

VERSIONE NON CONFIDENZIALE

Formulario per la presentazione degli Impegni ai sensi dell'Art. 27, comma 7, del Codice del Consumo

NUMERO DEL PROCEDIMENTO, DATA DI RICEZIONE DELLA COMUNICAZIONE DI AVVIO DEL PROCEDIMENTO DA PARTE DEL PROFESSIONISTA

Procedimento PS8754

Data di ricezione della comunicazione di avvio del procedimento:

- Google Inc. ("Google") – ancora non ricevuta;
- Google Payment Ltd. ("Google Payment") – 28 maggio 2014;
- Google Italy S.r.l. ("Google Italy") – 16 maggio 2014.

Con decisione del 17 luglio 2014, l'Autorità garante della concorrenza e del mercato ("Autorità") ha prorogato al 5 settembre 2014 il termine per la presentazione di impegni da parte di Google, Google Payment e Google Italy ai sensi dell'art. 27, comma 7, del d. lgs. 6 settembre 2005, n. 206, recante il *codice del consumo* (come successivamente modificato e integrato).

PROFESSIONISTA CHE PRESENTA GLI IMPEGNI

Google

Google Payment

PRATICA COMMERCIALE OGGETTO DELLA COMUNICAZIONE DI AVVIO DEL PROCEDIMENTO

Con provvedimento in data 15 maggio 2014 (il "Provvedimento di Avvio"), l'Autorità ha comunicato a Google, Google Payment and Google Italy, nonché a Gameloft S.E., Gameloft S.r.l., Gameloft S.E., iTunes S.à.r.l., Apple Italia S.r.l., Amazon Media EU S.à.r.l. e Amazon Italia Services S.r.l., l'avvio del procedimento PS8754 (il "Procedimento"), al fine di verificare l'eventuale violazione di alcune disposizioni del codice del consumo relative al divieto di pratiche commerciali scorrette ("PCS") da parte di tali società.

Il Provvedimento di Avvio ha contestato a Google, Google Italy e Google Payment due presunte PCS relative alla commercializzazione della *app* denominata *Littlest Pet Shop* tramite Google Play.

Ad avviso dell'Autorità, la prima presunta PCS avrebbe ad oggetto:

VERSIONE NON CONFIDENZIALE

- la diffusione di informazioni ingannevoli in relazione ai costi di fruizione del gioco *Littlest Pet Shop*, tenuto anche conto del fatto che su Google Play la relativa *app* era indicata come “*free*”;
- il non aver fornito ai consumatori l’informazione relativa all’indirizzo geografico dello sviluppatore di *Littlest Pet Shop*;
- il non aver informato i consumatori dell’esistenza o esclusione del diritto di recesso relativo agli acquisti effettuati nello svolgimento del gioco *Littlest Pet Shop* (c.d. acquisti *in-app*).

La seconda presunta PCS consisterebbe nell’aver diffuso informazioni ingannevoli circa:

- il fatto che il gioco *Littlest Pet Shop* offre acquisti *in-app* nel corso della fruizione dello stesso;
- gli strumenti a disposizione dei consumatori per evitare acquisti *in-app* indesiderati o non-autorizzati attraverso il proprio *account* Google;
- le impostazioni che consentono ai consumatori di effettuare acquisti *in-app* senza dover introdurre nuovamente la *password* del proprio *account* Google dopo l’effettuazione del primo acquisto.

DESCRIZIONE DEGLI IMPEGNI PROPOSTI E LORO PERIODO DI VALIDITÀ

In via preliminare si rammenta che, già da prima della notifica del Provvedimento di Avvio, Google non utilizza più il termine “*free*” in relazione a tutte le *app* presenti su Google Play, inclusa *Littlest Pet Shop*¹. Ciò fermo restando che, in precedenza, Google aveva utilizzato sempre il termine in questione con accorgimenti tali da renderlo pienamente lecito, per le ragioni che si illustreranno in dettaglio *infra* (v. sezione sull’ammissibilità e idoneità degli impegni). Si rammenta inoltre che, sebbene non sia parte delle transazioni concluse tra gli sviluppatori delle *app* offerte tramite Google Play e i consumatori, Google: (i) ha adottato un ampio ed articolato *set* di rimedi, che fornisce ai consumatori un elevatissimo livello di protezione contro acquisti involontari o non-autorizzati e garantisce risultati del tutto equivalenti a quelli conseguibili tramite l’esercizio del “*diritto di recesso*”; (ii) descrive chiaramente tali rimedi, fornendo ai consumatori numerosi mezzi di contatto di facile ed intuitivo utilizzo al fine di aiutarli efficacemente ad ottenere un rimborso (si veda anche il paragrafo “*Considerazioni circa l’ammissibilità e l’idoneità degli impegni a rimuovere i profili di illegittimità contestati nell’avvio dell’istruttoria*” *infra*).

