binding and terminate the proceedings without ascertaining the infringement, as envisaged by applicable law in such cases (Article 14-ter(1), Law 287/90).

Maurizio Iorio, Attorney at Law

IL DIVIETO DI GEO-BLOCKING NELLE VENDITE A DISTANZA

Il commercio online si espande sempre più in Europa, seppure con differenze tra Paese e Paese. Nel presente articolo facciamo il punto sul divieto delle pratiche di “geo-blocking” nonché delle affini pratiche commerciali discriminatorie su base geografica, alla luce del Regolamento UE 2018/302 entrato in vigore alla fine dello scorso anno solare.



MAURIZIO IORIO

Dalla partnership tra Marketplace e ANDEC prende vita questa rubrica, curata dall'Avvocato Maurizio Iorio, nel suo duplice ruolo di Avvocato Professionista in Milano e di Presidente di ANDEC.

Il geo-blocking

Secondo la normativa UE, si ha geo-blocking, (o «blocco geografico») quando “... i professionisti operanti in uno Stato membro bloccano o limitano l'accesso alle loro interfacce online, come i siti Internet e le applicazioni, a clienti di altri Stati membri che desiderano effettuare transazioni transfrontaliere. Altrettanto avviene quando alcuni professionisti applicano condizioni generali diverse di accesso ai propri beni e servizi ai clienti di altri Stati membri, sia online che offline. Sebbene in alcuni casi tale disparità di trattamento possa essere giustificata da fattori oggettivi, in altri le pratiche di taluni professionisti negano o limitano l'accesso a beni o servizi a clienti che desiderano effettuare transazioni transfrontaliere, mentre alcuni professionisti applicano a tali situazioni condizioni generali di accesso diverse, che non sono oggettivamente giustificate” (Considerando n. 1 del Reg. 2018/302 del 28.02.2018 1).

Un primo approccio “neutrale” della Commissione UE

In un primo tempo, la Commissione UE, dopo avere analizzato in modo analitico questa pratica commerciale, ha assunto un atteggiamento che si potrebbe definire “possibilista”. Giova ricordare, infatti, che la Commissione, in data il 10 maggio 2017, concludeva un'indagine di circa due anni sul settore del commercio elet-

tronico, con una Relazione Finale 2 (la “Relazione”) che focalizzava la propria attenzione sui prodotti più venduti online (tra cui elettronica di consumo, elettrodomestici, videogiochi e software, media); l'inchiesta - detto per inciso - muoveva dal documento UE “**Digital Single market Strategy**” il cui scopo essenziale é, secondo la Commissione, di “... adeguare il mercato unico dell'UE all'era digitale, abbattendo le barriere normative e passando dagli attuali 28 mercati nazionali a un mercato unico. Questo potrebbe apportare 415 miliardi di euro all'anno alla nostra economia e creare centinaia di migliaia di nuovi posti di lavoro”.

La tabella (1) riporta le principali restrizioni verticali previste dai contratti ed emerse a seguito della suddetta indagine settoriale, condotta su un panel di operatori economici di tutti i paesi della UE; nella stessa, le restrizioni vengono riportate in ordine decrescente per percentuale di ricorrenza, indipendentemente dalla circostanza di essere lecite o meno.

Come si può vedere, le principali restrizioni si riferiscono al **mantenimento dei prezzi** (42%) (a cui è suscettibile di essere assimilato l'abuso di strumenti per confrontare i prezzi: 9%), alla **vendita tramite marketplace** (18%), alle **restrizioni alle vendite transfrontaliere** (11%) che si identificano in larga parte con la pratica del geo-blocking.



