



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXXI - n. 38

**Publicato sul sito www.agcm.it
27 settembre 2021**

SOMMARIO

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE	5
I849 – BANCOMAT - PRELIEVI CONTANTI	
<i>Provvedimento n. 29820</i>	5
OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	7
C12390 - SMURFIT KAPPA ITALIA/RAMI DI AZIENDA DI BURGO GROUP (CARTIERA DI VERZUOLO)	
<i>Provvedimento n. 29815</i>	7
C12391 - AUTOTORINO/IDEA UNO	
<i>Provvedimento n. 29816</i>	11
C12393 - ARNOLDO MONDADORI EDITORE/DE AGOSTINI SCUOLA	
<i>Provvedimento n. 29823</i>	16
ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA	27
AS1788 - RECEPIMENTO DELLA DIRETTIVA UE 2019/790 (DIRETTIVA COPYRIGHT)	27
AS1789 - RECEPIMENTO DELLA DIRETTIVA UE 2018/1808 (DIRETTIVA SMAV)	32
CLAUSOLE VESSATORIE	36
CV194 - GOOGLE DRIVE-CLAUSOLE VESSATORIE	
<i>Provvedimento n. 29817</i>	36
CV195 - DROPBOX-CLAUSOLE VESSATORIE	
<i>Provvedimento n. 29818</i>	50
CV196 - ICLOUD APPLE-CLAUSOLE VESSATORIE	
<i>Provvedimento n. 29819</i>	74

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

1849 – BANCOMAT - PRELIEVI CONTANTI

Provvedimento n. 29820

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 7 settembre 2021;

SENTITO il Relatore, Presidente Roberto Rustichelli;

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

VISTO il Regolamento del Consiglio CE n. 1/2003 del 16 dicembre 2002, concernente l'applicazione delle regole di concorrenza di cui agli articoli 101 e 102 del TFUE;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la propria delibera del 1° dicembre 2020, con la quale è stata avviata un'istruttoria ai sensi dell'articolo 14, della legge n. 287/90, nei confronti di Bancomat S.p.A. per accertare l'esistenza di violazioni dell'art. 101 TFUE in relazione al progetto di un nuovo modello di remunerazione per le operazioni di prelievo in circolarità, sottoposto dalla stessa Bancomat S.p.A. all'Autorità in data 22 ottobre 2020;

VISTI gli atti del procedimento;

VISTA, in particolare, la comunicazione pervenuta in data 28 luglio 2021 con la quale Bancomat S.p.A. ha manifestato l'intenzione di voler modificare in maniera significativa il progetto oggetto del procedimento attraverso l'introduzione di previsioni che incidono sulla trasparenza del nuovo modello nei confronti dei soggetti titolari di carta, sui costi supportati dalle banche che emettono le carte, nonché sulla stessa quantificazione della nuova commissione che andrebbe addebitata ai titolari di carta, prevedendone, tra l'altro, la fissazione di un tetto massimo;

CONSIDERATO che tali modifiche appaiono incidere in maniera significativa sul progetto inizialmente presentato in quanto ne modificano gli elementi principali e imprescindibili e sono, dunque, idonee a configurare un nuovo progetto che sostituisce il progetto oggetto della delibera di avvio;

RITENUTO, pertanto, necessario estendere oggettivamente l'istruttoria alle nuove previsioni introdotte da Bancomat S.p.A. al fine di accertare l'esistenza di violazioni dell'art. 101 TFUE rispetto al nuovo progetto che da tali previsioni discende;

DELIBERA

a) di estendere oggettivamente il procedimento avviato in data 1° dicembre 2020 alle ulteriori previsioni comunicate da Bancomat S.p.A. in data 28 luglio 2021 aventi ad oggetto i profili di trasparenza, di costi per le banche emittenti e di quantificazione della commissione al prelievo;

b) di prorogare al 29 aprile 2022 il termine di conclusione del procedimento;

c) che il responsabile del procedimento è la Dott.ssa Eliana Iorio;

d) la fissazione del termine di giorni trenta, decorrente dalla data di notificazione del presente provvedimento, per l'esercizio, da parte dei rappresentanti legali della Parte ovvero di persone da essa delegate, del diritto di essere sentiti, precisando che la richiesta di audizione dovrà pervenire alla Direzione Credito, Poste e Turismo della Direzione Generale per la Concorrenza di questa Autorità almeno sette giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;

e) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione dalle società nei cui confronti si svolge l'istruttoria, ovvero da persone da esse delegate, presso la Direzione Credito, Poste e Turismo della Direzione Generale per la Concorrenza di questa Autorità.

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

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

C12390 - SMURFIT KAPPA ITALIA/RAMI DI AZIENDA DI BURGO GROUP (CARTIERA DI VERZUOLO)

Provvedimento n. 29815

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 7 settembre 2021;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Smurfit Kappa Italia S.p.A., pervenuta in data 12 agosto 2021;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Smurfit Kappa Italia S.p.A. (di seguito, SKI) è la società a cui fanno capo le attività industriali del gruppo Smurfit Kappa in Italia. SKI è attiva nella produzione e commercializzazione di carte per imballaggio, di carta da macero, di imballaggi in cartone ondulato e in cartoncino litografato e nella progettazione, produzione, installazione, vendita e/o locazione operativa di soluzioni meccanizzate per il confezionamento. SKI è controllata da Smurfit Kappa Group plc (di seguito, SKG), società irlandese a capo dell'omonimo gruppo, attivo su scala globale nel settore della produzione di soluzioni di *packaging* in carta.

Nel 2020, SKI ha generato un fatturato totale di [511-700]* milioni di euro, di cui [511-700] milioni di euro per vendite in Italia, e SKG ha generato a livello mondiale un fatturato di 8,53 miliardi di euro, di cui circa [511-700] milioni di euro per vendite in Italia.

2. Oggetto di acquisizione sono un ramo d'azienda consistente in uno stabilimento per la produzione di carta per ondulatori (di seguito, Stabilimento) e un ramo d'azienda relativo ad un impianto termoelettrico di cogenerazione (di seguito, Impianto), entrambi localizzati in Verzuolo (CN) e nella disponibilità di Burgo Group S.p.A.

Nel 2020 il fatturato complessivo attribuibile ai rami di azienda oggetto di acquisizione è stato di circa [100-511] milioni di euro, di cui [31-100] milioni di euro per vendite in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione in esame consiste nella acquisizione da parte di SKG, per il tramite di SKI, dei rami d'azienda individuati dallo Stabilimento e dall'Impianto.

4. Il contratto di compravendita prevede una clausola di astensione ai sensi della quale, [omissis].

* Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

5. L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parti di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/90.

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 511 milioni di euro e il fatturato realizzato individualmente a livello nazionale da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 31 milioni di euro.

6. La descritta clausola di astensione costituisce una restrizione accessoria all'operazione, in quanto risulta strettamente funzionale alla salvaguardia del valore del ramo d'azienda acquisito e ha una durata limitata nel tempo¹.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

7. La concentrazione interessa il settore della carta per ondulatori con particolare riguardo:

- al mercato della produzione e vendita di carta per ondulatori, in cui opera sia SKG sia lo Stabilimento;
- al mercato a valle della produzione e vendita di fogli di cartone ondulato, in cui opera SKG;
- al mercato a monte della produzione e vendita di carta da macero, in cui opera SKG².

8. La carta per ondulatori (o CCM) individua un insieme di prodotti che costituiscono i principali componenti impiegati nella produzione di fogli in cartone ondulato. La carta per ondulatori comprende i due strati lisci esterni (c.d. *liners*) e lo strato interno ondulato che ha la funzione di dare consistenza e rigidità all'imballaggio (c.d. *fluting*)³. Sia gli strati esterni che quello interno possono essere prodotti con fibre vergini o con fibre riciclate (carta da macero⁴), ovvero con un misto delle due. I fogli di cartone ondulato sono normalmente prodotti utilizzando due strati lisci di carta che contengono almeno una carta ondulata (i fogli possono essere a onda singola, doppia o tripla e le onde si possono distinguere in base all'altezza). I fogli di cartone ondulato sono impiegati principalmente per la produzione di imballaggi destinati alla protezione di vari generi alimentari, di consumo e merci.

9. Secondo l'orientamento nazionale e comunitario, dal punto di vista geografico, il mercato della carta per ondulatori ha dimensione almeno coincidente con il territorio nazionale e tendenzialmente estesa allo spazio economico europeo (nel seguito, SEE)⁵; il mercato dei fogli di cartone ondulato

¹ Cfr. la Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (2005/C 56/03), pubblicata nella Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea del 5 marzo 2005, p. 20 e 26.

² SKG non opera nel mercato del prodotto e geografico dove opera l'Impianto, né in un mercato posto a monte o a valle di tale mercato. Non occorre quindi valutare gli effetti dell'operazione con riguardo all'attività di cogenerazione di energia elettrica.

³ Cfr. anche decisione della Commissione del 23 maggio 2018, caso M.8831, Mondi/Powerflute.

⁴ Utilizzata per la produzione di carta per ondulatori e altri tipi di carta.

⁵ Cfr. provvedimento AGCM n. 16200 del 30 novembre 2006, C8017 - MONDI PACKAGING PAPER/PAPER FACTORY STAMBOLIJSKI e decisione della Commissione, del 23 maggio 2018, caso M8831, Mondi/Powerflute.

ha dimensione sub-nazionale o nazionale⁶ e il mercato della carta da macero ha dimensione almeno coincidente con il territorio nazionale e tendenzialmente estesa allo SEE⁷.

10. Nel caso di specie non è tuttavia necessario giungere alla definizione di eventuali segmenti di prodotto o alla esatta dimensione geografica dei mercati rilevanti in questione, dal momento che una definizione più restrittiva degli stessi non comporterebbe una diversa valutazione dell'operazione sotto il profilo concorrenziale.

11. Quanto agli effetti orizzontali dell'operazione, la quota di mercato aggregata attribuibile alle parti a seguito dell'operazione nel mercato della carta per ondulatori è di circa il [5-10]% in Italia e di circa il [5-10]% nello SEE⁸.

12. L'operazione non è idonea a determinare effetti restrittivi di natura verticale considerato che la quota di SKG nel mercato a valle della produzione e vendita di fogli di cartone ondulato è inferiore al 20%, sia nello SEE che in Italia⁹, e che SKG è solo marginalmente attiva nel mercato a monte della fornitura di carta da macero, con quote di mercato inferiori al 5%, sia in Italia che nello SEE.

13. In virtù di quanto considerato, si ritiene che nei mercati di riferimento l'operazione non avrà effetti pregiudizievoli per la concorrenza, non determinandone modifiche strutturali sostanziali.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sui mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

RITENUTO, altresì, che la clausola sopra descritta è accessoria alla presente operazione, nei limiti sopra indicati, e che l'Autorità si riserva di valutare la stessa, laddove ne sussistano i presupposti, qualora realizzata oltre il tempo e la portata indicata;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

⁶ Cfr. provvedimento AGCM n- 20332 del 23 settembre 2009, C10216 – Iniziative Milanesi/ramo di azienda di Mondi Cartonstrong; provvedimento AGCM 27879 del 17 luglio 2019, I805 - Prezzi del cartone ondulato, §78, 80-82 e 383; e decisione della Commissione, del 23 maggio 2018, caso M8831, Mondi/Powerflute.

⁷ Cfr. decisione della Commissione del 14 novembre 2018, caso M8915, DS Smith/Europac.

⁸ Anche distinguendo tra liner e fluting, la quota combinata delle parti è inferiore al 15% in ciascuno dei due segmenti di prodotto, sia in Italia che nello SEE.

⁹ Vi sono inoltre numerosi stabilimenti produttivi di imprese concorrenti nell'area del nord Italia. Cfr. provvedimento AGCM 27879 del 17 luglio 2019, I805 - Prezzi del cartone ondulato, §80-82.

Il presente provvedimento sarà pubblicato nel Bollettino dell’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

Filippo Arena

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

C12391 - AUTOTORINO/IDEA UNO*Provvedimento n. 29816*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 7 settembre 2021;

SENTITO il Relatore Presidente Roberto Rustichelli;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la notifica della società Autotorino S.p.A., pervenuta il 16 agosto 2021;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Autotorino S.p.A. (di seguito Autotorino) è una società attiva nella distribuzione al dettaglio di autoveicoli per passeggeri, di veicoli commerciali, di ricambi per autoveicoli, nonché nella fornitura di servizi di assistenza *post-vendita* in varie province del Nord Italia, tra cui Milano, Novara e Varese. Marginalmente, Autotorino è attiva anche nella vendita di motocicli nelle province di Cremona, Pordenone, Varese, Trieste e Treviso.

2. Autotorino è controllata da una persona fisica, direttamente e attraverso la società Vanini Holding S.r.l. (di cui detiene il 90% del capitale sociale).

Nel corso del 2020, Autotorino e le società controllate hanno realizzato, interamente in Italia, un fatturato complessivo pari a [1-2]* miliardi di euro.

3. Idea Uno S.r.l. (di seguito anche *target*), controllata da Gest-Auto S.p.A., è una società attiva nella distribuzione al dettaglio di autoveicoli per il trasporto passeggeri e di veicoli commerciali, nelle province di Biella, Milano, Novara, Torino e Varese.

Nelle medesime province, Idea Uno è altresì attiva nella vendita di ricambi per autoveicoli e nella fornitura di servizi di assistenza *post-vendita*.

Infine, Idea Uno è attiva marginalmente: (i) nella vendita di *truck*, tramite un mandato di vendita (che sarà risolto prima della conclusione dell'operazione di concentrazione in esame); (ii) nel noleggio a breve termine presso gli aeroporti di Roma Fiumicino e Milano Malpensa, tramite un contratto di *franchising* (che sarà risolto prima della conclusione dell'operazione di concentrazione in esame).

4. Nel 2020, la società *target* ha realizzato, interamente in Italia, un fatturato pari a [100-511] milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

5. L'operazione in esame consiste nella vendita da parte di Gest-Auto S.p.A. ad Autotorino delle quote rappresentative dell'intero capitale sociale di Idea Uno.

* Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

6. Il preliminare di acquisto prevede un patto di non concorrenza in forza del quale Gest-Auto si obbliga per sé, nonché per conto di altre società appartenenti al medesimo gruppo societario e di persone fisiche e giuridiche comunque riconducibili alla medesima, per un periodo di due anni a partire dalla data del *closing*, a non avviare, proseguire o comunque gestire, direttamente o indirettamente, sia per conto proprio che di terzi, attività in concorrenza con l'attività della *target* negli ambiti territoriali in cui la medesima opera.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

7. L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo esclusivo di imprese, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/90.

8. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 511 milioni di euro e il fatturato realizzato individualmente a livello nazionale da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 31 milioni di euro.

9. Il patto di non concorrenza descritto nel paragrafo precedente può essere ritenuto direttamente connesso e necessario alla realizzazione dell'operazione di concentrazione in esame, in quanto funzionale alla salvaguardia del valore dell'impresa acquisita, a condizione che esso non impedisca al venditore di acquistare o detenere azioni a soli fini di investimento finanziario¹.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

10. Dal punto di vista merceologico, i settori interessati dall'operazione in esame sono quelli in cui opera la società oggetto di acquisizione, ossia quelli *(i)* della distribuzione al dettaglio di autoveicoli per passeggeri, *(ii)* di veicoli commerciali, *(iii)* di ricambistica per tali veicoli e *(iv)* della fornitura di servizi di assistenza *post-vendita*.²

11. La distribuzione di autoveicoli e di veicoli commerciali viene effettuata dai concessionari ai consumatori finali. Le case produttrici commercializzano, infatti, le proprie vetture attraverso imprese di distribuzione (società controllate o operatori terzi) le quali, a loro volta, si avvalgono di una rete di concessionari che svolgono attività di vendita alla clientela.

Nell'ambito di tali settori merceologici, possono individuarsi diversi segmenti, distinguendo in particolare in base alle prestazioni, alle dimensioni e al prezzo (nel caso delle auto passeggeri) e in base alla portata in quintali (nel caso dei veicoli commerciali). Tuttavia, frequentemente i concessionari distribuiscono diverse tipologie di prodotto (utilitarie, categoria media, categoria superiore, ecc, nel caso delle auto; in tale ambito, le differenze sono andate riducendosi negli anni in ragione della tendenza delle case automobilistiche a offrire sempre più accessori anche per le auto

¹ Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle operazioni di concentrazione (2005/C 56/03) pubblicata in GUCE del 5 marzo 2005.

² *Cfr.*, da ultimo, C12240 – AUTOTORINO/NEACAR-KENDO, Provvedimento n. 27835, in Bollettino n. 29/2019.

di media e piccola cilindrata). Ai fini della presente operazione, comunque, non appare necessario addivenire a un'esatta delimitazione merceologica dei mercati in questione.

12. Nell'ambito del settore della commercializzazione al dettaglio di parti e accessori di ricambio per autoveicoli passeggeri e veicoli commerciali, è possibile individuare due categorie di prodotto, i ricambi originali e quelli equivalenti (ossia di qualità corrispondente). I pezzi di ricambio originali vengono commercializzati con il marchio della casa automobilistica; la ricambistica equivalente è invece fornita da operatori indipendenti del settore della componentistica (che possono anche rifornire le stesse case automobilistiche). I prezzi delle parti di ricambio equivalenti presentano un livello significativamente inferiore, che varia anche a seconda della tipologia di ricambio considerato.

Tuttavia, dal lato della domanda, si registra una significativa sostituibilità tra ricambi originali ed equivalenti di qualità corrispondente (variabile in funzione dell'età e della classe economica di appartenenza del veicolo, nonché del tipo di ricambio). Dal lato dell'offerta, inoltre, i centri di assistenza delle case automobilistiche (generalmente concessionarie e officine autorizzate) possono distribuire al dettaglio ricambi sia originali che equivalenti.

13. Quanto, infine, ai servizi di assistenza *post-vendita*, essi si caratterizzano per una forte polverizzazione dell'offerta. Tali servizi, infatti, possono essere offerti da diverse tipologie di operatori quali officine e concessionari rivenditori autorizzati, officine indipendenti, stazioni di servizio, centri auto specializzati, servizi rapidi di assistenza (l'attività di assistenza in garanzia viene invece effettuata dagli stessi concessionari delle case automobilistiche ovvero da altri soggetti da queste autorizzati).

Il mercato geografico

14. Per quel che riguarda la rilevanza geografica, la dimensione dei mercati sopra individuati può ritenersi locale. Tale ipotesi trae fondamento dai comportamenti di acquisto dei consumatori e, in particolare, dall'importanza da questi attribuita alla prossimità dei punti di vendita e assistenza.

15. Nei diversi precedenti relativi ai mercati in questione,³ l'Autorità ha definito i mercati locali sulla base dei confini amministrativi, individuando mercati aventi dimensione provinciale. Nel caso di specie, in considerazione dell'ambito di operatività della società oggetto di acquisizione, i mercati geografici interessati riguardano le province di Biella, Milano, Novara, Torino e Varese.

16. In alternativa, è possibile definire gli ambiti locali tenendo conto della dimensione dei bacini di utenza dei singoli punti vendita delle imprese interessate e della propensione alla mobilità dal lato della domanda. A tale riguardo, la parte notificante, sulla base dei dati di vendita dei concessionari oggetto di acquisizione e della propria esperienza, ritiene che sia possibile ipotizzare l'esistenza di un bacino di utenza individuato dalle aree site intorno ai concessionari oggetto di acquisizione percorribili in 40 ovvero 60 minuti di tragitto in macchina per i mercati *sub (i)* e *(ii)* e in 20 minuti di tragitto in macchina per i mercati *sub (iii)* e *(iv)* (di seguito, le isocrone).

³ Cfr., *ex multis*, C12228 - AUTOTORINO/AUTOSTAR, provvedimento n. 27668, in Bollettino n. 20/2019.

Effetti dell'operazione

Mercato della distribuzione al dettaglio di autoveicoli per passeggeri

17. Come detto, in considerazione dell'attività della società *target*, gli ambiti geografici dei mercati interessati dalla presente operazione corrispondono alle province di Biella, Milano, Novara, Torino e Varese. In tali ambiti, nel mercato della distribuzione al dettaglio di autoveicoli per passeggeri, la quota di mercato di Idea Uno risulta sempre molto contenuta (pari, in particolare, al: [5-10]% nella provincia di Biella; [inferiore a 1]% in quella di Milano; 10,1 [10-15]% in quella di Novara; [1-5]% in quella di Torino; [5-10]% nella provincia di Varese).⁴ Il Gruppo Autotorino è attivo nelle province di Milano, Novara e Varese, in cui - a seguito dell'operazione in esame - deterrà quote di mercato pari, rispettivamente, al [1-5]%, [20-25]% e [25-30]%.

18. Se la dimensione geografica di tali mercati fosse basata su *isocrone* di 40/60 minuti costruite intorno alle filiali di Idea Uno, nelle due province in cui la quota *post-merger* è superiore al 20% (Novara e Varese), il Gruppo Autotorino deterrebbe quote pari, nella provincia di Novara, al [20-25]% (isocrona di 40 minuti) e al [10-15]% (isocrona di 60 minuti) e, nella provincia di Varese, al [10-15]% (isocrona di 40 minuti) e al [10-15]% (isocrona di 60 minuti).

19. In tali mercati sono presenti numerosi e qualificati concorrenti.

Mercato della distribuzione al dettaglio di autoveicoli commerciali

20. Nel mercato della distribuzione al dettaglio di autoveicoli commerciali, il Gruppo Autotorino è attivo, in misura marginale, unicamente nelle province di Milano e Varese. Considerando l'attività di Idea Uno in tali ambiti geografici, la quota detenuta dal Gruppo Autotorino a seguito dell'operazione in esame sarà pari, rispettivamente, a meno dell'1% (quota che risulta invariata anche delimitando il mercato geografico sulla base delle isocrone) e al [15-20]% (pari, tuttavia, a meno del 5% includendo le concessionarie dei concorrenti situate entro un raggio di 40/60 minuti intorno alle filiali di Idea Uno).

Mercato della distribuzione al dettaglio di ricambistica per autoveicoli

21. Nel mercato della distribuzione al dettaglio di ricambistica per autoveicoli, il Gruppo Autotorino è attivo nelle province di Milano, Novara e Varese. In tali mercati, la quota di mercato detenuta da Autotorino a seguito dell'operazione in esame sarà sempre inferiore al 10%, in presenza di numerosi e qualificati concorrenti.

Mercato dell'assistenza, manutenzione e riparazione di autoveicoli

22. Da ultimo, nel mercato dell'assistenza, manutenzione e riparazione di autoveicoli il Gruppo Autotorino è presente nelle province di Milano (con una quota inferiore all'1%), Novara (con una quota pari al [1-5]%) e Varese (con una quota pari al [1-5]%). In considerazione dell'attività limitata della *target* in tali province e della presenza di numerosi e qualificati concorrenti, il gruppo

⁴ La parte notificante ha fornito le quote di mercato indicate di seguito sulla base di UNRAE. Le stime di mercato relative alle *isocrone* si basano, invece, sui dati che le parti sono riuscite a elaborare e afferiscono alle aree (*i.e.* province) nelle quali sono presenti. In ogni caso, laddove fossero state considerate anche le province in cui le parti non sono presenti, le quote di mercato delle stesse sarebbero inferiori.

acquirente deterrà in tali ambiti geografici quote di mercato *post-merger* molto contenute (mai superiori al 10%).

23. In virtù di quanto considerato, si ritiene che nei mercati di riferimento l'operazione non avrà effetti pregiudizievoli per la concorrenza, non determinando modifiche sostanziali nella struttura concorrenziale degli stessi.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non comporta, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nei mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il provvedimento sarà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

Filippo Arena

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

C12393 - ARNOLDO MONDADORI EDITORE/DE AGOSTINI SCUOLA

Provvedimento n. 29823

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 21 settembre 2021;

SENTITO il Relatore, Presidente Roberto Rustichelli;

VISTO il Regolamento (CE) n. 139/2004 del Consiglio, del 20 gennaio 2004, relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione della società Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. pervenuta in data 25 agosto 2021;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Arnoldo Mondadori Editore S.p.A., (di seguito, "Mondadori") è una società attiva nei settori dell'editoria di libri e di periodici. Per il tramite delle società Mondadori Education S.p.A. e Rizzoli Education S.p.A., Mondadori opera con numerosi marchi nell'editoria di testi scolastici.

Mondadori è quotata al Mercato MTA, segmento STAR organizzato e gestito dalla Borsa Italiana S.p.A., e controllata dalla società Finanziaria d'Investimento Fininvest S.p.A., con una partecipazione al capitale sociale pari al 53,299%. Fininvest è a capo di un gruppo attivo, oltre che nel settore dell'editoria libraria e periodica, anche in quello del cinema, della raccolta pubblicitaria e della televisione commerciale.

Nel 2020 Fininvest S.p.A. ha realizzato, a livello mondiale, un fatturato di 3,46 miliardi di euro, di cui [2-3]* in Italia. Mondadori, nel 2020, ha realizzato, a livello mondiale, un fatturato consolidato pari a 744 milioni di euro, di cui [511-700] in Italia.

2. De Agostini Scuola S.p.A. (di seguito DeA Scuola) è una società attiva, prevalentemente in Italia, nell'editoria scolastica adozionale, parascolastica, accademica e professionale e di dizionari con diversi marchi, tra cui *DeA Scuola*, *De Agostini* e *Utet Università*.

DeA Scuola è controllata al 100% da De Agostini Editore S.p.A. (di seguito De Agostini Editore), società aderente al Gruppo IVA B&D Holding.

Il fatturato realizzato nel 2020 a livello mondiale da DeA Scuola è stato pari a 70,8 milioni di euro, di cui [31-100] milioni in Italia.

* Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione comunicata consiste nell'acquisto, da parte di Mondadori, dell'intero capitale sociale di DeA Scuola¹.

4. Le Parti hanno previsto un patto di non concorrenza in capo a De Agostini Editore per effetto del quale quest'ultima, per un periodo di *[omissis]* anni dalla data di esecuzione dell'operazione, non potrà esercitare in alcuna parte del territorio italiano - nemmeno per il tramite di interposta persona o di società controllata, direttamente o indirettamente, in proprio o per conto di terzi, a titolo oneroso o gratuito in qualsiasi modalità e forma - un'attività commerciale in concorrenza con l'attività svolta da DeA Scuola, in particolare, nei mercati dell'editoria scolastica, parascolastica e universitaria.

5. Le Parti hanno inoltre previsto un divieto di storno di dipendenti in capo a De Agostini Editore per un periodo di *[omissis]* anni dalla data di esecuzione dell'operazione. In particolare, nel suddetto periodo De Agostini Editore non potrà, nemmeno per il tramite di interposta persona o di società controllata, direttamente o indirettamente, in proprio o per conto di terzi, a titolo oneroso o gratuito in qualsiasi modalità e forma, incoraggiare, indurre o istigare, nemmeno indirettamente, alcun dipendente o collaboratore di DeA Scuola a dimettersi o altrimenti recedere dal rapporto che li legherà alla stessa DeA Scuola.

6. Sono infine previsti due distinti accordi di licenza in forza dei quali De Agostini Editore concede a DeA Scuola la sub-licenza esclusiva, non trasferibile e non sub-licenziabile rispettivamente dei marchi *De Agostini* e *Utet Università* (nonché del relativo nome a dominio *utetuniversita.it*), limitatamente all'attività del licenziatario svolta nel territorio nazionale e nel settore dell'editoria scolastica.

[Omissis].

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

7. L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di un'impresa, costituisce una concentrazione, ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/90. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1, del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 511 milioni di euro e il fatturato totale realizzato individualmente, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, da almeno due delle imprese interessate, è stato superiore a 31 milioni di euro.

8. Il patto di non concorrenza, il divieto di storno di dipendenti e gli accordi di licenza sopra descritti possono essere qualificati come accessori alla concentrazione comunicata nella misura in cui contengono restrizioni direttamente connesse alla realizzazione dell'operazione e ad essa necessarie².

¹ L'operazione di compravendita della società De Agostini Scuola S.p.A. potrebbe essere effettuata da altra società controllata da Mondadori e, in particolare, dalla società Mondadori Libri S.p.A..

² Si veda "Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (G.U.C.E. 2005/C-56/03 del 5 marzo 2005)", par. 36.