* * *

Tanto premesso, anche in nome e per conto della sua controllata Google Payment², Google presenta la seguente proposta di impegni (gli “Impegni”) ai sensi dell’art. 27, comma 7, del

¹ Vedi risposta alla richiesta di informazioni di codesta Spett.le Autorità depositata in data 1 luglio u.s. (la “Risposta”), punto 10.A, pag. 23.

² Come chiarito nella Risposta, Google Italy è del tutto estranea ai fatti oggetto del Procedimento, poiché non ha alcun ruolo nella gestione di Google Play e/o del servizio Google Wallet. Per l’effetto, quindi,

VERSIONE NON CONFIDENZIALE

codice del consumo e dell'art. 9 del *Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, clausole vessatorie* (il "Regolamento").

Gli Impegni concernono in specie: (i) l'utilizzo del termine "*free*"; (ii) le informazioni relative agli acquisti *in-app*; (iii) le impostazioni volte ad evitare acquisti *in-app* non autorizzati; (iv) le informazioni relative all'identità degli sviluppatori di *app* e all'identità di Google quale fornitore della piattaforma di distribuzione delle stesse (*platform operator*); (v) un indirizzo *email* dedicato all'Autorità.

Google ribadisce ancora una volta la sua ferma convinzione circa la legittimità della sua condotta con riferimento alle censure che le sono state mosse con il Provvedimento di Avvio. Pertanto, gli Impegni non possono per alcuna ragione essere interpretati quale riconoscimento di qualsivoglia violazione del codice del consumo o di altra disposizione normativa da parte di Google, rappresentando, piuttosto, il frutto tangibile della collaborazione di Google con codesta Spett.le Autorità, nonché una dimostrazione dell'impegno costantemente profuso da Google per garantire la massima soddisfazione dei consumatori, in un ambiente di totale sicurezza, anche per le famiglie.

I. Utilizzo del termine "*free*"

In relazione alla versione del sito *internet* di Google Play e della *app* Play Store (accessibile attraverso i dispositivi Android) diretta a consumatori residenti in Italia, Google si impegna a non definire come gratuite (utilizzando il termine "*free*", "*gratis*" o simili) le *app* aventi ad oggetto giochi che offrono acquisti *in-app*, a meno che: (i) sia indicato in maniera chiara a cosa il termine "*free*" si riferisce; e (ii) sia possibile fruire di parti distinte del gioco, senza che sia necessario effettuare acquisti *in-app*.

II. Informazioni relative agli acquisti *in-app*

Nei casi in cui agisce esclusivamente quale fornitore della piattaforma di vendita delle *app*, Google:

- A. informerà i consumatori in maniera chiara e comprensibile, prima del *download*, della possibilità di effettuare acquisti *in-app*, qualora sia offerta dagli sviluppatori.

L'**Allegato 1** contiene un esempio di tale informativa, sia con riferimento al sito *internet* di Google Play, sia con riferimento all'*app* Play Store;

- B. indicherà in maniera chiara e comprensibile il *range* dei prezzi degli acquisti *in-app*, laddove lo stesso le venga comunicato dagli sviluppatori.

L'**Allegato 2** contiene un esempio delle modalità con cui Google potrebbe attuare tale impegno;

- C. imporrà agli sviluppatori di *app* un obbligo contrattuale coercibile di indicare, laddove ciò sia il caso, che l'accesso a determinate funzionalità *in-app* è a pagamento, se la descrizione della *app* presente su Google Play fa riferimento a tali funzionalità.

Google Italy non potrebbe validamente assumere alcun impegno in relazione a Google Play e/o a Google Wallet.

VERSIONE NON CONFIDENZIALE

L'**Allegato 3** contiene un esempio di come il predetto obbligo contrattuale è attualmente redatto.

III. Impostazioni per evitare acquisti *in-app* non-autorizzati

Google si impegna ad offrire ai consumatori, all'atto del primo acquisto di una *app* o *in-app* effettuato tramite un determinato dispositivo o per un determinato *account*, la possibilità di definire le impostazioni relative alle autorizzazioni necessarie per i successivi acquisti *in-app* tramite Google Play con il medesimo dispositivo o *account*.

L'**Allegato 4** illustra le modalità attraverso cui Google prevede al momento di attuare l'impegno in questione.