Tabella 1

1 - Regolamento (UE) 2018/302 del Parlamento europeo e del Consiglio del 28.02.2018
2 - https://ec.europa.eu/competition/antitrust/sector_inquiry_final_report_it.pdf

I diversi tipi di geo-blocking

La Relazione evidenziava che nel corso dell'indagine erano emerse tre diverse misure di "geo-blocking" con le quali gli operatori impediscono il perfezionarsi di vendite oltre confine:

- (1) il **rifiuto di fornire** la merce oltre frontiera o di accettare pagamenti transfrontalieri (tale sistema è largamente il più diffuso);
- (2) il **"blocco"** informatico dell'accesso al proprio sito web da parte dei consumatori "esteri";
- (3) il **reindirizzamento automatico** dei consumatori "esteri" verso altri siti dedicati ad altri Stati membri.

Conclusioni della Commissione sul geo-blocking nella Relazione in data 10.05.2017

Secondo la Commissione, le pratiche di geo-blocking sopra descritte sono lecite **solo ed esclusivamente quando sono il frutto di decisioni unilaterali di imprese che non si trovino in posizione dominante, mentre sono illecite alla stregua dell'articolo 101 del TFUE là dove si tratti di pratica "concordata" tra operatori**, come ad esempio nel caso di una restrizione contrattuale tra produttore e rivenditori autorizzati.

Inoltre, in presenza di una **rete di distribuzione selettiva, gli accordi di**

3 - Art. 20, par. 2 D. 2006/123/CE Relativa ai servizi sul mercato interno: "Gli Stati membri provvedono affinché le condizioni generali di accesso a un servizio che il prestatore mette a disposizione del grande pubblico non contengano condizioni discriminatorie basate sulla nazionalità o sul luogo di residenza del destinatario, ferma restando la possibilità di prevedere condizioni d'accesso differenti allorché queste sono direttamente giustificate da criteri oggettivi."

regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio n. 302 del 28.02.2018 che *"...mira a contribuire al buon funzionamento del mercato interno, impedendo i blocchi geografici ingiustificati e altre forme di discriminazione basate, direttamente o indirettamente, sulla nazionalità, sul luogo di residenza o sul luogo di stabilimento dei clienti, nonché chiarendo ulteriormente talune situazioni in cui un trattamento diverso non può essere giustificato a norma dell'articolo 20, paragrafo 2, della direttiva 2006/123/CE"*³.

In effetti il predetto regolamento, che è posto a tutela del "cliente", inteso sia come consumatore sia come impresa, stabilisce un divieto perentorio "a tutto campo" alle discriminazioni basate su nazionalità, luogo di residenza o luogo di stabilimento con riferimento tanto al vero e proprio "geo blocco" (art. 3) che a qualsiasi altra pratica discriminatoria basata sui medesimi tre elementi (artt. 4,5), come segue:

Divieto di blocco all'accesso alle interfacce online (art. 3)

"1. Un professionista non può bloccare o limitare, attraverso l'uso di strumenti tecnologici o in altro modo, l'accesso di un cliente alla sua interfaccia online per motivi legati alla nazionalità, al luogo di residenza o al luogo di stabilimento del cliente.

2. Un professionista non può, per motivi legati alla nazionalità, al luogo di residenza o al luogo di stabilimento di un cliente, reindirizzare tale cliente ad una versione della sua interfaccia online diversa da quella cui il cliente desiderava accedere inizialmente (...)"

Accesso a beni o servizi (art. 4)

1. "Un professionista non può applicare diverse condizioni generali di accesso a beni o servizi per motivi legati alla nazionalità, al luogo di residenza o al luogo di stabilimento del cliente nelle situazioni in cui quest'ultimo intende... "acquistare beni o ricevere servizi.

Restrizioni delle vendite transfrontaliere: il "geoblocking";

La relazione riporta tre diverse misure – definite di **"geoblocking"** o "geoblocco" con le quali gli operatori impediscono il perfezionarsi di vendite oltre confine:

(1) il **rifiuto di fornire la merce oltre frontiera o di accettare pagamenti transfrontalieri** (tale sistema è largamente il più diffuso);



(2) il vero e proprio **"blocco"** informatico al proprio sito web ai consumatori "esteri";



(3) il **reindirizzamento automatico dei consumatori "esteri"** verso altri siti dedicati ad altri Stati membri.



