

## 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 è, 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.

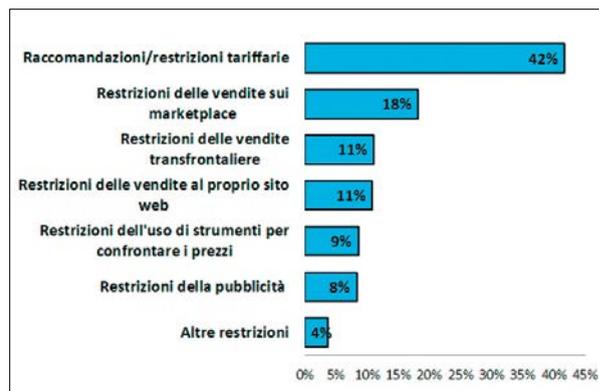


Tabella 1

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](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"*<sup>3</sup>.

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 medesimo<sup>4</sup>.

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).