IV. Informazioni sull'identità degli sviluppatori di *app* e di Google quale fornitore della piattaforma di distribuzione

- A. Con riferimento alle *app* offerte a pagamento dagli sviluppatori e a quelle che consentono di fare acquisti *in-app*, Google imporrà agli sviluppatori di fornire la propria denominazione commerciale, indirizzo geografico, nonché, ove disponibile, il proprio indirizzo *email*, e non appena tali informazioni saranno disponibili, Google le renderà note ai consumatori in maniera chiara (ad esempio, rendendole accessibili attraverso la pagina di presentazione dell'*app* e attraverso la ricevuta inviata automaticamente via *email* al consumatore dopo ogni acquisto). Google non garantisce la correttezza delle informazioni fornite dagli sviluppatori.

Per maggiore chiarezza, si precisa che il presente Impegno IV.A concerne unicamente le *app* in relazione alle quali Google opera quale mero fornitore della piattaforma di vendita ed è parte terza rispetto alle transazioni concluse tra sviluppatori e consumatori, mentre non si applica alle *app* eventualmente distribuite direttamente da Google.

- B. Google comunicherà in maniera chiara ai consumatori i propri contatti (indirizzo *email* e geografico) quale fornitore della piattaforma di vendita delle *app*, ad esempio, inserendo, sia all'interno del sito *internet* di Google Play, sia nel menu principale della *app* Play Store, un tasto/*link* relativo ai contatti, che apra un'apposita pagina informativa).

V. Indirizzo *email* dedicato

Google istituirà un apposito indirizzo casella *email* attraverso la quale l'Autorità potrà segnalare direttamente a Google eventuali violazioni della normativa a tutela del consumatore ed evidenziare possibili criticità.

VI. Clausola finale

Le soluzioni esemplificative contenute negli allegati alla presente proposta di impegni sono volte esclusivamente a illustrare a codesta Spett.le Autorità, in termini chiari, le modalità concrete attraverso le quali Google si propone di attuare gli impegni. Google si riserva il diritto di modificare le suddette soluzioni esemplificative, fermo restando che eventuali diverse modalità di attuazione degli Impegni dovranno ragionevolmente essere parimenti idonee a conseguire il risultato finale che gli Impegni mirano a raggiungere.

VERSIONE NON CONFIDENZIALE

Entrata in vigore e durata

Gli Impegni entreranno in vigore a partire dalla data di notifica del provvedimento di accettazione ai sensi dell'art. 27, comma 7, del codice del consumo ("Data di validità") e, ferme restando la clausola finale e la clausola di revisione, resteranno validi per i successivi 5 anni.

Google ha già attuato le misure di cui ai paragrafi I, II, III e IV; la misura di cui al paragrafo V sarà invece attuata entro un mese dalla Data di validità.

CLAUSOLA DI REVISIONE

Google si riserva il diritto di chiedere in qualsiasi momento la revisione degli Impegni, ivi incluso nel caso di cambiamenti rilevanti afferenti alle caratteristiche del *business* delle *app* e/o al suo quadro normativo o regolamentare, ovvero nel caso in cui significativi sviluppi nel progresso tecnologico dovessero rendere necessaria o anche solo opportuna una modifica al loro contenuto e/o alla loro durata, ovvero la cessazione di uno o più degli Impegni.

CONSIDERAZIONI CIRCA L'AMMISSIBILITÀ E L'IDONEITÀ DEGLI IMPEGNI A RIMUOVERE I PROFILI DI ILLEGITTIMITÀ CONTESTATI NELL'AVVIO DELL'ISTRUTTORIA

Come anticipato, Google è fermamente convinta di aver dimostrato e documentato nella Risposta la rigorosa conformità del proprio operato alle disposizioni in materia di PCS contenute nel codice del consumo, anche per ciò che attiene agli specifici profili delineati nel Provvedimento di Avvio.

Ferma la legittimità delle condotte tenute, Google ritiene comunque che gli Impegni siano idonei a eliminare tutte le residue preoccupazioni manifestate dall'Autorità nel Provvedimento di Avvio. Peraltro, i presenti Impegni devono considerarsi pacificamente ammissibili ai sensi dell'art. 27, comma 7, del codice del consumo in quanto – ferma restando la legittimità dell'operato di Google – nessuna delle condotte contestate potrebbe, nel caso di specie, considerarsi una pratica commerciale di manifesta scorrettezza e gravità.

