



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXX - n. 48

**Publicato sul sito www.agcm.it
7 dicembre 2020**

SOMMARIO

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE	5
I806B - ACCORDI TRA OPERATORI DEL SETTORE DEI SERVIZI CON ELICOTTERO- RIDETERMINAZIONE SANZIONE ELIOSSOLA E ELITELLINA	
<i>Provvedimento n. 28450</i>	5
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	6
PS11595 - ACTIVISION BLIZZARD-ACQUISTI NEI VIDEOGIOCHI	
<i>Provvedimento n. 28452</i>	6
PS11653 - PARCLICK-COMMISSIONE PAYPAL	
<i>Provvedimento n. 28453</i>	20
ACCESSIBILITÀ DEL PAGAMENTO-TUTELA DEL CONSUMATORE	29
PV14 - AMERICAN EXPRESS-DISCRIMINAZIONE IBAN ESTERI	
<i>Provvedimento n. 28457</i>	29

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

I806B - ACCORDI TRA OPERATORI DEL SETTORE DEI SERVIZI CON ELICOTTERO-RIDETERMINAZIONE SANZIONE ELIOSSOLA E ELITELLINA *Provvedimento n. 28450*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 17 novembre 2020;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTO l'articolo 101 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea (TFUE);

VISTO il Regolamento (CE) n. 1/2003 del Consiglio del 16 dicembre 2002, concernente l'applicazione delle regole di concorrenza di cui all'articolo 81 e 82 del Trattato CE (ora 101 e 102 TFUE);

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO il D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTO il proprio provvedimento n. 27563 del 13 febbraio 2019 (di seguito anche il Provvedimento), con il quale l'Autorità ha accertato che: *i*) le società Airgreen S.r.l., Elifriulia S.r.l., Eliossola S.r.l., Elitellina S.r.l., Heliwest S.r.l., Star Work Sky S.a.s. hanno posto in essere, in violazione dell'articolo 101 del TFUE, un'intesa unica, continuata e complessa avente ad oggetto il condizionamento del mercato dei servizi AIB; *ii*) le società Airgreen S.r.l., Babcock Mission Critical Services Italia S.p.A. in solido con la controllante Babcock Mission Critical Services International S.A., Elifriulia S.r.l., Eliossola S.r.l., Elitellina S.r.l., Heliwest S.r.l., Star Work Sky S.a.s., Air Corporate S.r.l. in solido con la controllante Airi S.r.l., nonché l'associazione di categoria Associazione Elicotteristica Italiana hanno posto in essere, in violazione dell'articolo 101 del TFUE, un'intesa unica, continuata e complessa avente ad oggetto la fissazione *ex ante*, nell'ambito dell'Associazione Elicotteristica Italiana (AEI), del prezzario relativo ai servizi con elicottero;

VISTA l'istanza di Eliossola S.r.l., pervenuta in data 7 ottobre 2020, con la quale chiede di rettificare il Provvedimento nella parte in cui, per mero errore materiale, risulta indicato quale importo da lei dovuto per le sanzioni irrogate nei suoi confronti, in luogo di 1.273.340 euro, la somma di 1.364.018 euro, che sarebbe invece da attribuirsi a quanto dovuto dalla società Elitellina S.r.l.;

CONSIDERATO che, a causa di un mero errore materiale, nella tabella riportata alla lettera *f*) del deliberato del suddetto Provvedimento sono stati erroneamente invertiti i nomi delle società Elitellina S.r.l. ed Eliossola S.r.l., come si evince dalla Tabella 16 di cui al punto 448 del Provvedimento, che riporta correttamente i valori delle sanzioni comminate per ciascuna delle due intese, corrispondenti, in tutti e due i casi e per entrambe le società, al massimo edittale di cui all'art. 15 della legge n. 287/90, pari a 682.009,10 euro per Elitellina S.r.l. e a 636.670,00 euro per Eliossola S.r.l.;

RITENUTO, pertanto, di dover procedere alla rettifica dell'errore materiale contenuto nella tabella riportata alla lettera *f*) del deliberato, nel modo di seguito indicato:

- i) attribuire, nei confronti di Eliossola S.r.l., un importo complessivo della sanzione pari a 1.273.340 euro, in luogo dell'importo di 1.364.018 euro ad essa erroneamente imputato;
- ii) attribuire, nei confronti di Elitellina S.r.l., un importo complessivo della sanzione pari a 1.364.018 euro, in luogo dell'importo di 1.273.340 euro ad essa erroneamente imputato;

RITENUTO che tale rettifica debba avvenire in contraddittorio con le parti;

DELIBERA

- a) l'avvio di un procedimento volto alla rettifica dell'errore materiale contenuto nella tabella riportata alla lettera *f*) del deliberato del provvedimento n. 27563 del 13 febbraio 2019;
- b) la fissazione del termine di trenta giorni, decorrente dalla data di notifica del presente provvedimento, per l'esercizio da parte dei rappresentanti legali delle parti del diritto di essere sentiti, precisando che la richiesta di audizione dovrà pervenire alla Direzione Manifatturiero e Servizi di questa Autorità almeno sette giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;
- c) che il responsabile del procedimento è la Dott.ssa Anna Manzoni;
- d) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione Manifatturiero e Servizi di questa Autorità dai legali rappresentanti della parte o da persone da essi delegate;
- e) che il procedimento deve concludersi entro il 15 febbraio 2021.

Il presente provvedimento sarà notificato al soggetto interessato e pubblicato sul Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

PS11595 - ACTIVISION BLIZZARD-ACQUISTI NEI VIDEOGIOCHI
Provvedimento n. 28452

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 17 novembre 2020;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTA la Parte II, Titolo III e la Parte III, Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante “*Codice del Consumo*” e successive modificazioni (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*” (di seguito, Regolamento), adottato dall’Autorità con delibera del 1° aprile 2015;

VISTA la comunicazione, pervenuta in data 23 marzo 2020, così come successivamente integrata nelle date 27 luglio e 25 settembre 2020, con la quale le società Activision Blizzard Inc., Activision Blizzard International B.V. e Blizzard Entertainment S.a.s. hanno presentato impegni, ai sensi dell’art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell’art. 9 del Regolamento;

VISTI l’art. 103 del d.l. n. 18/2020 e l’art. 37 del d.l. n. 23/2020, che hanno disposto una sospensione *ex lege* dei termini procedurali, per effetto della quale il termine di conclusione del presente procedimento è stato posticipato al 19 novembre 2020;

VISTA la “*Comunicazione sull’interpretazione dell’articolo 103 del decreto legge 17 marzo 2020, n. 18, così come modificato dall’articolo 37 del decreto legge 8 aprile 2020, n. 23*”, approvata dal Collegio dell’Autorità nelle sedute del 1° aprile e del 10 aprile 2020;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Activision Blizzard Inc. (di seguito, AB Inc), in qualità di professionista, ai sensi dell’art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società, con sede negli Stati Uniti, è attiva nello sviluppo e commercializzazione nel settore dei prodotti *software* interattivi e dell’intrattenimento che possono essere riprodotti su diverse piattaforme e *device* quali *console*, *personal computer* e dispositivi mobili.

2. Il professionista è attivo in Europa mediante le società Activision Blizzard International B.V., con sede in Olanda, e Blizzard Entertainment S.a.s., con sede in Francia, le quali, tra l’altro, svolgono il ruolo di licenziatari dei servizi e dei videogiochi del gruppo Activision Blizzard per gli utenti europei¹. Blizzard gestisce inoltre un proprio negozio *online* di videogiochi, *Battle.net*, tramite il quale distribuisce digitalmente i contenuti del gruppo².

3. Altroconsumo e Movimento Difesa del Cittadino, in qualità di associazioni di consumatori segnalanti.

¹ Cfr. docc. n. 5, 8 e 29 del fascicolo istruttorio.

² Cfr. doc. n. 29 del fascicolo istruttorio.

II. LE CONDOTTE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

4. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dalle società Activision Blizzard Inc., Activision Blizzard International B.V. e Blizzard Entertainment S.a.s. (nell'insieme, gruppo Activision Blizzard o il professionista), in relazione alla promozione e vendita sul mercato italiano, tramite i siti internet www.eu.shop.battle.net/it-it, www.eu.battle.net, www.blizzard.com e www.playheartstone.com³, di alcuni videogiochi del Gruppo (segnatamente, i videogiochi *Overwatch* ed *Heartstone*), che offrono la possibilità di effettuare acquisti *in-game* e acquisti tramite *loot box*.

5. Gli acquisti *in-game* possono essere effettuati all'interno di un videogioco utilizzando denaro reale. Per loro tramite si ottengono varie utilità (quali armi, attrezzature, mosse speciali, *upgrade* legati alla natura del gioco, monete virtuali, etc.), che permettono di potenziare il proprio personaggio o la propria squadra e avanzare rapidamente nel gioco. In altri casi, gli acquisti realizzano miglioramenti estetici o coreografici del personaggio senza influenzare le *performance* di gioco.

6. Le *loot-boxes* sono un insieme particolare di acquisti *in-game*. Esse consentono di ottenere in maniera casuale una certa quantità di elementi di gioco, non previamente conosciuti, che possono avere un effetto diretto sulle *performance* di gioco o consistere in decorazioni estetiche o coreografiche. Nell'insieme, acquisti *in-game* e *loot-box* vengono anche denominati microtransazioni.

7. Dalle segnalazioni acquisite agli atti del fascicolo e dalle rilevazioni d'ufficio svolte nelle date 5 e 29 novembre 2019 e 20 gennaio 2020⁴, è emerso che i siti in esame non evidenzerebbero in maniera chiara e agevolmente percepibile, già dal primo contatto, la rilevante informazione che i videogiochi includono acquisti *in-game*. Inoltre, i giochi *free to play* (ovvero i giochi che non hanno un costo iniziale di acquisto, come *Heartstone*), presentati come gratuiti, prevedono acquisti *in-game*, in assenza di indicazioni contestuali che ne chiariscano la presenza.

8. In sede di avvio del procedimento è stato contestato al gruppo Activision:

a) di aver diffuso, tramite i siti sopra indicati, informazioni ingannevoli e/o omissive con riferimento alle caratteristiche e ai costi da sostenere nei videogiochi che implementano acquisti *in-game* e *loot box*, anche quando tali giochi possono essere utilizzati da bambini e adolescenti. Da questo punto di vista, la mancanza di informazioni trasparenti ed esaustive circa la presenza di acquisti *in-game* e *loot boxes* all'interno dei giochi e la presentazione del gioco *Heartstone* come gratuito appaiono suscettibili di ingannare i consumatori riguardo alle caratteristiche del videogioco e agli effettivi costi da sostenere per la sua fruizione. Inoltre, tale carenza informativa potrebbe non consentire ai genitori di effettuare un acquisto consapevole né successivamente di esercitare il controllo sull'attività di gioco dei propri figli;

b) di aver attivato nel videogioco *Hearthstone*, qualificato come PEGI 7 e, dunque, fruibile anche da bambini e adolescenti, un meccanismo di gioco volto a indurre i minori ad effettuare acquisti o a richiedere ai genitori di farlo, diffondendo messaggi finalizzati al medesimo scopo.

³ Tramite il sito www.eu.battle.net, il gruppo Activision Blizzard commercializza direttamente anche sul mercato italiano i suoi videogiochi nella versione destinata ai *personal computer*. I siti www.blizzard.com e www.playheartstone.com sono siti del gruppo destinati alla presentazione e promozione dei videogiochi.