Tabella 2

La relazione riporta che, alla stregua delle risposte ai questionari diffusi dalla Commissione tra i rivenditori del panel considerato:

il **36%** non vende oltre confine almeno una delle categorie di prodotto in cui opera;

il **38%** raccoglie informazioni sul luogo in cui risiede il consumatore onde ricorrere se del caso a misure di geo-blocking.

l'**11%** riferisce di sottostare a restrizioni contrattuali delle vendite transfrontaliere.

Malgrado ciò, solo il 4% fornisce tutte le categorie di prodotto in cui opera in un solo Stato membro, mentre tutti gli altri commercializzano categorie di prodotti in almeno 21 Stati membri.

geo-blocking già di per sé vietati, fanno venire meno l'esenzione di categoria prevista dal Regolamento UE 330/2010 che abbiamo sopra esaminato, posto che in tal caso i rivenditori autorizzati devono essere comunque sempre liberi (i) di vendere ai consumatori finali ovunque questi siano allocati e inoltre (ii) di soddisfare richieste non sollecitate di merce anche provenienti da località allocate al di fuori dalla propria zona contrattuale (cosiddette "vendite passive").

Il regolamento 2018/302/UE e il divieto di geo-blocking

Questa posizione, che abbiamo definito "possibilista", della Commissione viene tuttavia abbandonata a seguito dell'entrata in vigore del Re-

PARERE LEGALE

di Maurizio Iorio



Non discriminazione per motivi legati al pagamento (art. 5)

1. *“Un professionista non può, nell’ambito dei mezzi di pagamento dallo stesso accettati, applicare condizioni diverse a un’operazione di pagamento per motivi connessi alla nazionalità, al luogo di residenza o al luogo di stabilimento di un cliente, all’ubicazione del conto di pagamento, al luogo di stabilimento del prestatore dei servizi di pagamento o al luogo di emissione dello strumento di pagamento all’interno dell’Unione...”,* se l’operazione di pagamento è effettuata tramite bonifico elettronico, i requisiti di autenticazione sono soddisfatti e le operazioni di pagamento sono effettuate in valuta accettata dal professionista.

In tutti quanti i casi sopra enunciati il Regolamento fa salve alcune eccezioni (ad esempio: validità degli accordi sulle vendite passive o attive nelle reti di distribuzione selettiva) e alcune eccezioni alle eccezioni (ad esempio: è stabilita comunque la nullità di diritto delle disposizioni degli accordi che, per quanto riguarda le vendite passive ai sensi del Regolamento UE n. 330/2010, impongano ai “Professionisti” l’obbligo di agire in violazione dei divieti di cui agli articoli 3, 4 e 5 del Regolamento 2018/302).

4- Ai sensi dell’art. 7.1. “Ogni Stato membro designa uno o più organismi responsabili dell’adeguata ed efficace applicazione del presente regolamento”.

Enforcement del divieto di geo-blocking e altre pratiche vietate: competenza dell’AGCM

L’art. 6 della “legge europea 2018” (L. 37/2019) introduce i nuovi commi 9-bis e 9-ter all’art. 144-bis del Codice di consumo (dedicato alla “Tutela amministrativa e giurisdizionale”). Il comma 9-bis si riferisce alla **competenza dell’AGCM** (Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato) che viene identificata come l’autorità nazionale italiana incaricata della vigilanza e repressione delle pratiche vietate dal Regolamento 2018/32, così come previsto all’art. 7 del medesimo⁴.