In via preliminare si osserva che la normativa in materia di PCS non vieta di per sé l'utilizzo del termine "*free*" (o di analoghi termini) neanche per le *app* non interamente gratuite, come espressamente riconosciuto già nel dicembre 2013 dalla rete di cooperazione delle autorità nazionali per la tutela dei consumatori di cui al Regolamento (CE) n. 2006/2004 ("CPC Network"), cui anche codesta Spett.le Autorità appartiene³. Ciononostante, già prima della

³ Nella *Common Position* del 9 dicembre 2013, il CPC Network ha infatti rilevato che che "*The use of the word 'free' (or similar) may be tolerated for games which are not entirely free, if it is complemented by appropriate qualifications characterising upfront in a clear manner what elements are for free and which ones can be purchased. In such cases, the consumer should be able to access discrete parts of the game that stand alone without the need to make purchases*" (sottolineatura aggiunta). La posizione è stata nuovamente ribadita anche nella successiva *Common Position* del 18 luglio 2014, ove il CPC Network ha affermato che "*CPC authorities consider that only apps where in-app purchases are optional can be presented as 'free' without misleading consumers. [...] As set out in the CPC common position of 9 December 2013, an on-line game cannot be marketed as 'free' where*

VERSIONE NON CONFIDENZIALE

notifica del Provvedimento di Avvio, Google aveva comunque cessato di utilizzare il suddetto termine per tutte le *app*, incluse quelle aventi ad oggetto giochi che – come la *app* oggetto del presente procedimento (*Littlest Pet Shop*) – non prevedono alcun costo per il *download* e consentono la fruizione gratuita di parti distinte del gioco, pur offrendo in aggiunta la possibilità di effettuare acquisti *in-app*.

Google richiama, inoltre, l'attenzione di codesta Spett.le Autorità sul fatto che i consumatori acquistano dagli sviluppatori le *app* vendute tramite la piattaforma Google Play e gli eventuali relativi contenuti *in-app*, mentre Google rimane estranea a tali rapporti. Ne consegue che gli obblighi informativi relativi alle *app* e ai contenuti *in-app* venduti tramite Google Play ricadono sui medesimi sviluppatori. Pertanto, gli impegni qui offerti da Google [omissis] sono esclusivamente espressione dello spirito di piena collaborazione di Google con codesta Spett.le Autorità. Dal suo ruolo di mero fornitore della piattaforma di vendita delle *app* – quindi estraneo al rapporto contrattuale –, discende inoltre che Google non può, per definizione, fornire ai consumatori alcuno strumento giuridico che, intervenendo sul contratto tra questi e gli sviluppatori, possa annullare gli acquisti di *app*, e, a maggior ragione, gli acquisti *in-app*. Ciononostante, come ampiamente illustrato nei punti 5 e 8 della Risposta, Google mette a disposizione dei consumatori un articolato *set* di efficaci strumenti che, di fatto, consentono ai consumatori di raggiungere risultati analoghi a quelli di un vero e proprio “annullamento” dell'acquisto. [omissis]

Tanto premesso, Google ritiene che gli Impegni rimuovano del tutto le residue preoccupazioni espresse da codesta Spett.le Autorità con il Provvedimento di Avvio. Infatti, intervenendo su tutti gli specifici residui dubbi ivi manifestati e rafforzando le misure in precedenza spontaneamente attuate da Google, gli Impegni garantiscono in concreto che le decisioni di acquisto di *app* e/o di contenuti *in-app* da parte dei consumatori siano il frutto di scelte libere e informate.

Innanzitutto, Google richiama l'attenzione di codesta Spett.le Autorità sul fatto che, malgrado l'oggetto del Procedimento sia limitato a una specifica *app* (*Littlest Pet Shop*), gli Impegni riguardano tutte le *app* (o, per quanto concerne l'Impegno I, tutte le *app* aventi ad oggetto giochi) distribuite tramite Google Play e le relative informazioni diffuse sia sul sito *web* Google Play, sia sulla *app* Play Store.

Pertanto, gli Impegni sono idonei a fugare le preoccupazioni manifestate da codesta Spett.le Autorità in via strutturale e non solamente per la specifica *app* oggetto di istruttoria (*Littlest Pet Shop*).

Ciò posto, in merito alle singole contestazioni formulate nel Provvedimento di Avvio, Google osserva quanto segue.

In primo luogo, le presunte carenze informative sui costi effettivi delle *app* (quali *Littlest Pet Shop*) che offrono la possibilità di fare acquisti *in-app*, sono definitivamente curate dagli **Impegni I e II**, entrambi già attuati.

the consumer cannot, without making in app purchases, play the game in a way that he/she would reasonably expect. This is to be assessed on a case-by-case basis for each app that includes in-app purchases” (sottolineatura aggiunta).