⁴ Cfr. docc. n. 7, 8, 9 e 10 del fascicolo istruttorio.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO: LA PRESENTAZIONE DEGLI IMPEGNI

1) *L'iter del procedimento*

9. In relazione alle condotte sopra descritte, in data 31 gennaio 2020⁵ è stato comunicato alle società Activision Blizzard Inc., Activision Blizzard International B.V. e Blizzard Entertainment S.a.s. l'avvio del procedimento istruttorio n. PS11595. In tale sede è stato ipotizzato che le condotte delle società fossero suscettibili di integrare fattispecie di pratiche commerciali scorrette, in violazione degli articoli 20, 21, comma 1, lettere *b*) e *d*), 21 comma 4, 22, 24 e 26, lettera *e*) del Codice del Consumo, in quanto contrarie alla diligenza professionale e potenzialmente idonee a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico dei consumatori in relazione alla promozione e vendita dei videogiochi del professionista.

10. In data 30 aprile 2020, il gruppo Activision Blizzard ha fornito riscontro alla richiesta di informazioni formulata nella comunicazione di avvio del procedimento ed ha svolto le proprie argomentazioni difensive con note pervenute nelle date 30 aprile e 12 ottobre 2020.

11. Il gruppo Activision Blizzard ha avuto accesso agli atti del procedimento ed estratto copia dei documenti acquisiti al fascicolo in data 24 febbraio 2020.

12. In data 15 giugno 2020 il professionista è stato sentito in audizione.

13. In data 23 marzo 2020, il professionista ha presentato una proposta di impegni, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 9 del Regolamento, successivamente integrata nelle date 27 luglio e 25 settembre 2020. Una versione consolidata è stata fornita in data 12 ottobre 2020.

14. In data 1° ottobre 2020 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

2) *Gli elementi acquisiti e gli impegni del professionista*

15. Con memoria del 30 aprile e del 12 ottobre 2020, il professionista ha descritto le caratteristiche e il funzionamento degli acquisti *in-game* presenti nei propri videogiochi. Il gruppo Activision Blizzard ha sottolineato che le proprie condotte non integrano violazioni della normativa a tutela dei consumatori e ha rappresentato:

- che gli acquisti *in-game* non sono necessari all'esperienza di gioco e possono essere facilmente evitati, né sono necessari per completare il videogioco;
- di aver già introdotto un'ampia serie di informazioni per i consumatori circa il fatto che acquisti *in-game* potrebbero essere inclusi nei videogiochi che produce o distribuisce;
- di mettere già a disposizione dei propri utenti un sistema di *parental control* che i genitori possono utilizzare per controllare l'utilizzo dei videogiochi da parte dei propri figli ed evitare che essi effettuino acquisti *in-game* indesiderati; tramite il *Parental Control* i genitori possono infatti controllare e impostare numerosissimi parametri di gioco dei propri figli attraverso una serie di funzionalità che riguardano, tra l'altro, l'accesso a determinati giochi, il tempo di gioco, la possibilità di interagire con altri utenti e, infine, la possibilità o meno di effettuare acquisti e con quale limite di spesa mensile;

⁵ Cfr. doc. n. 12 del fascicolo istruttorio.

- che i videogiochi del gruppo, così come tutto il materiale pubblicitario ad essi connesso, ivi incluse le informazioni presenti sul negozio *Battle*, risultano pienamente conformi alle indicazioni del sistema PEGI.

I sistemi PEGI e AGCOM di classificazione dei videogiochi

16. Il *Pan European Game Information* (PEGI) è un sistema di classificazione dei videogiochi in base all'età che utilizza cinque categorie di età e otto descrizioni di contenuto. La classificazione PEGI esamina l'idoneità di un gioco fornendo una raccomandazione relativa all'età minima sulla base dei contenuti del gioco. Istituito nella primavera del 2003 per aiutare i genitori europei ad adottare decisioni informate nell'acquisto dei giochi per *computer*, il sistema PEGI ha sostituito svariati sistemi nazionali di classificazione in base all'età e si è affermato come sistema unico in gran parte dei Paesi europei⁶.

17. A tal riguardo, l'art. 17 del *Regolamento sulla classificazione delle opere audiovisive destinate al web e dei videogiochi di cui all'art. 10, commi 1 e 2, del Decreto Legislativo. 7/12/2017 n. 203, recante "Esposizione dei pittogrammi e dei descrittori tematici nei videogiochi"*⁷, stabilisce: "*I pittogrammi associati a ciascuna classe di età e i descrittori tematici sono esposti, nelle forme e con le modalità dettagliate nelle linee guida di cui all'art. 14, sul prodotto fisico, sul prodotto digitale e nella promozione e vendita on-line*". Il paragrafo 2 delle linee guida relative alla classificazione dei videogiochi ("*regolamento sulla classificazione delle opere audiovisive destinate al web e dei videogiochi*" approvato con delibera n. 74/19/cons) ha considerato conformi alle disposizioni di tale Regolamento i videogiochi già sottoposti alla procedura di classificazione PEGI, riconoscendo l'equipollenza tra i sistemi di classificazione PEGI e AGCOM⁸.

18. Uno dei descrittori tematici dei videogiochi previsti dal sistema di classificazione PEGI è quello relativo agli acquisti *in-Game*. Il pittogramma degli acquisti *in-Game*, introdotto nel settembre 2018, è rappresentato da una mano con una carta di credito nell'atto di effettuare un pagamento. Nell'aprile 2020, PEGI ha annunciato una nuova descrizione tematica nel caso in cui gli acquisti *in-game* includano oggetti casuali (come le *loot-boxes*). Le informazioni dovranno essere fornite sotto forma di un avviso (*Includes Paid Random Items*) sulla confezione del gioco o sulla pagina del sito *internet*.

⁶ Albania, Austria, Belgio, Bosnia-Erzegovina, Bulgaria, Croazia, Cipro, Repubblica Ceca, Danimarca, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Ungheria, Islanda, Irlanda, Israele, Italia, Kosovo, Lettonia, Lituania, Lussemburgo, Malta, Moldavia, Montenegro, Paesi Bassi, Norvegia, Slovacchia, Slovenia, Polonia, Portogallo, Romania, Serbia, Spagna, Svezia, Svizzera e Regno Unito.

⁷ Approvato con la delibera dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni 74/19/cons del 6 marzo 2019;

⁸ "Ai sensi dell'articolo 11 comma 2 del Regolamento di cui alla delibera n. 74/19/CONS, i videogiochi che risultino sottoposti alla procedura di classificazione PEGI, siano essi già distribuiti sul mercato alla data di entrata in vigore del Regolamento o lo siano in una qualunque data successiva, si considerano conformi alle disposizioni del Regolamento, senza ulteriori oneri per i soggetti individuati alle lettere g) e h) dell'articolo 1 del Regolamento medesimo". Il paragrafo 3 delle linee guida recante "Dimensioni ed esposizione dei pittogrammi e dei descrittori" stabilisce che: "le etichette delle classi di età PEGI e i descrittori PEGI devono comparire sui prodotti o essere associati ai prodotti in una dimensione che consenta al messaggio di essere leggibile e chiaramente visibile al consumatore nel punto vendita o nella pagina prodotto di uno store online, in linea con i modelli grafici contenuti nella versione più aggiornata delle Linee Guida PEGI "Etichettatura e Pubblicità" [...]. I videogiochi che risultino in linea con quanto previsto dalla versione più aggiornata delle Linee guida PEGI "Etichettatura e Pubblicità", si considerano conformi alle disposizioni previste dagli articoli 13 e 17 del Regolamento".

19. In data 23 marzo 2020, il gruppo Activision Blizzard ha presentato, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 9 del Regolamento, una proposta di impegni, successivamente integrata nelle date 27 luglio e 25 settembre 2020.

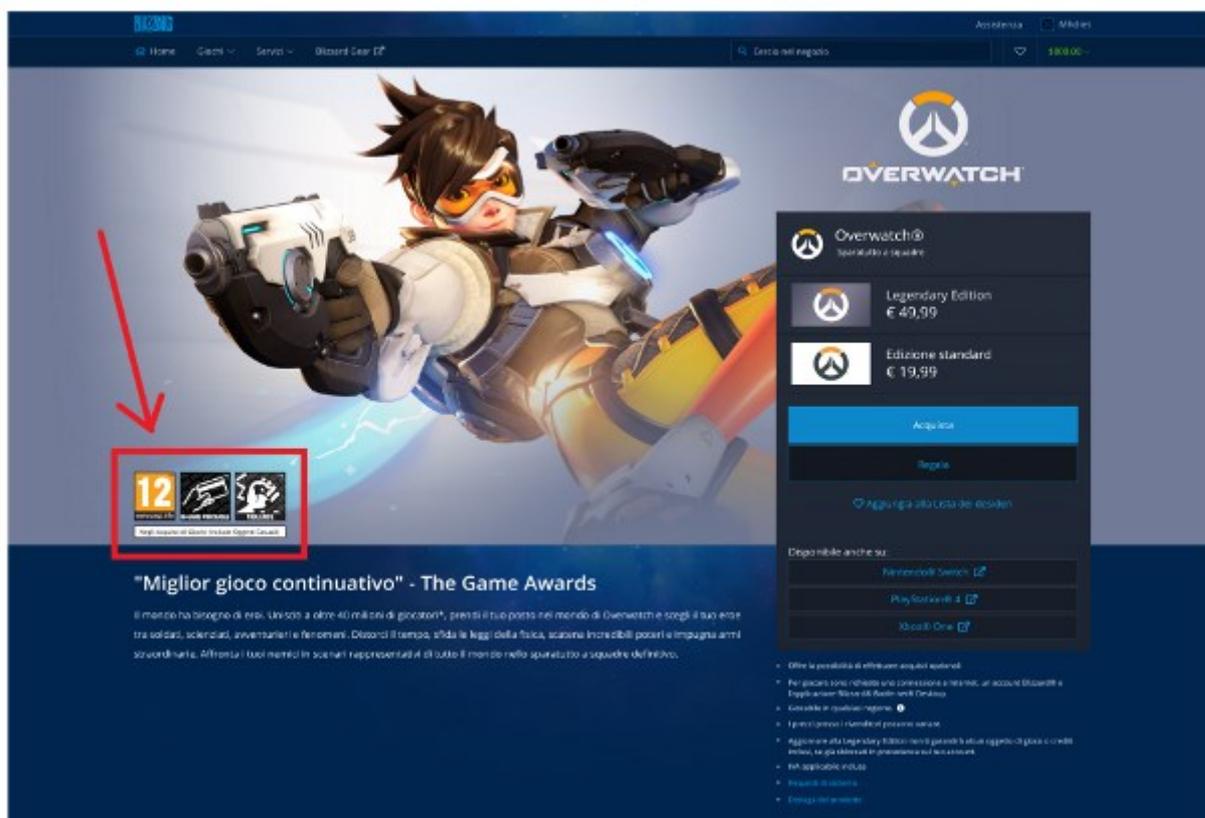
20. Le misure proposte dal Gruppo Activision Blizzard, esemplificate attraverso *screenshot* relativi ai videogiochi *Hearthstone* e *Overwatch*, verranno introdotte in tutti i videogiochi del gruppo che offrono acquisti *in-game* e *loot box*. Tali impegni - che nella loro versione definitiva sono allegati al presente provvedimento e ne costituiscono parte integrante - si articolano come segue:

Impegno A. Il professionista introdurrà i seguenti miglioramenti con riferimento alla presenza, al funzionamento e alle finalità degli acquisti *in-game* e *loot box* presenti nei videogiochi del gruppo:

i) mostrerà il pittogramma PEGI indicante gli acquisti "*in-game*" nella pagina di dettaglio relativa ai videogiochi nel negozio *online Battle* accessibile dai consumatori italiani (<https://eu.shop.battle.net/it-it>) in posizione prominente e in maniera chiaramente percepibile dai consumatori. Inoltre, per quanto concerne i videogiochi che includono *loot boxes* e pacchetti di carte, mostrerà anche la versione in lingua italiana del *disclaimer* recentemente introdotto da PEGI che informa i consumatori della presenza di *loot boxes*⁹. In particolare, l'etichetta PEGI sarà riprodotta nel primo *frame* della pagina, in una posizione di risalto rispetto agli altri contenuti ivi presenti e in maniera chiaramente visibile ai consumatori all'accesso alla pagina (cfr. figura 1);

Figura 1: nuova versione della pagina di dettaglio del videogioco *Overwatch* sul negozio *Battle*.

