

## IN PRIMO PIANO

### APPLE... CHE MORSO!!

Sanzionate alcune  
società italiane del  
gruppo Apple

#### Iscriviti alla Newsletter

Ogni mese potrai ricevere automaticamente le Newsletter di BLB Studio Legale nella tua casella di posta elettronica. Basterà registrarsi andando nella sezione "news" del nostro sito e seguendo le indicazioni per iscriversi alla newsletter.

#### Segui BLB su:

 LinkedIn

 Twitter

 Facebook

 Vimeo

## APPLE... che morso!!

Ha suscitato molto scalpore la sanzione comminata ad alcune delle società italiane del gruppo Apple dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ("Anti-trust"). L'enorme eco che tale notizia ha avuto, e continua ad avere anche un mese dopo la sua pubblicazione, è sicuramente dovuta sia all'ammontare della sanzione (900 mila euro), sia alla popolarità, potremo dire quasi assoluta, che i prodotti Apple riescono a mantenere sul mercato globale.

L'AGCM ha multato il colosso americano per "pratiche scorrette" ai sensi del Codice del Consumo (D.Lgs. 6 settembre 2005, n. 206): in particolare le società, secondo l'Autorità, hanno ripetutamente violato il Titolo III (artt. 128 e seguenti) del Codice rubricato "*Garanzia legale di conformità e garanzie commerciali per i beni di consumo*".

Nello specifico, Apple Sales International, Apple Italia e Apple Retail, non forniscono, secondo l'AGCM, ai consumatori adeguate informazioni circa la garanzia dei prodotti elettronici: le informazioni che venivano fornite ai clienti, infatti, non distinguevano la garanzia legale due anni, dalla garanzia convenzionale fornita dal pacchetto Apple Protection Plan.

La distinzione tra queste due tipologie di garanzia è chiaramente comprensibile dalla lettera della legge:

- La garanzia legale è quella disciplinata dall'art. 132, primo comma, il quale specifica che "*Il venditore è responsabile [...] quando il difetto di conformità si manifesta entro il termine di due anni dalla consegna del bene*";
- La garanzia convenzionale, disciplinata dall'articolo successivo, è quella che "*[...] vincola chi la offre secondo le modalità indicate nella dichiarazione di garanzia medesima o nella relativa pubblicità. La garanzia deve, a cura di chi la offre, almeno indicare: a) la specificazione che il consumatore è titolare dei diritti previsti dal presente paragrafo e che la garanzia medesima lascia impregiudicati tali diritti; b) in modo chiaro e comprensibile l'oggetto della garanzia e gli elementi essenziali necessari per farla valere, compresi la durata e l'estensione territoriale della garanzia, nonché il nome o la ditta e il domicilio o la sede di chi la offre. A richiesta del consumatore, la garanzia deve essere disponibile per iscritto o su altro supporto duraturo a lui accessibile. La garanzia deve essere redatta in lingua italiana con caratteri non meno evidenti di quelli di eventuali altre lingue. Una garanzia non rispondente ai requisiti di cui ai commi 2, 3 e 4, rimane comunque valida e il consumatore può continuare ad avvalersene ed esigerne l'applicazione.*"

Si evince, dunque, soprattutto dall'utilizzo del verbo "offrire" che la garanzia convenzionale è una prestazione di carattere volontario, volta a mettere a disposizione una tutela aggiuntiva rispetto a quella minima di due anni prevista dalla legge; essa può essere pattuita contrattualmente tra le parti, ovvero offerta gratuitamente dal produttore o dal venditore. Le garanzie convenzionali (gratuite o a pagamento), non sostituiscono né limitano in alcun modo quella legale di conformità, rispetto alla quale possono avere invece diversa ampiezza e durata. Chiunque offre garanzie convenzionali deve comunque sempre specificare che si tratta di garanzie aggiuntive rispetto alla garanzia legale di conformità del prodotto.



Il procedimento che può portare l'Autorità a comminare una sanzione come quella elevata alla Apple, nella maggior parte dei casi, prende le mosse dalle segnalazioni che l'AGCM riceve in diversi modi (on line, call center, contatti diretti...), da privati e da associazioni di consumatori. Se le segnalazioni vengono ritenute valide e meritevoli di maggiori considerazioni, l'Autorità, per il tramite dei suoi funzionari, svolge degli accertamenti ispettivi presso la sede della società che si presume adotti comportamenti contrari a quelli del Codice.