VERSIONE NON CONFIDENZIALE

Infatti, in base all'**Impegno I**, Google non utilizzerà più, nella versione del sito *internet* di Google Play e della *app* Play Store (accessibile attraverso i dispositivi Android) diretta a consumatori residenti in Italia, il termine "*free*" (o simili) per definire le *app* aventi ad oggetto giochi che offrono acquisti *in-app*, salvo che le due seguenti condizioni siano cumulativamente soddisfatte: (i) sia indicato in maniera chiara a cosa il termine "*free*" si riferisce; e (ii) sia possibile fruire di parti distinte del gioco, senza che sia necessario effettuare acquisti *in-app*.

Sul punto Google sottolinea peraltro che la presentazione dell'Impegno I è espressione della propria volontà di assumere un atteggiamento pienamente cooperativo nei confronti di codesta Spett.le Autorità, con l'obiettivo di migliorare costantemente il soddisfacimento degli interessi dei consumatori, in linea del resto con la convinta politica commerciale di Google da sempre attenta alla tutela dei propri clienti. A ben vedere, infatti, l'Impegno I non sarebbe necessario al fine di superare le preoccupazioni manifestate da codesta Spett.le Autorità nel presente procedimento. Ciò non solo perché già da prima della notifica del Provvedimento di Avvio Google non utilizza più il termine "*free*", ma anche perché con il successivo Impegno II.A essa si impegna a (continuare a) fornire ai consumatori proprio quelle specificazioni in presenza delle quali il CPC Network (e, dunque, anche codesta Spett.le Autorità) ha espressamente riconosciuto la legittimità dell'utilizzo di "*free*" (o di analoghi termini) per *app* che – come *Littlest Pet Shop* – sono scaricabili e fruibili per buona parte gratuitamente, pur offrendo altresì la possibilità di effettuare acquisti *in-app*.

Invero, con l'**Impegno II.A**, Google si impegna a fornire informazioni sulla possibilità, se del caso, di effettuare acquisti *in-app*, in maniera chiara e facilmente leggibile come esemplificato nell'Allegato 1.

Ad ulteriore rafforzamento della trasparenza delle comunicazioni fornite ai consumatori circa la possibilità di vedersi offrire acquisti *in-app*, con l'**Impegno II.C** Google intende chiarire ancora meglio l'obbligo gravante in capo agli sviluppatori di non tenere condotte ingannevoli nei confronti dei consumatori rispetto alle *app* e ai contenuti *in-app* che gli stessi vendono. Al riguardo, la violazione dell'obbligo in questione da parte degli sviluppatori potrebbe comportare conseguenze negative anche gravi per questi ultimi, che possono andare dalla rimozione della *app* sino, nei casi più gravi o di ripetute violazioni, all'interdizione dello stesso sviluppatore da Google Play.

Da ultimo, l'**Impegno II.B**, prevedendo che Google inserisca, non appena il dato le venga comunicato dagli sviluppatori (e senza poterne garantire la correttezza)⁴, l'indicazione per ciascuna *app* del *range* di prezzi (minimi e massimi) applicati agli acquisti *in-app* (attualmente pari, all'interno dell'Unione europea, a € 0,50-199,00), comporta un significativo ulteriore miglioramento del grado di trasparenza delle informazioni sui costi degli acquisti *in-app*. Tale misura protegge inoltre ulteriormente i consumatori da acquisti *in-app* non autorizzati, poiché l'indicazione del *range* di prezzi degli acquisti *in-app* eventualmente offerti da ciascuna *app* consente ai consumatori di comprendere chiaramente l'entità economica del rischio di acquisti non autorizzati correlato alla scelta di installare una

⁴ La verifica sulla correttezza dell'indicazione del *range* di prezzo presupporrebbe necessariamente che per ciascuna *app* si effettuino delle simulazioni di gioco. A fronte dell'elevatissimo numero di *app* caricate su Google Play, e dell'altrettanto elevato *turnover* delle stesse, tale attività risulterebbe impossibile per Google, oltre ad esulare del tutto dal suo ruolo di fornitore della piattaforma di vendita delle *app*.

VERSIONE NON CONFIDENZIALE

determinata *app*. La misura in questione, quindi, incoraggia i consumatori a ponderare con attenzione i rischi connessi alle proprie scelte di natura commerciale, rendendo tale valutazione ancor più agevole.