IV. VALUTAZIONI

IV.1 Il settore dell'editoria scolastica e parascolastica

9. Al settore dell'editoria scolastica afferiscono tutte le attività relative alla produzione e distribuzione dei testi utilizzati nelle scuole primarie e secondarie di primo e secondo grado (c.d. libri adozionali).

L'editoria parascolastica riguarda invece materiali con contenuti didattici - quali quaderni operativi, libri per i compiti delle vacanze, libri per i test Invalsi e classici e testi di narrativa per edizioni scolastiche - che svolgono essenzialmente una funzione ancillare rispetto ai temi ed ai contenuti trattati dai libri di testo scolastici.

IV.1.1 Il quadro regolamentare

10. Sotto il profilo regolamentare rileva in primo luogo ricordare che, ai sensi del Decreto Legislativo 16 aprile 1994, n. 297, recante "*Approvazione del testo unico delle disposizioni legislative vigenti in materia di istruzione, relative alle scuole di ogni ordine e grado*", i libri di testo sono adottati dal collegio dei docenti, in base alle richieste dei singoli docenti veicolate attraverso i consigli di classe e di interclasse. Il processo adozionale si svolge tra i mesi di febbraio e maggio di ciascun anno, a valere sull'anno scolastico successivo.

11. Inoltre, ai sensi dell'art. 15 del Decreto Legge 25 giugno 2008, n. 112 riguardante "*Disposizioni urgenti per lo sviluppo economico, la semplificazione, la competitività, la stabilizzazione della finanza pubblica e la perequazione tributaria*" convertito, con modificazioni, dalla legge 6 agosto 2008, n. 133, i libri di testo sviluppano i contenuti essenziali delle Indicazioni nazionali dei piani di studio di fonte ministeriale³; il Ministro dell'istruzione, con decreto di natura non regolamentare, determina altresì il prezzo dei libri di testo della scuola primaria e i tetti di spesa dell'intera dotazione libraria per ciascun anno della scuola secondaria di I e II grado, nel rispetto dei diritti patrimoniali dell'autore e dell'editore.

12. Da ultimo rileva considerare che le modalità di pubblicazione dei libri di testo sono disciplinate dal D.M. 781/2013, il quale individua le seguenti modalità per l'adozione di libri di testo e risorse digitali integrative: libro di testo in versione cartacea accompagnato da contenuti digitali integrativi (Modalità mista di tipo A); libro di testo in versione cartacea e digitale accompagnato da contenuti digitali integrativi (Modalità mista di tipo B); libro di testo in versione digitale accompagnato da contenuti digitali integrativi (Modalità mista di tipo C).

IV.1.2 La realizzazione e distribuzione dei libri di testo e del materiale parascolastico

13. Al di là del differente impatto del quadro regolamentare, sopra descritto, che rileva solo per i libri di testo, le filiere della produzione e distribuzione dei testi scolastici e del materiale parascolastico risultano del tutto affini.

14. Il processo di ideazione e pubblicazione di un testo con contenuti a scopo didattico (che generalmente include anche illustrazioni, riproduzioni, fotografie, mappe e tabelle, nonché contenuti con finalità esercitative) presenta una certa complessità e coinvolge gruppi di lavoro composti da

³ Le Indicazioni nazionali sono previste dal D.M. 254 del 16 novembre 2012 per le scuole del primo ciclo di istruzione (primaria e secondaria di primo grado), mentre quelle per la scuola secondaria di secondo grado sono disponibili al link <https://www.miur.gov.it/scuola-secondaria-di-secondo-grado>.

diverse e qualificate competenze: didattiche, disciplinari, trasversali, digitali, comunicative, grafiche, ecc. Di regola, è l'editore che, tenuto conto delle indicazioni ministeriali, trasferisce all'autore o agli autori le coordinate progettuali imprescindibili dell'opera, unitamente ai criteri da seguire ai fini della realizzazione o dell'aggiornamento di un libro di testo (contenuti, dimensioni, peso e tipologia degli apparati esercitativi, registro linguistico, etc.).

15. In considerazione delle descritte modalità di adozione dei libri di testo, nella filiera dell'editoria scolastica assume particolare rilievo l'attività di promozione, che consiste nell'illustrazione delle principali caratteristiche e dei contenuti dei libri ai docenti, in modo tale che questi ultimi possano valutare se adottarli per l'attività di insegnamento ai propri studenti⁴. Tale attività, in effetti, rileva anche per il materiale parascolastico, che, pur in assenza di un formale meccanismo di adozione, viene comunque selezionato dagli insegnanti, che ne raccomandano l'acquisto.

La promozione viene svolta annualmente nell'arco temporale compreso tra i mesi di febbraio e maggio dai propagandisti presso gli istituti scolastici⁵. I propagandisti sono di regola soggetti indipendenti – inquadrati alternativamente come agenti o come promotori, nonché, con specifico riferimento alla scuola primaria, concessionari – che collaborano con gli editori in forza di accordi contrattuali che attribuiscono loro una specifica area geografica (provinciale o pluriprovinciale) e riconoscono una provvigione normalmente commisurata al volume delle adozioni di libri, ovvero al fatturato generato dalla relativa vendita⁶.

16. Completa la filiera dei libri scolastici e parascolastici la fase della distribuzione, che generalmente ciascun editore svolge per i libri del proprio catalogo (*in house*), nonché, in talune circostanze, anche per i testi di altri editori indipendenti (principalmente editori stranieri che editano libri di testo per lo studio delle lingue) che siano sprovvisti di proprie strutture distributive (in Italia)⁷. In particolare gli editori, una volta raccolte le informazioni relative alle scelte adozionali degli insegnanti, dispongono la stampa dell'opera adottata nelle quantità stimate e provvedono alla gestione logistica dei flussi commerciali⁸ con i rivenditori al dettaglio (librerie, cartolibrerie e piattaforme *online*) e all'ingrosso (grossisti specializzati, i quali acquistano ingenti quantità di libri di testo da più editori per poi rivenderle, a loro volta, prevalentemente alla GDO, ma anche alle librerie, alle cartolibrerie e alle piattaforme *online*⁹).

⁴ L'attività di promozione dei testi scolastici per la scuola secondaria è oggetto del procedimento I848 - *Problematiche concernenti l'attività di promozione nel mercato dell'editoria scolastica*, avviato dall'Autorità con decisione del 1° dicembre 2020.

⁵ A differenza di quanto accade per i libri di varia, nella scolastica non vi è alcuna attività promozionale svolta dagli editori presso i canali di vendita.

⁶ Zanichelli Editore S.p.A. per la promozione si avvale anche di filiali che controlla direttamente (cfr. Provvedimento n. 28474 di avvio del citato procedimento I848).

⁷ La distribuzione di libri è stata più volte oggetto di approfondimento da parte dell'Autorità nell'ambito della valutazione di operazioni di concentrazione: cfr. decisione dell'Autorità del 4 dicembre 2014 nel caso C11975 Emmelibri – Effe2005 Gruppo Feltrinelli/Newco e, più di recente, decisione del 10 marzo 2020 nel caso C12274 EmmeEffe Libri/Centro Libri.

⁸ Si tratta di attività quali la presa in carico degli ordini e la gestione dei resi, la fatturazione, la spedizione degli ordini, la gestione dei rapporti con i clienti. Tali attività si svolgono tra i mesi di giugno e agosto secondo tempistiche predeterminate in considerazione della necessità di rendere disponibili i testi a ridosso dell'inizio di ciascun anno scolastico.

⁹ Marginalmente e isolatamente per la scuola primaria l'attività di distribuzione viene svolta anche da concessionari, i quali dispongono di depositi propri e gestiscono in autonomia e a proprio rischio la fase della vendita e, come anticipato, spesso svolgono anche attività di promozione.

Per quanto riguarda la definizione dei rapporti economici, l'editore applica ai rivenditori (sia all'ingrosso che al dettaglio) uno sconto rispetto al prezzo di copertina, inteso a remunerare le funzioni dagli stessi svolte, mentre lo sconto eventualmente applicato dai rivenditori (tipicamente le catene della GDO) ai clienti finali rappresenta un onere a carico dei rivenditori stessi.

IV.2 I mercati rilevanti

17. Con riguardo alla definizione dei mercati rilevanti ai fini della valutazione della presente operazione, in primo luogo si osserva che la produzione e vendita di testi adozionali e di materiale parascolastico afferiscono a mercati distinti, benché tra loro interconnessi in ragione della funzione ancillare che il materiale parascolastico ricopre nei confronti dei libri di testo.

18. In merito ai testi adozionali, in alcune precedenti decisioni sia l'Autorità¹⁰ che la Commissione¹¹, in considerazione delle relazioni di sostituibilità che possono svilupparsi dal lato dell'offerta, hanno ritenuto che i libri di testo per le scuole di ogni ordine (*i.e.* scuola primaria, scuola secondaria di primo grado e scuola secondaria di secondo grado) appartenessero ad un unico mercato rilevante.

D'altra parte, la stessa Autorità in altri casi¹² ha distinto il mercato dell'editoria di testi per la scuola secondaria di primo e secondo grado da quello dell'editoria di libri per la scuola primaria in considerazione della diversa regolamentazione relativa, in particolare, alla definizione del prezzo dei libri e della distinzione tra i soggetti sui quali ricade l'onere economico dell'acquisto: le famiglie nella scuola secondaria e le amministrazioni comunali nella scuola primaria.

19. Al riguardo, si osserva che le vendite di libri per la scuola secondaria rappresentano il [80-90]% delle vendite complessive di testi scolastici (vedi infra tabella 1); di conseguenza, il relativo mercato risulta in larga misura sovrapponibile all'intero mercato della scolastica.

20. In ogni caso, l'opportunità di distinguere i mercati in relazione agli ordini scolastici (mantenendo la scuola primaria separata dalla secondaria) è suggerita dalla circostanza per cui l'attività di gran parte degli editori italiani è specializzata o comunque focalizzata su un determinato ordine di scuola e, per conseguenza, i due ambiti merceologici presentano una struttura dell'offerta parzialmente differente (vedi infra tabelle 2 e 3). Infatti, i principali editori di testi per la scuola primaria (Giunti, Raffaello, Eli, Il Capitello) hanno un ruolo del tutto marginale nell'offerta di testi per la scuola secondaria. Per contro, il primo operatore nell'offerta di libri per la scuola secondaria (Zanichelli) è praticamente assente dal mercato della primaria. Analogamente, DeA Scuola, che nella secondaria è il quarto operatore, con una quota del [10-15]%, nella primaria appartiene alla frangia degli operatori minori con una quota del [1-5]%. Solo Pearson e Mondadori sono presenti con quote significative in entrambi gli ambiti merceologici.

21. Pertanto, dal punto di vista merceologico, il mercato rilevante ai fini della valutazione della presente operazione è quello dell'editoria scolastica per la scuola secondaria.

¹⁰ Cfr. C5191 Istituto Geografico Libri/Tramontana-Markes Editore del 1998; C6584 Edmond Le Monnier/Texto del 2004; C7712 Pearson/Paravia Bruno Mondadori Editori del 2006; C12023 Arnoldo Mondadori Editore/Rcs Libri n. 25807 del 21 gennaio 2016. In tale ultimo caso, in particolare, l'Autorità, in relazione ai testi adozionali, ha escluso già in fase I che l'operazione potesse determinare la costituzione di una posizione dominante e, per tale ragione, il mercato non è stato oggetto di approfondimento istruttorio nella fase II, che invece ha riguardato altri mercati dell'editoria.

¹¹ Cfr. decisione della Commissione del 7 gennaio 2004 nella concentrazione M.2978 Lagardere/Natexis/Vup.

¹² Cfr. decisione dell'Autorità del 24 aprile 2008 nel caso I692 *Mercato della scolastica* e la citata decisione dell'Autorità nel caso I848.

22. Infine, le evidenze disponibili non suggeriscono la necessità di procedere ad un'ulteriore segmentazione con riguardo ai libri digitali, i quali hanno ancora una presenza del tutto marginale. Infatti, a fronte della citata previsione legislativa in merito alle modalità di pubblicazione dei libri di testo, secondo i dati resi disponibili da AIE per l'anno 2020, il 94% dei testi viene adottato in versione cartacea accompagnato da contenuti digitali integrativi.

23. Dal punto di vista geografico, sia il mercato dell'editoria scolastica per la scuola secondaria sia quello dell'editoria parascolastica presentano ampiezza nazionale in considerazione della circostanza per cui l'universo di riferimento è rappresentato dai lettori di lingua italiana, nonché della specificità nazionale della descritta regolamentazione.

IV.3 Struttura e caratteristiche dei mercati

IV.3.1 Il mercato dell'editoria scolastica

24. Nell'ultimo triennio il valore dell'offerta di libri di testo scolastici ha mostrato un'ampiezza pressoché stabile – sia nel complesso, sia con riferimento alla distinta articolazione tra scuola primaria e secondaria - attestandosi, nel 2020, su un valore complessivo di [700-800] milioni di euro (cfr. tabella 1).

Tabella 1: Mercato dell'editoria scolastica – valore (milioni)

	Scuola primaria	Scuola secondaria	Totale
2018	[90-100]	[600-700]	[700-800]
2019	[90-100]	[600-700]	[700-800]
2020	[90-100]	[600-700]	[700-800]

Fonte: AIE: Stima di mercato di editoria scolastica, giugno 2021

25. Su tale andamento incide fondamentalmente il *trend* decrescente della popolazione scolastica, che (secondo i dati ISTAT più aggiornati sul punto¹³) nell'anno scolastico 2018/19 ha registrato una flessione di oltre 77.000 unità, che rappresentano poco meno dell'1% dei circa 8,5 milioni di studenti presenti in tutti gli ordini scolastici. Peraltro, la particolare incidenza della contrazione nei cicli scolastici iniziali (- 40.000 studenti nella scuola dell'infanzia) lascia prevedere per il futuro una contrazione ancora più accentuata¹⁴.

In tale contesto, la domanda di libri dipende sostanzialmente dalle decisioni dei docenti di sostituire i testi in adozione.

26. Dal lato dell'offerta, l'editoria scolastica presenta un grado di concentrazione piuttosto elevato, anche per effetto di alcune operazioni di aggregazione che nel tempo si sono succedute¹⁵.

¹³ Cfr. ISTAT, *Annuario Statistico Italiano 2020*, Capitolo 7 (<https://www.istat.it/it/files/2020/12/C07.pdf>).

¹⁴ In prospettiva, secondo quanto dichiarato dal Ministro dell'Istruzione alle Commissioni riunite Cultura e Istruzione, nei prossimi dieci anni la riduzione sarà pari a 1,4 milioni di studenti, pari a circa il 17% degli iscritti di oggi (www.ansa.it/sito/notizie/topnews/2021/05/04/bianchi-tra-10-anni-14-milioni-di-studenti-in-meno_85d301100c46-4522-98ba-78ad6d09cde3.html).

¹⁵ Tra le più rilevanti si ricordano: l'acquisizione nel 2016 di Istituto Italiano Edizioni Atlas da parte di Zanichelli Editore S.p.A.; l'acquisizione sempre nel 2016 dell'attuale Rizzoli Education da parte del Gruppo Mondadori (cfr. C12023, cit.); l'acquisizione nel 2018 di S.E.I. (Società Editrice Internazionale S.p.A.) da parte di La Scuola S.p.A.; l'acquisizione nel dicembre 2020 della casa editrice Cetem-Principato da parte di Eli S.r.l.

Al netto degli effetti delle menzionate operazioni di crescita esterna, le quote di mercato dei singoli operatori risultano alquanto stabili nel tempo. La tabella 2 di seguito riportata mostra la struttura del mercato dell'editoria scolastica per la scuola secondaria ricostruita a partire dai dati AIE relativi alle adozioni¹⁶. Circa il [70-80]% dell'offerta risulta concentrato in capo ai primi quattro operatori.

Tabella 2: mercato dell'editoria per la scuola secondaria – quote 2018 – 2020

	2018		2019		2020	
Gruppi editoriali	Sezioni	%	Sezioni	%	Sezioni	%
Zanichelli-Loescher-Atlas	[omissis]	[25-30]%	[omissis]	[25-30]%	[omissis]	[25-30]%
Gruppo Mondadori	[omissis]	[20-25]%	[omissis]	[20-25]%	[omissis]	[20-25]%
Pearson	[omissis]	[10-15]%	[omissis]	[10-15]%	[omissis]	[10-15]%
DeA Scuola	[omissis]	[10-15]%	[omissis]	[10-15]%	[omissis]	[10-15]%
CR4	[75-80]%		[75-80]%		[75-80]%	
SEI - La Scuola	[omissis]	[5-10]%	[omissis]	[5-10]%	[omissis]	[5-10]%
Hoepli	[omissis]	[1-5]%	[omissis]	[1-5]%	[omissis]	[1-5]%
Lattes	[omissis]	[1-5]%	[omissis]	[1-5]%	[omissis]	[1-5]%
Eli	[omissis]	[1-5]%	[omissis]	[1-5]%	[omissis]	[1-5]%
Il Capitello	[omissis]	[1-5]%	[omissis]	[1-5]%	[omissis]	[1-5]%
Principato	[omissis]	[inferiore all'1%]	[omissis]	[inferiore all'1%]	[omissis]	[inferiore all'1%]
Giunti Scuola	[omissis]	[1-5]%	[omissis]	[inferiore all'1%]	[omissis]	[inferiore all'1%]
Palumbo	[omissis]	[inferiore all'1%]	[omissis]	[inferiore all'1%]	[omissis]	[inferiore all'1%]
Raffaello	[omissis]	[inferiore all'1%]	[omissis]	[inferiore all'1%]	[omissis]	[inferiore all'1%]
Altri editori	[omissis]	[1-5]%	[omissis]	[1-5]%	[omissis]	[1-5]%
TOTALE MERCATO	[omissis]	100,0%	[omissis]	100,0%	[omissis]	100,0%

Fonte: rielaborazioni su dati AIE relativi alle adozioni in sezioni capociclo

27. Parzialmente differente, come anticipato, risulta la struttura del mercato relativo alla scuola primaria, rappresentata di seguito mediante la tabella 3.

¹⁶ Databank fornisce quote di mercato in valore elaborate a partire dai dati di fatturato dichiarati dai singoli editori. Tale fonte si riferisce soltanto al mercato comprensivo di tutti gli ordini scolastici.

Tabella 3: mercato dell'editoria per la scuola primaria – quote 2018 – 2020

Gruppi editoriali	2018		2019		2020	
	Sezioni	%	Sezioni	%	Sezioni	%
Gruppo Mondadori	[omissis]	[20-25]%	[omissis]	[15-20]%	[omissis]	[20-25]%
Giunti Scuola	[omissis]	[10-15]%	[omissis]	[15-20]%	[omissis]	[15-20]%
Raffaello	[omissis]	[10-15]%	[omissis]	[10-15]%	[omissis]	[10-15]%
Eli	[omissis]	[10-15]%	[omissis]	[10-15]%	[omissis]	[10-15]%
CR4	[50-60]%		[60-65]%		[60-65]%	
Il Capitello	[omissis]	[10-15]%	[omissis]	[10-15]%	[omissis]	[10-15]%
Pearson	[omissis]	[10-15]%	[omissis]	[5-10]%	[omissis]	[5-10]%
Cetem	[omissis]	[1-5]%	[omissis]	[1-5]%	[omissis]	[1-5]%
DeA Scuola	[omissis]	[5-10]%	[omissis]	[1-5]%	[omissis]	[1-5]%
La Scuola - SEI	[omissis]	[1-5]%	[omissis]	[1-5]%	[omissis]	[1-5]%
Zanichelli-Loescher-Atlas	[omissis]	[inferiore all'1%]	[omissis]	[inferiore all'1%]	[omissis]	[inferiore all'1%]
Altri editori	[omissis]	[5-10]%	[omissis]	[5-10]%	[omissis]	[5-10]%
TOTALE MERCATO	[omissis]	100,0%	[omissis]	100,0%	[omissis]	100,0%

Fonte: rielaborazioni su dati AIE relativi alle adozioni in sezioni capociclo

28. Il mercato dell'editoria scolastica per la scuola secondaria si caratterizza inoltre per un'importante barriera all'entrata rappresentata dalle difficoltà di accesso alle strutture di promozione. In proposito, l'Autorità ha avviato un procedimento al fine di verificare la portata restrittiva delle cosiddette clausole di gradimento presenti nei contratti di promozione, le quali conferiscono all'editore preponente la facoltà di negare al promotore la libertà di assumere incarichi da qualsiasi altro editore¹⁷.

29. L'elevato grado di concentrazione, unitamente alla descritta barriera all'entrata, affievoliscono le dinamiche competitive nell'ambito dell'editoria scolastica per la scuola secondaria. A tale esito concorre, altresì, la natura mediata della domanda, che rende le decisioni di acquisto di nuovi libri poco o per nulla elastiche rispetto al prezzo.

Le variabili competitive che restano nel dominio degli editori sono rappresentate in primo luogo dalla qualità dei testi, in relazione alle esigenze manifestate dagli insegnanti, e dalla capacità di innovare rispetto ai contenuti e alle modalità espositive. Tuttavia, allo stato, in particolare i maggiori editori (tra cui le parti della presente concentrazione) non sembrano profondere sforzi nella differenziazione dei prodotti sotto tali profili, mostrando prioritario interesse alla difesa delle rispettive posizioni attraverso il presidio delle agenzie di promozione, dalle quali dipende appunto l'accesso agli insegnanti.

¹⁷ Cfr. provvedimento del 1° dicembre 2020 di avvio del procedimento I848, cit.

IV.3.2 Il mercato dell'editoria parascolastica

30. I dati allo stato disponibili non consentono una precisa ricostruzione della struttura del mercato dell'editoria parascolastica. AIE rende infatti disponibile soltanto un dato aggregato relativo alla stima del valore al prezzo di copertina dei prodotti di editoria parascolastica¹⁸. Secondo tali dati, riportati nella tabella 4, complessivamente il valore delle vendite di materiale parascolastico nel 2020 è stato pari a [40-45] milioni di euro: un dato in contrazione rispetto al biennio precedente e, soprattutto, di gran lunga inferiore rispetto al valore del mercato dell'editoria scolastica, la cui stima supera i 700 milioni in ciascuno degli anni del periodo considerato (cfr. tabella 1).

Tabella 4 – Mercato totale dell'editoria parascolastica (milioni di euro)

	2018	2019	2020
Scuola primaria	[25-30]	[25-30]	[25-30]
Scuola secondaria	[25-30]	[30-35]	[15-20]
Totale	[55-60]	[55-60]	[40-45]

Fonte: AIE Stima di mercato di editoria scolastica, giugno 2021

31. Rapportando ai valori aggregati sopra riportati i fatturati realizzati da Mondadori e DeA Scuola mediante la vendita di materiale parascolastico, si ottengono per le Parti, nel 2020, quote di mercato pari, rispettivamente, al [15-20]% e al [10-15]%. Analoghi dati non sono allo stato disponibili per gli altri operatori del mercato.

32. In ogni caso, alla luce della valenza didattica dei materiali parascolastici e del nesso di complementarità che presentano rispetto ai testi scolastici, appare ragionevole ritenere che le dinamiche competitive nel mercato dell'editoria parascolastica riflettano sostanzialmente quelle del mercato dell'editoria scolastica.

Tra l'altro, ai fini della valutazione della presente operazione, viene in rilievo la circostanza per cui i materiali di parascolastica vengono illustrati ai docenti mediante le medesime strutture di promozione che si occupano dei libri di testo.

IV.4 Gli effetti dell'operazione nei mercati dell'editoria scolastica e parascolastica

33. A seguito dell'operazione, Mondadori diventerebbe il primo operatore del mercato dell'editoria di testi per la scuola secondaria, con una quota pari al [30-35]% (in termini di numero di sezioni di adottato), di quasi [5-10] punti percentuali superiore rispetto a quella di Zanichelli.

Il grado di concentrazione del mercato, già significativo, subirebbe un ulteriore e non trascurabile incremento: l'indice HHI passerebbe infatti da 1703 a 2243 (con un incremento di 540 punti)¹⁹.

¹⁸ La stima viene realizzata sulla base delle risposte fornite da campione di editori, che corrispondono ad una copertura dell'adottato pari al 92%. In assenza di un formale processo di adozione, per il materiale parascolastico non è invece disponibile il dato in volume, disaggregato per operatore, relativo all'adottato. È invece disponibile una stima in valore del mercato e delle posizioni dei singoli operatori effettuata da Databank, che tuttavia assume a riferimento un ambito merceologico più esteso rispetto al solo materiale parascolastico, includendo, tra l'altro, anche i dizionari.

¹⁹ Si tratta di un impatto strutturale che eccede ampiamente la soglia ritenuta dalla Commissione indicativa della inidoneità di un'operazione di concentrazione ad ostacolare una concorrenza effettiva (cfr. Orientamenti relativi alla valutazione delle concentrazioni orizzontali a norma del regolamento del Consiglio relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese).

34. I descritti effetti della sovrapposizione tra le Parti assumono particolare rilievo alla luce della scarsa dinamicità del mercato in esame, nel quale – come sopra evidenziato – il novero degli operatori è stabile nel tempo, così come le rispettive quote di mercato.

35. Al di là degli effetti strutturali, rileva inoltre considerare che l'operazione consentirebbe a Mondadori di affiancare alle reti di promozione di Mondadori Education e Rizzoli Education - entrambe alquanto estese e tra loro sostanzialmente distinte – la rete di DeA Scuola, che include [omissis] ulteriori agenzie²⁰ e che, [omissis]. Risulterebbe così significativamente ampliato l'insieme delle agenzie di promozione che Mondadori potrebbe sottrarre all'accesso dei concorrenti mediante condotte strategiche radicate nell'esercizio del peso economico che esercita sui promotori, anch'esso accresciuto per effetto della concentrazione.

36. Analoghe considerazioni possono essere estese al mercato dell'editoria parascolastica, in ragione della sua forte interconnessione con quello dell'editoria scolastica, determinata dalla complementarità delle rispettive offerte. I dati allo stato disponibili indicano che Mondadori a valle dell'operazione verrebbe a detenere una quota pari al [25-30]%.
In ogni caso, le caratteristiche del mercato, con particolare riguardo all'andamento delle quote delle Parti e dei concorrenti ed alla rilevanza delle barriere all'entrata riconducibili all'organizzazione delle attività di promozione, dovranno essere oggetto di approfondimento nel corso del procedimento.

37. In conclusione, sulla base delle considerazioni sopra esposte, l'operazione in esame appare suscettibile di determinare la costituzione di una posizione dominante in capo a Mondadori nei mercati dell'editoria scolastica per la scuola secondaria e dell'editoria parascolastica.

IV.5 Gli altri mercati interessati

38. L'operazione interessa altresì i mercati dei dizionari e delle enciclopedie e dell'editoria professionale ed accademica riguardo ai quali può fin da ora escludersi che l'operazione in esame sia idonea a produrre effetti pregiudizievoli della concorrenza.

39. Nel mercato dei dizionari e delle enciclopedie, la concentrazione tra DeA Scuola e Mondadori - rispettivamente il secondo e il terzo operatore – attribuirebbe al nuovo operatore una quota di mercato pari al [20-25]% in valore e al [25-30]% in volume, più contenuta rispetto a quella del *leader* di mercato – Zanichelli - il quale detiene quote, rispettivamente in valore e in volume, pari al [50-55]% e al [25-30]%²¹.

40. Con riguardo all'editoria professionale, anche nel caso di specie – come già in diversi precedenti dell'Autorità²² – può essere lasciata aperta la valutazione relativa all'opportunità di procedere ad una più dettagliata segmentazione in relazione al contenuto dei testi, distinguendo, in ragione della non sostituibilità dal lato della domanda, i testi di editoria giuridica, editoria fiscale, editoria economico-aziendale, editoria elettronica, ecc.

²⁰ [Omissis].

²¹ Quote calcolate sulla base dei dati di fonte GFK relativi alle vendite ai consumatori finali, aggiornati al 2019.

²² Cfr. C12023, cit. e C6903 - *Wolters Kluwer Italia/De Agostini Professionale-Utet Professionale*.