Il professionista ha la possibilità, a seguito di tali adempimenti ed ai sensi dell'art. 27, settimo comma, di presentare "impegni" formali, attraverso cui si adopera "a porre fine all'infrazione, cessando la diffusione della stessa o modificandola in modo da eliminare i profili di illegittimità". Dopo la presentazione di tali impegni, il funzionario responsabile del procedimento può fissare un'audizione delle parti coinvolte al fine di discutere insieme e affinare, ove possibile, gli obblighi che la parte in questione si impegna a rispettare. Effettuati tali adempimenti, viene dichiarata chiusa la fase istruttoria e viene rimessa la decisione al Presidente e al Segretario Generale dell'Autorità.

Generalmente tali procedimenti si concludono con una delibera dell'Autorità che accetta e rende obbligatori gli impegni presentati dai professionisti, chiudendo così il procedimento senza accertare l'infrazione. Gli impegni vengono accettati se presentano aspetti positivi per il consumatore: anche in tali casi, però, l'Autorità si premura sempre di sottolineare che quanto promesso, deve essere attuato entro un termine prestabilito, e che in caso di inottemperanza, sarà applicata la sanzione amministrativa pecuniaria (da 10.000 a 150.000 €), e, nel caso di inottemperanza reiterata, potrà altresì essere disposta addirittura la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni. Il provvedimento è poi notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Sulla qualificazione giuridica di tali impegni, non vi è una linea di intesa comune. Alcuni li qualificano come **atti amministrativi**, altri come una sorta di **patteggiamento**, altri ancora come ibridi tra atto amministrativi e contratti di diritto civile. A prescindere dalle qualificazioni, bisogna ammettere che tali impegni sono così forti ed importanti da "archiviare" un procedimento come è quello davanti all'AGCM che cerca fino in fondo di tutelare una categoria (per definizione) debole quale è quella dei consumatori. Anche il Consiglio di Stato di recente si è occupato di tale qualificazione giuridica (Consiglio di Stato 20 luglio 2011, n. 4393) e ha sottolineato che "la fase di valutazione degli impegni, avente carattere

*endo-procedimentale, è ispirata da una logica di "leale collaborazione" e "dialogo costruttivo" tra Autorità e soggetti coinvolti, nonché "all'individuazione di soluzioni condivise e il meno possibile volte all'anticipazione o alla sollecitazione del contenzioso in sede giurisprudenziale".*

Della prassi degli impegni ne hanno sicuramente beneficiato le imprese: queste hanno, infatti, potuto sia evitare eventuali decisioni di accertamento dell'infrazione e conseguenti provvedimenti sanzionatori, sia abbreviare i termini del procedimento riducendo, inoltre, i rischi di azioni risarcitorie da parte di terzi. Tuttavia, ad un'analisi attenta di tale istituto e del suo concreto utilizzo, è facilmente comprensibile come lo strumento giuridico di cui si parla potrebbe potenzialmente trasformare l'Autorità in un soggetto che, quasi attraverso una interpretazione autentica del testo di legge, tenda a sostituirsi allo stesso legislatore.

Il contraddittorio che si instaura tra la società oggetto di istruttoria e l'Autorità, al fine di presentare delle "promesse" accettabili, rischia di porre in secondo piano la norma di legge, sostanziano via via una prassi frutto esclusivo della elaborazione da parte dell'Antitrust.

Di procedimenti che si concludono con l'accettazione degli impegni proposti dal professionista che commette l'infrazione, annualmente l'AGCM ne conduce molti: basti pensare che solo nel 2011 l'Autorità ne ha condotti circa una decina, per lo più nei confronti di grandi catene di distribuzione di elettrodomestici ed apparecchi elettronici.

La stessa sorte non è toccata ad Apple: per svariati motivi l'Autorità ha considerato non adeguati gli impegni presentati, comminando così la sanzione di cui sopra. Il pagamento della stessa dovrà avvenire entro sessanta giorni, a meno che, nello stesso termine il provvedimento non venga impugnato ai sensi dell'art. 135 comma, 1 lettera b) del Codice del Processo Amministrativo, davanti al TAR del Lazio, o in alternativa ai sensi dell'art. 8 del D.P.R. 24 novembre 1971, n. 1199, nel termine di centoventi giorni davanti al Presidente della Repubblica.

Restiamo in attesa di leggere sui nostri ... iPad come reagirà il colosso americano.

*Dott.ssa. Nicoletta Mancusi*

**Per eventuali approfondimenti:  
BLB Studio Legale  
+39.02.36.51.55.80  
+39.06.35.40.16.37**