In ragione delle articolate misure oggetto degli Impegni II.A, II.B e II.C, Google fa rispettosamente presente che nessun consumatore ragionevolmente attento e avveduto può essere tratto in inganno con riguardo all'eventuale possibilità, offerta da talune *app* scaricabili gratuitamente, di effettuare acquisti *in-app* dietro pagamento di corrispettivi in denaro e con riguardo ai costi effettivi di tali ipotetici acquisti *in-app*. Ciò rimane valido anche qualora si prenda a riferimento un gruppo di consumatori particolarmente vulnerabile alla pratica, ad esempio a motivo dell'età. Le considerazioni che precedono sono tanto più fondate, in quanto gli Impegni si aggiungono a quelli già presentati da Gameloft S.E. al punto 4.1 della sua proposta di impegni *ex art. 27*, comma 7, del codice del consumo, contenuta nel doc. 32 del fascicolo istruttorio del Procedimento, concorrendo con essi a dotare i consumatori di un ricco e adeguato presidio informativo circa la possibilità di acquisti *in-app*.

Quanto alle preoccupazioni dell'Autorità sulla presunta inadeguatezza delle impostazioni volte a prevenire acquisti indesiderati o non autorizzati – incluse quelle che prevedono la non reiterazione della richiesta di *password* – si ritiene che le stesse siano definitivamente superate grazie alle misure oggetto dell'**Impegno III**.

In particolare, l'**Impegno III** (già attuato) garantisce che, in occasione del primo acquisto effettuato su un dato *tablet*, *smartphone* Android o tramite un dato *account* Google, gli utenti abbiano la possibilità di definire le impostazioni relative alle autorizzazioni necessarie per i successivi acquisti *in-app* tramite Google Play con il medesimo dispositivo o *account*.

Stando alla soluzione tecnica attualmente individuata da Google per dare attuazione all'Impegno III (v. Allegato 4), ciò significa che, a seguito del primo acquisto effettuato su un determinato dispositivo o da un determinato *account* tramite il corretto inserimento della *password* del proprio *account* Google, l'utente sia chiamato a scegliere tra le seguenti due opzioni alternative: (i) "OGNI VOLTA", nel qual caso gli sarà richiesto di inserire la *password* del proprio *account* Google ogni volta che farà un acquisto tramite Google Play con quel dispositivo o *account*; (ii) "OGNI 30 MINUTI", nel qual caso, a seguito di ogni acquisto effettuato inserendo la *password* del proprio *account* Google, inizia una sessione di 30 minuti durante la quale non sarà più necessario inserire la *password* per effettuare altri acquisti, fermi restando tuttavia gli ulteriori presidi a garanzia della consapevolezza degli acquisti da parte dei consumatori (quali, ad esempio, le informative relative alle caratteristiche delle *app*, la conferma esplicita dell'acquisto *in-app* richiesta dallo sviluppatore all'interno dell'*app*, l'email inviata a seguito di ogni acquisto realizzato tramite Google Play, ecc.). In altre parole, l'attuazione di tale Impegno rimanda all'esplicita decisione del consumatore la scelta sull'impostazione di sicurezza che preferisce applicare agli acquisti successivi al primo su ogni dispositivo o *account*. Ne consegue che, laddove voglia avere il massimo grado possibile di sicurezza contro rischi di acquisti indesiderati o non-autorizzati (ad esempio, da parte di figli conviventi, che in ipotesi abbiano accesso al suo terminale), l'utente sarà in grado di selezionare agevolmente come sua impostazione di *default* l'opzione "OGNI VOLTA".

Con le misure oggetto dell'**Impegno IV** (anch'esso già attuato) vengono meno anche le preoccupazioni dell'Autorità circa l'omissione dell'informazione relativa all'indirizzo geografico dello sviluppatore, prevedendosene l'inserimento per tutte le *app* a pagamento o che consentono di effettuare acquisti *in-app*, sia nelle pagine del sito *web* Google Play e della

VERSIONE NON CONFIDENZIALE

app Play Store contenenti la descrizione della *app*, sia nella ricevuta che viene automaticamente inviata all'indirizzo *email* dell'utente dopo ogni acquisto (**Impegno IV.A**).

L'indicazione dell'indirizzo geografico dello sviluppatore si aggiunge, peraltro, all'indicazione della denominazione commerciale dello stesso e del suo indirizzo *email*, ove disponibile, nonché alla comunicazione dell'indirizzo *email* e geografico di Google, nella sua qualità di fornitore della piattaforma di distribuzione delle *app* (Google Play), oggetto dell'**Impegno IV.B**. In tal modo, quindi, gli sviluppatori sono tenuti a fornire ogni contatto utile con riferimento a qualsiasi *app* offerta dagli sviluppatori a pagamento o contenente offerte di acquisti *in-app* tramite Google Play.