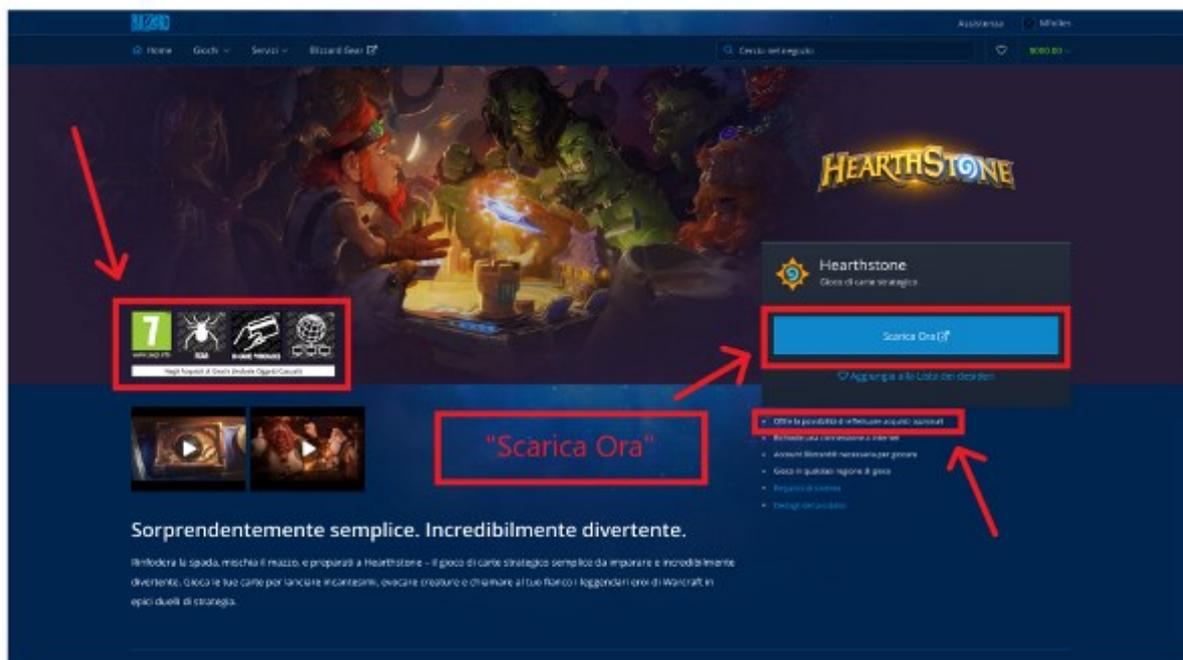
⁹ "Includes Paid Random Items".



- ii) il pittogramma PEGI indicante gli acquisti *in-game* e il *disclaimer* di cui all'impegno A. i) saranno mostrati anche all'interno dei siti *internet* del gruppo dedicati a ciascun videogioco (elencati all'allegato 1 alla dichiarazione di impegni), con modalità analoghe a quelle descritte per il negozio *Battle*, compatibilmente con le limitazioni tecnico-editoriali di ciascun sito dei videogiochi;
- iii) la didascalia informativa già utilizzata nelle pagine di dettaglio dei Videogiochi dello *store Battle* per indicare la presenza di acquisti *in-game*, sarà riformulata in "*Offre la possibilità di effettuare acquisti opzionali*", rendendola più chiara e comprensibile per i consumatori. Tale informativa sarà mostrata in una posizione prominente all'interno della pagina di dettaglio del videogioco, in prossimità del riquadro dove è possibile procedere all'acquisto e in aggiunta all'etichetta PEGI, sia nello *store Battle*, sia nel sito dedicato allo specifico videogioco;
- iv) le indicazioni "*Gioca gratis*" (presente nel videogioco *Hearthstone*) e "*Gratis per tutti*" (come indicato nel videogioco *Call of Duty: Warzone*), utilizzate all'interno del negozio *Battle* e nei siti dei videogiochi, saranno modificate, inserendo una nuova dicitura e qualificando i giochi che è possibile scaricare gratuitamente mediante appositi *disclaimer* e precisazioni. Ad esempio, nella pagina di dettaglio del videogioco *Hearthstone* sul negozio *Battle*, sul tasto che avvia il *download* del videogioco, l'espressione "*Gioca gratis*" sarà sostituita dalla dicitura "*Scarica Ora*". Inoltre saranno aggiunte in posizione prominente, così come indicato nei precedenti punti, sia il pittogramma PEGI sugli acquisti *in-game* sia il nuovo *disclaimer* relativo alla presenza di tali acquisti (cfr. Figura 2). Tali modifiche verranno realizzate non solo con riferimento allo *store Battle* e ai siti dei singoli

videogiochi, ma anche sul materiale promozionale distribuito dal gruppo tramite gli *account* di *social media* di propria titolarità destinati a consumatori di lingua italiana (elencati nell'Allegato 2 alla dichiarazione di impegni);

Figura 2



Le misure sopra indicate saranno attuate al più presto dopo la comunicazione della decisione dell'Autorità che renda il relativo impegno vincolante per il Gruppo Activision Blizzard, e comunque entro 90 giorni.

Impegno B. Con riferimento ai videogiochi che implementano la possibilità di effettuare acquisti tramite *loot-boxes* o pacchetti di carte, il professionista, allo scopo di migliorare le informazioni fornite ai consumatori, si impegna ad adottare le seguenti misure:

i) le informazioni sulle probabilità di ottenere specifici *item* di gioco tramite le *loot-boxes* o i pacchetti di carte saranno fornite direttamente nella pagina di dettaglio nel negozio *Battle* dedicata al relativo videogioco a mezzo di una evidente dicitura in caratteri maiuscoli (“**INFORMAZIONI SULLE PROBABILITÀ RELATIVE AL CONTENUTO DEL TUO ACQUISTO**”), che costituirà altresì un *link* ipertestuale ad una specifica pagina contenente le informazioni di dettaglio sulle probabilità relative al contenuto dei forzieri (cfr. Figura 3 con riferimento al gioco *Overwatch* e Figura 4 che riporta l'aspetto che avrà la pagina di dettaglio relativa alle probabilità dei pacchetti di carte del videogioco *Hearthstone*). Il professionista ha fornito altresì il testo della pagina contenente le informazioni sulle probabilità relative al gioco *Overwatch*: “*Il team di Overwatch precisa che le probabilità di ottenere oggetti di differente rarità in ciascun forziere sono quelle dettagliate qui di seguito. Ciascun forziere contiene 4 oggetti selezionati in maniera casuale che possono essere utilizzati per personalizzare gli eroi o il profilo del giocatore. A ciascun oggetto è associato un grado*

di rarità specifico (Comune, Rara, Epica e Leggendaria) e ciascun forziere contiene almeno un oggetto di qualità Rara o migliore. Le probabilità ufficiali relative ai forzieri sono le seguenti: • RARA – 1 oggetto di qualità Rara o migliore è incluso in ogni forziere; • EPICA – 1 oggetto di qualità Epica è incluso in circa il 18,5% dei forzieri; • LEGGENDARIA – 1 oggetto di qualità Leggendaria è incluso in circa il 7,5% dei forzieri”.

Figura 3

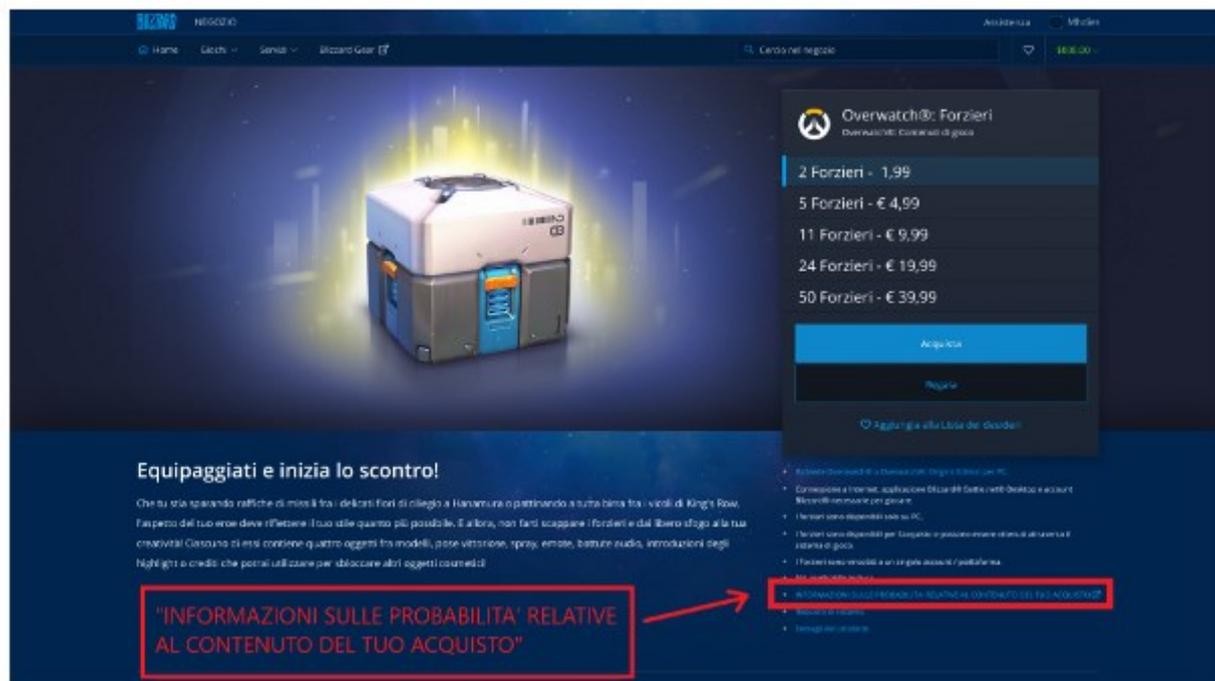


Figura 4: pagina di dettaglio relativa alle probabilità dei pacchetti di carte del videogioco Hearthstone

HEARTHSTONE

(DRAFT) PRECISAZIONE SULLE PROBABILITÀ DI OTTENERE CARTE

Blizzard Entertainment



Il team di Hearthstone precisa che le probabilità di ottenere carte di differente rarità in ogni busta sono quelle dettagliate qui di seguito. Ogni busta di Hearthstone contiene 5 carte. Ogni carta può essere di 4 rarità differenti (Comune, Rara, Epica e Leggendaria)

Le probabilità di ottenere carte non Comuni sono:

- RARA- Almeno 1 carta di qualità Rara o migliore in ogni busta;
- EPICA- Una media di 1 carta Epica ogni 5 buste;
- LEGGENDARIA- Una media di 1 carta Leggendaria ogni 20 buste.

ii) le informazioni sulle probabilità di ottenere certi *item* tramite le *loot-boxes* o i pacchetti di carte verranno altresì rese disponibili ai consumatori, con modalità analoghe a quelle descritte al punto precedente, all'interno del negozio accessibile nel corso dell'esperienza di gioco (fermi gli specifici adeguamenti richiesti in ragione del peculiare funzionamento e della caratterizzazione anche grafica di ciascun videogioco).