In tale veste l’AGCM:

- deve cooperare con le altre autorità incaricate dell’enforcement del Reg. 2018/32 dagli altri Stati membri (così come stabilito dal Reg. 2004/2006/CE, che viene richiamato);
- dispone dei medesimi poteri, anche sanzionatori, riconosciuti dal Codice del Consumo (art. 27, commi da 2 a 5) nel caso di pratiche commerciali scorrette: ciò si traduce, tra l’altro, nella possibilità di imporre “... una sanzione amministrativa pecuniaria da Euro 5000 euro a 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione”

Competenze dell’ECC-NET (rete UE a tutela dei consumatori)

L’art. 9-ter all’ art. 144-bis del Codice

del Consumo stabilisce altresì che “**Il Centro nazionale della rete europea per i consumatori (ECC-NET)** è designato quale organismo competente a fornire assistenza ai consumatori in caso di controversia tra un consumatore e un professionista ai sensi dell’articolo 8 del regolamento (UE) 2018/302”.

L’ECC-NET, come si legge nel correlativo sito (<https://www.ecc-netitalia.it/it/>), “... è il punto di contatto nazionale dell’European Consumer Centres network (ECC-Net), una rete europea cofinanziata dalla Commissione Europea e dagli Stati membri per fornire consulenza ai consumatori europei sui loro diritti e per assisterli in caso di controversie transfrontaliere nell’ambito di acquisto di beni e servizi. Esiste un Centro Europeo dei Consumatori in ogni stato membro dell’UE, oltre che in Norvegia e Islanda che, in caso di problemi di consumo, aiuta gratuitamente i consumatori a risolverli in collaborazione con gli altri Centri della rete”. In tale veste, il centro italiano dell’ECC (con sedi sono a Roma e a Bolzano) fornisce gratuitamente consulenza e supporto a qualsiasi consumatore italiano, riceve a mezzo internet i reclami dei consumatori italiani in merito a comportamenti illeciti nei loro confronti di “Professionisti” in Italia o all’estero e ciò anche con riferimento alla violazione del Reg. 2018/302 (<https://www.ecc-netitalia.it/it/modulo-reclami>). infatti: **“Il Centro Europeo Consumatori fornisce assistenza pratica ai consumatori nel caso in cui agli stessi venga negato, senza giustificato motivo, il diritto di acquistare online sul sito di un venditore, perché risiedono in un Paese UE differente o perché effettuano il pagamento con una carta rilasciata da un istituto di credito avente sede in un paese diverso da quello del venditore”**.

In questi casi l’ECC “... ove appropriato, d’ufficio o su segnalazione, **contatta il prestatore del servizio al fine di ottenere il rispetto delle**

PARERE LEGALE

di Maurizio Iorio

normative europee e nazionali relative al predetto divieto di discriminazioni... Ove tali iniziative non consentano di ottenere il rispetto del divieto, il Centro europeo dei consumatori per l'Italia invia un documentato rapporto all'Autorità garante della concorrenza e del mercato, che può intervenire applicando i poteri di cui all'articolo 27 del citato codice di cui al decreto legislativo n. 206 del 2005, e successive modificazioni" (art. 30 comma 1.bis del Dlgs 26.03.2010 n. 59, richiamato al comma 9-ter dell'art. 144-bis del Codice del Consumo).

Procedimenti condotti dalle autorità antitrust

Procedimento in corso (settembre 2019) nei riguardi di Telepass Spa (AGCM)

Sul sito dell'AGCM (<https://www.agcm.it/media/comunicati-stampa/2019/9/ANTITRUST-TELEPASS-avviato-procedimento-per-possibile-discriminazione-verso-i-consumatori>) viene riportato che *"... in data 18 settembre 2019 è stato avviato un procedimento nei riguardi di Telepass S.p.A., in quanto impedirebbe ai consumatori di pagare i pedaggi autostradali attraverso la domiciliazione bancaria su conti correnti esteri, c.d. <Iban discrimination>. In particolare, dalle informazioni raccolte (segnalazioni, rilevazioni sul sito e informazioni fornite dallo stesso professionista), non sembrerebbe possibile attivare il servizio Telepass se il consumatore intende pagare attraverso la domiciliazione su un conto corrente estero, in violazione del Regolamento UE 260/2012, volto a creare un mercato integrato dei pagamenti elettronici in euro, nonché del Regolamento UE 302/2018 sul c.d. geo-blocking. La comunicazione di avvio del procedimento è stata notificata nell'ambito delle ispezioni effettuate ieri, 23 settembre, dall'Autorità in collaborazione con il Nucleo speciale Antitrust della Guardia di Finanza".*