L'operazione infatti non dà luogo ad una apprezzabile modificazione strutturale, in considerazione della quota marginale detenuta da DeA Scuola, pari al [1-5]%. La quota post-merger di Mondadori risulterebbe pari al [10-15]%²³.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame sia suscettibile di determinare, ai sensi dell'articolo 6 della legge n. 287/90, la creazione o il rafforzamento di una posizione dominante nel mercato dell'editoria scolastica per la scuola secondaria di primo e di secondo grado e nel mercato dell'editoria parascolastica;

DELIBERA

a) l'avvio dell'istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, nei confronti delle società Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. e De Agostini Scuola S.p.A.;

b) la fissazione del termine di giorni dieci, decorrente dalla data di notificazione del presente provvedimento, per l'esercizio da parte dei legali rappresentanti delle Parti, ovvero da persone da esse delegate, del diritto di essere sentiti, ai sensi dell'articolo 14, comma 1, della legge n. 287/90, precisando che la richiesta di audizione dovrà pervenire alla Direzione Comunicazioni della Direzione Generale per la Concorrenza di questa Autorità almeno tre giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;

c) che il responsabile del procedimento è la dott.ssa Lara Magnani;

d) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione Comunicazioni della Direzione Generale per la Concorrenza di questa Autorità dai rappresentanti legali delle Parti, nonché dai soggetti aventi un interesse giuridicamente rilevante o da persona da essi delegata;

e) che il procedimento deve concludersi entro quarantacinque giorni decorrenti dalla data di delibera del presente provvedimento.

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

²³ Quote calcolate sulla base dei dati di fonte GFK relativi alle vendite ai consumatori finali, aggiornati al 2019.

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

AS1788 - RECEPIMENTO DELLA DIRETTIVA UE 2019/790 (DIRETTIVA COPYRIGHT)

Roma, 8 settembre 2021

Presidente del Senato
Presidente della Camera dei Deputati
Presidente del Consiglio dei Ministri
Ministro della Cultura
Presidente 2^a Commissione permanente del Senato (Giustizia)
Presidente 5^a Commissione permanente del Senato (Bilancio)
Presidente 8^a Commissione permanente del Senato (Lavori pubblici, comunicazioni)
Presidente 10^a Commissione permanente del Senato (Industria, commercio, turismo)
Presidente 14^a Commissione permanente del Senato (Politiche dell'Unione europea)
Presidente VII Commissione della Camera dei Deputati (Cultura, Scienza e Istruzione)
Presidente IX Commissione della Camera dei Deputati (Trasporti)
Presidente XIV Commissione della Camera dei Deputati (Politiche dell'Unione europea)

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nell'adunanza del 31 agosto 2021, ha ritenuto di esprimere il seguente parere, ai sensi dell'articolo 22 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, sullo Schema di decreto legislativo di recepimento della direttiva (UE) 2019/790 sul diritto d'autore e sui diritti connessi nel mercato unico digitale e che modifica le direttive 96/9/CE e 2001/29/CE (295) (di seguito anche Direttiva Copyright), in attuazione dell'articolo 9 della legge 22 aprile 2021, n. 53, *Delega al Governo per il recepimento delle direttive europee e l'attuazione di altri atti dell'Unione europea – Legge di delegazione europea 2019-2020*.

La Direttiva Copyright affronta due temi cruciali collegati all'utilizzo di opere, da intendersi quali fattispecie tutelabili ai fini del diritto d'autore, in *Internet* da parte delle grandi piattaforme del *web*,

ovvero: l'uso delle pubblicazioni giornalistiche da parte dei prestatori dei servizi di informazione e l'uso di opere sulle piattaforme di condivisione, rispettivamente oggetto degli articoli 15 e 17 della Direttiva.

Prescindendo da possibili ulteriori profili di legittimità costituzionale e di conformità ai principi dell'Unione europea, ad avviso dell'Autorità, lo Schema di decreto in esame introduce, in recepimento delle disposizioni della citata Direttiva, previsioni che, oltre ad essere estranee - e pertanto - non conformi ai principi indicati dall'articolo 9 della Legge di delegazione (articolo 77, comma 1, Cost.), sono altresì idonee a restringere ingiustificatamente la concorrenza.

Quanto all'articolo 15 della Direttiva in merito agli utilizzi *online* delle pubblicazioni di carattere giornalistico, l'articolo 1, lett. *b*), dello Schema di decreto introduce l'articolo 43-*bis* della legge 22 aprile 1941, n. 633 (Legge sul diritto d'autore), in relazione al quale si evidenziano le seguenti criticità concorrenziali.

In via preliminare, l'Autorità osserva che l'articolo 15 della Direttiva è inserito tra le misure a "*tutela del buon funzionamento del mercato*" e, in quanto tale, ha un impatto diretto sullo sviluppo delle dinamiche competitive del settore e, conseguentemente, si intreccia con l'intervento dell'Autorità a tutela della concorrenza. In questo contesto, l'Autorità rileva che l'articolo 1, lett. *b*), dello Schema di decreto appare travalicare i limiti posti dal legislatore europeo e dalla delega parlamentare, introducendo fattispecie soggettive e oggettive non previste dalla disciplina eurounionale e individuando meccanismi negoziali limitativi della libertà contrattuale degli operatori economici.

Le tutele accordate dalla Direttiva Copyright non dovrebbero, infatti, essere perseguite con strumenti di natura pubblicistica - peraltro particolarmente invasivi - e con interventi di regolazione che determinano ingiustificati vincoli alla autonomia negoziale delle parti e, in definitiva, al funzionamento dei mercati, soprattutto in assenza di evidenze circa possibili fallimenti del mercato. Al contrario, queste tutele dovrebbero essere garantite consentendo il riequilibrio tra le forze contrattuali delle parti, anche attraverso un potenziamento del ruolo degli enti che professionalmente e in maniera sistematica curano le posizioni dei propri associati/mandanti attraverso la negoziazione delle licenze. In tal modo, le negoziazioni per la concessione di licenze e per la pattuizione dell'equo compenso verrebbero svolte nel rispetto dei principi di autonomia negoziale e contrattuale, soprattutto in mercati soggetti a rapidi e profondi cambiamenti determinati dall'innovazione tecnologica e che necessitano di ritrovare autonomamente un proprio equilibrio concorrenziale.

Pertanto, per rafforzare il potere contrattuale di autori ed editori nell'ambito delle negoziazioni dei diritti con gli utilizzatori e al fine di tenere conto dell'evoluzione del mercato e della disciplina di riferimento, dovrebbe essere riconosciuto il ruolo di intermediazione degli organismi di gestione collettiva e delle entità di gestione indipendenti, di cui alla Direttiva (UE) 2014/26 (c.d. Direttiva Barnier), recepita dal decreto legislativo 15 marzo 2017, n. 35. Non è superfluo ricordare come la normativa a tutela della concorrenza abbia sovente consentito alle autorità competenti di sanzionare e/o risolvere gli aspetti patologici delle relazioni tra le imprese, quali abusi e altre forme di restrizioni concorrenziali ricadenti nei divieti previsti dalle disposizioni eurounitarie e nazionali.

Per altro verso, il nuovo articolo 43-*bis* della Legge sul diritto d'autore, attualmente in esame, nell'indicare i parametri per la definizione dell'entità dell'equo compenso, prevede variabili quali la durata dell'attività e la rilevanza degli editori, nonché il numero di giornalisti impiegati, che lungi dal contribuire a quantificare l'apporto al risultato economico del contenuto citato, sono invece

idonei a determinare improprie discriminazioni a sfavore degli editori nuovi entranti e di dimensioni minori, favorendo ingiustificatamente gli editori *incumbent*.

Infine, lo Schema di decreto, diversamente da quanto previsto dalla Legge di delegazione, non appare fornire una definizione adeguata del concetto di «*estratti molto brevi*», di cruciale importanza per la distinzione tra l'opera che deve essere oggetto di remunerazione e la sua rappresentazione sintetica che non beneficia di tutela. In particolare, in base allo Schema di decreto, per estratto molto breve di pubblicazione di carattere giornalistico deve intendersi “*qualsiasi porzione di tale pubblicazione che non dispensi dalla necessità di consultazione dell'articolo giornalistico nella sua integrità*”.

Orbene, l'Autorità rileva che tale definizione appare eccessivamente generica e di difficile applicazione pratica, risultando così inidonea a contribuire alla certezza della tutela riconosciuta dalla Direttiva Copyright agli editori e agli autori. La nozione di «*estratti molto brevi*» dovrebbe, pertanto, essere ricondotta entro i parametri certi e definiti, abitualmente utilizzati nel settore di riferimento e di immediata applicazione, quali ad esempio il numero di caratteri/battute dell'estratto. Inoltre, l'Autorità rileva che le modalità di recepimento in Italia dell'articolo 15 non trovano riscontro nemmeno nelle esperienze maturate in alcuni dei principali Stati membri che già hanno concluso l'iter di recepimento.

In particolare, la legge tedesca, approvata il 20 maggio 2021 ed entrata in vigore il 1° agosto 2021, prevede il riconoscimento della tutela di cui all'articolo 15 della Direttiva mediante una trasposizione letterale del testo della Direttiva, mentre la legge francese (legge 24 luglio 2019, n. 2019-775) stabilisce che il diritto connesso può essere concesso in licenza dagli editori e affidato in gestione a uno o più organismi di gestione collettiva.

Per quanto riguarda la remunerazione dovuta a seguito dell'esercizio del diritto connesso (“*equo compenso*”), la legge francese dispone che: *i*) questa debba essere calcolata sulla base di tutte le entrate dirette e indirette derivanti dall'utilizzo del diritto o, in mancanza, su base forfettaria; *ii*) per determinarne l'ammontare devono essere considerati tutti gli investimenti sostenuti dagli editori e dalle agenzie di stampa, il contributo fornito dalla pubblicazione giornalistica all'informazione politica e generale e l'importanza dell'utilizzo della pubblicazione giornalistica per il servizio *online* di comunicazione al pubblico; *iii*) i servizi di comunicazione *online* al pubblico (ossia le piattaforme) sono tenuti a fornire agli editori e alle agenzie di stampa tutti gli elementi informativi riguardanti gli usi delle pubblicazioni giornalistiche da parte dei loro utenti, necessari a una valutazione trasparente della remunerazione e della sua ripartizione.

Per quanto riguarda l'articolo 17 della Direttiva in merito ai servizi di condivisione dei contenuti *online* – la cui *ratio*, come noto, è quella di colmare il divario tra il valore economico prodotto da un contenuto e l'effettiva remunerazione riconosciuta ai titolari dei diritti (c.d. *value gap*) – giova preliminarmente rilevare che la Commissione europea ha pubblicato, in data 4 giugno 2021, la Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo e al consiglio, *Orientamenti sull'art. 17 della Direttiva 2019/790 sul diritto d'autore nel mercato unico digitale*, prevista dall'articolo 17, par. 10, della Direttiva medesima, con l'obiettivo di sostenere un recepimento corretto e coerente di questa disposizione in tutti gli Stati membri.

Al riguardo, si rileva come lo Schema non appare recepire adeguatamente la Direttiva con riferimento ad alcuni punti fondamentali dell'articolo 17, anche alla luce degli orientamenti forniti dalla Commissione con la Comunicazione sopra richiamata.

In primo luogo, l’Autorità, analogamente a quanto già rilevato in merito al recepimento dell’articolo 15 della Direttiva, ritiene che lo Schema di decreto non abbia tenuto in dovuta considerazione il quadro complessivo della disciplina sulla gestione del diritto d’autore, modificata a seguito del recepimento della richiamata Direttiva Barnier con l’introduzione di una disciplina organica dei requisiti e del sistema di vigilanza delle imprese di intermediazione cui gli aventi diritto possono rivolgersi, sulla base di una libera scelta, per la gestione dei diritti d’autore, dei diritti connessi e del compenso copia privata. Le imprese di intermediazione, infatti, svolgono un ruolo cruciale nella negoziazione delle licenze e nella tutela dei diritti dei propri iscritti.

In questo contesto e coerentemente con gli Orientamenti della Commissione, sarebbe auspicabile che la declinazione normativa “*dei massimi sforzi*” che il prestatore di servizi deve porre in essere per ottenere le necessarie autorizzazioni, includa l’effettivo coinvolgimento delle imprese di intermediazione attive e la cui operatività è già oggi sottoposta, dall’ordinamento vigente, alla verifica del rispetto di ampi obblighi di trasparenza. Parimenti, sarebbe necessario un esplicito richiamo all’articolo 16 (“*Concessione delle licenze*”) della già citata Direttiva n. 2014/26/UE, che stabilisce principi essenziali delle negoziazioni sia nei rapporti con gli utilizzatori, sia nei rapporti con i titolari dei diritti.

Infatti, sono note nel settore le difficoltà alle quali spesso vanno incontro le imprese di intermediazione nell’affermare il proprio ruolo innanzi agli utilizzatori e come ciò comporti non solo distorsioni delle dinamiche competitive del settore ma anche una compressione delle posizioni giuridiche ed economiche dei titolari dei diritti. Il riconoscimento esplicito (e doveroso) di un loro ruolo, stante l’attuale evoluzione dei mercati, avrebbe effetti positivi a cascata in una prospettiva più ampia. Il riferimento alle imprese di intermediazione dovrebbe quindi costituire un elemento ricorrente in questa, come in tutte le altre disposizioni dello Schema del decreto legislativo che si riferiscono alla negoziazione sull’utilizzazione/remunerazione diritti.

Il filo conduttore che dovrebbe permeare lo Schema di decreto dovrebbe essere, infatti, lo sviluppo di strumenti che favoriscono l’efficace negoziazione dei diritti, sulla base dell’autonomia negoziale delle parti interessate e del rispetto del principio della libertà d’impresa. Le *collecting* sono per definizione gli enti preposti a stipulare le licenze in nome e per conto dei propri iscritti e a tutelarne i diritti: un rafforzamento del loro ruolo anche nella fase patologica della gestione dei diritti – ovvero in caso di controversia con i prestatori dei diritti *online* – migliorerebbe l’efficacia della tutela del diritto d’autore nel suo complesso.

Inoltre, considerando che la Direttiva Copyright è adeguatamente dettagliata e che la Commissione ha già pubblicato gli orientamenti utili in materia, l’Autorità ritiene che ogni ulteriore livello di regolazione rispetto alla normativa primaria di recepimento, rischia di compromettere l’omogeneità dell’applicazione della Direttiva negli Stati membri, per cui sarebbe più efficace prevedere il coinvolgimento di organismi esistenti costituiti dai rappresentanti del settore (eventualmente con un’apposita rimodulazione, potenziando la presenza delle imprese di intermediazione), nonché, parallelamente, rafforzare gli strumenti di mediazione da esperire innanzi ai Tribunali competenti. In ogni caso, lo Schema di decreto dovrebbe precisare che i reclami dei soggetti interessati devono essere di facile accessibilità e gratuiti per gli utenti.

Alla luce di quanto precede, l’Autorità ritiene che il recepimento in Italia della Direttiva Copyright presenti, allo stato, rilevanti criticità concorrenziali che potrebbero compromettere lo sviluppo dei mercati relativi all’intermediazione dei diritti nel contesto digitale.

Infatti, le previsioni innanzi indicate delineano un approccio eccessivamente dirigistico, con un pervasivo, e sovente inefficace, intervento dei pubblici poteri che non incentiva il dispiegarsi di corrette dinamiche negoziali e che peraltro è foriero di significative e ingiustificate discriminazioni concorrenziali. Al contrario, lo spirito della Direttiva Copyright richiede lo sviluppo di strumenti che favoriscono l'efficace contrattazione dei diritti, sulla base del libero esplicarsi dell'autonomia negoziale delle parti interessate e del rispetto del principio della libertà d'impresa.

L'Autorità auspica che le osservazioni sopra svolte possano essere tenute adeguatamente in considerazione nell'ambito dell'iter di recepimento in corso.

Il presente parere sarà pubblicato sul bollettino ai sensi dell'articolo 26 della legge n. 287/90.

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

AS1789 - RECEPIMENTO DELLA DIRETTIVA UE 2018/1808 (DIRETTIVA SMAV)

Roma, 8 settembre 2021

Presidente del Senato
Presidente della Camera dei Deputati
Presidente del Consiglio dei Ministri
Ministro della Cultura
Ministro dello Sviluppo Economico
Presidente 1^a Commissione permanente del Senato (Affari Costituzionali)
Presidente 5^a Commissione permanente del Senato (Bilancio)
Presidente 7^a Commissione permanente del Senato (Istruzione pubblica, beni culturali)
Presidente 8^a Commissione permanente del Senato (Lavori pubblici, comunicazioni)
Presidente 10^a Commissione permanente del Senato (Industria, commercio, turismo)
Presidente 14^a Commissione permanente del Senato (Politiche dell'Unione europea)
Presidente V Commissione della Camera dei Deputati (Bilancio Tesoro e Programmazione)
Presidente VII Commissione della Camera dei Deputati (Cultura, Scienza e Istruzione)
Presidente IX Commissione della Camera dei Deputati (Trasporti)
Presidente XIV Commissione della Camera dei Deputati (Politiche dell'Unione europea)

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nell'adunanza del 7 settembre 2021, ha ritenuto di svolgere, ai sensi dell'articolo 22 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, le seguenti considerazioni in merito alle criticità concorrenziali derivanti da alcune disposizioni dello "*Schema di Decreto legislativo recante attuazione della direttiva (UE) 2018/1808 recante modifica della direttiva 2010/13/UE, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti la fornitura di servizi di media*

audiovisivi, in considerazione dell'evoluzione delle realtà del mercato”, attualmente al vaglio delle commissioni parlamentari per il relativo parere¹.

La Legge di Delegazione Europea² (di seguito legge di delegazione), ha recepito, *inter alia*, la Direttiva 2018/1808/UE (di seguito, la Direttiva) che modifica la Direttiva 2010/13/UE sui servizi di media audiovisivi (di seguito, Direttiva SMAV). La finalità della Direttiva è quella di adeguare il quadro normativo e regolamentare di riferimento al mutato scenario tecnologico del sistema dei media audiovisivi, così come l'insieme delle regole applicabili ai soggetti nello stesso operanti. In tale prospettiva, la revisione della Direttiva SMAV è volta, da un lato, a raggiungere un *level playing field* concorrenziale a livello di obblighi, tra i soggetti titolari della c.d. responsabilità editoriale, ovvero tra fornitori di servizi lineari e non lineari e, dall'altro, ad introdurre graduali obblighi per le piattaforme sprovviste di tale caratterizzazione, ovvero le c.d. *Video Sharing Platforms* (VSP).

Le direttrici della menzionata legge di delegazione, che ha recepito pedissequamente i contenuti della Direttiva, hanno poi trovato una loro compiuta declinazione operativa nello Schema di Decreto in esame, che nella sostanza ha emendato ed aggiornato il Decreto Legislativo 31 luglio 2005, n. 177, recante “*Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici*” (di seguito Testo Unico).

Ciò posto, giova preliminarmente evidenziare la necessità che il nuovo quadro normativo e regolamentare di riferimento, soprattutto per attività di rilevanza economica, sia diretto ad assicurare un contesto competitivo equilibrato tra gli operatori presenti, in uno scenario, come quello attuale, caratterizzato da un'offerta commerciale sempre più ibrida e da tutele estese ai consumatori su nuove piattaforme.

In tale ottica, in mercati – come quelli oggetto della riforma – soggetti a repentini quanto radicali mutamenti tecnologici, da un lato risulta di rilevante importanza stabilire un *set* di norme e disposizioni attuative chiare e ben definite nei loro contorni oggettivi; dall'altro appare parimenti necessario strutturare un armonico sistema di competenze istituzionali, ovvero la creazione di una rete di relazioni tra istituzioni competenti, che tenga conto delle funzioni che l'ordinamento assegna a ciascuna Autorità, al fine di evitare disfunzionali sovrapposizioni di ambiti di competenza, inefficienti duplicazioni di processi amministrativi e innaturali commistioni di fattispecie proprie della regolamentazione con quelle tipiche della tutela *antitrust*.

Al riguardo, un profilo di particolare criticità emerge dall'articolo 51 dello Schema di Decreto in esame, relativo alle “*Posizioni di significativo potere di mercato lesive del pluralismo nel sistema integrato delle comunicazioni*”, allorché strumenti tipici dell'analisi *antitrust* vengono impiegati per il perseguimento di obiettivi diversi dalla salvaguardia della concorrenza, senza che l'Autorità, posta la propria generale competenza in materia di tutela della concorrenza, sia coinvolta – neppure a livello consultivo – nelle modalità con cui questi strumenti sono applicati.

Infatti, le decisioni assunte dall'AGCOM ai sensi dei commi 4, 5 e 6 dell'articolo 51, pur non attenendo alle dinamiche concorrenziali dei mercati, bensì al mantenimento del pluralismo, richiedono valutazioni sulla struttura dei mercati al fine di determinare l'esistenza di posizioni di

¹ Così come trasmesso in data 7 agosto 2021 alle Commissioni, identificato con AG n. 288 e assegnato alle Commissioni riunite VII (Cultura, Scienza e Istruzione) e IX (Trasporti) (Assegnato il 7 agosto 2021 - Termine il 16 settembre 2021), XIV Politiche dell'Unione Europea (Assegnato il 7 agosto 2021 *ex art.* 126, comma 2 - Termine il 16 settembre 2021), V Bilancio (Assegnato il 7 agosto 2021 *ex art.* 96-*ter*, comma 2 - Termine il 27 agosto 2021).

² La legge 22 aprile 2021, n. 53 (Delega al Governo per il recepimento delle direttive europee e l'attuazione di altri atti dell'Unione europea - Legge di delegazione europea 2019-2020.)

significativo potere di mercato. Ciò emerge con evidenza dalla lettura dell'art. 51, comma 2, secondo e terzo periodo, ai sensi dei quali: *“Al fine di stabilire se una impresa[a] o un gruppo di imprese si trovino in una situazione di significativo potere di mercato lesiva del pluralismo, l’Autorità [AGCOM n.d.r.] tiene conto fra l’altro, oltre che dei ricavi, del livello di concorrenza statica e dinamica all’interno del sistema, delle barriere all’ingresso nello stesso, della convergenza tra i settori e mercati, delle sinergie derivanti dalle attività svolte in mercati differenti ma contigui, dell’integrazione verticale e conglomerale delle società, della disponibilità e del controllo dei dati, del controllo diretto o indiretto di risorse scarse, quali frequenze trasmissive, delle dimensioni di efficienza economica dell’impresa, anche in termini di economie di scala, gamma e rete, nonché degli indici quantitativi di diffusione dei programmi radiotelevisivi, anche con riferimento ai programmi di informazione, delle opere cinematografiche, dei prodotti e dei servizi editoriali online. Sulla base di tali criteri l’Autorità definisce la metodologia specifica per la verifica di cui al precedente comma mediante linee guida, che sono oggetto di revisione periodica con cadenza almeno triennale”*.

Si ritiene pertanto opportuno che, prima di adottare tali decisioni in relazione a singoli casi nonché in relazione all’adozione delle linee guida per l’applicazione dell’articolo 51, l’AGCOM richieda un parere obbligatorio a questa Autorità, da rendere entro 30 giorni, in analogia a quanto già accade in relazione ai pareri che l’AGCOM richiede all’AGCM per l’analisi dei mercati soggetti a regolazione (articolo 19 del D.lgs. n. 259/2003³) e che reciprocamente AGCM chiede ad AGCOM quando applica le norme a tutela della concorrenza nel settore delle comunicazioni (articolo 1, comma 6, lett. c), n. 11, della legge n. 249/1997⁴).

In proposito, occorre altresì sottolineare che tale nuova disposizione attribuisce all’AGCOM una discrezionalità non presente nella precedente versione della norma, come noto oggetto di censura da parte della Corte di giustizia⁵, che ancorava i provvedimenti dell’AGCOM al superamento di soglie di ricavi rigidamente prefissate. Queste ultime costituiscono ora meri indici e il giudizio sull’esistenza di una posizione di significativo potere di mercato verte anche sull’esame di altri elementi, tipici dell’analisi *antitrust* della struttura dei mercati, quali ad esempio il livello di concorrenza statica e dinamica, piuttosto che le sinergie derivanti dalle attività svolte in mercati differenti ma contigui, etc.

Tanto premesso, la necessità di un coinvolgimento funzionale dell’Autorità, quantomeno di natura consultiva, sull’analisi condotta in relazione a questi elementi deve ritenersi indispensabile, posto tra l’altro che tali valutazioni incidono inevitabilmente sull’attività che l’Autorità è chiamata a svolgere in via generale e su tutti i settori dell’economia.

³ Art. 19, recante *“Procedura per l’analisi del mercato”*, comma 1: *“Sentita l’Autorità garante della concorrenza e del mercato, l’Autorità effettua l’analisi dei mercati rilevanti, tenendo conto dei mercati individuati nella raccomandazione e tenendo in massima considerazione le linee direttrici”*.

⁴ *“Il Consiglio esprime, entro trenta giorni dal ricevimento della relativa documentazione, parere obbligatorio sui provvedimenti, riguardanti operatori del settore delle comunicazioni, predisposti dall’Autorità garante della concorrenza e del mercato in applicazione degli articoli 2, 3, 4 e 6 della legge 10 ottobre 1990, n. 287; decorso tale termine i provvedimenti sono adottati anche in mancanza di detto parere”*.

⁵ Sentenza della Corte di Giustizia del 3 settembre 2020 sulla causa C-719/18 – Vivendi, che ha dichiarato incompatibile con l’art. 49 del TFUE (libertà di stabilimento) *“una normativa di uno Stato membro che ha l’effetto di impedire ad una società registrata in un altro Stato membro, i cui ricavi realizzati nel settore delle comunicazioni elettroniche, come definito ai fini di tale normativa, siano superiori al 40% dei ricavi complessivi di tale settore, di conseguire nel sistema integrato delle comunicazioni ricavi superiori al 10% di quelli del sistema medesimo”*.

Peraltro, avendo il legislatore delegato scelto di ancorare gli obblighi di notifica delle intese e delle concentrazioni alle soglie previste dall'articolo 16 della legge nazionale *antitrust* (articolo 51, comma 3) è evidente che – quantomeno per le concentrazioni – l'Autorità e l'AGCOM procederanno parallelamente alla valutazione delle medesime operazioni, ciascuna per i profili di propria competenza: impatto sulle dinamiche competitive (Autorità), impatto sul pluralismo (AGCOM). Pertanto, appare quantomeno singolare, oltre che privo di alcuna coerenza sistematica, un assetto di relazioni istituzionali che vede l'Autorità obbligata a richiedere all'AGCOM, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lett. c), n. 11, della legge n. 249/1997, un parere sul proprio provvedimento a fronte dell'AGCOM che provvede, sulla medesima fattispecie concreta, senza necessità di acquisire alcun parere dall'Autorità.

Infine, dovrebbe essere ulteriormente chiarito che la nozione di mercato cui fa riferimento la disposizione in esame è quella di mercato rilevante, posto che la valutazione dell'esistenza di posizioni di significativo potere di mercato non può avvenire in astratto, ma deve necessariamente essere riferita a spazi competitivi merceologici e geografici definiti, ossia i mercati (rilevanti). Solo in relazione ad essi può valutarsi l'esistenza di barriere all'entrata e all'uscita, il livello di integrazione verticale o le relazioni conglomerali tra mercati, etc. Non può infine sottacersi come, in considerazione del fatto che sia il comma 2 che il comma 5 dell'articolo 51 fanno ampio riferimento ai mercati che compongono il sistema integrato – che non è altro che la mera somma dei ricavi aggregati di diversi settori economici –, appaia vieppiù necessario che il processo che porta alla loro individuazione sia coerente e conforme a strumenti, metodi e analisi della disciplina *antitrust*.

In conclusione, fatte salve eventuali altre forme di intervento nell'esercizio delle proprie funzioni istituzionali a tutela della concorrenza, l'Autorità auspica, pertanto, che codeste Istituzioni possano attivarsi al fine di prevedere, nell'ambito della procedura di cui all'articolo 51, un coinvolgimento consultivo dell'Autorità, al fine di assicurare che anche nei mercati in questione possano svilupparsi dinamiche effettivamente concorrenziali, nonché di permettere che negli stessi possa essere garantito il pieno rispetto dei valori della concorrenza.

L'Autorità auspica che le osservazioni sopra svolte possano essere tenute adeguatamente in considerazione nell'ambito dell'iter di recepimento in corso.

Il presente parere sarà pubblicato sul bollettino di cui all'articolo 26 della legge n. 287/90.