Le misure sopra indicate saranno attuate al più presto dopo la comunicazione della decisione dell'Autorità che renda il relativo impegno vincolante per il Gruppo Activision Blizzard, e comunque entro 90 giorni da tale comunicazione.

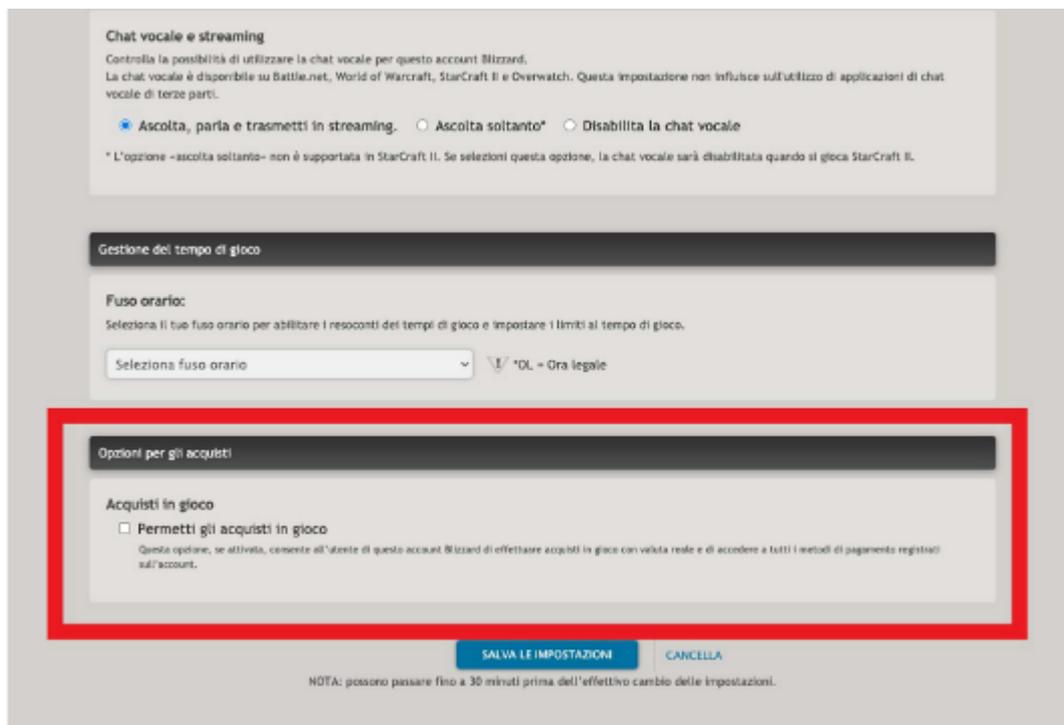
Impegno C. Con riferimento al sistema di *Parental Control*, già presente nei propri negozi *online*, il Gruppo Activision Blizzard, al fine di assicurarsi che siano messi a disposizione di genitori/tutori strumenti adeguati a supervisionare l'utilizzo dei videogiochi da parte di bambini e adolescenti e per prevenire acquisti indesiderati, si impegna ad adottare le seguenti misure:

i) l'email inviata a genitori/tutori durante il procedimento di registrazione degli *account* dei figli minori continuerà a includere un *link* all'interfaccia di gestione del *Parental Control* presente sul negozio *Battle*, nonché un invito al genitore/tutore a conservare la predetta *email* per potere efficacemente e rapidamente gestire in ogni momento il sistema di *Parental Control*;

ii) il professionista si assicurerà che sia richiesto ai genitori/tutori un comportamento attivo e consapevole per consentire ai minori di poter effettuare acquisti *in-game*, prevedendo che la funzione "*Permetti gli acquisti in gioco*" (o analogo dicitura) nell'interfaccia di gestione del *Parental*

Control presente sul negozio *Battle* debba essere volontariamente selezionata dal genitore/tutore (attraverso l'apposizione dell'apposita spunta) e non risulti preselezionata automaticamente (cfr. Figura 5 tratta dalla pagina principale del *Parental Control*).

Figura 5



Il professionista ha precisato che si tratta di un impegno a mantenere in essere sistemi di protezione dei consumatori già offerti dal Gruppo Activision Blizzard.

Impegno D. Infine, il Gruppo Activision Blizzard comunicherà alle piattaforme terze che distribuiscono i videogiochi del Gruppo l'accoglimento degli impegni di cui alle precedenti lettere A, B e C da parte dell'Autorità.

La misura sopra indicata sarà attuata al più presto dopo la comunicazione della decisione dell'Autorità che renda il relativo impegno vincolante per il Gruppo Activision Blizzard, e comunque entro 90 giorni.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

21. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa anche a mezzo *internet*, in data 13 ottobre 2020 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

22. Con parere pervenuto in data 12 novembre 2020, la suddetta Autorità ha ritenuto che il mezzo *internet* sia uno strumento idoneo ad influenzare significativamente la realizzazione della pratica in esame, anche alla luce del fatto che nelle vendite *online* le parole e le immagini utilizzate sul sito *web* assumono una particolare importanza ai fini della scelta di acquisto, ancor più per beni destinati

ai bambini. Il mezzo di comunicazione utilizzato, nel caso di specie, risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che sulla base delle informazioni contenute nei siti del professionista potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, sviluppando così, in concreto, la piena potenzialità promozionale della comunicazione *on-line*.

V. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

23. Gli impegni proposti dal gruppo Activision Blizzard vanno valutati nell'ambito di una tendenza commerciale che ha introdotto all'interno dei videogiochi, destinati anche a bambini e adolescenti, acquisti *in-game* e acquisti tramite *loot-box*¹⁰. Il modello di *business* dei videogiochi si sta gradualmente spostando dalla vendita delle copie di un certo gioco ad un prezzo remunerativo, alla costruzione di un ambiente coinvolgente che induca l'utilizzatore all'acquisto di contenuti e funzionalità all'interno del gioco medesimo. Gli acquisti *in-game* stanno diventando sempre di più una rilevante fonte di remunerazione (se non l'unica come nel caso dei giochi *free to play*) per gli operatori del settore.

24. In tale contesto, poiché i videogiochi sono destinati anche a fruitori vulnerabili come bambini e adolescenti, che possono non avere una chiara consapevolezza dei meccanismi economici e psicologici sottesi agli acquisti *in-game*, è necessaria la massima chiarezza e trasparenza per i consumatori e i genitori circa la possibilità di effettuare tali acquisti. Ciò è tanto più vero in relazione ai videogiochi che contengono acquisti *in-game* sotto forma di *loot-box*, dove l'aleatorietà è un elemento caratterizzante.

25. Ciò posto, l'Autorità ritiene che gli impegni presentati dal gruppo Activision Blizzard siano idonei a sanare i profili di possibile scorrettezza delle pratiche commerciali contestate nella comunicazione di avvio del procedimento del 31 gennaio 2020.

26. Le misure proposte, infatti, offrono concreti elementi per fornire ai consumatori consapevolezza circa le caratteristiche dell'acquisto che stanno per effettuare, o del videogioco che stanno per scaricare, vale a dire che la fruizione del gioco può comportare pagamenti sotto forma di acquisti *in-game* ovvero *loot-boxes*.

27. In questo senso rilevano gli impegni di cui alla **lettera A**, concernenti l'inserimento del pittogramma PEGI nel primo frame della pagina di descrizione del videogioco, in posizione *prominente* e in maniera chiaramente percepibile dai consumatori, accompagnato da una nuova nota esplicativa. Tale impegno assicura che l'utente, prima di acquistare il videogioco, sia immediatamente avvertito che esso offre la possibilità di effettuare acquisti (cfr. Figura 1 con riferimento al videogioco *Overwatch*). Il professionista si impegna, inoltre, ad inserire la versione in lingua italiana del nuovo *disclaimer* introdotto da PEGI che informa i consumatori della presenza di *loot boxes*. L'evidenziazione del pittogramma PEGI e l'inserimento della relativa didascalia contribuiscono a rafforzare la scelta responsabile di acquisto dei consumatori, amplificando l'utilità del sistema PEGI ai fini dell'adozione di decisioni informate da parte dei genitori.

¹⁰ Si fa presente a tal proposito che il sito *internet* PEGI contiene una specifica sezione dedicata agli acquisti *in-game*, nella quale si danno consigli ai genitori circa le modalità per controllare tale tipo di acquisti sulle piattaforme e sui dispositivi utilizzabili dai propri figli (cfr. <https://pegi.info/it/node/50>).

28. Occorre sottolineare che le informazioni sugli acquisti *in-game* verranno fornite ai consumatori non soltanto sullo *store online Battle* (sul quale è possibile procedere all'eventuale acquisto dei giochi), ma anche sui siti del gruppo (compresi i siti generalisti www.activision.com/it e www.blizzard.com/it) destinati alla presentazione e promozione dei videogiochi del gruppo indicati nell'allegato 1 alla dichiarazione di impegni. In tal modo, si assicura che i consumatori possano ottenere tutte le informazioni necessarie sui videogiochi fin dal primo contatto con il professionista, qualsiasi sia il canale utilizzato (*online store* o siti dedicati).

29. Gli impegni appaiono inoltre idonei a sanare la contestazione della comunicazione di avvio del procedimento con riferimento alla circostanza che i giochi *free to play* (come ad esempio il videogioco *Hearthstone*) vengano presentati come gratuiti senza indicazioni sulla presenza di acquisti *in-game*¹¹.

30. Infatti, con l'impegno di cui alla lettera A iv), il professionista si impegna a eliminare le espressioni "*Gioca gratis*" e "*Gratis per tutti*", attualmente poste sul bottone che avvia il relativo *download* del gioco, sostituendole con la dicitura "*Scarica Ora*". Accanto a tale dicitura verranno aggiunte in posizione prominente, così come indicato nei precedenti punti, sia il pittogramma PEGI sugli acquisti *in-game*, sia la didascalia sopra descritta relativa alla presenza di tali acquisti. Il professionista, pertanto, fornisce un'adeguata informativa in una posizione di particolare evidenza che non può sfuggire al consumatore (cfr. Figura 2). Appare inoltre particolarmente apprezzabile l'impegno a realizzare tali modifiche non solo sullo *store Battle* e sui siti dei singoli videogiochi, ma anche sul materiale promozionale distribuito dal gruppo tramite gli *account di social media* di propria titolarità destinati a consumatori di lingua italiana (inclusi nell'Allegato 2 alla dichiarazione di impegni). Tale circostanza consente di fornire ai consumatori tutte le informazioni necessarie sulla presenza di acquisti *in-game* fin dal primo contatto con il professionista, anche qualora esso avvenga tramite i *social media*.

31. Merita rimarcare l'impegno del professionista ad implementare gli impegni proposti anche al di là dei soli videogiochi individuati nella comunicazione di avvio del procedimento. Il gruppo Activision Blizzard, infatti, si impegna ad estendere gli interventi descritti a tutti i videogiochi dalla stessa sviluppati e commercializzati che offrono acquisti *in-game* (elencati nell'Allegato 1 alla dichiarazione di impegni).

32. Il *set* informativo a favore degli utenti e dei genitori viene arricchito e completato dall'impegno di cui alla **lettera B**, riguardante la messa a disposizione di informazioni riguardo alle probabilità di trovare determinati oggetti nelle *loot-boxes* o nei pacchetti di carte. Tali informazioni verranno rese disponibili ai consumatori direttamente nella pagina di dettaglio nel negozio *Battle* dedicata al relativo videogioco a mezzo di una dicitura in caratteri maiuscoli che costituirà altresì un *link* ipertestuale ad una specifica pagina informativa. Gli utenti, pertanto, saranno posti nella condizione di conoscere, prima dell'acquisto di una *loot-box* o di un mazzo di carte, la probabilità di ottenere un certo elemento di gioco.