Segnalo inoltre i seguenti due pro-

cedimenti (uno condotto dalla Commissione UE e l'altro dall'AGCM) conclusi nel corso dell'aprile/luglio 2018 - prima pertanto, dell'entrata in vigore del Regolamento 2018/302, avvenuta il 3 dicembre 2018 - che sono comunque indicativi dell'attenzione delle autorità di vigilanza in proposito.

Caso Pioneer (AT.40182) decisione 24.07.2018

Secondo la Commissione, Pioneer Corporation (d'intesa con Pioneer Europe e Pioneer GB) avrebbe elaborato e attuato una strategia a livello europeo - **ostacolando le vendite dei rivenditori in altri Stati membri** onde assicurare il rispetto dei prezzi locali, prendendo misure volte a controllare i prezzi di rivendita dei dettaglianti in 12 paesi del SEE.

Le prove prodotte contro la società sono state raccolte dalla Commissione attraverso una serie di ispezioni a sorpresa presso sedi di Pioneer e presso suoi rivenditori. La società ha accettato di collaborare e la Commissione ha applicato una decurtazione del 40% sulla sanzione applicata (ridotta pertanto a **Euro 10.173.000**).

CADEL-MCZ-Zanette (Caso 1813) provvedimento n. 27142 del 18.04.2018

Quanto all'AGCM, si è conclusa nell'aprile dello scorso anno l'istruttoria aperta nel maggio 2017 contro la società CADEL (stufe) per imposizione di prezzi minimi di vendita ai distributori online **e per pratiche di geo-blocking**, estesa nel corso del luglio 2017 alle società Zanette Group e MCZ Group. Cadel Srl, che produce stufe a pellet, è controllata da MCZ Group SpA, che a sua volta è controllata da Zanette Group SpA; MCZ Group vende in tutta Europa.

A seguito della denuncia di un distributore online pervenuta nell'ottobre 2016, l'AGCM apriva nel maggio 2017 un procedimento istruttorio contro Cadel, successivamente esteso a



MCZ e Zanette, per (i) imposizione di prezzi minimi di vendita (= prezzi di listino accompagnati dall'indicazione di uno sconto massimo) e per (ii) **divieto di consegna al di fuori del territorio italiano dei prodotti venduti online**. Le società interessate decidevano di collaborare con l'AGCM, presentando in data 25 ottobre 2017 i seguenti impegni:

- a) non fissare in alcun modo, né direttamente né indirettamente, **le politiche di prezzo praticate dai rivenditori anche online**;
- b) astenersi per due anni dal **raccomandare o consigliare prezzi di rivendita**;
- c) **non comprimere le modalità di promozione** dei propri prodotti su internet, nel rispetto della tutela della sicurezza dei consumatori e/o dei marchi del gruppo;
- d) Inviare ai propri rivenditori **comunicazioni contenenti le nuove politiche sulle vendite online**, includendo anche una nuova statuizione in merito alla validità della garanzia convenzionale (= la garanzia sussiste solo se l'installazione è fatta, in Italia o fuori, da tecnici abilitati ai sensi della normativa vigente).

Secondo l'AGCM *"... Gli impegni presentati dal gruppo MCZ appaiono idonei a far venire meno i profili anticoncorrenziali oggetto dell'istruttoria. Essi risultano, in particolare, in grado di favorire lo sviluppo concorrenziale del canale di distribuzione online e di ripristinare il confronto competitivo, soprattutto sui prezzi, fra i distributori dei prodotti del gruppo MCZ, a vantaggio in ultima analisi dei consumatori"*.

Conseguentemente, l'Autorità ha accettato di rendere obbligatori gli impegni e di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione, come previsto dalla normativa di legge in questi casi (art. 14-ter, c.1 L. 287/90).