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

CLAUSOLE VESSATORIE

CV194 - GOOGLE DRIVE-CLAUSOLE VESSATORIE

Provvedimento n. 29817

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 7 settembre 2021;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTA la Parte III, Titolo I 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 n. 25411 del 1° aprile 2015.

VISTI i propri provvedimenti del 23 febbraio 2021, del 4 maggio 2021 e del 1° luglio 2021 con i quali, ai sensi dell'art. 7, comma 3, e 23, comma 1, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Google Ireland Ltd. (di seguito anche “Google”, “Società” o “Professionista”), in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 3, comma 1, lettera c), del Codice del Consumo. La società è una multinazionale che offre un'ampia gamma di prodotti e servizi connessi a *Internet* che comprendono tecnologie per la pubblicità on line, strumenti di ricerca, *cloud computing*, *software* e *hardware*. La società fornisce, tramite la piattaforma Google Drive, servizi in ambiente *cloud computing*, di memorizzazione, sincronizzazione e condivisione *online* di *file* per gli utenti collocati nello Spazio Economico Europeo.

2. ASSOUTENTI – Associazione Nazionale Utenti di Servizi pubblici, in qualità di associazione di consumatori interveniente ai sensi dell'articolo 10 del Regolamento.

II. LE CLAUSOLE OGGETTO DI VALUTAZIONE

3. Costituiscono oggetto di valutazione nel presente procedimento, limitatamente ai rapporti contrattuali con i consumatori, le clausole di seguito trascritte, contenute nei Termini di servizio di Google, che il consumatore deve accettare per poter usufruire di Google Drive¹, nella versione in lingua italiana pubblicata sul sito *web* del Professionista. Le singole disposizioni contrattuali sono

¹ Doc. n. 35 del fascicolo istruttorio.

state accorpate in funzione dei profili di violazione indicati nel successivo paragrafo IV del presente provvedimento.

A) Responsabilità contrattuale

“Oltre ai diritti e alle responsabilità descritte in questa sezione (In caso di problemi o controversie), Google non sarà responsabile per alcuna perdita, a meno che quest’ultima non sia stata causata da una violazione dei presenti termini e dei termini aggiuntivi specifici dei servizi”.

B) Sospensione o interruzione dell’accesso ai servizi Google

“Google si riserva il diritto di sospendere o interrompere l’accesso dell’utente ai servizi o di eliminare il suo Account Google nel caso in cui si verifichi una delle seguenti situazioni: - L’utente viola in modo sostanziale o ripetuto i presenti termini, i termini aggiuntivi specifici dei servizi o le norme. - Siamo tenuti ad agire in questo modo per rispettare un requisito legale o un’ingiunzione del tribunale. - Riteniamo, in materia ragionevole, che la condotta dell’utente comporti danni o responsabilità per un altro utente, una terza parte Google, ad esempio per via di attività di pirateria informatica o phishing, comportamenti molesti, inclusione di spam, atteggiamenti fuorvianti o sottrazione di contenuti di altri siti che non appartengono all’utente. Il preavviso è regolato come segue: “Prima di prendere provvedimenti [quali la sospensione o l’interruzione] ... diamo all’utente un preavviso, quando è ragionevolmente possibile, per spiegare il motivo del nostro provvedimento e dare all’utente la possibilità di risolvere il problema, a meno che avessimo ragionevole motivo di ritenere che tale azione: Comporterebbe danni o responsabilità per un utente, una terza parte o Google; Violerebbe la legge o un’ingiunzione delle forze dell’ordine; Compromettere un’indagine; Comprometterebbe il funzionamento, l’integrità o la sicurezza dei nostri servizi”.

C) Modifiche ai termini

“Qualora dovessimo modificare sostanzialmente i presenti termini o i termini aggiuntivi specifici dei servizi provvederemo a notificare all’utente con largo anticipo, offrendogli l’opportunità di rivedere le modifiche, eccetto (1) nel caso del lancio di nuovi servizi o funzionalità, oppure (2) in situazioni urgenti quali evitare il protrarsi di un illecito o soddisfare requisiti legali. Se l’utente non accetta le modifiche apportate ai Termini, è tenuto a rimuovere i suoi contenuti”.

III. LE RISULTANZE ISTRUTTORIE

a) L’iter del procedimento

4. Sulla base delle informazioni e della documentazione acquisita d’ufficio ai fini dell’applicazione dell’articolo 37-bis del Codice del Consumo², in data 20 agosto 2020 è stato avviato il procedimento CV194 Google Drive - Clausole Vessatorie nei confronti della società Google Ireland Limited, per presunta vessatorietà di alcune clausole presenti nel modello contrattuale dei Termini di Servizio che è necessario accettare, da parte del consumatore, per utilizzare il servizio Google Drive.

5. In data 7 settembre 2020, dopo averne informato l’Autorità, è stato pubblicato per 30 giorni sul sito istituzionale dell’Autorità (www.agcm.it) ai sensi dell’articolo 37-bis, comma 1, del Codice

² Doc. n. 2 del fascicolo istruttorio.

del Consumo e dell'art. 23, comma 6 del Regolamento, il comunicato ai fini della consultazione pubblica in materia di clausole vessatorie. La consultazione pubblica si è conclusa in data 7 ottobre 2020.

6. Alla consultazione hanno partecipato, inviando ciascuna i propri contributi, le associazioni dei consumatori: Altroconsumo³, U.di.Con.⁴, Federconsumatori⁵, Movimento Consumatori⁶, Codacons⁷.

7. Google ha avuto accesso agli atti del procedimento ed estratto copia dei documenti acquisiti al fascicolo in data 24 settembre 2020.

8. In data 22 ottobre 2020 Assoutenti ha avanzato istanza di partecipazione all'istruttoria, accolta con comunicazione allo stesso e al Professionista in data 28 ottobre 2020.

9. Con comunicazione pervenuta in data 4 novembre 2020, integrata in data 18 novembre 2020, Google ha presentato memorie difensive e risposto alla richiesta di informazioni contenuta nella comunicazione di avvio. Il Professionista ha, inoltre, comunicato una nuova versione delle clausole A e B oggetto di esame.

10. In data 11 dicembre 2020, Google ha inviato un parere, espresso da un professore di Diritto civile, sulla compatibilità con le norme del Codice del Consumo in materia di clausole vessatorie delle nuove clausole che Google ha sottoposto alla valutazione dell'Autorità.

11. In data 25 marzo 2021, si è svolta un'audizione con i rappresentanti del Professionista. In tale sede la società ha confermato le proposte di modifica delle clausole A e B oggetto d'esame ed ha depositato una nuova versione della clausola C. Secondo quanto dichiarato da Google, le clausole modificate, qualora sia appurato che non sussistano elementi di illiceità, verranno implementate a seguito della comunicazione dell'Autorità di chiusura del procedimento con valutazione di non vessatorietà delle stesse.

12. Il 26 luglio 2021, è stata comunicata a Google, nonché all'associazione Assoutenti, la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 16, comma 1, come richiamato dall'art. 23, comma 1, del Regolamento.

13. Con comunicazione pervenuta in data 26 luglio 2021 (prot. 61707), Google ha presentato memorie difensive e prodotto informazioni.

b) Gli esiti della consultazione pubblica e le argomentazioni di Assoutenti

14. Nell'ambito della consultazione di cui all'articolo 37-bis, comma 1, del Codice del Consumo, le Associazioni di consumatori Altroconsumo (in data 29 settembre 2020), U.di.Con. (in data 29 settembre 2020), Federconsumatori (5 ottobre 2020), Movimento Consumatori (in data 7 ottobre 2020) e Codacons (in data 29 settembre ottobre 2020) hanno rilevato la possibile vessatorietà delle clausole oggetto del procedimento.

15. Le suindicate Associazioni hanno rilevato che la disciplina presente nel Codice del Consumo in materia di clausole vessatorie, è volta a garantire e tutelare il consumatore dall'unilaterale predisposizione e sostanziale imposizione del contenuto contrattuale da parte del Professionista,

³ Doc. n. 7 del fascicolo istruttorio.

⁴ Doc. n. 8 del fascicolo istruttorio.

⁵ Doc. n.10 del fascicolo istruttorio.

⁶ Doc. n. 11 del fascicolo istruttorio.

⁷ Doc. n. 12 del fascicolo istruttorio.

quale possibile fonte di abuso, sostanziandosi nella preclusione, per il consumatore, della possibilità di esercitare la propria autonomia contrattuale rappresentata dalla libertà di determinare il contenuto del contratto⁸. Tale circostanza comporterebbe l'alterazione, su un piano non già solamente economico, della posizione paritaria delle parti contrattuali, assoggettando l'aderente (il consumatore) al potere (anche solo di mero fatto) del predisponente (il professionista). La vessatorietà di ogni clausola non riguarda l'eventuale sproporzione economica delle prestazioni, ma lo squilibrio giuridico delle posizioni contrattuali contrapposte.

16. Con riferimento, in particolare, alla clausola "Responsabilità contrattuale", le associazioni osservano che essa clausola prevede un esonero di ogni responsabilità contrattuale in favore del Professionista, prevedendo un'esclusione dei diritti del consumatore, nei confronti dello stesso, in caso di perdita dei dati o di altro anche imputabile al Professionista. Tale clausola sarebbe, pertanto, contraria al disposto di cui all'art. 33, commi 1 e 2, lettera b) del Codice del Consumo. In particolare, il Movimento dei Consumatori ha rilevato che qualsiasi forma di limitazione della responsabilità contrattuale rappresenta una limitazione illegittima in violazione dell'art. 33 del Codice del Consumo e, più in generale, in violazione all'art. 35 del Codice del Consumo, determinando una mancanza di trasparenza anche in relazione alla natura di un servizio delicato quale quello in questione, avente per oggetto anche dati sensibili e personali.

17. Con riferimento alla clausola "Sospensione o interruzione dell'accesso ai servizi Google", le associazioni osservano che essa prevede la possibilità di sospendere o interrompere l'accesso dell'utente, unicamente sulla base della volontà del Professionista, mancando l'indicazione delle modalità e della tempistica relative al preavviso, da fornire all'utente stesso, in caso di sospensione ed interruzione dei servizi e mancando, inoltre, l'indicazione delle modalità attraverso le quali l'utente possa contestare il provvedimento adottato dalla società. Tale clausola prevede, in sostanza, che il Professionista possa interrompere il servizio a suo arbitrio mentre prevede per il consumatore un impegno definitivo alla propria prestazione, in contrasto con l'art. 33, commi 1 e 2, lettera d), del Codice del Consumo.

18. Con riferimento, infine, alla clausola "Modifiche ai termini", le associazioni osservano che nella dicitura che prevede il diritto unilaterale del Professionista di modifica delle clausole contrattuali, in relazione alle caratteristiche del prodotto o del servizio da fornire, non sono indicati i giustificati motivi del previsto unilaterale diritto e non è menzionata una specificazione della tempistica con cui la Società si impegna a notificare all'utente le eventuali modifiche ai Termini di servizio. La clausola pertanto risulterebbe vessatoria ai sensi dell'art. 33, commi 1 e 2, lettera m), del Codice del Consumo.

19. Assoutenti, con l'istanza di partecipazione pervenuta in data 22 ottobre 2020, ha sottolineato che gli utenti che utilizzano i servizi *cloud* sono scarsamente informati dell'utilizzo dei loro dati a livello commerciale, non solo per quanto riguarda il *cloud computing*, ma soprattutto in materia di memorizzazione, sincronizzazione ed utilizzo di dati, e che Google pone in essere una limitazione dei diritti degli utenti per beneficiare dei dati degli stessi da un punto di vista commerciale. L'Associazione ha evidenziato, infine, che assume particolare rilevanza la scarsa chiarezza sull'acquisizione dei dati forniti dall'utente, non solo estratti dal cloud ma anche tramite ulteriori mezzi (ad es. tramite acquisizione dati vocali).

⁸ Cfr. Cass. Civ., sez. III, 20 marzo 2010, n. 6802.

c) Le argomentazioni svolte dal Professionista e gli altri elementi forniti nel corso del procedimento

Mediante le memorie pervenute in data 4 novembre 2020 e 18 novembre 2020, le dichiarazioni rilasciate durante l'audizione tenutasi il 25 marzo 2021, la memoria del 26 luglio 2021 e il parere pervenuto in data 11 dicembre 2020 di un consulente esterno relativo alle nuove clausole che la società ha inteso sottoporre alla valutazione dell'Autorità, Google ha avanzato, sulle clausole oggetto dell'istruttoria, le seguenti principali argomentazioni difensive.

20. Responsabilità contrattuale sub a). Il Professionista sostiene che tale clausola definisce in modo trasparente il perimetro degli obblighi della Società nei confronti dei consumatori, poiché indica chiaramente che qualunque limitazione di responsabilità, prevista dai Termini di Servizio, non si applicherà in caso di inadempimento da parte di Google ai suoi obblighi contrattuali. Infatti, la società dichiara di assumersi la piena responsabilità per ogni violazione degli obblighi descritti nei Termini di Servizio, incluso il suo dovere di garantire una determinata qualità dei propri servizi, che dovranno essere forniti con ragionevole cura e competenza. La società, in sintesi, ritiene che la clausola in argomento fa espressamente salvi i diritti dei consumatori derivanti *“da una violazione dei presenti termini e dei termini aggiuntivi specifici dei servizi”*, ossia da un inadempimento da parte di Google ai suoi obblighi contrattuali, tra cui rientra anche il dovere di fornire i servizi con cura e competenza.

Inoltre, il Professionista ha dichiarato che il contenuto della clausola non limita in alcun modo la responsabilità di Google in caso di inadempimento, e non introduce alcuno squilibrio nei rapporti contrattuali tra le parti, visto che Google si impegna a fornire i propri servizi in maniera diligente, accurata e con determinati standard di qualità, anche alla luce del fatto, per quanto riguarda Google Drive, che la Società lo fornisce in maniera gratuita, e utilizzandolo i consumatori non devono pagare alcun corrispettivo fino a 15 GB di spazio.

21. Sospensione o interruzione dell'accesso ai servizi Google sub b). Con riferimento al servizio Drive, Google ritiene che nella clausola non ci sarebbe alcun impegno vincolante per i consumatori, che possono recedere dal servizio e interrompere l'utilizzo di Drive in ogni momento, senza alcun costo o penalità e senza alcun obbligo di fornire giustificazioni. Più in generale, l'eventuale decisione della Società di sospendere o interrompere i propri servizi nei confronti di un utente non è rimessa alla mera discrezionalità di Google ma, al contrario, è espressamente subordinata ad una violazione dei Termini di Servizio da parte dell'utente, oppure alla necessità della Società medesima di conformarsi alle leggi vigenti od alle disposizioni dell'autorità giudiziaria. Il Professionista dichiara che il processo di interruzione del servizio seguito da Google si svolge come segue: la Società fornisce ai propri utenti un preavviso prima di adottare qualsivoglia provvedimento (solo in caso di urgenza non verrà fornito alcun preavviso); ne consegue che, in caso di disattivazione dell'account, gli utenti ricevono una spiegazione preventiva delle ragioni che hanno indotto Google a decidere di procedere in tal senso e possono contestare tale decisione fornendo le proprie argomentazioni; a fronte delle contestazioni formulate dagli utenti, la società si impegna a fornire un riscontro scritto entro i successivi due giorni lavorativi e a riattivare l'account nel caso in cui gli argomenti utilizzati dagli utenti risultino convincenti. Google sottolinea, quindi, che la scelta di procedere alla sospensione o all'interruzione dell'account di un utente viene implementata attraverso il sopra descritto processo, svolto con modalità trasparenti ed eque. La società, altresì, evidenzia che, diversamente da quanto contestato, i Termini di servizio di Google prevedono al contrario uno

squilibrio a favore dei consumatori, visto che quest'ultimi possono recedere in qualsiasi momento e senza causa, mentre Google è obbligata a fornire i propri servizi ad ogni utente senza interruzioni a meno che non si verifichino le specifiche circostanze descritte che esulano dalla sua volontà.

22. Modifiche ai termini sub c). In relazione a tale clausola, ad avviso della Società non vi sarebbe alcuna violazione del Codice del Consumo, in quanto il testo del capoverso che nei Termini di Servizio di Google precede immediatamente la clausola in argomento, menziona espressamente le ragioni che possono indurre la Società a modificare i suoi termini contrattuali, e in quanto le motivazioni addotte sono del tutto ragionevoli. Il testo della clausola presente nel paragrafo precedente alla clausola oggetto di contestazione recita: *“Potremmo aggiornare questi termini e i termini aggiuntivi specifici dei servizi (1) al fine di riflettere le modifiche apportate ai nostri servizi o al nostro modo di operare. Ad esempio, se aggiungiamo nuovi servizi, funzionalità, tecnologie, prezzi o vantaggi (oppure ne rimuoviamo di vecchi), (2) per motivi legali, normativi o di sicurezza, oppure (3) per prevenire comportamenti illeciti o danni”*. Ad avviso del Professionista, il processo stabilito dalla Società per procedere alla modifica dei suoi termini di servizio è chiaro ed equo, nonché conforme alla Direttiva 93/13/CEE in materia di clausole vessatorie, secondo cui il Professionista può *“modificare unilateralmente le condizioni di un contratto di durata indeterminata, a condizione che gli sia fatto obbligo di informare con un ragionevole preavviso il consumatore”*.

23. In data 4 novembre 2020, la società Google, pur ritenendo di non aver violato le norme del Codice del Consumo, in un'ottica di cooperazione con l'Autorità ed al fine di migliorare il proprio rapporto con gli utenti, ha formulato una proposta di modifica del testo delle clausole sub a) e b) oggetto del procedimento nei termini di seguito indicati:

A) Responsabilità contrattuale: *Google si impegna ad osservare con diligenza e buona fede i presenti termini e i termini aggiuntivi specifici dei servizi. Saremo responsabili, nei termini di legge, per i danni derivanti da una nostra eventuale violazione dei predetti termini di servizio.*

B) Sospensione o interruzione dell'accesso ai servizi Google: *Prima di prendere provvedimenti, come spiegato di seguito, forniremo all'utente un preavviso di almeno 7 giorni via e-mail, quando ragionevolmente possibile, per spiegare il motivo del nostro provvedimento e dare all'utente la possibilità di chiarire il problema e trovare una soluzione, a meno che avessimo ragionevole motivo di ritenere che tale azione: comporterebbe danni o responsabilità per un utente, una terza parte o Google; violerebbe la legge o un'ingiunzione delle forze dell'ordine; comprometterebbe un'indagine; comprometterebbe il funzionamento, l'integrità o la sicurezza dei nostri servizi. Google si riserva il diritto di sospendere o interrompere l'accesso dell'utente ai servizi o di eliminare il suo Account Google nel caso si verifichi una delle seguenti situazioni: o l'utente viola in modo sostanziale o ripetuto i presenti termini, i termini aggiuntivi specifici dei servizi o le norme; o siamo tenuti ad agire in questo modo per rispettare un requisito legale o un'ingiunzione del tribunale; o riteniamo, in maniera ragionevole, che la condotta dell'utente comporti danni o responsabilità per un altro utente, una terza parte o Google, ad esempio per via di attività di pirateria informatica o phishing, comportamenti molesti, inclusione di spam, atteggiamenti fuorvianti o sottrazione di contenuti di altri siti che non appartengono all'utente.*

24. Successivamente, in data 25 marzo 2021 il Professionista ha comunicato una ulteriore modifica che intende attuare relativamente al testo della clausola sub c) **“Modifiche ai Termini”** nei seguenti termini: *“Qualora dovessimo modificare sostanzialmente i presenti termini o i termini*

aggiuntivi specifici dei servizi forniremo all'utente un preavviso di almeno 15 giorni, offrendogli l'opportunità di rivedere le modifiche, eccetto (i) nel caso del lancio di nuovi servizi o funzionalità, oppure (ii) in situazioni urgenti quali evitare il protrarsi di un illecito o soddisfare requisiti legali. Attraverso tale informativa, Google trasmetterà all'utente una nuova versione dei termini, segnalando le eventuali modifiche materiali rispetto alla precedente. Se l'utente non accetta le modifiche apportate ai Termini, è tenuto a rimuovere i suoi contenuti. L'utente può decidere di terminare il suo rapporto con Google in qualsiasi momento chiudendo il proprio Account Google”.

25. Con le suindicate comunicazioni, il Professionista ha fatto presente che le clausole così modificate verranno implementate nei Termini di servizio a seguito dell'eventuale riscontro positivo da parte dell'Autorità.

IV. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

26. Le valutazioni che seguono hanno ad oggetto le clausole indicate al paragrafo II del presente provvedimento che presentano profili di vessatorietà ai sensi della disciplina di cui agli articoli 33 del Codice del Consumo.

27. In via preliminare, va ricordato che, secondo il consolidato orientamento della Corte di Giustizia dell'Unione Europea⁹, il sistema di tutela del consumatore in materia di clausole vessatorie istituito dalla direttiva 93/13/CEE, il cui recepimento è avvenuto tramite gli artt. 33 e ss. del Codice del Consumo, è fondato sul presupposto che il consumatore si trovi in una situazione di inferiorità rispetto al Professionista per quanto riguarda sia il potere nelle trattative che il grado di informazione; nella sua costante giurisprudenza, la richiamata Corte ha sottolineato la natura e l'importanza dell'interesse pubblico costituito dalla tutela dei consumatori, proprio in ragione di siffatta posizione di inferiorità, situazione che li induce ad aderire alle condizioni predisposte dal Professionista senza poter incidere sul contenuto delle stesse.

28. Di seguito, si procede alla valutazione dei singoli profili di vessatorietà per ciascuna disposizione contrattuale oggetto di contestazione nella comunicazione di avvio del procedimento.

Responsabilità contrattuale

29. La clausola di cui al paragrafo II, lett. A, del presente provvedimento, risulta in violazione dell'art. 33, commi 1 e 2, lett. b, del Codice del Consumo¹⁰, in quanto prevede forme di esclusione e/o limitazione di responsabilità in capo a Google con l'eccezione del caso del suo mancato rispetto dei Termini di Servizio. La clausola, così come formulata, consente alcune esclusioni di responsabilità a favore della Società, in particolare riguardo al corretto svolgimento dei servizi e alla loro qualità. L'utente, anche in caso di rispetto formale dei Termini di servizio da parte del Professionista, risulterebbe, dunque, impossibilitato a far valere ogni suo diritto nei confronti del medesimo, in caso di fornitura dei servizi di qualità inadeguata, tale da determinare perdite di dati, impossibilità di accedervi, ecc. Ai fini dell'equilibrio tra gli interessi delle parti, il Professionista non deve ovviamente rispondere per i danni cagionati dalle azioni od omissioni che dipendono dalla

⁹ Cfr., *ex multis*, le sentenze della Corte di Giustizia del 4 giugno 2020, causa C 495/19, e dell'11.3.2020, causa C-511/17.

¹⁰ Art. 33, comma 2, lett. b), Codice del Consumo, a tenore del quale si presumono vessatorie, fino a prova contraria, le clausole che hanno per oggetto, o per effetto, di: “*escludere o limitare le azioni o i diritti del consumatore nei confronti del Professionista o di un'altra parte in caso di inadempimento totale o parziale o di adempimento inesatto da parte del Professionista*”.

condotta dolosa o colposa di terzi e/o che sfuggono alla propria sfera di controllo ma è necessario prevedere, nel contratto, diversi gradi di responsabilità del Professionista in funzione delle diverse tipologie di eventi che possano verificarsi a danno del consumatore, distinguendo tra quelli riconducibili alla Parte e quelli ad essa non riconducibili. La clausola in esame esclude la responsabilità per alcuni eventi ascrivibili alla sfera della Società, prevedendola solamente in caso di violazione dei Termini di servizio da parte di Google, ma non garantendo l'utente da danni derivanti dalla fornitura di servizi di qualità inadeguata, pur quando questa sia attribuibile al Professionista.

30. La clausola in esame è, pertanto, idonea a determinare, a carico del consumatore, un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto. Alla luce delle considerazioni sopra svolte, la clausola in esame risulta vessatoria ai sensi dell'art. 33, commi 1 e 2, lett. b), del Codice del Consumo.

31. La nuova clausola "Responsabilità contrattuale" che Google intende adottare non prevede alcuna forma di esclusione e/o limitazione di responsabilità in capo a Google per la qualità del servizio. Il Professionista, quindi, si assume la piena responsabilità, nei termini di legge, per ogni eventuale violazione contrattuale riconducibile alla Parte stessa, o per la mancanza di diligenza o buona fede nella fornitura del servizio.

Sospensione o interruzione dell'accesso ai servizi Google

32. La clausola di cui al paragrafo II, lettera B) del presente provvedimento prevede il diritto esercitabile dal Professionista di decidere unilateralmente la sospensione o interruzione dei servizi Google, senza indicazione delle modalità e delle tempistiche con le quali verrà comunicato all'utente il relativo preavviso e gli verrà consentito di opporsi alla decisione della Società, e pertanto risulta in violazione dell'articolo 33, commi 1 e 2, lett. d), del Codice del Consumo.

33. In via preliminare, va rilevato – riguardo all'osservazione della Parte secondo cui non ci sarebbe alcun impegno vincolante per i consumatori, i quali possono recedere e interrompere l'utilizzo dei servizi Google in ogni momento, senza alcun costo o penalità e senza alcun obbligo di fornire giustificazioni – che è evidente e logico a fronte di questo, il riconoscimento della possibilità da parte della società di sospendere o interrompere il servizio nei confronti dell'utente nei casi di violazione dei Termini di servizio, e in caso di necessità di conformarsi alle leggi vigenti o alle disposizioni dell'autorità giudiziaria. Ciò che, tuttavia, crea lo squilibrio a danno del consumatore è la possibilità, per il Professionista, di decidere unilateralmente, senza indicazione puntuale delle modalità e delle tempistiche con le quali verrà comunicato all'utente il relativo preavviso e gli verrà consentito di opporsi alla decisione della Società. La facoltà, riconosciuta nella clausola all'utente, "di risolvere il problema" che ha portato alla sospensione/interruzione, contestando quest'ultima, non appare nella sua genericità in grado di compensare lo squilibrio che si crea a causa della discrezionalità con cui Google può decidere di sospendere o interrompere il servizio e di darne comunicazione all'utente. Infatti, tale facoltà riconosciuta all'utente e prospettata dalla Parte come rimedio idoneo a controbilanciare la discrezionalità di cui gode il Professionista in ordine all'esecuzione della prestazione, risulta del tutto vaga e inefficace, in assenza di puntuali precisazioni su come il consumatore verrà informato delle motivazioni e delle modalità con cui contestarle, rispetto all'eventualità di una sospensione o interruzione del servizio. Le eventuali sospensioni o interruzioni dell'accesso ai servizi andrebbero infatti comunicate con un adeguato preavviso per

garantire all'utente la sostanziale facoltà di difendersi, facendogli conoscere le modalità a disposizione con cui contestarle. La procedura che Google ha affermato di adottare in caso di sospensioni o interruzioni dell'accesso ai servizi è frutto di prassi, e non è codificata nella clausola in esame.

34. La clausola in esame è, pertanto, idonea a determinare, a carico del consumatore, un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto. Alla luce delle considerazioni sopra svolte la clausola in esame risulta vessatoria ai sensi dell'art. 33, commi 1 e 2, lett. d), del Codice del Consumo.

35. In merito alla nuova impostazione proposta per la clausola "Sospensione o interruzione dell'accesso ai servizi Google", essa consente di superare i profili di vessatorietà contestati; infatti, assume rilievo quanto riportato nella nuova formulazione della clausola in esame nella parte in cui espressamente specifica che, in determinate circostanze, Google potrebbe sospendere od interrompere l'accesso ai propri servizi ad alcuni utenti, dando loro quando possibile un preavviso "di almeno 7 giorni", al fine di assicurare al consumatore l'esercizio di una sostanziale forma di contraddittorio. Infatti, si ritiene che nella nuova versione proposta non sarebbe consentito a Google di godere di assoluta discrezionalità nel determinare se e quando sospendere od interrompere l'esecuzione del contratto, essendo limitata tale possibilità ai soli casi espressamente menzionati dalla clausola stessa ed essendo prevista una procedura di preavviso all'utente, tale da consentirgli di reagire alla decisione della società. La proposta riguardante il periodo di preavviso di sette giorni appare idonea, dato anche il mezzo di diffusione (via *e-mail*) di tale avviso e l'informativa ivi contenuta sulle possibili azioni consentite all'utente, a garantire che questi sia informato tempestivamente della misura adottata, fornendogli anche la possibilità di interagire con Google, al fine di dirimere le questioni controverse durante il periodo di preavviso. Infine, Google si riserva il diritto di non fornire il preavviso all'utente solo in alcuni casi estremi (immediata necessità di bloccare un account per interrompere comportamenti criminosi, ecc.).