33. I miglioramenti informativi sopra descritti sono accompagnati da strumenti che consentono ai genitori di supervisionare l'utilizzo dei videogiochi da parte di bambini e adolescenti e di prevenire acquisti indesiderati da parte di questi ultimi (impegni di cui alla **lettera C**). Il gruppo Activision

¹¹ I giochi *free to play* non hanno un costo iniziale di acquisto e possono essere scaricati direttamente dai siti del gruppo Activision Blizzard.

Blizzard continuerà ad includere, nella *e-mail* che invia ai genitori durante il processo di registrazione degli *account* dei figli minori, un *link* all'interfaccia di gestione del *Parental Control* presente sul negozio *Battle*. Il professionista ha fatto presente a tal proposito che tramite il *Parental Control* i genitori possono controllare e impostare numerosissimi parametri di gioco dei propri figli. L'impegno rende estremamente semplice per il genitore tramite un *link* ipertestuale accedere alle funzionalità del *Parental Control*. In tal senso, risulta particolarmente apprezzabile il fatto che la funzione "*Permetti gli acquisti in gioco*" nell'interfaccia di gestione del *Parental Control* debba essere volontariamente selezionata dal genitore, qualora lo desideri, attraverso l'apposizione della spunta, non preselezionata automaticamente. Tale misura appare idonea ad evitare che bambini e adolescenti possano effettuare acquisti all'interno del gioco senza uno specifico consenso da parte dei genitori.

34. Relativamente all'impegno di cui alla **lettera D** – ossia la comunicazione alle piattaforme terze che distribuiscono i videogiochi del gruppo gli impegni di cui ai punti precedenti - il professionista divulga uno *standard* di trasparenza a beneficio dei consumatori italiani che può innescare un processo virtuoso anche da parte di altri operatori del mercato con potenziali benefici per gli utenti nella promozione e vendita di videogiochi che includono acquisti *in-game*.

35. Infine, il gruppo Activision Blizzard si impegna ad implementare le misure di cui sopra al più presto e comunque entro tre mesi dalla comunicazione del provvedimento di accoglimento impegni. L'implementazione degli impegni nel periodo di tempo indicato risulta giustificata dalle esigenze di natura tecnica connesse alla modifica dei siti internet e, peraltro, risulta in linea con i precedenti nel settore dell'Autorità.

36. Gli impegni sopra descritti, complessivamente considerati, per le motivazioni sopra esposte, sono tali da risolvere le violazioni ipotizzate nella comunicazione di avvio del procedimento.

37. Alla luce delle suesposte considerazioni, si ritiene che gli impegni presentati soddisfino i requisiti previsti dall'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo.

RITENUTO che gli impegni presentati dalle società Activision Blizzard Inc., Activision Blizzard International B.V. e Blizzard Entertainment S.a.s., nei termini sopra esposti, siano idonei a far venir meno i possibili profili di scorrettezza delle pratiche commerciali oggetto di istruttoria;

RITENUTO di disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni nei confronti delle società Activision Blizzard Inc., Activision Blizzard International B.V. e Blizzard Entertainment S.a.s.;

RITENUTO, pertanto, di poter chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione;

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti delle società Activision Blizzard Inc., Activision Blizzard International B.V. e Blizzard Entertainment S.a.s., ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, lettera a), del Regolamento, gli impegni dalle stesse società proposti in data 23 marzo 2020, successivamente integrati nelle date 27 luglio e 25 settembre 2020 e sottoposti nella versione consolidata definitiva in data 12 ottobre 2020, come descritti nella dichiarazione allegata al presente provvedimento;

b) di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, lettera a), del Regolamento;

c) che le società Activision Blizzard Inc., Activision Blizzard International B.V. e Blizzard Entertainment S.a.s., entro novanta giorni dalla data di notifica della presente delibera, informino l'Autorità dell'avvenuta attuazione degli impegni.

Ai sensi dell'articolo 9, comma 3, del Regolamento, il procedimento potrà essere riaperto d'ufficio, laddove:

a) il professionista non dia attuazione agli impegni;

b) si modifichi la situazione di fatto rispetto ad uno o più elementi su cui si fonda la decisione;

c) la decisione di accettazione di impegni si fondi su informazioni trasmesse dalle Parti che siano incomplete, inesatte o fuorvianti.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza, l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

Filippo Arena

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

PS11653 - PARCLICK-COMMISSIONE PAYPAL

Provvedimento n. 28453

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 17 novembre 2020;

SENTITO il Relatore, Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la Parte II, Titolo III e la Parte III, Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, e successive modificazioni (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il "Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015, n. 25411;

VISTA la sospensione *ex lege* dei termini nei procedimenti amministrativi, ai sensi dell'articolo 103, del decreto legge 17 marzo 2020, n. 18 e dell'articolo 37, del decreto legge 8 aprile 2020, n. 23;

VISTA la comunicazione, pervenuta in data 20 maggio 2020, integrata in data 9 e 11 giugno 2020 e, da ultimo, in data 10 luglio 2020, con la quale la società Parclick S.L. ha presentato impegni ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. La società Parclick S.L. (di seguito anche la società o il professionista), di diritto spagnolo, in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società svolge, attraverso il sito *www.parclick.it*, attività di confronto e prenotazione di parcheggi privati.

II. LE CONDOTTE

2. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dal professionista nell'ambito dell'attività, svolta attraverso il proprio sito *web www.parclick.it*, di confronto delle caratteristiche e dei diversi prezzi di parcheggi privati, consistente nel richiedere, nel corso del processo di prenotazione del parcheggio prescelto, il pagamento di spese di gestione e un sovrapprezzo in caso di pagamento con modalità *PayPal*.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO: LA PRESENTAZIONE DEGLI IMPEGNI

1) L'iter del procedimento

3. In relazione alle condotte sopra descritte, in data 14 febbraio 2020 è stato comunicato al professionista l'avvio del procedimento istruttorio n. PS11653. In tale sede è stato ipotizzato che la condotta della società Parclick S.L. fosse suscettibile di integrare una violazione degli articoli 20, 21, 22, 62 e 66 *bis* del Codice del Consumo.

4. In particolare, la richiesta da parte del professionista, nel corso del processo di prenotazione, del pagamento di spese di gestione non incluse nel prezzo inizialmente indicato al consumatore sembrava costituire una condotta scorretta in violazione degli articoli 20, 21 e 22 del predetto Codice; infatti, l'iniziale prospettazione di un prezzo diverso, in quanto non comprendente le spese di gestione, rispetto a quello che dovrà essere pagato per i servizi resi dal professionista, poteva ritenersi potenzialmente idonea a ingannare i consumatori e a indurli ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso.

5. L'applicazione delle suddette spese di gestione, nonché del supplemento per l'uso di un mezzo di pagamento elettronico *PayPal*, entrambe richieste nel corso del processo di prenotazione, in aggiunta al prezzo del servizio inizialmente indicato, sembravano integrare violazioni dell'art. 62 del Codice del Consumo.

6. Infine, la previsione, in caso di controversie, di un foro territorialmente diverso rispetto a quello competente appariva in contrasto con l'articolo 66 *bis* dello stesso Codice.

7. Contestualmente alla comunicazione di avvio, al fine di acquisire elementi conoscitivi utili alla valutazione della pratica commerciale in esame, è stato chiesto al professionista, ai sensi dell'art.

27, commi 3 e 4, del Codice del Consumo e dell'art. 12, comma 1, del Regolamento, di fornire informazioni in merito alla condotta oggetto di istruttoria.

8. Con comunicazione del 9 marzo 2020, il professionista ha fornito le informazioni richieste nella comunicazione di avvio del procedimento.

9. In data 20 maggio 2020, è pervenuta una proposta di impegni per definire il procedimento senza accertamento dell'infrazione, proposta che è stata successivamente integrata con comunicazioni del 9 e dell'11 giugno 2020 e da ultimo del 10 luglio 2020.

10. In data 3 giugno 2020, è stata richiesta assistenza, ai sensi dell'art. 5, commi 3 e 4, del Decreto Legislativo 9 aprile 2003, n. 70 - recante "*Attuazione della direttiva 2000/31/CE relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società di informazione nel mercato interno, con particolare riferimento al commercio elettronico*" - al *Ministerio de Energía Turismo y Agenda Digital - Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información* (Spagna).

11. In data 15 luglio 2020 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

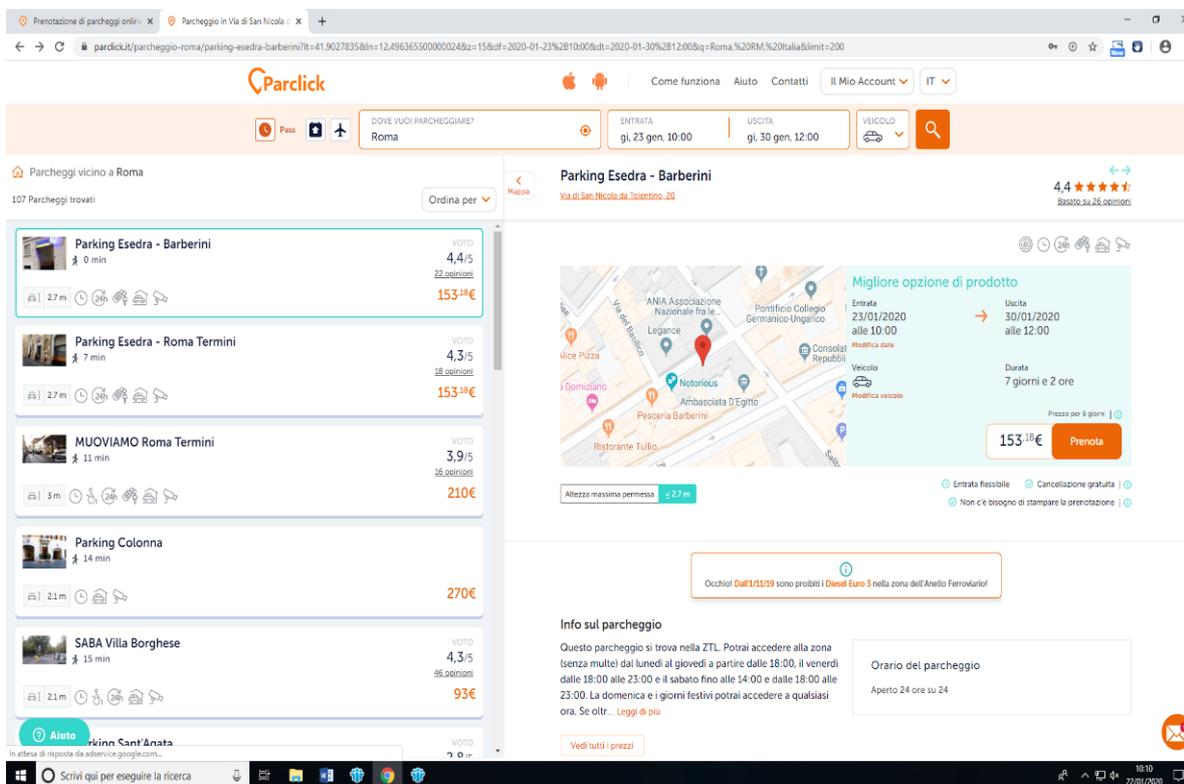
12. In data 17 novembre 2020, l'Autorità ha notificato, ai sensi dell'art. 5, comma 3, lettera b) del citato *Decreto Legislativo. 70/2003*, alla Direzione Generale Mercato Interno della Commissione Europea ed all'Autorità spagnola (*Ministerio de Energía Turismo y Agenda Digital*) la propria intenzione di adottare provvedimenti nei confronti della Società, ai sensi dell'art. 27 del Codice del Consumo.