L'**Impegno V** mira infine a istituire un canale di comunicazione privilegiato tra Google e codesta Spett.le Autorità al fine di poter rapidamente ed efficacemente individuare e risolvere in futuro eventuali ulteriori profili di criticità che dovessero insorgere in relazione ai servizi di Google Play o a quelli ivi offerti dagli sviluppatori e, quindi, non solo con riferimento a quelli oggetto del Provvedimento di Avvio. La proposta di tale misura fornisce, peraltro, un'ulteriore riprova dell'atteggiamento di piena cooperazione con codesta Spett.le Autorità assunto da Google (anche) nell'ambito del presente procedimento.

Da ultimo, Google fa rispettosamente presente che, alla luce delle peculiarità del settore interessato – il cui elevatissimo dinamismo rende, con estrema frequenza, rapidamente obsoleti i prodotti offerti e le soluzioni tecniche utilizzate, nonché la stessa percezione che di tali prodotti ne hanno i consumatori finali – i limiti temporali alla validità degli Impegni rappresentano un orizzonte temporale estremamente lungo. Basti al riguardo pensare che fino a meno di tre anni fa Google Play non esisteva neanche, mentre il lancio della versione in italiano risale ad appena un anno e mezzo fa⁵!

Per le medesime ragioni, e anche tenuto conto della lunga durata della validità degli Impegni, la previsione della clausola di revisione appare in questo caso più che mai indispensabile.

* * *

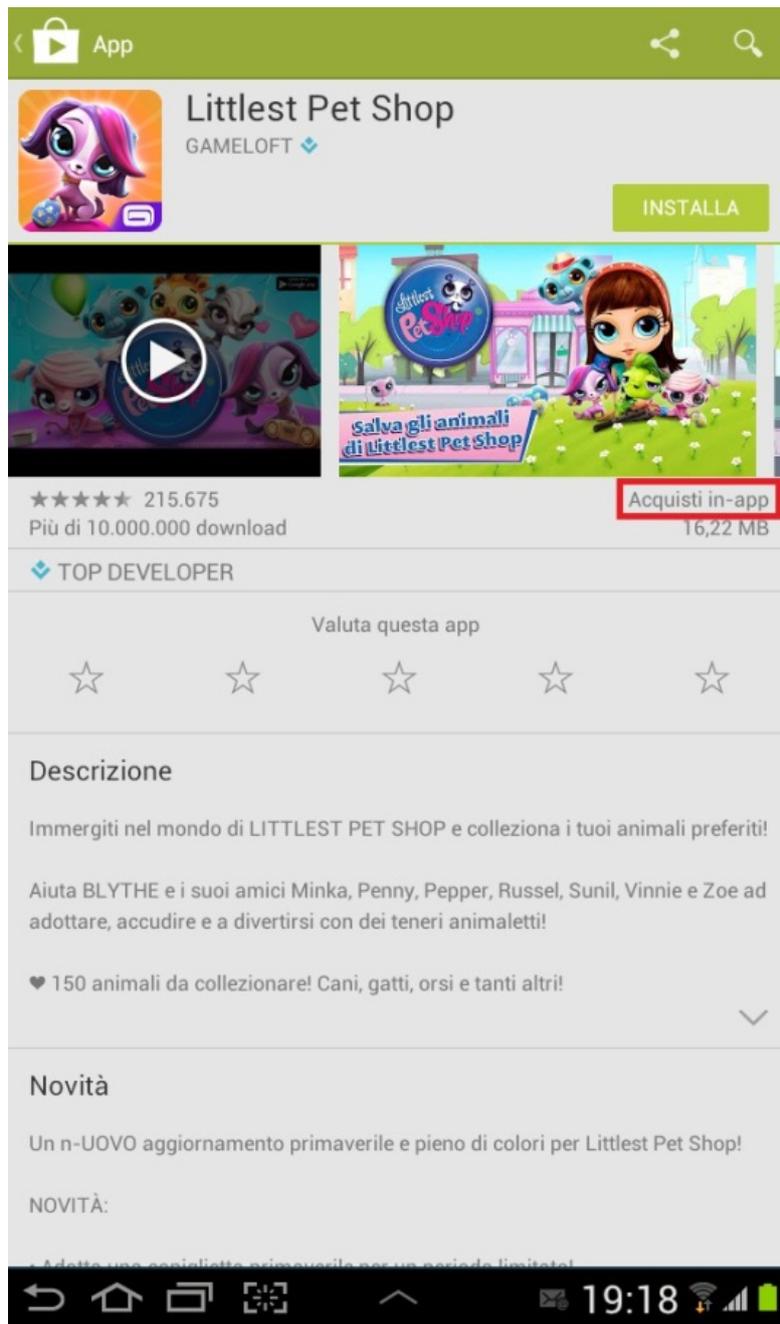
Alla luce delle considerazioni che precedono, si ritiene che gli Impegni siano pienamente idonei a porre fine alle presunte infrazioni contestate a Google con il Provvedimento di Avvio, andando anche ben oltre quanto necessario a tal fine.