Modifiche ai termini

36. In relazione alla clausola di cui al paragrafo II, lett. C), del presente provvedimento, essa risulta in violazione dell'art. 33, commi 1 e 2, lett. b, del Codice del Consumo.

Infatti, come osservato dal Professionista, i Termini di Servizio Google nel testo del capoverso che precede immediatamente la clausola menzionano esplicitamente le ragioni che possono indurre la Società a modificare i termini contrattuali. Tuttavia, la clausola non indica modalità certe di comunicazione preventiva della modifica effettuata, limitandosi a prevedere un "*largo anticipo*" per la medesima. Si osserva al riguardo che i profili, connessi alla comunicazione stessa, non possono essere affidati alla discrezionalità e buona fede del Professionista in fase di esecuzione contrattuale, ma devono essere definiti già nel contratto, quale garanzia per il consumatore che, conoscendo preventivamente forma, contenuto e modalità della comunicazione, sarà posto nella condizione di identificare e valutare l'eventuale variazione contrattuale. Le disposizioni che consentono al Professionista di introdurre modifiche finanche economiche, senza precisare modalità e tempistiche previste per informarne in maniera adeguata l'utilizzatore, alla luce del meccanismo di "silenzio assenso" che fa discendere l'accettazione dei nuovi Termini anche solo dalla mera inerzia dell'utente, appaiono particolarmente gravose e squilibrate a danno del consumatore. L'effettiva conoscibilità delle motivazioni, da riportare, di volta in volta, nella comunicazione inviata al

consumatore, costituisce presupposto imprescindibile per l'esercizio dello *ius variandi* nel rispetto dei diritti del consumatore, che, venendo a conoscenza in tempo utile della modifica contrattuale e delle motivazioni puntualmente specificate a essa sottesa, sarebbe posto nella condizione di poter acquisire tutti gli elementi essenziali per assumere una decisione consapevole in merito all'accettazione di tali modifiche e alla prosecuzione del rapporto contrattuale per l'uso del servizio. Nel contratto, quindi, deve essere previsto che, in caso di esercizio della modifica unilaterale delle condizioni contrattuali ed economiche, il Professionista porti a conoscenza del consumatore il motivo preciso che giustifica la modifica, comunicandolo con una specifica modalità indicata, anch'essa, nei Termini contrattuali. Come sostenuto anche dalla giurisprudenza comunitaria, la sola informativa, fornita con preavviso ragionevole dal Professionista al consumatore in occasione della singola variazione, non può compensare la carenza di specifiche informazioni da indicare nella comunicazione sulle cause delle modifiche contrattuali e sulle specifiche modalità e tempistiche di comunicazione delle modifiche effettuate.

Alla luce delle considerazioni sopra svolte la clausola in esame, nella parte in cui stabilisce il diritto esercitabile dal Professionista di modificare i Termini di servizio in assenza della indicazione di modalità certe di comunicazione della modifica, risulta in violazione dell'art. 33, commi 1 e 2, lett. m), del Codice del Consumo.

37. Con riguardo alla nuova formulazione proposta per la clausola **“Modifiche ai termini”**, essa prevede un termine certo di almeno 15 giorni per la comunicazione delle variazioni unilaterali “materiali”, in modo tale che qualsiasi tipo di modifica che incida sulle effettive condizioni di fornitura del servizio sarebbe oggetto di preavviso nel termine indicato. La clausola redatta in questi termini riconoscerebbe a tutti gli utenti la sostanziale facoltà di venire a conoscenza e valutare le modifiche contrattuali proposte da Google.

RITENUTO che per le clausole di cui al paragrafo II, *sub* lettere A), B) e C) vige una presunzione legale di vessatorietà *ex* articolo 33, comma 2, lettere b), d), ed m), del Codice del Consumo e che Google non ha fornito elementi pienamente sufficienti per superare tale presunzione;

RITENUTO, in particolare, sulla base delle considerazioni suesposte, che le clausole descritte al punto II, *sub* lettere A), B) e C) del presente provvedimento, sono vessatorie ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettere b), d) ed m), del Codice del Consumo, in quanto tali da determinare, a carico del consumatore, un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto;

RITENUTO che, ai sensi dell'articolo 37-*bis*, comma 2, del Codice del Consumo e dell'articolo 23, comma 8, del Regolamento, è dovuta la pubblicazione di un estratto del presente provvedimento per informare compiutamente i consumatori della vessatorietà delle clausole oggetto della presente valutazione sul sito istituzionale dell'Autorità e su quello del Professionista www.google.com;

DELIBERA

a) che la clausola descritta al punto II, lett. A), del presente provvedimento integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera b), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

- b) che la clausola descritta al punto II, lett. B), del presente provvedimento integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera d), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;
- c) che la clausola descritta al punto II, lett. C), del presente provvedimento integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera m), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

DISPONE

a) che la società Google Ireland Ltd. pubblichi, a sua cura e spese, un estratto del provvedimento ai sensi dell'articolo 37-bis del Codice del Consumo e dell'articolo 23, comma 8, del Regolamento, secondo le seguenti modalità:

- 1) il testo dell'estratto del provvedimento è quello riportato nell'allegato al presente provvedimento;
- 2) il testo dell'estratto del provvedimento dovrà essere pubblicato per venti giorni consecutivi sulla *home page* del sito *Internet* www.google.com, versione italiana, con adeguata evidenza grafica, entro venti giorni dalla comunicazione dell'adozione del presente provvedimento;

b) che la pubblicazione del testo dell'estratto del provvedimento dovrà essere preceduta dalla comunicazione all'Autorità della data in cui la stessa avrà luogo e dovrà essere seguita, entro tre giorni, dall'invio all'Autorità di una copia del predetto estratto così come pubblicata sulla *home page* del sito www.google.com, versione italiana;

c) la pubblicazione dovrà ricalcare *in toto* impostazione, struttura e aspetto dell'estratto allegato al presente provvedimento; le modalità di scrittura, di stampa e di diffusione non dovranno essere tali da vanificare gli effetti della pubblicazione; in particolare, nella pagina del sito *Internet* su cui verrà pubblicato l'estratto, così come nelle restanti pagine, non dovranno essere riportati messaggi che si pongano in contrasto con il contenuto dell'estratto o che comunque tendano ad attenuarne la portata e il significato;

Ai sensi dell'articolo 37-bis, comma 2, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza l'Autorità applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 euro a 50.000 euro.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 37-bis, comma 4, e dell'art. 135, comma 1, lettera b), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di comunicazione dello stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'art.8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n.1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di comunicazione del provvedimento stesso.

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

L'estratto del provvedimento è altresì pubblicato, entro venti giorni dalla comunicazione della sua adozione, in apposita sezione del sito *internet* istituzionale dell'Autorità.

IL SEGRETARIO GENERALE

Filippo Arena

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

CV194 - GOOGLE DRIVE-CLAUSOLE VESSATORIE

Allegato al provvedimento n. 29817

Allegato al provvedimento dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato del 7 settembre 2021 in materia di tutela amministrativa contro le clausole vessatorie ex articolo 37-bis del Codice del Consumo.

[OMISSIS]

In data 20 agosto 2020, è stato avviato il procedimento *CV194 GOOGLE DRIVE - CLAUSOLE VESSATORIE* nei confronti della società Google Ireland

[OMISSIS]

Costituiscono oggetto di valutazione nel presente procedimento, limitatamente ai rapporti contrattuali con i consumatori, le clausole di seguito trascritte, contenute nei Termini di servizio di Google, che il consumatore deve accettare per poter usufruire di Google Drive¹, nella versione in lingua italiana pubblicata sul sito *web* del Professionista. Le singole disposizioni contrattuali sono state accorpate in funzione dei profili di violazione indicati nel successivo paragrafo IV del presente provvedimento.

A) Responsabilità contrattuale

“Oltre ai diritti e alle responsabilità descritte in questa sezione (In caso di problemi o controversie), Google non sarà responsabile per alcuna perdita, a meno che quest'ultima non sia stata causata da una violazione dei presenti termini e dei termini aggiuntivi specifici dei servizi”.

B) Sospensione o interruzione dell'accesso ai servizi Google

“Google si riserva il diritto di sospendere o interrompere l'accesso dell'utente ai servizi o di eliminare il suo Account Google nel caso in cui si verifichi una delle seguenti situazioni: - L'utente viola in modo sostanziale o ripetuto i presenti termini, i termini aggiuntivi specifici dei servizi o le norme. - Siamo tenuti ad agire in questo modo per rispettare un requisito legale o un'ingiunzione del tribunale. - Riteniamo, in materia ragionevole, che la condotta dell'utente comporti danni o responsabilità per un altro utente, una terza parte Google, ad esempio per via di attività di pirateria informatica o phishing, comportamenti molesti, inclusione di spam, atteggiamenti fuorvianti o sottrazione di contenuti di altri siti che non appartengono all'utente. Il preavviso è regolato come segue: “Prima di prendere provvedimenti [quali la sospensione o l'interruzione] ... diamo all'utente un preavviso, quando è ragionevolmente possibile, per spiegare il motivo del nostro provvedimento e dare all'utente la possibilità di risolvere il problema, a meno che avessimo ragionevole motivo di ritenere che tale azione: Comporterebbe danni o responsabilità per un utente, una terza parte o Google; Violerebbe la legge o un'ingiunzione delle forze dell'ordine; Compromettere un'indagine; Comprometterebbe il funzionamento, l'integrità o la sicurezza dei nostri servizi”.

¹ Doc. n. 35 del fascicolo istruttorio.

C) Modifiche ai termini

“Qualora dovessimo modificare sostanzialmente i presenti termini o i termini aggiuntivi specifici dei servizi provvederemo a notificare all'utente con largo anticipo, offrendogli l'opportunità di rivedere le modifiche, eccetto (1) nel caso del lancio di nuovi servizi o funzionalità, oppure (2) in situazioni urgenti quali evitare il protrarsi di un illecito o soddisfare requisiti legali. Se l'utente non accetta le modifiche apportate ai Termini, è tenuto a rimuovere i suoi contenuti”.

[OMISSIS]

RITENUTO, in particolare, sulla base delle considerazioni suesposte, che le clausole descritte al punto II, *sub* lettere A), B), e C), del presente provvedimento, sono vessatorie ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettere b), d), ed m), del Codice del Consumo, in quanto tali da determinare, a carico del consumatore, un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto;

[OMISSIS]

DELIBERA

- a) che la clausola descritta al punto II, lett. A), del presente provvedimento integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera b), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;
- b) che la clausola descritta al punto II, lett. B), del presente provvedimento integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera d), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;
- c) che la clausola descritta al punto II, lett. C), del presente provvedimento integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera m), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

[OMISSIS]

CV195 - DROPBOX-CLAUSOLE VESSATORIE

Provvedimento n. 29818

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 7 settembre 2021;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTA la Parte III, Titolo I 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 n. 25411 del 1° aprile 2015;

VISTI i propri provvedimenti del 23 febbraio 2021, del 4 maggio 2021 e del 1° luglio 2021 con i quali, ai sensi dell'art. 7, comma 3, e 23, comma 1, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per esigenze istruttorie, in ragione della necessità di esaminare le risultanze in atti;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Dropbox International Unlimited Company (di seguito anche “Dropbox”, “Società” o “Professionista”), in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 3, comma 1, lettera c), del Codice del Consumo. Dropbox è una società di diritto irlandese appartenente al gruppo multinazionale Dropbox Inc. che offre servizi di *file hosting*, *cloud storage*, sincronizzazione automatica dei *file*, *cloud* personale e *software client*.

2. Un consumatore – in qualità di segnalante.

II. LE CLAUSOLE OGGETTO DI VALUTAZIONE

3. Costituiscono oggetto di valutazione nel presente procedimento, limitatamente ai rapporti contrattuali con i consumatori, le clausole di seguito trascritte, contenute nei Termini di utilizzo in lingua italiana del servizio *cloud* della Società, pubblicate sul sito *web* di Dropbox dal 5 novembre 2015 al 5 luglio 2021¹. Le singole disposizioni contrattuali sono state accorpate in funzione dei profili di violazione indicati nel successivo paragrafo **IV** del presente provvedimento.

A) Versione in lingua inglese dei Termini di utilizzo del servizio

“*La traduzione viene fornita solo a titolo informativo e la versione in lingua inglese farà fede in caso di controversie [...]*”

¹ Cfr. Doc. n. 24 all. A e B. La versione dei termini attualmente in vigore è disponibile all'indirizzo <https://www.dropbox.com/terms>.

(versione utilizzata nel periodo 10 febbraio 2017 – 5 luglio 2021)

B) Interruzione dei servizi

“Potremmo decidere di interrompere i Servizi in risposta a circostanze impreviste fuori dal controllo di Dropbox o in ottemperanza a un obbligo giuridico. Al verificarsi di tale condizione, ti avviseremo con un preavviso ragionevole per consentirti di esportare I tuoi file dai nostri sistemi. Se interrompiamo i Servizi in questo modo, prima della fine di eventuali termini fissi o minimi per i quali hai già pagato, rimborseremo la quota già corrisposta ma per cui non hai usufruito dei Servizi [...]”

(versione utilizzata nel periodo 10 febbraio 2017– 5 luglio 2021)

C) Servizi "COSÌ COME SONO" [o "A SCATOLA CHIUSA"]²

“Dropbox si impegna a fornire Servizi fantastici, ma alcune cose non possono essere garantite. NEI LIMITI PREVISTI DALLA LEGGE, DROPBOX E I SUOI AFFILIATI, FORNITORI E DISTRIBUTORI NON RICONOSCONO ALCUNA GARANZIA, ESPLICITA O IMPLICITA, SUI SERVIZI. I SERVIZI VENGONO FORNITI "COSÌ COME SONO" [o "A SCATOLA CHIUSA"]. NON RICONOSCIAMO NEPPURE ALCUNA GARANZIA DI COMMERCIALIZZABILITÀ, DI IDONEITÀ AD UNO SCOPO PARTICOLARE E DI NON VIOLAZIONE. Alcuni Stati non consentono i tipi di limitazioni indicati in questa sezione, quindi tali limitazioni potrebbero non essere applicabili”.

(versioni utilizzate nel periodo 5 novembre 2015– 5 luglio 2021)

Limitazione di responsabilità

Versione 1

“NEI LIMITI PREVISTI DALLA LEGGE, AD ECCEZIONE DI QUALSIASI RESPONSABILITÀ PER FRODE, FALSA RAPPRESENTAZIONE O EVIDENTE NEGLIGENZA DI DROPBOX O DEI SUOI AFFILIATI, IN NESSUN CASO DROPBOX, I SUOI AFFILIATI, FORNITORI O DISTRIBUTORI SARANNO RITENUTI RESPONSABILI PER:

(A) DANNI INDIRETTI, SPECIALI, ACCIDENTALI, PUNITIVI, ESEMPLARI O CONSEGUENZIALI O

(B) PERDITA D'USO, DI DATI, DI AFFARI O DI PROFITTI, A PRESCINDERE DALLA TEORIA LEGALE.

QUESTO AVVERRÀ INDIPENDENTEMENTE DAL FATTO CHE DROPBOX O QUALSIASI DEI SUOI AFFILIATI SIA STATO AVVERTITO O MENO DELLA POSSIBILITÀ DI TALI DANNI E ANCHE QUALORA UNO QUALSIASI DEI RIMEDI NON CONSEGUA IL SUO INTENTO PRINCIPALE.

INOLTRE, DROPBOX, I SUOI AFFILIATI, FORNITORI E DISTRIBUTORI SARANNO RESPONSABILI COMPLESSIVAMENTE PER TUTTI I RECLAMI RELATIVI AI SERVIZI AL MASSIMO PER L'IMPORTO MAGGIORE TRA \$ 20 E GLI IMPORTI PAGATI DALL'UTENTE A DROPBOX PER GLI ULTIMI 12 MESI DEI SERVIZI IN QUESTIONE.

² L'espressione *I SERVIZI "COSÌ COME SONO"* è presente nella versione della clausola adottata a partire dal 16 aprile 2019, precedentemente a tale data nella clausola in vigore dal 5 novembre 2015 al 15 aprile 2019 veniva utilizzata l'espressione *I SERVIZI "A SCATOLA CHIUSA"*.

Alcuni Paesi non consentono i tipi di limitazioni indicati in questa sezione, i quali, pertanto, potrebbero non essere applicabili”.

(versione utilizzata dal 5 novembre 2015 al 9 febbraio 2017)

Versione 2

“DROPBOX NON ESCLUDE O LIMITA LA PROPRIA RESPONSABILITÀ NEI CONFRONTI DELL'UTENTE QUALORA CIÒ SIA CONTRO LA LEGGE. È COMPRESA QUALSIASI RESPONSABILITÀ PER FRODE O FALSA RAPPRESENTAZIONE DI DROPBOX O DEI SUOI AFFILIATI NEL FORNIRE I SERVIZI. NEI PAESI IN CUI I SEGUENTI TIPI DI ESCLUSIONI NON SONO CONSENTITI, DROPBOX È RESPONSABILE NEI CONFRONTI DELL'UTENTE SOLO PER PERDITE E DANNI CHE SONO IL RISULTATO RAGIONEVOLMENTE PREVEDIBILE DELLA MANCATA ATTUAZIONE DA PARTE DI DROPBOX DELLA NORMALE DILIGENZA E PERIZIA OPPURE IN CASO DI UNA VIOLAZIONE DEL CONTRATTO CON L'UTENTE COMMESSA DA DROPBOX. IL PRESENTE PARAGRAFO NON RIGUARDA I DIRITTI DEI CONSUMATORI CHE NON POSSONO ESSERE REVOCATI O LIMITATI DA QUALSIASI CONTRATTO O ACCORDO.

NEI PAESI IN CUI LE ESCLUSIONI O LIMITAZIONI DI RESPONSABILITÀ SONO CONSENTITE, DROPBOX, I SUOI AFFILIATI, FORNITORI O DISTRIBUTORI NON SARANNO RITENUTI RESPONSABILI PER:

i. DANNI INDIRETTI, SPECIALI, ACCIDENTALI, PUNITIVI, ESEMPLARI O CONSEGUENZIALI O

ii. PERDITA D'USO, DI DATI, DI AFFARI O DI PROFITTI, A PRESCINDERE DALLA TEORIA LEGALE.

TALI ESCLUSIONI O LIMITAZIONI AVVERRANNO INDIPENDENTEMENTE DAL FATTO CHE DROPBOX O QUALSIASI DEI SUOI AFFILIATI SIA STATO AVVERTITO O MENO DELLA POSSIBILITÀ DI TALI DANNI. [...]

ESCLUDENDO I TIPI DI RESPONSABILITÀ CHE DROPBOX NON PUÒ LIMITARE PER LEGGE (COME DESCRITTO IN QUESTA SEZIONE), LIMITIAMO LA NOSTRA RESPONSABILITÀ NEI CONFRONTI DELL'UTENTE AL MAGGIORE IMPORTO TRA \$ 20 O IL 100% DI QUALSIASI IMPORTO PAGATO PER IL PIANO DEL SERVIZIO CORRENTE CON DROPBOX”.

(versione utilizzata nel periodo 10 febbraio 2017– 5 luglio 2021)

D) Modifiche contrattuali

Account a pagamento

“Modifiche. *Ci riserviamo il diritto di modificare le tariffe in vigore, ma verrai prima avvisato di tali modifiche tramite un messaggio all'indirizzo email associato al tuo account”.*

(versione utilizzata nel periodo 5 novembre 2015– 5 luglio 2021)

III. LE RISULTANZE ISTRUTTORIE

a) *L'iter del procedimento*

4. Sulla base di una segnalazione, delle informazioni e della documentazione acquisita d'ufficio ai fini dell'applicazione dell'articolo 37-bis del Codice del Consumo³, in data 20 agosto 2020⁴ è stato avviato il procedimento *CV195* nei confronti della società irlandese Dropbox, per presunta vessatorietà di alcune clausole presenti nei Termini di utilizzo del servizio *cloud*.
5. In data 7 settembre 2020, dopo aver informato l'Autorità, è stato pubblicato per 30 giorni sul sito istituzionale dell'Autorità (www.agcm.it)⁵ ai sensi dell'articolo 37-bis, comma 1, del Codice del Consumo e dell'art. 23, comma 6, del Regolamento, il comunicato ai fini della consultazione pubblica in materia di clausole vessatorie. La consultazione pubblica si è conclusa in data 7 ottobre 2020.
6. Alla consultazione hanno partecipato, inviando le proprie osservazioni, le associazioni dei consumatori: Altroconsumo⁶, U.Di.Con.⁷, Federconsumatori⁸, Movimento Consumatori⁹, Codacons¹⁰.
7. In data 5 ottobre 2020 il consumatore segnalante ha avanzato istanza di partecipazione all'istruttoria, accolta con comunicazione allo stesso e al Professionista in data 6 ottobre 2020¹¹.
8. Con comunicazione pervenuta in data 12 ottobre 2020¹² il consumatore segnalante ha presentato una memoria concernente le contestazioni oggetto del procedimento.
9. In data 4 novembre 2020¹³ è stata depositata da Dropbox una comunicazione contenente le risposte alle richieste di informazioni contenute nella comunicazione di avvio ed una proposta di modifica del testo delle clausole oggetto del procedimento.
10. In data 3 dicembre 2020¹⁴ e in data 18 marzo 2021¹⁵ sono stati sentiti in audizione i rappresentanti della Società per l'acquisizione degli elementi necessari ai fini della valutazione delle clausole oggetto del procedimento.

³ Cfr. Docc. nn.1,2,3.

⁴ Cfr. Docc. nn. 4 e 5.

⁵ <https://www.agcm.it/media/dettaglio-notizia?id=213c346a-c172-42bf-94db-2b7acc4d5370&parent=News&parentUrl=/media/news>.

⁶ Cfr. Doc. n. 13.

⁷ Cfr. Doc. n. 14.

⁸ Cfr. Doc. n. 19.

⁹ Cfr. Doc. n. 20.

¹⁰ Cfr. Doc. n. 21.

¹¹ Cfr. Docc. nn. 16-18.

¹² Cfr. Doc. n. 22.

¹³ Cfr. Doc. n. 24.

¹⁴ Cfr. Docc. nn. 32 e 33.

¹⁵ Cfr. Docc. nn. 42 e 43.

11. Nelle date del 16 aprile 2021¹⁶, 12 maggio 2021¹⁷ e 21 maggio 2021¹⁸ il Professionista ha comunicato ulteriori proposte di modifica al testo delle clausole.

12. In data 15 luglio 2021¹⁹ è stata comunicata alle Parti interessate la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 16, comma 1, come richiamato dall'art. 23, comma 1, del Regolamento.

13. In data 5 agosto 2021²⁰ Dropbox ha trasmesso la propria memoria conclusiva.

b) Gli esiti della consultazione pubblica e la memoria presentata dal segnalante

14. Tutte le Associazioni di consumatori che hanno partecipato alla consultazione pubblica hanno rimarcato che la disciplina posta dal Codice del Consumo in materia di clausole vessatorie è volta a garantire e tutelare il consumatore dalla unilaterale predisposizione e sostanziale imposizione del contenuto contrattuale da parte del Professionista²¹, quale possibile fonte di abuso, sostanziandosi nella preclusione per il consumatore della possibilità di esplicitare la propria autonomia contrattuale rappresentata dalla libertà di determinare il contenuto del contratto²². Tale circostanza comporterebbe l'alterazione, su un piano non già solamente economico, della posizione paritaria delle parti contrattuali, assoggettando l'aderente (il consumatore) al potere (anche solo di mero fatto) del predisponente (il professionista). La vessatorietà di ogni clausola non riguarda l'eventuale sproporzione economica delle prestazioni, ma lo squilibrio giuridico delle posizioni contrattuali contrapposte.

15. Le Associazioni hanno ritenuto sussistente il predetto squilibrio nelle disposizioni oggetto del procedimento, riconoscendo le seguenti criticità nelle disposizioni contrattuali in esame:

- (lett. A) la prevalenza della versione del contratto in lingua inglese in caso di controversie in luogo della versione italiana quando contenente l'interpretazione più favorevole al consumatore;
- (lett. B e C) il mancato riconoscimento di garanzie sui servizi e l'ampia limitazione della responsabilità in favore del Professionista, prevedendo un'esclusione dei diritti del consumatore in caso di perdita dei dati o di altro danno risultante da un fatto o un'omissione del Professionista, così come il diritto di sospendere o interrompere l'accesso dell'utente ai servizi o di eliminarne l'account unicamente sulla base della volontà del Professionista;
- (lett. D) il diritto unilaterale di modifica delle tariffe da parte del Professionista senza indicare i giustificati motivi e senza precisare i tempi di preavviso²³.

16. In particolare, è stato evidenziato che, con sempre maggior frequenza, i consumatori utilizzano i servizi di *cloud computing* quale unico mezzo per memorizzare tutti i loro dati (dalle foto ai documenti). Si tratta, quindi, di informazioni di potenziale valore elevato per gli utenti, che

¹⁶ Cfr. Doc. n. 45.

¹⁷ Cfr. Doc. n. 49.

¹⁸ Cfr. Doc. n. 50.

¹⁹ Cfr. Docc. nn. 54 e 55.

²⁰ Cfr. doc. n. 59.

²¹ Cfr. Docc. nn. 13, 14, 19, 20, 21.

²² Cfr. Cass. Civ., sez. III, 20 marzo 2010, n. 6802.

²³ Cfr. Docc. nn. 13, 14, 19, 20 e 21 cit.

meritano pertanto la massima salvaguardia e tutela²⁴. Per quanto riguarda la clausola *sub* lettera A) il Professionista imporrebbe la prevalenza della versione inglese del testo, pur se non immediatamente fruibile dal consumatore.

17. Non risulterebbe equo imporre al contraente la conoscenza di un'altra lingua, diversa da quella di utilizzo della piattaforma, con riferimento ai suoi diritti. Tale impostazione sarebbe svantaggiosa per l'utente, in quanto idonea a generare incertezza sulle tutele effettivamente attribuite²⁵.

18. La clausola *sub* lettera B) risulterebbe particolarmente incerta riguardo alle circostanze in cui il Professionista ha la possibilità di interrompere il servizio, così come sui tempi di preavviso. L'utilizzo di locuzioni come "*preavviso ragionevole*" non espliciterebbe le effettive tempistiche concesse al consumatore per consentirgli di esportare i file e tutelarsi da un'eventuale perdita o danneggiamento, ponendosi dunque potenzialmente ad esclusivo vantaggio della Società che ha predisposto la clausola.

19. Anche il rimborso solo parziale del servizio acquistato potrebbe non risultare congruo, in caso di interruzione del servizio in mancanza di colpa dell'utente, a tutelarne le ragioni e le valutazioni economiche effettuate nella scelta del servizio.

20. La clausola *sub* lettera C) relativa all'accettazione dei servizi "*così come sono*" e alla limitazione di responsabilità è connotata da una formula che genera incertezza circa la sua stessa applicabilità (totale o parziale) nell'ordinamento italiano. Tale aspetto, per quanto derivi in tutta evidenza dalla necessità di rivolgere il testo a giurisdizioni diverse, ha, però, l'effetto di disorientare il consumatore rendendo incerti i suoi diritti; per questo stesso motivo, la disposizione si configura come non trasparente per l'utente medio, incentrata sullo sforzo di liberare il Professionista da possibili oneri verso il consumatore. Per ciò stesso il testo, escludendo a prescindere qualsiasi tipo di garanzia in favore dell'acquirente, risulta integralmente sbilanciato a favore della Società, imponendo di fatto all'utente di prendere i servizi così come erogati e senza possibilità di addurre alcuna contestazione. Secondo quanto si evince dal testo in commento, ogni valutazione in punto di responsabilità sembra essere riservata al solo Professionista, il quale pertanto sarà in condizione di limitare, potenzialmente in modo arbitrario, la sua stessa responsabilità. Inoltre, tale clausola presenta evidenti criticità in tema di chiarezza per gli utenti in quanto si avvale di locuzioni tutt'altro che precise (si veda a es. "RAGIONEVOLMENTE PREVEDIBILE") lasciando di fatto vasta discrezionalità al Professionista.