2) Gli elementi acquisiti e gli impegni del professionista

13. Sulla base delle informazioni acquisite agli atti del procedimento, è emerso che il professionista offre, sul proprio sito *web parclick.it*, la possibilità di confrontare le caratteristiche dei diversi parcheggi privati e i relativi prezzi, prospettando poi, solo nel corso del processo di prenotazione del parcheggio prescelto, il pagamento di spese di gestione e un sovrapprezzo per il pagamento con *PayPal*.

14. Nello specifico, dalle rilevazioni acquisite agli atti del fascicolo e relative ad una simulazione di una prenotazione attraverso il citato sito *web*, è risultato che, una volta scelto il parcheggio, a fronte delle diverse caratteristiche ed i vari prezzi prospettati in relazione alla specifica *location* ed al periodo d'interesse individuati, compare una schermata contenente l'indicazione delle caratteristiche dello stesso e il prezzo della prenotazione (*fig. 1 sotto*):

Fig. 1



15. Successivamente, cliccando su “prenota”, compare una schermata in cui sono indicate anche le spese di gestione che si sommano al prezzo del parcheggio (fig. 2):

Fig. 2

Parclick

I Tuoi Dati

Email: Nome:

Cognome: Città di residenza:

Prefisso: Telefono:

Accetto i [termini e condizioni](#)

INVIA

Scegli il tuo metodo di pagamento

Parking Esedra - Barberini
Via di San Nicola da Tolentino, 20

7 giorni e 2 ore 153,18€
Spese di gestione 3,49€

Totale 156,67€

Ricorda che potrai cancellare/modificare la tua prenotazione solo fino alle **09:00** del **23/01/2020** cliccando su **LE MIE PRENOTAZIONI** nel tuo profilo.
[Consulta la politica di cancellazione](#)

Codice sconto
Ora sappiamo chi sei! Però per poter usare il tuo codice sconto devi fare ancora un altro piccolo passo...

Entrata 23/01/2020 - 10:00
Uscita 30/01/2020 - 12:00
Veicolo Auto

- Non c'è bisogno di stampare la prenotazione
- Entrata flessibile
- Coperto
- Videosorveglianza
- Servizio 24h
- E necessario lasciare le chiavi
- Posto auto garantito

Aiuto

Sorvivi qui per eseguire la ricerca

10:12 22/07/2020

16. Da ultimo, inseriti i propri dati e cliccando su “*invia*”, compare una schermata attraverso la quale il consumatore può scegliere il metodo di pagamento preferito (fig. 3 e 4) e, selezionando la modalità di pagamento *PayPal* (fig. 4), il prezzo inizialmente indicato risulta essere ulteriormente maggiorato di una commissione *PayPal*:

Fig. 3

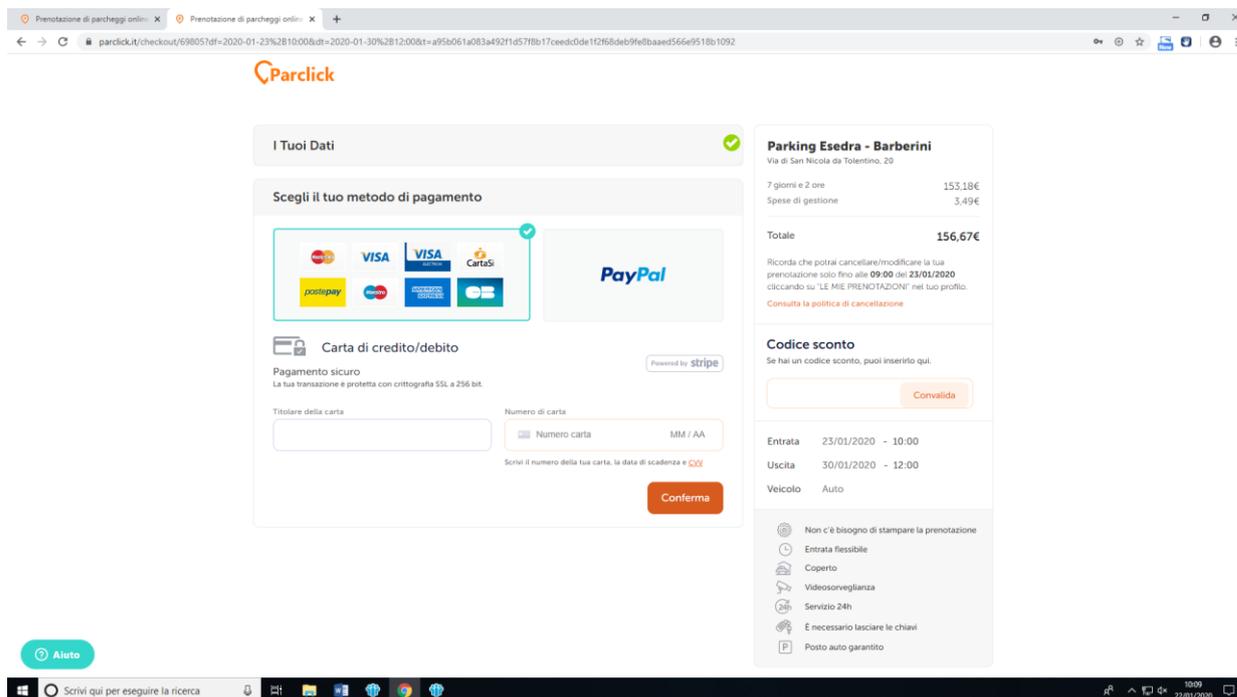
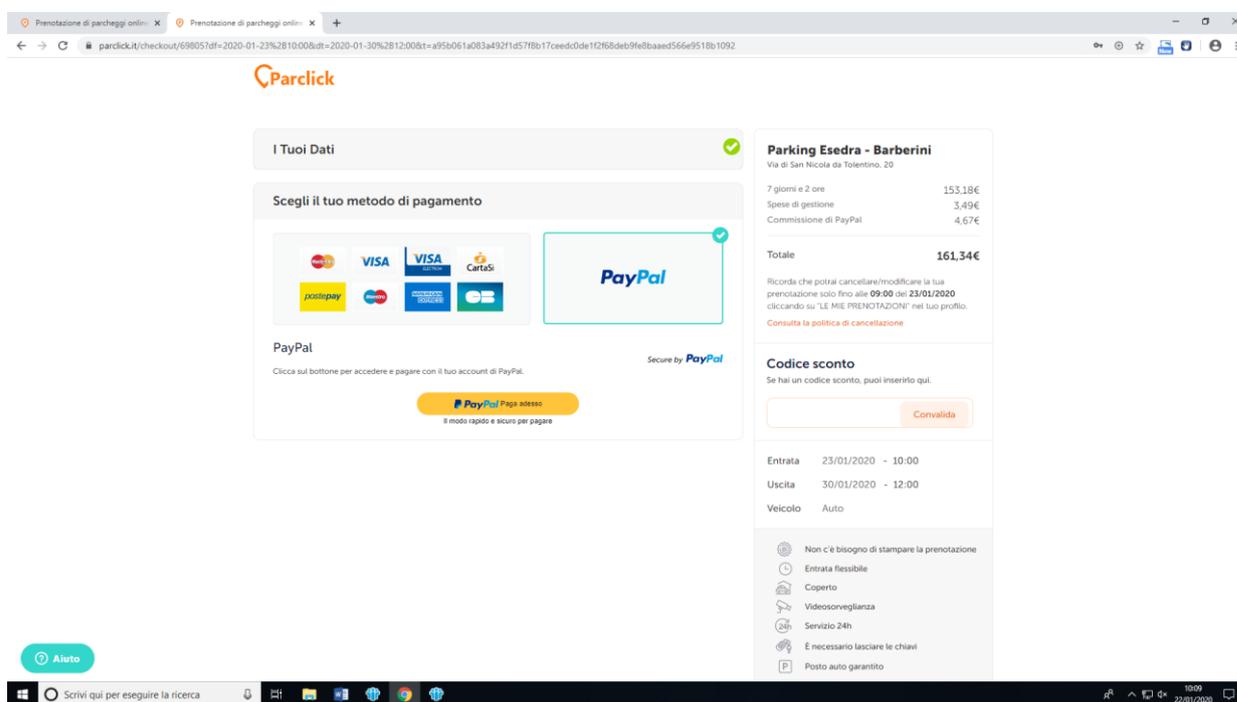


Fig. 4



17. La suddetta maggiorazione, individuata nel dettaglio nelle voci di costo, è riportata espressamente anche nelle “*Condizioni contrattuali e di utilizzo*”, laddove è previsto che “*L’importo finale include: il prezzo della prenotazione, le possibili spese di gestione, le tasse applicabili, le tasse di PayPal nel caso in cui si scelga questa opzione di pagamento e i possibili sconti che possano essere stati applicati. Questa suddivisione viene indicata al Cliente nel momento della conferma della prenotazione e del pagamento, e dovranno essere stati accettati dal Cliente*” (enfasi aggiunta). In un altro passaggio si legge poi che “*L’Utente può effettuare il pagamento della prenotazione tramite: - Carte di credito accettate: American Express, Carta SI, CB, Maestro, MasterCard, Postepay, VISA, VISA Electrón; - PayPal*”, precisando qui che “*Quando un Utente desidera confermare l’acquisto della sua prenotazione tramite il suo account PayPal, PARCLICK addebiterà una tassa addizionale variabile in funzione della quantità totale dell’acquisto effettuato dal Cliente sulla Piattaforma*” (enfasi aggiunta).

18. Il professionista prevede, inoltre, nell’ambito dei “*termini e le condizioni*” prospettate, che “*Qualsiasi controversia che sorga o sia relazionata con l’uso della Piattaforma, sarà sottoposta alla giurisdizione dei tribunali spagnoli della città di Madrid*”.

19. Con comunicazione del 9 marzo 2020, il professionista ha fornito le informazioni richieste nella comunicazione di avvio del procedimento. In particolare, la società ha rappresentato che: i) in relazione al costo della prenotazione del parcheggio, essa si limiterebbe a fornire il prezzo effettivo della prenotazione praticato dal parcheggio con l’aggiunta delle spese di gestione necessarie per mantenere il servizio; ii) le spese di gestione verrebbero indicate nella seconda schermata, quando l’utente interessato all’acquisto del servizio inserisce i dati necessari per calcolare il prezzo, indicando il parcheggio che preferisce, in funzione della localizzazione e del prezzo; iii) l’importo delle spese di gestione applicate sarebbe variabile, in funzione del prezzo della prenotazione; iv) con il servizio *PayPal* l’utente realizzerebbe una transazione sicura, visto che *PayPal* permette di recuperare l’importo versato, in un momento successivo all’autorizzazione del pagamento e persino quando il servizio è già stato realizzato; v) *PayPal* non può essere considerato un mero strumento di pagamento, ma un servizio aggiuntivo a scelta dell’utente, che è realizzato da una società terza autonoma rispetto a *Parclick S.L.*; vi) il servizio di *PayPal* è associato ad una commissione variabile che si aggiunge al prezzo finale e che è stata applicata a partire dal giugno 2017.