Tale conclusione ha già, del resto, avuto una conferma “ufficiale” nell'epilogo della procedura che si è svolta dinanzi al CPC Network, cui anche codesta Spett.le Autorità appartiene. Infatti, tale procedura, che aveva preso le mosse da preoccupazioni identiche a quelle delineate nel Provvedimento di Avvio, si è conclusa con la posizione comune pubblicata in data 18 luglio 2014, con la quale il CPC Network ha ritenuto che le misure presentate da Google – analoghe a quelle oggetto degli Impegni – “*once fully implemented, could be considered to be compliant with relevant EU consumer protection legislation*”.

Google confida, pertanto, che codesta Spett.le Autorità vorrà concludere il Procedimento con una decisione di accettazione degli Impegni, “*senza procedere all'accertamento dell'infrazione*” ai sensi dell'art. 27, comma 7, del codice del consumo.

⁵ Vedi Risposta, punto I e punto 9, nota 25.

Allegato 1



Allegato 2

The image shows two screenshots of the Google Play Store page for the app "Puzzle & Dragons" by GungHoOnlineEntertainment. The left screenshot shows the app's main page with a rating of 4.3 stars, over 1 million downloads, and an "INSTALLA" button. A red box highlights the "Acquisti in-app" link. Below the rating is a green "ALTRE INFO" button, also highlighted with a red box. The right screenshot shows the app's details page, including "Top developer", "Risultati", and "Classifiche" sections. A red box highlights the "Acquisti all'interno" section, which lists the price range as "€0.99 - €9.99 per acquisto".

Cliccando sul *link* “*ALTRE INFO*” che appare nella pagina di presentazione dell’*app*, i consumatori possono accedere ad ulteriori informazioni concernenti l’*app* stessa, ivi incluso il *range* di prezzi degli acquisti *in-app*, laddove previsti.

Allegato 3

Esempio di possibile formulazione della disposizione contrattuale che obbliga gli sviluppatori a informare i consumatori in merito ai costi degli acquisti *in-app* (il testo della nuova disposizione è evidenziato in grassetto).

*“Gli sviluppatori non devono ingannare gli utenti in merito alle app o a eventuali servizi, beni, contenuti o funzionalità in-app in vendita. **Se la descrizione del prodotto su Google Play fa riferimento a funzioni in-app a cui viene applicato un costo specifico o aggiuntivo, la descrizione deve indicare in modo chiaro agli utenti che l'accesso a tali funzioni è a pagamento.**”*

Allegato 4

Immagine 1: primo acquisto effettuato tramite un dispositivo

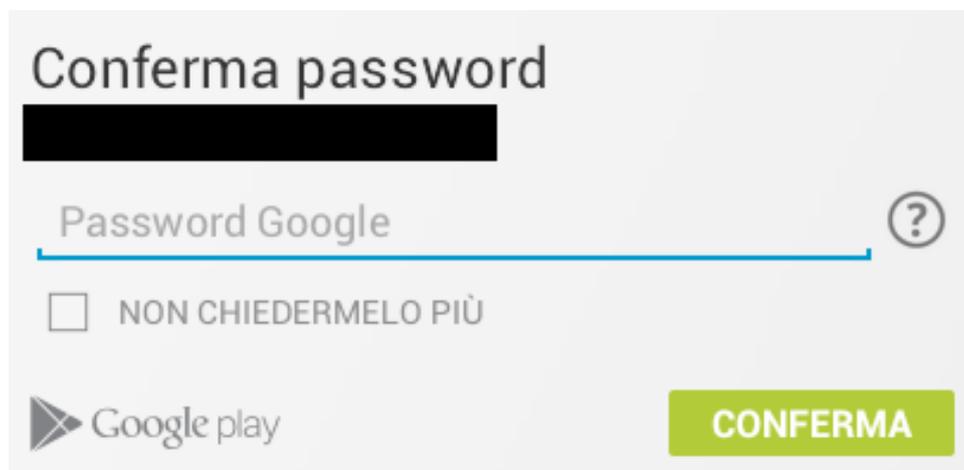


Immagine 2: richiesta rivolta al consumatore per l'impostazione della protezione tramite password