21. La clausola *sub* lettera D) assegna la facoltà unilaterale al Professionista di variare le tariffe, a prescindere da qualsivoglia motivazione o esplicitata casistica. Il consumatore è solo avvisato (peraltro tramite strumento che non consente di verificare l'effettiva ricezione della comunicazione) della scelta unilaterale ed insindacabile del Professionista, dinanzi alla quale l'utente diviene mero soggetto passivo. Il Professionista si riserva la facoltà di effettuare modifiche unilaterali alle clausole del contratto, senza un giustificato motivo indicato nel contratto stesso²⁶.

22. Con memoria inviata in data 14 ottobre 2020, il consumatore segnalante, parte del procedimento, ha descritto la modalità con cui la Società ha effettuato una variazione contrattuale, che gli è stata comunicata tramite email in data 5 giugno 2019 riportante preavviso di un aumento

²⁴ Cfr. Doc. n. 14.

²⁵ Cfr. Docc. nn. 13, 14, 19, 20 e 21 cit.

²⁶ *Ibidem*.

del prezzo del servizio del 20% senza alcun motivo, utilizzando il termine “risparmiare”, quando invece la Società ha applicato un aumento tariffario, e rinviando, tra l’altro, per chiarimenti a pagine scritte in lingua inglese²⁷. Alla contestazione formale del segnalante rivolta alla Società, Dropbox ha risposto che la variazione di prezzo non costituisce una modifica delle condizioni contrattuali (con conseguente applicabilità dell’art. 33, c. 2, lett. m) del Codice del Consumo) in quanto essa è avvenuta in sede di rinnovo del contratto e che il rinnovo di un abbonamento, quale risulta essere quello del segnalante, non è coperto dalla citata previsione del Codice del Consumo con conseguente facoltà di libera modifica delle condizioni²⁸.

²⁷ Cfr. Doc. n. 2.

²⁸ Cfr. Doc. n. 22.

E-mail di comunicazione al segnalante della variazione delle condizioni contrattuali²⁹**Aggiornamenti importanti del tuo piano Dropbox**

1 messaggio

Dropbox <no-reply@dropbox.com>

5 giugno 2019 17:49

A. [REDACTED]



Ciao [REDACTED]

Abbiamo appena effettuato un upgrade di Dropbox Plus. E il prezzo è cambiato: **a partire dal 31 luglio 2019, Dropbox Plus costerà 11,99 USD al mese (più eventuali imposte applicabili).**

Il nuovissimo piano Plus offre tutte le funzionalità più richieste. Ora avrai a disposizione:

- **Spazio di archiviazione doppio:** salva tutto con 2 TB (2,000 GB).
- **Una tecnologia di sincronizzazione fra le migliori del mercato:** sposta i file non aggiornati dal disco rigido del computer al cloud, con Smart Sync di Dropbox.
- **Riavvolgimento Dropbox:** annulla le modifiche accidentali apportate a qualsiasi cartella del tuo account, fino a 30 giorni precedenti.

Tutto questo per soli 2,00 USD in più al mese. In alternativa, puoi sempre risparmiare passando dalla fatturazione mensile a quella annuale. Gestisci il tuo piano.

Grazie per aver scelto Dropbox!

- Il team di Dropbox

P.S.: le nuove funzioni sono già state aggiunte al tuo account. Guarda le novità di Plus.

²⁹ Cfr. Doc. n. 2.

c) Le argomentazioni svolte dal Professionista e gli altri elementi forniti nel corso del procedimento

23. Il Professionista, in relazione alla clausola sulla prevalenza della versione in lingua inglese *sub* lettera A), sostiene che la prevalenza della versione in lingua inglese dei Termini ha il solo scopo di assicurare l'applicazione uniforme dei Termini a livello globale e non di privare i consumatori delle protezioni e dei diritti loro garantiti dalle applicabili normative nazionali. Infatti, qualora ci fosse una clausola dei Termini di Servizio redatta in modo oscuro o poco comprensibile, tale clausola sarà sempre interpretata nel modo più favorevole per i consumatori come previsto dall'art. 35, comma 2, del Codice del Consumo³⁰.

24. In merito alla clausola sull'interruzione dei servizi *sub* lettera B), il Professionista ritiene che nella stessa siano chiaramente esplicitate tanto le ragioni specifiche per consentire l'interruzione dei servizi (*circostanze impreviste che sfuggono al controllo di Dropbox oppure ottemperanza ad un obbligo giuridico*), quanto la tempistica dell'avviso inviato al consumatore attraverso l'espressione "*ragionevole preavviso*", dato che le circostanze dell'interruzione non sono prevedibili a priori e non è possibile stabilire preventivamente una tempistica definita che copra tutti i potenziali scenari. Le situazioni in presenza delle quali Dropbox può interrompere il servizio sono, quindi, decisamente limitate. Nel caso in cui si verificasse una tale interruzione, Dropbox ne darebbe comunicazione via *e-mail* all'indirizzo di posta elettronica associato all'account degli utenti con l'obiettivo di informarli in merito al fatto che si è verificata o che sta per verificarsi un'interruzione del servizio, nel caso in cui sia possibile fornire tale informazione con preavviso, e indicare loro come devono procedere e in particolare quanto tempo avranno a disposizione per salvare i loro file in modo da non perdere i propri documenti.

25. Per comunicare la sospensione o la cessazione del servizio, come previsto nella clausola "Risoluzione" dei Termini di Servizio, in caso di utenti Dropbox in possesso di un *account* non a pagamento al quale non viene fatto accesso per 12 mesi consecutivi, circostanza che determina la cancellazione dell'account stesso, Dropbox invia ripetute *e-mail* di avviso circa la prevista cancellazione (90 giorni, 60 giorni, 30 giorni, 15 giorni, 7 giorni e 0 giorni prima della sua cancellazione).

26. Nessun preavviso viene fornito in merito alla risoluzione o sospensione qualora:

- l'utente commetta una grave violazione dei Termini;
- l'invio di tale avviso implichi una responsabilità legale per Dropbox o comprometta la possibilità di fornire i servizi ad altri utenti della Società oppure non sia consentito dalla legge.

27. Sulla base dei dati disponibili, Dropbox stima che siano stati sospesi o chiusi in passato circa [50.000-200.000]* *account* di utenti italiani che avrebbero violato i Termini di Servizio (ad esempio per ragioni di sicurezza o per attività pedopornografica)³¹.

28. In merito alle clausole sull'accettazione dei servizi "così come sono" e la limitazione di responsabilità *sub* lettera C), ad avviso del Professionista non vi sarebbe alcuna violazione del Codice del consumo, in quanto il testo delle clausole è stato redatto utilizzando termini omogenei e

³⁰ Cfr. Doc. n. 24, pp. 3-4, 14.

* Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

³¹ *Ibidem*, pp. 4-5, 9-10, 14.

standardizzati in tutti i paesi del mondo e rinviando alle limitazioni di legge previste da ciascuna legislazione locale.

29. Lo scopo di tale clausola è ovviamente anche quello di assicurarsi che Dropbox non venga ritenuta responsabile per i casi in cui non vi sia suo dolo, colpa grave o violazione del contratto: aspetto assolutamente pacifico ed implicito per/nella legge italiana, ma non replicato e replicabile in ogni giurisdizione.

30. Dropbox è, infatti, consapevole che in Italia come in altri Paesi, indicare che la vendita dei prodotti avviene "*così come sono*", o utilizzare termini simili, non esonera il venditore dalle garanzie "implicite" e dalle relative conseguenze. Proprio per questo motivo Dropbox ha inserito la dicitura nella clausola "*servizi così come sono*" che specifica che la stessa "*si applica solo nella misura consentita dalla legge*"³².

31. In merito alla clausola relativa alle modifiche contrattuali *sub* lettera D), il Professionista ritiene che lo scopo di questa clausola sia quello di consentirgli di aumentare, se necessario, il prezzo del servizio alla fine del periodo contrattuale, quindi in caso di rinnovo, e non di modificare il prezzo del servizio durante il periodo di validità del contratto. Infatti, secondo la Società, il contratto a pagamento di Dropbox, per come descritto nei Termini, è un contratto a tempo determinato "*a rinnovo periodico*" automatico, con modalità di fatturazione mensile o annuale³³. Dropbox sostiene, comunque, di garantire ai consumatori utenti che hanno un piano annuale un preavviso di almeno 30 giorni in relazione a qualsivoglia modifica delle tariffe, in modo che i consumatori abbiano il tempo sufficiente per valutare la propria posizione e decidere se accettare le nuove tariffe o non rinnovare il contratto alla fine del periodo. Più in generale, Dropbox sostiene di fornire un preavviso non inferiore a 30 giorni in relazione a qualsiasi aggiornamento dei Termini che impatti sull'utilizzo del servizio da parte dell'utente o sui suoi diritti legali in qualità di utente dei servizi della Società³⁴. Negli ultimi 5 anni Dropbox dichiara di non aver apportato alcuna modifica alle tariffe ai propri utenti in corso di contratto, ma di aver attuato una sola manovra di variazione della tariffa applicata al momento del rinnovo di ciascun utente.

32. Dropbox ha sostenuto che la modifica indicata dal segnalante sarebbe proprio l'unica effettuata negli ultimi 5 anni, rappresentata da un aumento del prezzo del piano Dropbox Plus applicato al momento del rinnovo. L'aumento di prezzo è stato giustificato dal fatto che Dropbox ha aggiunto al piano Dropbox Plus una serie di nuove funzionalità e una maggiore capacità di immagazzinamento³⁵.

33. Nella memoria conclusiva del 5 agosto 2021 la Società ha comunicato, illustrandole e motivandole, le modifiche adottate per le clausole oggetto del procedimento, al fine di rimuovere i possibili profili di vessatorietà contestati. Tali modifiche sono riportate di seguito ed evidenziate

³² *Ibidem*, pp. 6-7, 14-15.

³³ Termini di servizio di Dropbox - **Account a pagamento - Fatturazione**. *Puoi aumentare il tuo spazio di archiviazione e aggiungere funzioni a pagamento al tuo account (modificandolo in un "Account a pagamento"). Ti invieremo automaticamente una fattura dalla data in cui passi a un Account a pagamento e a ogni rinnovo periodico fino alla cancellazione. Se hai sottoscritto un piano annuale, ti invieremo un'email di notifica (entro un periodo di tempo ragionevole prima della data di rinnovo) per ricordarti che il tuo piano verrà rinnovato. Sei ritenuto responsabile per tutte le imposte applicabili e queste ti verranno addebitate ove necessario. Alcuni Paesi prevedono leggi locali obbligatorie in merito ai diritti di cancellazione; tali leggi hanno la priorità su quanto specificato in questo paragrafo.*

³⁴ *Ibidem*, pp. 7-8, 15.

³⁵ *Ibidem*, pp. 11-13, 15.

all'interno delle clausole stesse in grassetto, sottolineate o barrate. Esse sono disponibili online e in vigore a partire dal 6 luglio 2021³⁶.

A) Versione in lingua inglese dei Termini di utilizzo del servizio

*“La traduzione viene fornita solo a titolo informativo e la versione in lingua inglese farà fede in caso di controversie. **Eventuali errori di traduzione non verranno interpretati in modo sfavorevole per il consumatore.**”*

Dropbox ha chiarito che la modifica apportata comporta l'integrazione della formulazione relativa all'interpretazione della versione italiana dei Termini di Servizio al fine di rendere i consumatori consapevoli che, in ogni caso, eventuali errori o inesattezze nella traduzione italiana non saranno interpretate in modo da svantaggiare i consumatori.

B) Interruzione dei servizi

*“Potremmo decidere di interrompere i Servizi in risposta a circostanze **eccezionali** impreviste, **eventi** fuori dal controllo di Dropbox (**per esempio una calamità naturale, un incendio o un'esplosione**) o in ottemperanza ad un obbligo giuridico. Al verificarsi di tale condizione ti avviseremo con un preavviso ragionevole **tramite l'email associata al tuo account** per consentirti di esportare i tuoi file dai nostri sistemi (**ti forniremo non meno di 30 giorni di preavviso laddove possibile in base alle circostanze**). Se interrompiamo i Servizi in questo modo prima della fine di eventuali termini fissi o minimi per i quali hai già pagato, rimborseremo la parte del corrispettivo già corrisposta ma per cui non hai usufruito dei Servizi”.*

Dropbox ha modificato la clausola, inserendo una specifica formulazione atta a chiarire ulteriormente l'ambito di applicazione della facoltà di interruzione dei servizi con l'aggiunta di esempi illustrativi relativi alle circostanze che Dropbox include tra quelle “impreviste”, al fine di circostanziare maggiormente la tipologia di possibili situazioni alle quali Dropbox fa riferimento, quali ad esempio “una calamità naturale, un incendio o un esplosione”. Nello stesso senso è stata introdotta la tempistica di trenta giorni come periodo di preavviso laddove possibile.

C) Servizi "COSÌ COME SONO" [o "A SCATOLA CHIUSA"]

*“Dropbox si impegna a fornire Servizi fantastici, ma alcune cose non possono essere garantite. NEI LIMITI PREVISTI DALLA LEGGE, DROPBOX E I SUOI AFFILIATI, FORNITORI E DISTRIBUTORI NON RICONOSCONO ALCUNA GARANZIA, ESPLICITA O IMPLICITA, SUI SERVIZI. I SERVIZI VENGONO FORNITI "COSÌ COME SONO" [o "A SCATOLA CHIUSA"]. NON RICONOSCIAMO NEPPURE ALCUNA GARANZIA DI COMMERCIALIZZABILITÀ, DI IDONEITÀ AD UNO SCOPO PARTICOLARE E DI NON VIOLAZIONE. Alcuni Stati non consentono i tipi di limitazioni indicati in questa sezione, quindi tali limitazioni potrebbero non essere applicabili”. **Ad esempio, queste limitazioni non prevalgono sulla protezione giuridica inderogabile di cui godono i consumatori, inclusa la garanzia legale, secondo la normativa europea.**”*

³⁶ Cfr. Doc. n. 59.

Limitazione di responsabilità

“DROPBOX NON ESCLUDE O LIMITA LA PROPRIA RESPONSABILITÀ NEI CONFRONTI DELL'UTENTE QUALORA CIÒ SIA CONTRO LA LEGGE. È COMPRESA QUALSIASI RESPONSABILITÀ PER FRODE O FALSA RAPPRESENTAZIONE DI DROPBOX O DEI SUOI AFFILIATI NEL FORNIRE I SERVIZI. NEI PAESI IN CUI I SEGUENTI TIPI DI ESCLUSIONI NON SONO CONSENTITI, DROPBOX È RESPONSABILE NEI CONFRONTI DELL'UTENTE SOLO PER PERDITE E DANNI CHE SONO IL RISULTATO RAGIONEVOLMENTE PREVEDIBILE DELLA MANCATA ATTUAZIONE DA PARTE DI DROPBOX DELLA NORMALE DILIGENZA E PERIZIA OPPURE IN CASO DI UNA VIOLAZIONE DEL CONTRATTO CON L'UTENTE COMMESSA DA DROPBOX. IL PRESENTE PARAGRAFO NON RIGUARDA I DIRITTI DEI CONSUMATORI CHE NON POSSONO ESSERE REVOCATI O LIMITATI DA QUALSIASI CONTRATTO O ACCORDO.

SE SEI UN CONSUMATORE NELL'UNIONE EUROPEA O NEL REGNO UNITO, IL PRESENTE PARAGRAFO NON ESCLUDE LA RESPONSABILITÀ DI DROPBOX PER PERDITE E DANNI CHE SONO IL RISULTATO DELLA MANCATA ATTUAZIONE DI DROPBOX DELLA RAGIONEVOLE DILIGENZA E PERIZIA NELL'OFFERTA DEI PROPRI SERVIZI OPPURE DELLA VIOLAZIONE DEL CONTRATTO CON L'UTENTE, SEMPRE CHE SI TRATTI DI DANNI CHE POTEVANO PREVEDERSI NEL TEMPO IN CUI È SORTA L'OBLIGAZIONE

NEI PAESI IN CUI LE ESCLUSIONI O LIMITAZIONI DI RESPONSABILITÀ SONO CONSENTITE, DROPBOX, I SUOI AFFILIATI, FORNITORI O DISTRIBUTORI NON SARANNO RITENUTI RESPONSABILI PER:

- i. DANNI INDIRETTI, SPECIALI, ACCIDENTALI, PUNITIVI, ESEMPLARI O CONSEGUENZIALI O*
- ii. PERDITA D'USO, DI DATI, DI AFFARI O DI PROFITTI, A PRESCINDERE DALLA TEORIA LEGALE.*

TALI ESCLUSIONI O LIMITAZIONI AVVERRANNO INDIPENDENTEMENTE DAL FATTO CHE DROPBOX O QUALSIASI DEI SUOI AFFILIATI SIA STATO AVVERTITO O MENO DELLA POSSIBILITÀ DI TALI DANNI. [...]

ESCLUDENDO I TIPI DI RESPONSABILITÀ CHE DROPBOX NON PUÒ LIMITARE PER LEGGE (COME DESCRITTO IN QUESTA SEZIONE), LIMITIAMO LA NOSTRA RESPONSABILITÀ NEI CONFRONTI DELL'UTENTE AL MAGGIORE IMPORTO TRA \$ 20 O IL 100% DI QUALSIASI IMPORTO PAGATO PER IL PIANO DEL SERVIZIO CORRENTE CON DROPBOX”.

LA PRESENTE PREVISIONE NON SI APPLICA AI CONSUMATORI EUROPEI SE PROIBITO DALLA NORMATIVA APPLICABILE.

Il collegamento ipertestuale attivabile cliccando su *NORMATIVA APPLICABILE* rimanda ad una pagina dedicata nella quale figura la presente formulazione: **“Alcuni paesi non consentono ad aziende come Dropbox di escludere o limitare la propria responsabilità nei confronti dei consumatori nei casi in cui la società non abbia adempiuto, o abbia adempiuto in modo inadeguato, ai propri obblighi contrattuali. Ciò significa che in alcuni casi, ad esempio in Italia,**

il limite risarcitorio relativo ai danni contenuto nella sezione "Limitazione di responsabilità" dei nostri Termini di servizio non si applica".

Con riferimento alla clausola "Servizi "COME SONO" o "A SCATOLA CHIUSA", Dropbox ha aggiunto una specifica formulazione volta a rendere maggiormente esplicito ai consumatori italiani il carattere imperativo dell'applicabilità del diritto dei consumatori, in particolare chiarendo ulteriormente il perimetro dei diritti di cui godono questi ultimi attraverso l'espreso riferimento all'applicazione della garanzia legale.

In relazione alla clausola sulla "Limitazione di responsabilità", la formulazione è stata modificata inserendo uno specifico riferimento alla responsabilità della società per le perdite e i danni indicati come "ragionevolmente prevedibili", rispecchiando fedelmente la disposizione del codice civile italiano (art. 1225 c.c.) secondo cui "il risarcimento è limitato al danno che poteva prevedersi nel tempo in cui è sorta l'obbligazione". È inoltre espressamente previsto che l'applicazione del "limite" all'entità del risarcimento di Dropbox "non si applica ai consumatori europei se proibito dalla normativa applicabile". Questa formulazione include un collegamento ipertestuale a una pagina dedicata in cui viene chiarito che in alcuni paesi tra cui l'Italia il limite al risarcimento del danno non si applica.

D) Modifiche contrattuali

Account a pagamento

"Ci riserviamo il diritto di modificare le tariffe in vigore *al momento del rinnovo dell'abbonamento per riflettere circostanze quali cambiamenti nelle nostre offerte di prodotti, cambiamenti nella nostra attività o mutamenti del contesto economico, ma Verrai prima avvisato almeno 30 giorni prima di tali modifiche tramite un messaggio all'indirizzo email associato al tuo account e avrai la possibilità di annullare l'abbonamento prima che la nuova tariffa entri in vigore*".

L'attuale formulazione della clausola include tanto l'espreso richiamo alle circostanze in presenza delle quali la Società si riserva il diritto di procedere alla modifica delle tariffe, quanto la menzione alla possibilità per il consumatore di esercitare il diritto di recesso. Le modifiche alla clausola, insieme al chiaro riferimento alla tempistica della comunicazione (ovvero 30 giorni prima che la modifica contrattuale entri in vigore), rendono edotto il consumatore del perimetro di applicazione della clausola, nonché dei metodi utilizzati per attuare le variazioni contrattuali.

IV. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

34. Le valutazioni che seguono hanno ad oggetto le clausole indicate al paragrafo II del presente provvedimento che presentano profili di vessatorietà ai sensi della disciplina di cui all'articolo 33 del Codice del Consumo o di violazione dell'articolo 35 del Codice.

35. Di seguito si procede alla valutazione di ciascuna clausola contrattuale, oggetto di contestazione nella comunicazione di avvio del procedimento. Verranno valutate anche le modifiche alle clausole già implementate dal Professionista a partire dal mese di luglio 2021, così come sono state indicate nella memoria conclusiva e riportate nella precedente sezione III.c).

Versione in lingua inglese dei Termini di utilizzo del servizio

36. La clausola di cui al paragrafo II, lettera A, risulta in violazione dell'art. 35, comma 2, del Codice del consumo³⁷, in quanto obbliga il consumatore italiano ad aderire alle condizioni contrattuali in lingua inglese, le quali saranno le uniche applicabili in caso di controversie. Al consumatore viene fornita una traduzione in italiano a cui è attribuito solo valore informativo e non giuridico.

37. Anche se il Professionista giustifica tale previsione contrattuale con la necessità di assicurare un'applicazione uniforme dei Termini del servizio a livello globale e non con la volontà di privare i consumatori delle tutele applicabili sulla base delle normative nazionali, la validità giuridica delle condizioni contrattuali riconosciuta da Dropbox alla sola versione in lingua inglese, anche in caso di contrasto con la versione italiana, può determinare la situazione in cui al consumatore viene applicata la versione più sfavorevole. Tale previsione contrattuale priva, dunque, il consumatore italiano della tutela sancita dall'art. 35 comma 2, del Codice del consumo, secondo cui, in caso di dubbio sul senso di una clausola, prevale in ogni caso l'interpretazione più favorevole al consumatore, che potrebbe appunto essere rappresentata dalla versione in lingua italiana.

38. Dropbox ha dal 6 luglio 2021 integrato la clausola relativa all'applicazione, al consumatore italiano, della versione in lingua inglese dei Termini di Servizio, precisando che, in caso di eventuali errori o inesattezze nella traduzione, verrà adottata l'interpretazione più vantaggiosa per i consumatori; è stata così eliminata ogni possibile ambiguità sull'applicazione della versione più favorevole per gli utenti, a prescindere dalla lingua in cui essa è formulata.

Interruzione dei servizi

39. La clausola di cui al paragrafo II, lettera B), che riconosce al Professionista la facoltà di procedere all'interruzione del servizio offerto, risulta in violazione dell'articolo 33, commi 1 e 2, lett. d), del Codice del Consumo, secondo cui si presumono vessatorie, fino a prova contraria, le clausole che hanno per oggetto, o per effetto, di *“prevedere un impegno definitivo del consumatore mentre l'esecuzione della prestazione del professionista è subordinata ad una condizione il cui adempimento dipende unicamente dalla sua volontà”*. Nella clausola in questione non sono, infatti, specificati i motivi che consentirebbero a Dropbox l'interruzione del servizio, né la tempistica di preavviso garantita al consumatore per poter esportare e salvaguardare tutti i propri dati prima dell'interruzione. In tal modo si crea una situazione di discrezionalità in capo a Dropbox nell'utilizzo della facoltà che la clausola le riserva.

40. La Società ha sostenuto che nella clausola sarebbero chiaramente esplicitate le motivazioni specifiche di interruzione del servizio (*circostanze impreviste che sfuggono al controllo di Dropbox oppure ottemperanza ad un obbligo giuridico*) e la tempistica dell'avviso da inviare al consumatore (*“ragionevole preavviso”*). L'utilizzo di tali locuzioni sarebbe giustificato dal fatto che le circostanze che possono portare a un'interruzione non sono del tutto prevedibili, e conseguentemente non sarebbe possibile stabilire in via preventiva né una casistica esaustiva, né una tempistica definita che possa coprire tutti i potenziali scenari.

³⁷ Art. 35, comma 2, del Codice del Consumo, a tenore del quale *“In caso di dubbio sul senso di una clausola, prevale l'interpretazione più favorevole al consumatore”*.

41. Pur volendo considerare che il Professionista non possa elencare al consumatore preventivamente ed in maniera esaustiva tutti gli scenari che potrebbero determinare l'interruzione del servizio, il contenuto di tale clausola appare eccessivamente vago e indeterminato. Non appare credibile, infatti, che il Professionista non sia in grado di elencare alcuna circostanza più precisa di interruzione del servizio, nemmeno a titolo esemplificativo, né di fissare una tempistica di preavviso del consumatore quanto meno indicativa, che dia sostanza al concetto di "ragionevole preavviso" attualmente previsto dalla clausola.

42. Pertanto, alla luce delle considerazioni suesposte la suddetta clausola appare vessatoria ai sensi dell'art. 33, commi 1 e 2, lett. d), del Codice del Consumo.

43. In merito alla clausola relativa all'interruzione del servizio, dal 6 luglio 2021 sono stati inseriti esempi relativi alle situazioni di imprevisto che potrebbero determinare l'interruzione del servizio e una tempistica, laddove possibile, di trenta giorni per il preavviso. Tali specificazioni consentono di ovviare all'eccessiva discrezionalità precedentemente attribuita a Dropbox nell'utilizzo della facoltà di interruzione del servizio, eliminando i profili di vessatorietà sopra indicati.

Servizi "COSÌ COME SONO" [o "A SCATOLA CHIUSA"] e Limitazioni di responsabilità

44. Le clausole di cui al paragrafo II, lettera C), relative alla garanzia dei servizi e alle limitazioni di responsabilità risultano in violazione dell'art. 33, commi 1 e 2, lett. b), del Codice del Consumo, secondo cui si presumono vessatorie, fino a prova contraria, le clausole che hanno per oggetto, o per effetto, di "escludere o limitare le azioni o i diritti del consumatore nei confronti del professionista o di un'altra parte in caso di inadempimento totale o parziale o di adempimento inesatto da parte del professionista".

45. Dropbox con le suddette clausole afferma di non riconoscere alcuna garanzia, esplicita o implicita, sui servizi, che vengono offerti "così come sono" o "a scatola chiusa", limitando la propria responsabilità nei confronti dell'utente a perdite e danni, ragionevolmente prevedibili, per la mancata applicazione da parte sua della normale diligenza e perizia oppure per la violazione del contratto con l'utente, ad eccezione di richiamati limiti di legge non meglio specificati.

46. Deve osservarsi che il termine "responsabilità" richiama la disciplina dell'adempimento. Infatti, la limitazione della responsabilità non è altro che la auto-limitazione degli obblighi derivanti dalle regole sull'adempimento contrattuale.

47. La limitazione di responsabilità dovrebbe riguardare eventi che influenzano la prestazione dovuta determinandone la sopravvenuta impossibilità; una sua eccessiva estensione riduce lo spazio di tutela sostanziale e processuale normalmente riconosciuto al consumatore. Le clausole di limitazione possono porsi, infatti, in questo caso, in problematico rapporto con le pattuizioni sul contenuto del contratto e sull'allocazione dei rischi tra le parti, rischiando di inficiare l'obbligo di adempimento dell'oggetto stesso del contratto da parte del soggetto che può beneficiare della limitazione.

48. È proprio quanto pare rilevarsi nel caso di Dropbox, in cui l'assenza di garanzie sulla fornitura del servizio, congiuntamente alla previsione di responsabilità solo in caso di mancata applicazione da parte della società della normale diligenza e perizia oppure di sua violazione del contratto con l'utente, e ai limiti sull'entità del danno risarcibile, rischiano di snaturare gli obblighi di attuazione del contratto in capo al Professionista, senza fornire adeguati strumenti di tutela all'utente al realizzarsi della condotta inadempiente.