20. Ciò premesso, *Parclick S.L.* ha comunicato di aver modificato, dopo la notifica della comunicazione di avvio, la previsione inerente al foro giurisdizionale, adeguandola alle previsioni del Codice del Consumo. In ogni caso, il professionista ha osservato che “*non si è mai materializzata, tuttavia, la necessità, per un utente, di agire in giudizio contro la società*”, perché a fronte di problematiche connesse al servizio la società avrebbe sempre rimborsato il cliente.

21. Con nota pervenuta in data 20 maggio 2020, integrata in data 9 e 11 giugno e, da ultimo, 10 luglio 2020, il professionista ha presentato, ai sensi dell’art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell’art. 9 del Regolamento, una proposta di impegni.

22. In particolare, tali impegni – che nella loro versione definitiva sono allegati al presente provvedimento e ne costituiscono parte integrante – prevedono quanto segue:

1) *informazione sulle spese di gestione*: *Parclick S.L.* si impegna a “*mostrare il prezzo finale complessivo (parcheggio più spese di gestione) subito dopo che l’utente abbia selezionato la città e le date di arrivo e partenza*”. Il nuovo prezzo finale complessivo verrà quindi indicato (i) nella seconda schermata nella lista dei parcheggi e nella mappa e (ii) nella terza schermata, in cui l’utente

ha selezionato il parcheggio. Inoltre, una volta cliccato su “PRENOTA” l’utente potrà, nella quarta schermata, prendere visione di entrambi gli importi in forma individuale (nonché del totale da pagare).

Parclick S.L. è disposta a realizzare la modifica del sito internet *Parclick.it* nei termini di cui sopra “in un termine di un minimo di due settimane dall’approvazione degli impegni da parte dell’Autorità”;

2) *rimozione di PayPal dal sito web*: Parclick S.L. ha già rimosso dal proprio sito il servizio di pagamento di *PayPal* e lo ha eliminato dalle condizioni generali che spiegavano il suo funzionamento.

Inoltre, il professionista si impegna ad offrire, agli utenti (italiani o stranieri) che, avvalendosi del servizio di *PayPal* dal 19 giugno 2017, hanno prenotato un parcheggio (in Italia o all’estero) sul sito *Parclick.it*, un 5% di sconto sulla prossima prenotazione che realizzassero sul medesimo sito *web*. Inoltre, all’esito dell’eventuale approvazione degli impegni il professionista “*procederà ad informare questa Autorità dell’avvenuto adempimento*”;

3) *modifica del foro competente*: Parclick S.L. ha già “*modificato la menzione del foro competente per la risoluzione di possibili controversie giudiziali*”, specificando, sul proprio sito *web*, che nelle controversie sorte con i consumatori “*saranno competenti i tribunali del luogo di residenza o di domicilio del cliente*”.

IV. PARERE DELL’AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

23. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo *Internet*, in data 12 ottobre 2020 è stato richiesto il parere all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell’art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

24. L’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni non ha comunicato il proprio parere entro il termine di trenta giorni dal ricevimento della richiesta e non ha rappresentato ulteriori esigenze istruttorie.

V. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

25. L’Autorità ritiene che gli impegni proposti dal professionista siano idonei a sanare i possibili profili di illegittimità delle condotte contestate nella comunicazione di avvio del 14 febbraio 2020. In particolare, si ritiene che le misure proposte in merito alle informazioni sulle spese di gestione, alla rimozione dal sito *web* aziendale del sistema di pagamento *PayPal* e alla correzione del foro competente siano idonee a rimuovere i possibili profili di scorrettezza delineati in sede di avvio per i motivi di seguito esposti.

26. In particolare, riguardo al primo impegno, la misura che Parclick S.L. intende adottare farà in modo che l’utente sia avvisato, immediatamente dopo aver selezionato la città di interesse e le date di arrivo e partenza, dell’esistenza di spese di gestione, ove applicabili. In forza dell’impegno proposto, il consumatore potrà ottenere un’informazione trasparente e completa sulla composizione del prezzo finale del servizio che sta per acquistare *online*, con il dettaglio degli importi in forma individuale (parcheggio e spese di gestione).

27. In relazione al secondo impegno, la misura consistente nella rimozione del sistema di pagamento *PayPal* dal sito *web* del professionista, che peraltro è già stata attuata *ad cautelam*, consente di

evitare, per il futuro, l'applicazione di supplementi di prezzo in relazione al metodo di pagamento elettronico, di modo che non si ripeteranno situazioni nelle quali il consumatore si trovi a pagare una illegittima commissione non prevista all'inizio dell'iter di prenotazione *online*.

28. Inoltre, l'ulteriore misura che prevede la concessione di uno sconto sulla prenotazione di un parcheggio in favore dei consumatori che in passato hanno dovuto corrispondere il supplemento di prezzo connesso al sistema *PayPal*, risponde alla finalità di ristorare il danno economico da questi ultimi subito.

29. Da ultimo, le modifiche inerenti al foro di competenza, già realizzate dal professionista, sono coerenti con le previsioni di cui all'art. 66 *bis* del Codice del Consumo, laddove è previsto che per le controversie civili inerenti all'applicazione del medesimo Codice *“la competenza territoriale inderogabile è del giudice del luogo di residenza o di domicilio del consumatore, se ubicati nel territorio dello Stato”*.

30. Alla luce delle suesposte considerazioni, si ritiene che gli impegni presentati soddisfino i requisiti previsti dall'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo.

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati dalla società Parclick S.L., nei termini sopra esposti, siano idonei a far venir meno i possibili profili di illiceità delle condotte oggetto di istruttoria;

RITENUTO di disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni nei confronti della società Parclick S.L.;

RITENUTO, pertanto, di poter chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione;

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti della società Parclick S.L., ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, lettera a), del Regolamento, gli impegni dalla stessa società proposti da ultimo in data 10 luglio 2020, come descritti nella dichiarazione allegata al presente provvedimento;

b) di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, lettera a), del Regolamento;

c) che la società Parclick S.L., entro trenta giorni dalla data di notifica della presente delibera, informi l'Autorità dell'avvenuta attuazione degli impegni.

Ai sensi dell'articolo 9, comma 3, del Regolamento, il procedimento potrà essere riaperto d'ufficio, laddove:

a) il professionista non dia attuazione agli impegni;

b) si modifichi la situazione di fatto rispetto ad uno o più elementi su cui si fonda la decisione;

c) la decisione di accettazione di impegni si fondi su informazioni trasmesse dalle Parti che siano incomplete, inesatte o fuorvianti.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

Filippo Arena

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

ACCESSIBILITÀ DEL PAGAMENTO-TUTELA DEL CONSUMATORE

PV14 - AMERICAN EXPRESS-DISCRIMINAZIONE IBAN ESTERI

Provvedimento n. 28457

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 17 novembre 2020;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTO il Regolamento (UE) n. 260/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio che stabilisce i requisiti tecnici e commerciali per i bonifici e gli addebiti diretti in euro e che modifica il Regolamento (CE) n. 924/2009, con particolare riferimento all'art. 9;

VISTO il Decreto Legislativo n. 135/2015, di attuazione dell'art. 11 del Regolamento (UE) n. 260/2012, con particolare riferimento al comma 3 dell'art. 3;

VISTA la Parte II, Titolo III, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*" e successive modificazioni (di seguito, Codice del Consumo) e, in particolare, l'art. 27;

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015;

VISTO il proprio provvedimento del 30 settembre 2020, con il quale, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, in considerazione delle esigenze connesse all'attività di valutazione degli impegni presentati;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. American Express Italia S.r.l. (di seguito Amex) è una società attiva nel settore dei servizi finanziari, di emissione e gestione delle carte di credito. Il bilancio della società relativo all'esercizio chiuso al dicembre 2019 presenta ricavi, calcolati secondo quanto previsto per la determinazione del fatturato degli enti creditizi e degli altri istituti finanziari dall'articolo 5, par. 3, del Regolamento (CE) n. 139/2004 sul controllo delle concentrazioni tra imprese, pari a circa 250 milioni di euro.

II. LA CONDOTTA OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

2. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere da Amex nell'ambito della commercializzazione e gestione dei propri servizi finanziari, consistente nel non consentire alla clientela il pagamento del saldo della propria carta di credito tramite la domiciliazione bancaria su conti correnti accesi presso Banche aventi sede in tutti i Paesi dell'Unione Europea diversi dall'Italia e, quindi, con IBAN con *standard* differenti ed iniziali nazionali differenti da quelle "IT..." proprie delle banche italiane, e nel non rilasciare carte di credito associate a tale tipologia di conti.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

3. A seguito di alcune segnalazioni e di indagini di ufficio¹, in data 4 giugno 2020, l'Autorità ha comunicato ad Amex l'avvio del procedimento istruttorio PV14.

4. In tale sede veniva, in particolare, contestato che Amex non accetta domiciliazioni ed addebiti diretti in conto per il pagamento del saldo delle proprie carte di credito su conti accesi presso istituti bancari aventi sede nel territorio dell'Unione Europea, ma non situati nel territorio nazionale, realizzandosi in tal modo una discriminazione geografica nell'uso dei suddetti strumenti di pagamento (c.d. "*IBAN discrimination*").

5. In data 20 luglio 2020, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, Amex ha presentato impegni² volti a rimuovere i profili di illiceità della condotta oggetto di contestazione.

In data 5 agosto 2020, Amex ha depositato una memoria difensiva³ fornendo altresì le informazioni richieste nella comunicazione di avvio del procedimento.

6. In data 11 settembre 2020, Amex è stata sentita in audizione⁴.

7. In data 8 ottobre 2020, la Parte ha ulteriormente integrato e precisato alcuni aspetti degli impegni proposti all'Autorità⁵.

8. In data 21 ottobre 2020, è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento⁶.

¹ Cfr. doc. nn. 1, 2, 3 e 4.

² Doc. n. 8.

³ Doc. n. 10.

⁴ Doc. n. 11, 12, 13 e 14.

⁵ Doc. n. 17.

⁶ Doc. n. 19.

9. In data 3 novembre 2020, il professionista ha depositato la versione consolidata e non confidenziale dei propri impegni⁷.

2) *Le evidenze acquisite*

10. Le risultanze istruttorie evidenziano che Amex ha avviato da tempo le iniziative finalizzate a consentire la domiciliazione su conti esteri SEPA, sia con riferimento ai sistemi di *back office* (gestione che da fine giugno 2020 avviene in maniera automatizzata), sia per i sistemi di *front end*. In particolare, per quest'ultimo, per la clientela *consumer*, la richiesta di domiciliazione su Iban esteri tramite il canale *online* è gestita da fine giugno 2020 in maniera automatizzata ma limitatamente a 17 Paesi su un totale di 27 Paesi UE dell'Area SEPA.

Inoltre, per quanto riguarda il canale di acquisizione cartaceo (posta, *mail* o vendita diretta), i potenziali clienti possono richiedere qualsiasi prodotto American Express, indicando indifferentemente nell'applicazione un conto corrente con un IBAN SEPA italiano o estero ed Amex riceve, gestisce ed elabora tali richieste in maniera *standard*, analogamente a quanto avviene per le richieste relative a conti correnti nazionali.

Residuano, invece, alcuni casi di lavorazione manuale *ad hoc*:

- 1) *back office*: tutto automatizzato, tranne due tipologie minori di carte corporate;
- 2) le sole attuali eccezioni manuali per il canale *online consumer* riguardano i restanti Paesi fuori del citato gruppo dei 17 per cui la procedura è già automatizzata;
- 3) per il canale "Agenti e telemarketing", nonché per le richieste *online* delle piccole e medie imprese (SBS).

3) *Gli impegni presentati dalla Parte*

11. Con le citate comunicazioni del 20 luglio, dell'8 ottobre e del 3 novembre 2020 Amex ha presentato impegni riguardanti i quattro seguenti profili principali:

I. Aggiornamento dei sistemi e delle procedure di *back-office* e *front-end* esistenti

Amex aggiornerà i sistemi e le procedure di *back-office* e di *front-end* esistenti in modo da introdurre soluzioni completamente automatizzate che consentano, rispettivamente:

- a) ad Amex di acquisire, gestire ed elaborare efficacemente tutti i mandati di addebito diretto SEPA, consentendo a tutti i clienti di pagare il saldo della propria carta di pagamento American Express mediante un addebito diretto SEPA su un conto corrente con un IBAN SEPA italiano o estero di qualsiasi Paese dell'area SEPA per il quale siano disponibili servizi di addebito diretto SEPA;
- b) ai potenziali clienti di richiedere qualsiasi prodotto American Express, attraverso tutti i canali di acquisizione, indicando nell'applicazione un conto corrente con un IBAN SEPA italiano o estero di qualsiasi Paese dell'area SEPA per il quale siano disponibili servizi di addebito diretto SEPA;
- c) ad Amex di acquisire, elaborare e gestire efficacemente in maniera automatizzata tutte le *application* sub lettera b).

II. Modifiche alla documentazione contrattuale e al materiale promozionale di Amex

Amex modificherà la propria documentazione contrattuale ed il materiale promozionale disponibile sul proprio sito *web* (www.americanexpress.com/it/) come segue:

⁷ Doc. n. 20.

a) i termini e le condizioni relativi a tutti i propri prodotti per clienti SBS e corporate prevedranno che i relativi titolari possano indicare e utilizzare indifferentemente qualsiasi conto corrente con un IBAN SEPA di qualsiasi Paese dell'area SEPA per il quale sono disponibili servizi di addebito diretto SEPA;

b) la sezione del sito *web* www.americanexpress.com/it/ dedicata ai prodotti per i consumatori, SBS e corporate informerà i potenziali clienti della possibilità di indicare - in sede di *application* per una carta di pagamento American Express o in qualsiasi momento nel corso del rapporto contrattuale - un conto corrente con un IBAN SEPA italiano o estero di qualsiasi Paese dell'area SEPA per il quale siano disponibili servizi di addebito diretto SEPA. Tale sito *web* istituzionale fornirà, altresì, informazioni su come indicare e utilizzare detti conti correnti.

Ai fini di tale impegno n. II. b), Amex modificherà la pagina accessibile tramite il *link* "Scopri di più" per ciascuna delle carte di pagamento dedicate ai consumatori incluse nella sezione "Carte Personali" del sito di Amex, nonché le pagine per le carte di pagamento SBS e quelle per le carte "Corporate" del sito di Amex.

III. Comunicazioni all'intera base clienti attiva di Amex

Nei limiti di quanto consentito dalla normativa applicabile, Amex invierà una comunicazione a tutti i titolari di una carta di pagamento attiva, inserendo un messaggio *ad hoc* ("messaggio CIP") in due estratti conto consecutivi. Il messaggio CIP:

a) ricorderà al titolare la possibilità di utilizzare un IBAN SEPA di qualsiasi Paese dell'area SEPA per il quale siano disponibili servizi di addebito diretto SEPA;

b) rinvierà alla relativa pagina del sito *web* di Amex citata nell'Impegno II.b, dove il titolare potrà trovare le informazioni necessarie a tal fine.

IV. Comunicazione via e-mail ad un cluster di titolari esistenti e di titolari potenziali

Nei limiti di quanto consentito dalla normativa applicabile, Amex invierà una comunicazione via *e-mail* ("Comunicazione") ai titolari esistenti ed ai titolari potenziali, i cui indirizzi sono presenti nel *database* di Amex, che abbiano chiesto di utilizzare un IBAN SEPA non italiano, ma la cui richiesta non si sia conclusa con l'inserimento del conto corrente bancario richiesto. La Comunicazione conterrà i seguenti elementi:

a) ricorderà al cliente la possibilità di utilizzare un IBAN SEPA di qualsiasi Paese dell'area SEPA per il quale siano disponibili servizi di addebito diretto SEPA;

b) rinvierà alla relativa pagina del sito *web* di Amex citata nell'Impegno II.b, dove il cliente potrà trovare tutte le informazioni necessarie per: (i) indicare, nell'*application* del relativo prodotto American Express, un IBAN SEPA non italiano di qualsiasi Paese dell'area SEPA per il quale sono disponibili servizi di addebito diretto SEPA; (ii) modificare il conto corrente bancario già indicato e in uso con riferimento al proprio prodotto American Express. Ai fini del presente Impegno, per "titolari esistenti" e "titolari potenziali" si intende rispettivamente: a) "Titolari esistenti", le persone che, in seguito alla risposta di Amex alla loro richiesta iniziale, hanno deciso di utilizzare un IBAN SEPA italiano; b) "Titolari potenziali", persone che, in seguito alla risposta di Amex alla loro

richiesta iniziale, hanno deciso di rinunciare a presentare un'applicazione per una carta di pagamento American Express o di sciogliere il proprio rapporto contrattuale con Amex.

12. Gli Impegni saranno attuati con la seguente tempistica:

a) per gli Impegni I, II e III, entro 6 mesi dalla data di notifica del provvedimento di accettazione degli impegni;

b) per l'Impegno IV, entro 7 mesi dalla medesima data.

13. Nel corso dell'audizione dell'11 settembre 2020 e con la documentazione successivamente presentata, Amex ha chiarito quanto segue, in relazione ad alcune specifiche modalità operative e alla tempistica degli impegni:

a) per l'applicazione tramite il canale agenti/*telemarketing* che gestisce i clienti *corporate*, nonché anche *online* per le piccole e medie imprese, la fase di *testing* è stata programmata per ottobre 2020 per poi procedere a regime;

b) per il sito *internet consumer* ("*e-application*") è già operativa la domiciliazione automatica a favore dei consumatori interessati che copre 17 Paesi UE; l'implementazione dell'estensione di tale lista sarà operativa entro il termine comunicato nella proposta di impegni e, auspicabilmente, anche prima in caso di esito positivo delle necessarie fasi di *test*.

IV. VALUTAZIONI

14. In via preliminare, è opportuno sottolineare che l'eliminazione della discriminazione geografica nell'uso di bonifici ed addebiti diretti in euro, quale ostacolo alla piena attuazione del sistema SEPA e, più in generale, alla realizzazione del mercato unico dei pagamenti, rappresenta ed è stata considerata come un obiettivo prioritario a livello europeo⁸.

15. A tale riguardo, l'art. 9 del Regolamento (UE) n. 260/2012 stabilisce, in particolare, che "*Il beneficiario che accetta un bonifico o riceve fondi mediante addebito diretto da un pagatore titolare di un conto di pagamento interno all'Unione non specifica lo Stato membro nel quale è situato tale conto di pagamento, sempre che il conto di pagamento sia raggiungibile conformemente all'art. 3*".

16. Gli impegni presentati da Amex nella loro versione finale appaiono risolutivi ai fini dell'eliminazione della violazione oggetto di contestazione, in quanto consentiranno in futuro agli utenti di procedere in maniera generalizzata all'utilizzo dell'IBAN del proprio conto corrente estero conforme agli standard UE del sistema SEPA allo stesso modo in cui attualmente vengono utilizzati gli IBAN di banche italiane.

Infatti, Amex completerà le modifiche, a carattere permanente, dei propri sistemi di gestione della clientela, che consentiranno ai clienti di pagare il saldo della propria carta di credito tramite conti correnti di istituti bancari aventi sede presso un qualsiasi Stato membro dell'Unione (anche diverso dall'Italia).

La richiesta potrà essere presentata attraverso tutti i canali di contatto a disposizione della clientela ovvero attraverso i seguenti canali:

a) digitale (canale *web*); b) cartaceo; c) agenti (ad esempio *stand* in aeroporto); d) *telemarketing*.

⁸ Nell'ambito della "*Relazione della Commissione al Parlamento europeo e al Consiglio sull'applicazione del regolamento (UE) n. 260/2012*" del 27 novembre 2017 (COM (2017) 683 final), l'eliminazione dell'*iban discrimination* viene definita come la "*la priorità principale della Commissione europea per quanto riguarda l'applicazione del regolamento SEPA*".

In particolare, i nuovi clienti - in relazione a tutti i predetti canali di acquisizione - avranno a disposizione una procedura automatizzata di domiciliazione su qualsiasi conto estero dell'area SEPA.

Gli impegni presentati da Amex renderanno possibile la rimozione di tutte le limitazioni ancora esistenti consentendo ai propri clienti di poter beneficiare di sistemi "completamente automatizzati" per la domiciliazione su IBAN esteri con standard SEPA senza alcuna differenziazione rispetto agli IBAN nazionali.

17. Gli impegni presentati da Amex appaiono, quindi, idonei a rimuovere i profili oggetto di contestazione conformando la condotta della società a quanto stabilito dalla norma comunitaria, in quanto prevedono una modifica globale e di "sistema" su tutte le procedure automatizzate di domiciliazione. Tale modifica dell'architettura dei sistemi di pagamento consentirà, quindi, a tutti i consumatori con conti correnti presso banche estere in ambito UE di richiedere ed ottenere in maniera autonoma la domiciliazione utilizzando tali conti esteri. L'impegno proposto dalla società Amex di modificare i propri sistemi consentirà, infatti, di gestire le richieste in maniera integralmente automatizzata ed indifferenziata, senza dover far ricorso a lavorazioni specifiche. Le domiciliazioni su conti esteri saranno trattate in maniera identica rispetto alle richieste di domiciliazione su IBAN nazionali, senza operare forme di discriminazione che la normativa europea vieta espressamente.

18. Gli impegni prevedono, altresì, una campagna informativa per rendere edotti i consumatori della possibilità di domiciliare i pagamenti su conti esteri. Essa sarà articolata su diversi canali di diffusione, tra cui comunicazioni personalizzate ai clienti.

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati da American Express Italia S.r.l., nei termini sopra esposti, siano idonei a far venir meno i possibili profili di illiceità della condotta oggetto di istruttoria;

RITENUTO di disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni nei confronti della società American Express Italia S.r.l.;

RITENUTO, pertanto, di poter chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione;

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti della società American Express Italia S.r.l., ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, lettera a), del Regolamento, gli impegni dalla stessa società proposti in versione finale in data 3 novembre 2020, come descritti nella dichiarazione allegata al presente provvedimento;

b) di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, lettera a), del Regolamento;

c) che la società American Express Italia S.r.l., entro trenta giorni dalla data di attuazione dell'Impegno IV, informi l'Autorità dell'avvenuta attuazione degli impegni mediante la presentazione di una relazione supportata da riscontri documentali.

Ai sensi dell'articolo 9, comma 3, del Regolamento, il procedimento potrà essere riaperto d'ufficio, laddove:

- a) il professionista non dia attuazione agli impegni;
- b) si modifichi la situazione di fatto rispetto ad uno o più elementi su cui si fonda la decisione;
- c) la decisione di accettazione di impegni si fondi su informazioni trasmesse dalle Parti che siano incomplete, inesatte o fuorvianti.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

*Autorità garante
della concorrenza e del mercato*

Bollettino Settimanale
Anno XXX- N. 48 - 2020

Coordinamento redazionale

Giulia Antenucci

Redazione

Sandro Cini, Valerio Ruocco, Simonetta Schettini,
Manuela Villani
Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato
Ufficio Statistica e Applicazioni Informatiche
Piazza Giuseppe Verdi, 6/a - 00198 Roma
Tel.: 06-858211 Fax: 06-85821256

Web: <http://www.agcm.it>

Realizzazione grafica

Area Strategic Design