49. La presenza nella clausola in questione di un'espressione quale "*Alcuni Stati non consentono i tipi di limitazioni indicati in questa sezione, quindi tali limitazioni potrebbero non essere applicabili*" non costituisce una garanzia per il consumatore italiano in merito al fatto che il Professionista non potrebbe sottrarsi alla sua responsabilità, in quanto prevista dalla legge italiana, in assenza di una più puntuale ed espressa indicazione in tal senso.

50. La giustificazione del Professionista secondo cui il testo delle clausole sarebbe stato redatto utilizzando termini omogenei e standardizzati in tutti i Paesi del mondo, per cui, in caso di dolo, colpa grave o violazione del contratto, sarebbe pacifico che Dropbox non potrebbe sottrarsi alla sua responsabilità prevista dalla legge italiana, non trova corrispondenza nel testo delle clausole, contrastando con la necessità del consumatore di essere posto nella condizione di poter determinare con precisione i termini delle obbligazioni contrattuali delle parti e i relativi limiti di responsabilità della controparte.

51. Il consumatore, a fronte di un impegno definitivo che si sarebbe assunto, vedrebbe dunque escluse o limitate le proprie azioni o i propri diritti in caso di inadempimento totale o parziale o di adempimento inesatto da parte del professionista.

52. Pertanto, alla luce delle considerazioni suesposte le suddette clausole appaiono vessatorie ai sensi dell'art. 33, commi 1 e 2, lett. b), del Codice del Consumo.

53. Per quanto riguarda la clausola sui Servizi "COME SONO" e le Limitazioni di responsabilità, Dropbox dal 6 luglio 2021 ha esplicitato che, in ogni caso, il consumatore italiano è tutelato dall'applicazione della garanzia legale, che il limite all'entità del risarcimento, indicato nella clausola non si applica ai consumatori italiani e che la responsabilità si riferisce "*al danno che poteva prevedersi nel tempo in cui è sorta l'obbligazione*" in ossequio all'art. 1225 c.c. Tali precisazioni appaiono far venir meno i profili di vessatorietà presenti nella precedente formulazione, in quanto al consumatore verrebbe garantita la fornitura del servizio secondo quanto ragionevolmente può attendersi al momento della conclusione del contratto, e un adeguato risarcimento in caso di inadempimento da parte di Dropbox.

Modifiche contrattuali

54. La clausola di cui al paragrafo II, lettera D), relativa alla modifica unilaterale delle condizioni contrattuali risulta in violazione dell'art. 33, commi 1³⁸ e 2, lettera m),³⁹ del Codice del Consumo. Nella clausola in esame si rilevano il diritto di modificare le tariffe in vigore in assenza di giustificati motivi inclusi nei Termini di servizio e l'indeterminatezza dei tempi di comunicazione della modifica delle tariffe, in quanto Dropbox sostiene che il cliente verrà avvisato "tramite un messaggio" senza definirne i tempi di invio.

55. Lo scopo di questa clausola, secondo il Professionista, sarebbe quello di consentire a Dropbox di aumentare, se necessario, il prezzo del servizio alla fine del periodo contrattuale in caso di rinnovo, e non di modificare il prezzo del servizio durante il periodo di validità del contratto.

³⁸ Art. 33, comma 1, del Codice del Consumo, a tenore del quale si presumono vessatorie le clausole che, "*malgrado la buona fede, determinano a carico del consumatore un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto*".

³⁹ Art. 33, comma 2 lettera m), del Codice del Consumo, a tenore del quale si presumono vessatorie, fino a prova contraria, le clausole che hanno per oggetto, o per effetto, di "*consentire al professionista di modificare unilateralmente le clausole del contratto, ovvero le caratteristiche del prodotto o del servizio da fornire, senza un giustificato motivo indicato nel contratto stesso*".

56. Il contratto a pagamento secondo Dropbox è un contratto a tempo determinato “*a rinnovo periodico*” automatico, con modalità di fatturazione mensile o annuale, e Dropbox sostiene di garantire ai consumatori un preavviso di almeno 30 giorni prima del rinnovo in caso di modifiche delle tariffe, in modo che i consumatori abbiano il tempo sufficiente per valutare la propria posizione e decidere se accettarle o non rinnovare il contratto alla fine del periodo.

57. Si rileva al riguardo che, i contratti da essa sottoscritti con i consumatori restano attivi nella loro formulazione originaria fino a quando il consumatore non decide di annullarli. Per questo motivo, nonostante le argomentazioni di Dropbox, essi si configurano come contratti a tempo indeterminato senza una data di scadenza prefissata, in cui la periodicità, scelta dal consumatore, riguarda solo la fatturazione.

58. Se si trattasse di contratti a termine, anche con rinnovo automatico, il consumatore dovrebbe ricevere un preavviso di scadenza del contratto con l'indicazione della conferma o delle eventuali modifiche contrattuali e/o di prezzo in modo da poter decidere in merito all'eventuale disdetta del contratto prima del rinnovo.

59. Nel caso specifico, invece, il contratto per il servizio offerto da Dropbox si presenta come un contratto a tempo indeterminato, che non ha scadenza. La modifica del prezzo iniziale accettato dal consumatore va, dunque, motivata e le motivazioni che potrebbero essere adottate dal Professionista dovrebbero essere inserite nel contratto stesso secondo le previsioni dell'art. 33, commi 1 e 2, lett. m), del Codice del Consumo.

60. Oltre a ciò il Professionista dovrebbe esplicitare nel contratto la tempistica di preavviso in modo che il consumatore possa essere garantito in merito all'informativa preventiva relativa alle modifiche contrattuali. L'assenza dell'indicazione di tale tempistica è in grado di determinare a carico del consumatore un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto, in violazione dell'art. 33, comma 1, del Codice del Consumo.

61. Dal 6 luglio 2021, i profili di vessatorietà riscontrati sono stati superati attraverso l'inserimento nella clausola dell'espresso richiamo alle circostanze in base alle quali la Società può procedere alla modifica delle tariffe e alla possibilità per il consumatore di esercitare il diritto di recesso, nonché del riferimento alla tempistica della comunicazione della variazione contrattuale (ovvero 30 giorni prima che la modifica entri in vigore).

RITENUTO che per le clausole di cui al paragrafo II, sub lettere B), C) e D) vige una presunzione legale di vessatorietà *ex* articolo 33, comma 2, lettere b), d), ed m), del Codice del Consumo e che Dropbox non ha fornito elementi pienamente sufficienti per superare tale presunzione;

RITENUTO, in particolare, sulla base delle considerazioni suesposte, che le clausole descritte al punto II, *sub* lettere B), C), e D), del presente provvedimento sono vessatorie ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettere b), d), ed m), del Codice del Consumo, in quanto tali da determinare, a carico del consumatore, un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto;

RITENUTO, in particolare, sulla base delle considerazioni suesposte, che la clausola descritta al punto II, *sub* lettera A), del presente provvedimento è contraria all'articolo 35, comma 2, del Codice del Consumo;

RITENUTO che le nuove clausole, riformulate secondo la versione prodotta in atti, nonché vigenti a partire dal 6 luglio 2021, non risultano vessatorie ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettere b),

d), ed m), del Codice del Consumo e sono conformi all'articolo 35, comma 2, del Codice del Consumo;

RITENUTO che, ai sensi dell'articolo 37-bis, comma 2, del Codice del Consumo e dell'articolo 23, comma 8, del Regolamento, è dovuta la pubblicazione di un estratto del presente provvedimento, per informare compiutamente i consumatori della vessatorietà delle clausole oggetto della presente valutazione, sul sito istituzionale dell'Autorità e su quello del Professionista www.dropbox.com;

DELIBERA

a) che la clausola descritta al punto II, lett. A), del presente provvedimento integra una violazione dell'articolo 35, comma 2, del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

b) che la nuova clausola sostitutiva di quella descritta al punto II, lett. A), del presente provvedimento, prodotta in atti e in vigore dal 6 luglio 2021, non integra una violazione dell'articolo 35, comma 2, del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

c) che la clausola descritta al punto II, lett. B), del presente provvedimento integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lett. d), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

d) che la nuova clausola sostitutiva di quella descritta al punto II, lett. B), del presente provvedimento, prodotta in atti e in vigore dal 6 luglio 2021, non integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lett. d), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

e) che le clausole descritte al punto II, lett. C), del presente provvedimento integrano fattispecie di clausole vessatorie ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lett. b), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

f) che le nuove clausole sostitutive di quelle descritte al punto II, lett. C), del presente provvedimento, prodotte in atti e in vigore dal 6 luglio 2021, non integrano fattispecie di clausole vessatorie ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lett. b), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

g) che la clausola descritta al punto II, lett. D), del presente provvedimento integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 1 e comma 2, lettera m), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

h) che la nuova clausola sostitutiva di quella descritta al punto II, lett. D), del presente provvedimento, prodotta in atti e in vigore dal 6 luglio 2021, non integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lett. m), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

DISPONE

a) che la società Dropbox International Unlimited Company pubblici, a sua cura e spese, un estratto del provvedimento ai sensi dell'articolo 37-bis del Codice del Consumo e dell'articolo 23, comma 8, del Regolamento, secondo le seguenti modalità:

- 1) il testo dell'estratto del provvedimento è quello riportato nell'allegato al presente provvedimento;
- 2) il testo dell'estratto del provvedimento dovrà essere pubblicato per dieci giorni consecutivi sulla *home page* del sito *internet* www.dropbox.com, versione italiana, con adeguata evidenza grafica, entro venti giorni dalla comunicazione dell'adozione del presente provvedimento;

b) che la pubblicazione del testo dell'estratto del provvedimento dovrà essere preceduta dalla comunicazione all'Autorità della data in cui la stessa avrà luogo e dovrà essere seguita, entro tre giorni, dall'invio all'Autorità di una copia del predetto estratto così come pubblicata sulla *home page* del sito www.dropbox.com, versione italiana;

c) la pubblicazione dovrà ricalcare *in toto* impostazione, struttura e aspetto dell'estratto allegato al presente provvedimento; le modalità di scrittura, di stampa e di diffusione non dovranno essere tali da vanificare gli effetti della pubblicazione; in particolare, nella pagina del sito *internet* su cui verrà pubblicato l'estratto, così come nelle restanti pagine, non dovranno essere riportati messaggi che si pongano in contrasto con il contenuto dell'estratto o che comunque tendano ad attenuarne la portata e il significato;

Ai sensi dell'articolo 37-bis, comma 2, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza l'Autorità applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 euro a 50.000 euro.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 37-bis, comma 4, e dell'art. 135, comma 1, lettera b), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di comunicazione dello stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art.8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n.1199 entro il termine di centoventi giorni dalla data di comunicazione del provvedimento stesso.

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

L'estratto del provvedimento è altresì pubblicato, entro venti giorni dalla comunicazione della sua adozione, in apposita sezione del sito *internet* istituzionale dell'Autorità.

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

CV195 - DROPBOX-CLAUSOLE VESSATORIE*Allegato al provvedimento n. 29818*

Allegato al provvedimento dell’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato del 7 settembre 2021 in materia di tutela amministrativa contro le clausole vessatorie *ex* articolo 37-*bis* del Codice del Consumo.

[OMISSIS]

In data 20 agosto 2020, è stato avviato il procedimento *CV 195 DROPBOX - CLAUSOLE VESSATORIE* nei confronti della società Dropbox International Unlimited Company.

[OMISSIS]

Costituiscono oggetto di valutazione nel presente procedimento, limitatamente ai rapporti contrattuali con i consumatori, le clausole di seguito trascritte, contenute nei Termini di utilizzo in lingua italiana del servizio cloud della Società, pubblicate sul sito *web* di Dropbox dal 5 novembre 2015 al 5 luglio 2021. Le singole disposizioni contrattuali sono state accorpate in funzione dei profili di violazione indicati nel successivo paragrafo **IV** del presente provvedimento.

A) Versione in lingua inglese dei Termini di utilizzo del servizio

“La traduzione viene fornita solo a titolo informativo e la versione in lingua inglese farà fede in caso di controversie [...]”

(versione utilizzata nel periodo 10 febbraio 2017 – 5 luglio 2021)

B) Interruzione dei servizi

“Potremmo decidere di interrompere i Servizi in risposta a circostanze impreviste fuori dal controllo di Dropbox o in ottemperanza a un obbligo giuridico. Al verificarsi di tale condizione, ti avviseremo con un preavviso ragionevole per consentirti di esportare i tuoi file dai nostri sistemi. Se interrompiamo i Servizi in questo modo, prima della fine di eventuali termini fissi o minimi per i quali hai già pagato, rimborseremo la quota già corrisposta ma per cui non hai usufruito dei Servizi [...]”

(versione utilizzata nel periodo 10 febbraio 2017– 5 luglio 2021)

C) Servizi "COSÌ COME SONO" [o "A SCATOLA CHIUSA"]¹

“Dropbox si impegna a fornire Servizi fantastici, ma alcune cose non possono essere garantite. NEI LIMITI PREVISTI DALLA LEGGE, DROPBOX E I SUOI AFFILIATI, FORNITORI E DISTRIBUTORI NON RICONOSCONO ALCUNA GARANZIA, ESPLICITA O IMPLICITA, SUI SERVIZI. I SERVIZI VENGONO FORNITI "COSÌ COME SONO" [o "A SCATOLA CHIUSA"]. NON RICONOSCIAMO NEPPURE ALCUNA GARANZIA DI COMMERCIALIZZABILITÀ, DI IDONEITÀ AD UNO SCOPO PARTICOLARE E DI NON VIOLAZIONE. Alcuni Stati non

¹ L’espressione *I SERVIZI "COSÌ COME SONO"* è presente nella versione della clausola adottata a partire dal 16 aprile 2019, precedentemente a tale data nella clausola in vigore dal 5 novembre 2015 al 15 aprile 2019 veniva utilizzata l’espressione *I SERVIZI "A SCATOLA CHIUSA"*.

consentono i tipi di limitazioni indicati in questa sezione, quindi tali limitazioni potrebbero non essere applicabili”.

(versioni utilizzate nel periodo 5 novembre 2015– 5 luglio 2021)

Limitazione di responsabilità

Versione 1

“NEI LIMITI PREVISTI DALLA LEGGE, AD ECCEZIONE DI QUALSIASI RESPONSABILITÀ PER FRODE, FALSA RAPPRESENTAZIONE O EVIDENTE NEGLIGENZA DI DROPBOX O DEI SUOI AFFILIATI, IN NESSUN CASO DROPBOX, I SUOI AFFILIATI, FORNITORI O DISTRIBUTORI SARANNO RITENUTI RESPONSABILI PER:

(A) DANNI INDIRETTI, SPECIALI, ACCIDENTALI, PUNITIVI, ESEMPLARI O CONSEQUENZIALI O

(B) PERDITA D'USO, DI DATI, DI AFFARI O DI PROFITTI, A PRESCINDERE DALLA TEORIA LEGALE.

QUESTO AVVERRÀ INDIPENDENTEMENTE DAL FATTO CHE DROPBOX O QUALSIASI DEI SUOI AFFILIATI SIA STATO AVVERTITO O MENO DELLA POSSIBILITÀ DI TALI DANNI E ANCHE QUALORA UNO QUALSIASI DEI RIMEDI NON CONSEGUA IL SUO INTENTO PRINCIPALE.

INOLTRE, DROPBOX, I SUOI AFFILIATI, FORNITORI E DISTRIBUTORI SARANNO RESPONSABILI COMPLESSIVAMENTE PER TUTTI I RECLAMI RELATIVI AI SERVIZI AL MASSIMO PER L'IMPORTO MAGGIORE TRA \$ 20 E GLI IMPORTI PAGATI DALL'UTENTE A DROPBOX PER GLI ULTIMI 12 MESI DEI SERVIZI IN QUESTIONE.

Alcuni Paesi non consentono i tipi di limitazioni indicati in questa sezione, i quali, pertanto, potrebbero non essere applicabili”.

(versione utilizzata dal 5 novembre 2015 al 9 febbraio 2017)

Versione 2

“DROPBOX NON ESCLUDE O LIMITA LA PROPRIA RESPONSABILITÀ NEI CONFRONTI DELL'UTENTE QUALORA CIÒ SIA CONTRO LA LEGGE. È COMPRESA QUALSIASI RESPONSABILITÀ PER FRODE O FALSA RAPPRESENTAZIONE DI DROPBOX O DEI SUOI AFFILIATI NEL FORNIRE I SERVIZI. NEI PAESI IN CUI I SEGUENTI TIPI DI ESCLUSIONI NON SONO CONSENTITI, DROPBOX È RESPONSABILE NEI CONFRONTI DELL'UTENTE SOLO PER PERDITE E DANNI CHE SONO IL RISULTATO RAGIONEVOLMENTE PREVEDIBILE DELLA MANCATA ATTUAZIONE DA PARTE DI DROPBOX DELLA NORMALE DILIGENZA E PERIZIA OPPURE IN CASO DI UNA VIOLAZIONE DEL CONTRATTO CON L'UTENTE COMMESSA DA DROPBOX. IL PRESENTE PARAGRAFO NON RIGUARDA I DIRITTI DEI CONSUMATORI CHE NON POSSONO ESSERE REVOCATI O LIMITATI DA QUALSIASI CONTRATTO O ACCORDO.

NEI PAESI IN CUI LE ESCLUSIONI O LIMITAZIONI DI RESPONSABILITÀ SONO CONSENTITE, DROPBOX, I SUOI AFFILIATI, FORNITORI O DISTRIBUTORI NON SARANNO RITENUTI RESPONSABILI PER:

i. DANNI INDIRETTI, SPECIALI, ACCIDENTALI, PUNITIVI, ESEMPLARI O CONSEGUENZIALI O

ii. PERDITA D'USO, DI DATI, DI AFFARI O DI PROFITTI, A PRESCINDERE DALLA TEORIA LEGALE.

TALI ESCLUSIONI O LIMITAZIONI AVVERRANNO INDIPENDENTEMENTE DAL FATTO CHE DROPBOX O QUALSIASI DEI SUOI AFFILIATI SIA STATO AVVERTITO O MENO DELLA POSSIBILITÀ DI TALI DANNI. [...]

ESCLUDENDO I TIPI DI RESPONSABILITÀ CHE DROPBOX NON PUÒ LIMITARE PER LEGGE (COME DESCRITTO IN QUESTA SEZIONE), LIMITIAMO LA NOSTRA RESPONSABILITÀ NEI CONFRONTI DELL'UTENTE AL MAGGIORE IMPORTO TRA \$ 20 O IL 100% DI QUALSIASI IMPORTO PAGATO PER IL PIANO DEL SERVIZIO CORRENTE CON DROPBOX”.

(versione utilizzata nel periodo 10 febbraio 2017– 5 luglio 2021)

D) Modifiche contrattuali

Account a pagamento

“Modifiche. *Ci riserviamo il diritto di modificare le tariffe in vigore, ma verrai prima avvisato di tali modifiche tramite un messaggio all'indirizzo email associato al tuo account”.*

(versione utilizzata nel periodo 5 novembre 2015– 5 luglio 2021)

[OMISSIS]

Nella memoria conclusiva del 5 agosto 2021 la Società ha comunicato, illustrandole e motivandole, le modifiche adottate per le clausole oggetto del procedimento, al fine di rimuovere i possibili profili di vessatorietà contestati. Tali modifiche sono riportate di seguito ed evidenziate all'interno delle clausole stesse in grassetto, sottolineate o barrate. Esse sono disponibili online e in vigore a partire dal 6 luglio 2021

[OMISSIS]

RITENUTO, in particolare, sulla base delle considerazioni suesposte, che le clausole descritte al punto II, *sub* lettere B), C), e D), del presente provvedimento sono vessatorie ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettere b), d), ed m), del Codice del Consumo, in quanto tali da determinare, a carico del consumatore, un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto;

RITENUTO, in particolare, sulla base delle considerazioni suesposte, che la clausola descritta al punto II, *sub* lettera A), del presente provvedimento è contraria all'articolo 35, comma 2, del Codice del Consumo;

RITENUTO che le nuove clausole, riformulate secondo la versione prodotta in atti, nonché vigenti a partire dal 6 luglio 2021, non risultano vessatorie ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettere b), d), ed m), del Codice del Consumo e sono conformi all'articolo 35, comma 2, del Codice del Consumo;

[OMISSIS]

DELIBERA

- a) che la clausola descritta al punto II, lett. A), del presente provvedimento integra una violazione dell'articolo 35, comma 2, del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;
- b) che la nuova clausola sostitutiva di quella descritta al punto II, lett. A), del presente provvedimento, prodotta in atti e in vigore dal 6 luglio 2021, non integra una violazione dell'articolo 35, comma 2, del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;
- c) che la clausola descritta al punto II, lett. B), del presente provvedimento integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lett. d), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;
- d) che la nuova clausola sostitutiva di quella descritta al punto II, lett. B), del presente provvedimento, prodotta in atti e in vigore dal 6 luglio 2021, non integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lett. d), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;
- e) che le clausole descritte al punto II, lett. C), del presente provvedimento integrano fattispecie di clausole vessatorie ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lett. b), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;
- f) che le nuove clausole sostitutive di quelle descritte al punto II, lett. C), del presente provvedimento, prodotte in atti e in vigore dal 6 luglio 2021, non integrano fattispecie di clausole vessatorie ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lett. b), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;
- g) che la clausola descritta al punto II, lett. D), del presente provvedimento integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 1 e comma 2, lettera m), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

h) che la nuova clausola sostitutiva di quella descritta al punto II, lett. D), del presente provvedimento, prodotta in atti e in vigore dal 6 luglio 2021, non integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lett. m), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

[OMISSIS]

CV196 - ICLOUD APPLE-CLAUSOLE VESSATORIE

Provvedimento n. 29819

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 7 settembre 2021;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTA la Parte III, Titolo I 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 n. 25411 del 1° aprile 2015;

VISTI i propri provvedimenti del 23 febbraio 2021, del 4 maggio 2021 e del 1° luglio 2021 con i quali, ai sensi dell'art. 7, comma 3, e 23, comma 1, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per esigenze istruttorie, in ragione della necessità di esaminare le risultanze in atti;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LA PARTE

1. Apple Distribution International (di seguito anche "Apple", "Società" o "Professionista"), in qualità di professionista, ai sensi dell'art 3, comma 1, lettera c), del Codice del Consumo. Apple Distribution International è una società di diritto irlandese appartenente al gruppo multinazionale Apple Inc. che produce sistemi operativi, *smartphone*, *computer* e dispositivi multimediali.

II. LE CLAUSOLE OGGETTO DI VALUTAZIONE

2. Costituiscono oggetto di valutazione del presente procedimento, limitatamente ai rapporti contrattuali con i consumatori, le clausole contenute nel modello contrattuale reso disponibile da Apple ai propri clienti del servizio iCloud nella sezione *Legal* del proprio sito e disponibili nella versione in lingua italiana. Tali clausole sono state utilizzate a partire dal 16 settembre 2015 e risultano attualmente in vigore¹. Le singole disposizioni contrattuali sono state accorpate in funzione dei profili di violazione indicati nel successivo paragrafo **IV** del presente provvedimento.

¹ Cfr. Doc. n. 15 All. 1 e 2 e Doc. n. 34. Si veda anche il sito all'indirizzo <https://www.apple.com/it/legal/internet-services/icloud/it/terms.html>.

A) Modifiche al Servizio

I. Requisiti per l'utilizzo del servizio

Versione utilizzata dal 16 settembre 2015 al 28 febbraio 2017

E. Modifiche al Servizio Apple si riserva il diritto, in ogni momento, di modificare il presente Contratto e di imporre nuovi o termini o condizioni aggiuntivi relativi all'uso del Servizio da parte Vostra. Tali modifiche e termini e condizioni aggiuntivi Vi verranno comunicati e, se accettati, avranno effetto immediato e verranno incorporati nel presente Contratto. Nel caso in cui rifiutaste di accettare tali modifiche, Apple avrà il diritto di estinguere il presente Contratto e i Vostri account. Accettate che Apple non sarà responsabile nei Vostri confronti o nei confronti di terzi per qualsiasi modifica o cessazione del Servizio. Qualora abbiate pagato per l'utilizzo del Servizio e dovessimo estinguerlo o ridurne materialmente le funzionalità, riceverete un risarcimento proporzionale per qualsiasi pagamento previo.

Versione utilizzata a partire dal 1° marzo 2017

E. Modifiche al Servizio Apple si riserva il diritto, in ogni momento, di modificare il presente Contratto e di imporre nuovi o termini o condizioni aggiuntivi relativi all'uso del Servizio da parte Vostra, fornendovi un preavviso di 30 giorni relativamente a qualsiasi modifica materiale sfavorevole del Servizio o dei termini del Servizio, salvo nei casi in cui un tale preavviso non sia ragionevolmente applicabile per cause legate ad azioni legali, normative o governative; per proteggere la sicurezza e la privacy dell'utente o per ragioni relative all'integrità tecnica; per evitare l'interruzione del Servizio per altri utenti; oppure a causa di disastri naturali, eventi catastrofici, guerre o altri eventi simili che si producono al di fuori del controllo di Apple. In quanto ai servizi di archiviazione sulla nuvola a pagamento, Apple non apporterà al Servizio alcuna modifica materiale sfavorevole prima che sia raggiunto il termine del periodo attualmente pagato dall'utente, salvo nei casi in cui una modifica sia ragionevolmente necessaria per questioni legate ad azioni legali, normative o governative; per proteggere la sicurezza e la privacy dell'utente o per ragioni relative all'integrità tecnica; per evitare l'interruzione del Servizio per altri utenti; oppure a causa di disastri naturali, eventi catastrofici, guerre o altri eventi simili che si producono al di fuori del controllo di Apple. Qualora Apple apportasse delle modifiche materiali sfavorevoli al Servizio o ai termini di utilizzo dello stesso, avrete il diritto di estinguere il presente Contratto e i Vostri account. In tal caso, riceverete da Apple un risarcimento proporzionale per qualsiasi pagamento previo per il termine attualmente pagato. Apple non sarà ritenuta responsabile per alcuna modifica al Servizio o ai termini del Servizio apportata conformemente a quanto descritto in questa sezione IE.

B) Backup

II. Funzionalità e servizi

Versione utilizzata dal 16 settembre 2015 al 19 settembre 2017

C. Backup

Il Servizio esegue periodicamente backup automatici per i dispositivi iOS, quando essi sono in modalità blocco schermo, connessi a una fonte di energia e connessi a Internet attraverso una rete Wi-Fi. iCloud memorizzerà gli ultimi tre backup; tuttavia, se un dispositivo non ha fatto il backup

su iCloud per un periodo di centottanta (180) giorni, Apple si riserva il diritto di cancellare i backup associati a quel dispositivo. Il backup è limitato alle impostazioni del dispositivo, alle caratteristiche, foto e video, documenti, messaggi (iMessage, SMS e MMS), suonerie, dati delle app (inclusi i dati dell'App Salute), impostazioni di localizzazione (inclusi i promemoria basati sulla posizione) e schermata Home e organizzazione delle app all'interno del dispositivo. Non viene effettuato il backup dei contenuti acquistati da iTunes Store, App Store o iBooks Store, ma potrebbero essere idonei per il download da tali servizi, subordinatamente ai requisiti dell'account, alla disponibilità e ai termini e alle condizioni applicabili. Dei contenuti sincronizzati dal computer non viene effettuato il backup. Se abilitate la libreria foto di iCloud, il backup della Vostra libreria foto verrà eseguito separatamente rispetto al backup automatico di iCloud. Le e-mail iCloud, i contatti, i calendari, i segnalibri e i documenti sono memorizzati in iCloud e sono accessibili via iCloud sui Vostri dispositivi e computer. Apple farà uso delle proprie ragionevoli capacità e della dovuta attenzione nel fornire il Servizio, ma, **NELLA MISURA MASSIMA CONSENTITA DALLA LEGGE APPLICABILE, APPLE NON GARANTISCE CHE I CONTENUTI CHE POTETE MEMORIZZARE O A CUI POTETE ACCEDERE ATTRAVERSO IL SERVIZIO NON SARANNO SOGGETTI A DANNO INVOLONTARIO, ALTERAZIONE, PERDITA O RIMOZIONE IN CONFORMITÀ CON I TERMINI DEL PRESENTE CONTRATTO, E APPLE NON SARÀ RESPONSABILE QUALORA TALE DANNO, ALTERAZIONE, PERDITA O RIMOZIONE DOVESSE VERIFICARSI.** È Vostra responsabilità conservare opportuni backup alternativi delle Vostre informazioni e dei Vostri dati. Quando il backup di iCloud è abilitato, il backup su iTunes del dispositivo non sarà eseguito automaticamente durante la sincronizzazione, ma potete scegliere di avviare manualmente il backup su iTunes.

Versione utilizzata a partire dal 19 settembre 2017

C. Backup

iCloud Backup esegue periodicamente backup automatici per i dispositivi iOS, quando essi sono in modalità blocco schermo, connessi a una fonte di energia e connessi a Internet attraverso una rete Wi-Fi. Se un dispositivo non ha fatto il backup su iCloud per un periodo di centottanta (180) giorni, Apple si riserva il diritto di cancellare i backup associati a quel dispositivo. Il backup può includere impostazioni del dispositivo, caratteristiche, foto e video, documenti, messaggi, suonerie, dati dell'App Salute e altri dati delle app. Per ulteriori informazioni, consultare la pagina <https://support.apple.com/it-it/HT207428>. I contenuti seguenti non sono inclusi nel backup di iCloud: contenuti acquistati da iTunes Store, App Store o Apple Books, file multimediali sincronizzati dal computer e libreria delle foto se è stata abilitata la libreria foto di iCloud. Apple farà uso delle proprie ragionevoli capacità e della dovuta attenzione nel fornire il Servizio, ma, **NELLA MISURA MASSIMA CONSENTITA DALLA LEGGE APPLICABILE, APPLE NON GARANTISCE CHE I CONTENUTI CHE POTETE MEMORIZZARE O A CUI POTETE ACCEDERE ATTRAVERSO IL SERVIZIO NON SARANNO SOGGETTI A DANNO INVOLONTARIO, ALTERAZIONE, PERDITA O RIMOZIONE IN CONFORMITÀ CON I TERMINI DEL PRESENTE CONTRATTO, E APPLE NON SARÀ RESPONSABILE QUALORA TALE DANNO, ALTERAZIONE, PERDITA O RIMOZIONE DOVESSE VERIFICARSI.** È Vostra responsabilità conservare opportuni backup alternativi delle Vostre informazioni e dei Vostri dati.

V. CONTENUTO E COMPORTAMENTO

Versione utilizzata a partire dal 16 settembre 2015

D. Backup dei Contenuti

Siete responsabili del backup, sul Vostro computer o altro dispositivo, di qualsiasi documento importante, immagine o altro Contenuto che archiviate sul Servizio o a cui accedete tramite il Servizio. Apple farà uso delle proprie ragionevoli capacità e della dovuta attenzione nel fornire il Servizio, ma Apple non garantisce che i Contenuti che archiviate o a cui accedete attraverso il Servizio non subiranno danni, alterazioni o perdite accidentali.

C) Esclusioni delle garanzie

Versione utilizzata a partire dal 16 settembre 2015

IX. ESCLUSIONI DELLE GARANZIE; LIMITAZIONI DELLE RESPONSABILITÀ

ALCUNE GIURISDIZIONI NON CONSENTONO L'ESCLUSIONE DI DETERMINATE GARANZIE, PERTANTO, NELLA MISURA IN CUI TALI ESCLUSIONI SONO SPECIFICAMENTE VIETATE DALLA LEGGE APPLICABILE, ALCUNE DI QUELLE STABILITE DI SEGUITO POTREBBERO NON RIGUARDARVI.

APPLE FARÀ USO DELLE PROPRIE RAGIONEVOLI CAPACITÀ E DELLA DOVUTA ATTENZIONE NEL FORNIRE IL SERVIZIO. LE SEGUENTI ESCLUSIONI SONO SOGGETTE ALLA PRESENTE GARANZIA ESPRESSA.

APPLE NON GARANTISCE, NÉ DICHIARA, CHE IL VOSTRO UTILIZZO DEL SERVIZIO NON SUBIRÀ INTERRUZIONI E CHE SARÀ PRIVO DI ERRORI, E ACCETTATE CHE DI TANTO IN TANTO APPLE POSSA INTERROMPERE IL SERVIZIO PER PERIODI INDEFINITI DI TEMPO, O ANNULLARE IL SERVIZIO IN CONFORMITÀ AI TERMINI DEL PRESENTE CONTRATTO.

COMPRENDETE E ACCETTATE ESPRESSAMENTE CHE IL SERVIZIO È FORNITO “COSÌ COM'È” E “COSÌ COME DISPONIBILE”. APPLE E LE SUE AFFILIATE, CONTROLLATE, I SUOI DIRIGENTI, RESPONSABILI, IMPIEGATI, AGENTI, SOCI E LICENZIATARI ESCLUDONO ESPRESSAMENTE LE GARANZIE DI QUALUNQUE TIPO, SIANO ESSE ESPRESSE O IMPLICITE, COMPRESSE, A TITOLO ESEMPLIFICATIVO, LE GARANZIE IMPLICITE DI COMMERCIALIZZABILITÀ, IDONEITÀ A UNO SCOPO PARTICOLARE E DI NON VIOLAZIONE. IN PARTICOLARE, APPLE E LE SUE AFFILIATE, CONTROLLATE, I SUOI DIRIGENTI, RESPONSABILI, IMPIEGATI, AGENTI, SOCI E LICENZIATARI NON RILASCIANO ALCUNA GARANZIA CHE: (I) IL SERVIZIO SODDISFERÀ I VOSTRI REQUISITI; (II) IL VOSTRO UTILIZZO DEL SERVIZIO SARÀ PUNTUALE, ININTERROTTO, SICURO E PRIVO DI ERRORI; (III) QUALSIASI INFORMAZIONE CHE OTTERRETE IN RELAZIONE AL SERVIZIO SARÀ PRECISA E AFFIDABILE E (IV) QUALSIASI DIFETTO O ERRORE NEL SOFTWARE FORNITO COME PARTE DEL SERVIZIO VERRÀ CORRETTO.

APPLE NON DICHIARA NÉ GARANTISCE CHE IL SERVIZIO SARÀ ESENTE DA PERDITE, ALTERAZIONI, ATTACCHI, VIRUS, INTERFERENZE, PIRATERIA INFORMATICA O ALTRE INTRUSIONI NELLA SICUREZZA, E APPLE DECLINA OGNI RESPONSABILITÀ RELATIVA ALLE STESSE.

ACCEDETE A QUALSIASI MATERIALE SCARICATO O IN ALTRO MODO OTTENUTO ATTRAVERSO L'UTILIZZO DEL SERVIZIO A VOSTRO RISCHIO E DISCREZIONE E SARETE GLI UNICI RESPONSABILI PER QUALSIASI DANNO AL VOSTRO DISPOSITIVO O COMPUTER O PERDITA DI DATI RISULTANTE DAL DOWNLOAD DI TALE MATERIALE. RICONOSCETE ALTRESÌ CHE IL SERVIZIO NON È STATO PROGETTATO NÉ È ADATTO PER ESSERE UTILIZZATO IN SITUAZIONI O AMBIENTI IN CUI GUASTI O RITARDI, OPPURE ERRORI O IMPRECISIONI RELATIVI AI CONTENUTI, AI DATI O ALLE INFORMAZIONI FORNITE DAL SERVIZIO, POSSANO CAUSARE MORTE, LESIONI PERSONALI O GRAVI DANNI FISICI O AMBIENTALI.

III. LE RISULTANZE ISTRUTTORIE

a) L'iter del procedimento

3. Sulla base delle informazioni e della documentazione acquisita d'ufficio ai fini dell'applicazione dell'articolo 37-*bis* del Codice del Consumo², in data 20 agosto 2020³ è stato avviato il procedimento CV196 nei confronti della società irlandese Apple, per presunta vessatorietà di alcune clausole presenti nei termini di utilizzo del servizio iCloud.

4. In data 7 settembre 2020, dopo aver informato l'Autorità, è stato pubblicato per 30 giorni sul sito istituzionale dell'Autorità (www.agcm.it)⁴ ai sensi dell'articolo 37-*bis*, comma 1, del Codice del Consumo e dell'art. 23, comma 6 del Regolamento, il comunicato ai fini della consultazione pubblica in materia di clausole vessatorie. La consultazione pubblica si è conclusa in data 6 ottobre 2020.

5. Alla consultazione hanno partecipato, inviando le proprie osservazioni, le associazioni dei consumatori: Altroconsumo⁵, U.Di.Con.⁶, Federconsumatori⁷, Movimento Consumatori⁸, Codacons⁹.

6. In data 3 novembre 2020¹⁰ è stata depositata una comunicazione contenente le risposte alla richiesta di informazioni contenuta nella comunicazione di avvio.

7. In data 4 dicembre 2020¹¹ sono stati sentiti in audizione i rappresentanti della Società per l'acquisizione degli elementi necessari ai fini della valutazione delle clausole oggetto del procedimento.

8. In data 15 gennaio 2021¹² è pervenuta la risposta alla richiesta di informazioni formulata nell'ambito dell'audizione del 4 dicembre 2020.

² Cfr. Docc. nn.1 e 2.

³ Cfr. Docc. nn. 3 e 4.

⁴ <https://www.agcm.it/media/dettaglio-notizia?id=320381c4-e1fb-48d1-82b4-68087fbb7f92&parent=News&parentUrl=/media/news>.

⁵ Cfr. Doc. n. 7.

⁶ Cfr. Doc. n. 8.

⁷ Cfr. Doc. n. 10.

⁸ Cfr. Doc. n. 12.

⁹ Cfr. Doc. n. 13.

¹⁰ Cfr. Doc. n. 15.

¹¹ Cfr. Docc. nn. 19 e 20.

¹² Cfr. Doc. n. 21.

9. In data 15 marzo 2021¹³ il Professionista ha inviato una propria memoria difensiva.
10. In data 15 luglio 2021¹⁴ è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 16, comma 1, come richiamato dall'art. 23, comma 1, del Regolamento.
11. In data 5 agosto 2021¹⁵ Apple ha trasmesso la propria memoria conclusiva.

b) Gli esiti della consultazione pubblica

12. Tutte le Associazioni di consumatori che hanno partecipato alla consultazione pubblica hanno rimarcato che la disciplina posta dal Codice del Consumo in materia di clausole vessatorie è volta a garantire e tutelare il consumatore dalla unilaterale predisposizione e sostanziale imposizione del contenuto contrattuale da parte del professionista, quale possibile fonte di abuso, sostanziandosi nella preclusione per il consumatore della possibilità di esplicitare la propria autonomia contrattuale rappresentata dalla libertà di determinare il contenuto del contratto¹⁶. Tale circostanza comporterebbe l'alterazione, su un piano non già solamente economico, della posizione paritaria delle parti contrattuali, assoggettando l'aderente (il consumatore) al potere (anche solo di mero fatto) del predisponente (il professionista). La vessatorietà di ogni clausola non riguarda l'eventuale sproporzione economica delle prestazioni, ma lo squilibrio giuridico delle posizioni contrattuali contrapposte.

13. Le Associazioni ritengono sussistente il predetto squilibrio nelle disposizioni oggetto del procedimento, riconoscendo le seguenti criticità che emergono dalle disposizioni contrattuali in esame:

- (lett. A) il diritto di modifica unilaterale delle condizioni contrattuali in qualsiasi momento e senza alcun tipo di limitazione;
- (lett. B) l'esclusione di garanzie e tutele relativamente alla conservazione dei dati caricati;
- (lett. C) l'ampia esclusione di responsabilità in favore del Professionista.

14. In particolare, è stato evidenziato come, con sempre maggior frequenza, i consumatori utilizzino i servizi di *cloud computing* quale unico mezzo per memorizzare tutti i loro dati (dalle foto ai documenti). Si tratta, quindi, di informazioni di potenziale valore elevato per gli utenti, che meritano pertanto la massima salvaguardia e tutela¹⁷.

15. Per quanto riguarda la clausola di cui alla lettera A), l'uso di termini generici come "sfavorevole" e "ragionevolmente" per definire rispettivamente i casi di modifica unilaterale oggetto di comunicazione preventiva e la tempistica di preavviso non tutela il consumatore da modifiche sostanzialmente peggiorative del contratto sottoscritto, poiché potrebbe consentire comportamenti potenzialmente arbitrari e non verificabili del Professionista. Il diritto del consumatore non deve essere lasciato all'arbitrio del Professionista¹⁸.

¹³ Cfr. Doc. n. 27.

¹⁴ Cfr. Doc. n. 35.

¹⁵ Cfr. Doc. n. 36.

¹⁶ Cfr. Docc. nn. 7, 8, 10, 12 e 13. Si veda Cass. Civ., sez. III, 20 marzo 2010, n. 6802.

¹⁷ Cfr. Doc. n. 8.

¹⁸ Cfr. Docc. nn. 7, 8, 10, 12 e 13.

16. Le clausole di cui alla lettera B) esonerano il Professionista da ogni possibile responsabilità in merito alla perdita dei dati e ad altre problematiche che potrebbero riguardare i dati caricati dagli utenti. In particolare, la Società individua un'ampia serie di ipotesi in cui esclude aprioristicamente ogni sua responsabilità, privando di qualsivoglia tutela il consumatore, anche nell'eventualità che la perdita o l'alterazione dei dati, da questo caricati, possa dipendere dal Professionista. Inoltre, Apple indica nelle clausole esaminate che "*Se un dispositivo non ha fatto il backup su iCloud per un periodo di centottanta (180) giorni, Apple si riserva il diritto di cancellare i backup associati a quel dispositivo*". Il Professionista, in tal modo, si garantisce una ampia facoltà di cancellare del tutto i dati dell'utente, anche a fronte della mera assenza di "*backup*" del dispositivo per il breve periodo di centottanta giorni; tra l'altro si ritiene che in tal modo risulti svilita una delle funzionalità principali dei servizi cloud, i quali risultano generalmente intesi come strumenti per la memorizzazione di dati anche di dispositivi dismessi.

17. La clausola di cui alla lett. C) è connotata da una formula che genera incertezza circa la sua stessa applicabilità (totale o parziale) nell'ordinamento italiano. Tale aspetto, per quanto derivi in tutta evidenza dalla necessità di rivolgere il testo a giurisdizioni diverse, ha, però, l'effetto di disorientare il consumatore rendendo incerti i suoi diritti; per questo stesso motivo, la disposizione si configura come non trasparente per l'utente medio, incentrata sullo sforzo di liberare il Professionista da possibili oneri verso il consumatore. La Società esclude qualsiasi responsabilità per il cattivo o mancato funzionamento del servizio nonché per i danni causati al dispositivo e ai dati caricati, ponendo a carico del consumatore l'intero rischio ed escludendo qualsiasi tutela o diritto di quest'ultimo, senza fornire nessun tipo di garanzia per il servizio. Dall'esame del testo emerge che il corretto funzionamento del servizio risulta una mera ipotesi, per l'effetto comprimendo ogni diritto del consumatore in tal senso¹⁹.

c) Le argomentazioni svolte dal Professionista e gli altri elementi forniti nel corso del procedimento

18. Il Professionista, in relazione alla clausola sulle modifiche al Servizio *sub* lettera A), sostiene, innanzitutto, che il servizio iCloud offre gratuitamente 5 GB di spazio di archiviazione che l'utente può espandere sottoscrivendo i piani a pagamento previsti, ossia: 50 GB per € 0,99 mensili; 200 GB per € 2,99; 2 TB per € 9,99²⁰. Apple afferma, inoltre, di aver effettuato negli ultimi 5 anni modifiche unilaterali ai termini e condizioni contrattuali soltanto in due occasioni (marzo 2017 e febbraio 2020) per modificare la denominazione sociale della società del gruppo Apple fornitrice del servizio e per l'adozione di alcune modifiche favorevoli ai consumatori. In realtà, la Società solitamente apporta modifiche alle condizioni del servizio in occasione del rilascio annuale del nuovo sistema operativo (iOS). In quell'occasione, al download del nuovo sistema operativo, viene richiesta all'utente la specifica accettazione dei termini e condizioni come aggiornati. Gli utenti che non accettano i nuovi termini e condizioni sono liberi di continuare ad utilizzare la precedente versione accettata.

19. Nella clausola è fatto espresso riferimento sia alla versione gratuita che a quella a pagamento del servizio. Per quanto riguarda la versione gratuita il contratto sottoscritto è a tempo indeterminato e il Professionista si riserva la facoltà di apportare modifiche unilaterali ai termini e alle condizioni

¹⁹ *Ibidem*.

²⁰ Cfr. Doc. n. 27.

del servizio anche se non è stato riportato nella clausola l'elenco delle specifiche circostanze che dovrebbero giustificare tali modifiche. Il Professionista, in ogni caso, considera la clausola in questione equa e bilanciata, perché (i) il servizio è gratuito, (ii) le modifiche ai termini e alle condizioni sono di norma efficaci solo dopo il decorso di almeno 30 giorni dalla comunicazione delle modifiche stesse, e (iii) gli utenti hanno facoltà di recedere in qualsiasi momento²¹.

20. Inoltre il Professionista afferma il proprio diritto a modificare le condizioni contrattuali del servizio gratuito, introducendo un corrispettivo, in quanto *“Apple non può impegnarsi ad offrire un servizio gratuito sine die e si riserva il diritto di cessare il servizio gratuito, salvo il rispetto degli obblighi di preavviso a tutela degli utenti secondo i Termini e Condizioni del servizio. Infatti, non può essere richiesto a un'impresa di offrire ai propri utenti una funzionalità o un servizio per sempre e gratuitamente e si confida che anche codesta spettabile Autorità possa condividere questa conclusione, perfettamente coerente con i diritti connessi alla libertà di iniziativa economica e i principi costituzionali”*²².

21. Con riferimento ai piani a pagamento del servizio iCloud, essi rappresentano un upgrade di spazio di archiviazione del servizio gratuito. Per tali piani a pagamento la clausola in questione non prevede la possibilità di modifiche *in peius* alle condizioni e ai termini del servizio fino al termine dell'abbonamento sottoscritto, salvo che non ricorrano alcune specifiche circostanze, che, però, sono state chiaramente identificate nella clausola stessa; nel qual caso agli utenti viene riconosciuto il diritto al recesso con rimborso *pro rata* di quanto corrisposto.

22. Per le ragioni suesposte, in entrambi i casi il Professionista ritiene che la clausola sia conforme al Codice del Consumo²³.

23. In relazione alle esclusioni delle garanzie sulla conservazione dei dati e alle limitazioni di responsabilità sulla qualità del servizio *sub* lettere B) e C) il Professionista sostiene che le clausole contrattuali sono state redatte secondo una tecnica che garantisce la loro applicabilità a livello globale, tenuto conto che le garanzie e le limitazioni di responsabilità devono applicarsi a milioni di utenti in ordinamenti giuridici diversi.

24. La limitazione di responsabilità a favore della Società relativamente a malfunzionamenti dell'iCloud e dei relativi servizi di *backup* che potrebbero determinare danni e perdite dei dati del cliente è in ogni caso espressamente dichiarata valida soltanto entro la misura massima consentita dalla legge applicabile al contratto (nel caso specifico quella italiana) e pertanto non può porsi in contrasto con tale legge.

25. Inoltre, i termini e le condizioni specificano che le esclusioni e le limitazioni di responsabilità sono subordinate all'obbligo di Apple di prestare il servizio impiegando le proprie ragionevoli capacità e la dovuta attenzione. Pertanto, secondo Apple le esclusioni e le limitazioni non possono essere interpretate come esclusione della responsabilità da parte della Società per il caso di mancato adempimento contrattuale perché tale ipotesi è espressamente esclusa dai medesimi termini e condizioni.

26. Per quanto concerne, specificamente, le clausole relative ai *backup* dei dati, ad avviso di Apple, esse non hanno lo scopo di esentare la Società dal corretto adempimento delle prestazioni in

²¹ Cfr. Doc. n. 15 pp. 2, 7-8 e Docc. nn. 21, 27 e 36.

²² Cfr. Doc. n. 21 p. 3.

²³ Cfr. Doc. n. 15 pp. 7-8 e Docc. nn. 21, 27 e 36 cit.

cui si articola il servizio iCloud, quanto piuttosto di chiarire un importante limite del servizio stesso e cioè che la tenuta di una o più ulteriori copie di *backup* dei propri dati importanti è una responsabilità degli utenti.

27. Clausole di questo tipo sarebbero standard nell'ambito della fornitura di servizi online, alla luce di molteplici fattori potenzialmente in grado di provocare l'interruzione del servizio che non è possibile a priori controllare. L'interruzione può essere generata, tra le altre cose, da guasti alla rete di telecomunicazione, dall'uso improprio del servizio da parte degli utenti, da guasti al dispositivo o al sistema utilizzato per accedere ai servizi offerti da Apple.

28. L'intento di queste clausole è, dunque, quello di rendere gli utenti consapevoli che la tecnologia, e il servizio *cloud* in particolare, non sono esenti da rischi e che non è possibile neutralizzare completamente il rischio di problemi tecnici, perdite di dati o interruzioni del servizio. Clausole di questo tipo sono presenti nei regolamenti contrattuali che disciplinano l'offerta di tutti i servizi tecnologici comparabili con l'iCloud di Apple. Esse non hanno lo scopo di limitare la responsabilità del Professionista, ma di informare l'utente che, al fine di minimizzare i rischi sopra richiamati, potrebbero essere necessarie altre iniziative da parte sua, riportate nei Termini e Condizioni contrattuali, come, ad esempio, salvaguardare le proprie *password* e disporre di più *backup* dei dati più importanti.

29. Inoltre, la funzione di *backup* non è l'unico servizio fornito con iCloud. Si tratta solo di una delle funzioni del servizio iCloud. Ad esempio, iCloud è anche un mezzo estremamente utile per rendere i dati disponibili su diversi dispositivi e per condividere documenti, foto, ecc. con altre persone.

30. Se un consumatore non è soddisfatto delle limitazioni della responsabilità del Professionista nell'offerta di un servizio come quello in questione, o se le possibilità di interruzioni o difficoltà tecniche in parola gli appaiono eccessive, l'utente è libero di non utilizzare iCloud e di utilizzare il servizio di un altro fornitore. Tra l'altro, Apple precisa che iCloud è un servizio per la maggior parte dei consumatori gratuito. A coloro che sono abbonati a piani di archiviazione a pagamento, viene richiesto solo il pagamento di un importo contenuto. Pertanto, Apple non può essere considerata responsabile per i dati degli utenti illimitatamente e a tempo indeterminato. Se così fosse, Apple non potrebbe continuare ad offrire il servizio gratuitamente o comunque per importi contenuti.

31. Apple, inoltre, dichiara che la propria responsabilità non è limitata se la limitazione prevista dalla clausola è vietata dalla legge applicabile all'utente. Inoltre, la limitazione di responsabilità non opera se risulta che Apple non abbia agito con adeguata competenza e con la dovuta diligenza, laddove le sia imputabile una negligenza grave, una condotta dolosa o frode o se dalla sua condotta derivino morte o lesioni personali.

32. Alla luce di tutto quanto precede, pertanto, secondo la Società, le clausole oggetto di contestazione non sono in contrasto con le previsioni del Codice del Consumo²⁴.

²⁴ Cfr. Doc. n. 15 pp. 10-12 e Docc. nn. 27 e 36.

IV. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

33. Le valutazioni che seguono hanno ad oggetto le clausole indicate al paragrafo II del presente provvedimento che presentano profili di vessatorietà ai sensi della disciplina di cui all'articolo 33 del Codice del Consumo.

Modifiche al Servizio

34. La clausola di cui al paragrafo II, lettera A, relativa alla modifica delle condizioni contrattuali del servizio iCloud, risulta in violazione dell'art. 33, commi 1 e 2, lett. m), del Codice del consumo²⁵, sia nel caso in cui il contratto preveda la fruizione gratuita che in quello di servizio a pagamento sulla base di piani mensili, per l'assenza del riferimento in essa ai giustificati motivi che consentono di effettuare le modifiche contrattuali unilaterali.

35. Secondo il Professionista, la clausola in questione non è contraria alla disposizione del Codice del Consumo né per quanto riguarda il servizio a pagamento, né per quanto riguarda quello gratuito, in quanto nel primo caso i giustificati motivi per procedere a modifiche contrattuali unilaterali sono indicati nella clausola, nel secondo caso pur essendo essi assenti non sarebbe necessario inserirli, in quanto il consumatore non sosterebbe alcun impegno economico ed avrebbe la possibilità di recedere in qualsiasi momento dal contratto. In entrambi i casi, dunque, ad avviso del Professionista, il bilanciamento di diritti ed obblighi contrattuali tra le Parti sarebbe garantito.

36. È necessario premettere che il contratto per il servizio iCloud si configura come un contratto a tempo indeterminato, che garantisce gratuitamente al consumatore, che vi aderisce, uno spazio di archiviazione di 5 GB. Al consumatore viene riconosciuta anche la possibilità di effettuare un upgrade dello spazio di archiviazione (50 GB, 200 GB o 2 TB), scegliendo tra diversi piani a pagamento con addebiti mensili. L'adesione ad un piano a pagamento, però, non determina la sottoscrizione di un nuovo contratto da parte di chi già utilizza il servizio gratuito, ma semplicemente l'attribuzione di un ampliamento dello spazio di archiviazione disponibile a fronte di un costo mensile.

37. In realtà, la distinzione tra utenti paganti e non paganti non dovrebbe dunque sussistere, in quanto il consumatore sottoscrive, in entrambi i casi, condizioni contrattuali che vengono mantenute fino alla cancellazione del servizio, variando tra i due casi unicamente lo spazio di archiviazione messo a disposizione e le connesse condizioni economiche.

38. Il contratto per il servizio iCloud è, dunque, un contratto a tempo indeterminato, che resta in essere nella formulazione sottoscritta, non prevedendo una data di scadenza. La periodicità degli addebiti riguarda appunto solo il pagamento del servizio, senza incidere sulla durata del contratto o determinare suoi rinnovi. La modifica delle clausole contrattuali o del prezzo originario (anche dal valore 0 a un valore positivo) va, dunque, sempre motivata dal Professionista e le motivazioni che potrebbero essere adottate vanno inserite nel contratto stesso ai sensi dell'art. 33, comma 2, lett. m), del Codice del consumo.

39. Da questo punto di vista, i consumatori non appaiono tutelati in entrambe le condizioni di fruizione del servizio (gratuito o a pagamento). Apple si riserva infatti di introdurre modifiche

²⁵ Art. 33, comma 2, lettera m), del Codice del Consumo, a tenore del quale si presumono vessatorie, fino a prova contraria, le clausole che hanno per oggetto, o per effetto, di "consentire al professionista di modificare unilateralmente le clausole del contratto, ovvero le caratteristiche del prodotto o del servizio da fornire, senza un giustificato motivo indicato nel contratto stesso".

contrattuali unilaterali senza indicare negli stessi termini contrattuali i motivi alla base delle variazioni. Per gli utenti della versione a pagamento del servizio vi è l'indicazione dei motivi, ma solo per i cambiamenti apportati "in urgenza", che dunque la Società si riserva di effettuare anche prima del successivo momento di addebito del servizio all'utente²⁶; anche per gli utenti a pagamento, la Società, contrariamente a quanto da essa sostenuto, può effettuare modifiche di tipo "ordinario" senza indicare nel contratto i possibili motivi.

40. L'assenza di una controprestazione monetaria nel caso della versione gratuita di iCloud non legittima il Professionista ad omettere le motivazioni per eventuali modifiche contrattuali, tra cui quella che prevede l'introduzione di un corrispettivo, in cui potrebbe incorrere il consumatore che ha accettato il contratto per utilizzare gratuitamente il servizio.

41. Il Professionista non ha escluso, infatti, in maniera assoluta l'eventualità di una cessazione della gratuità del contratto, dichiarando che "*Apple non può impegnarsi ad offrire un servizio gratuito sine die e si riserva il diritto di cessare il servizio gratuito*"²⁷ invocando i propri diritti connessi alla libertà di iniziativa economica.

42. La gratuità del servizio offerto ai consumatori risponde ad una libera decisione del Professionista, assunta valutandone la convenienza in termini economici, promozionali o di altra natura. Esso può con altrettanta libertà modificare la propria valutazione, introducendo un costo ove prima era presente.

43. Tuttavia, analoghe considerazioni vengono effettuate dal consumatore, che può decidere di avvalersi di iCloud nella versione gratuita confidando su un servizio che gli consente di conservare dati e documenti personali, nei limitati confini dello spazio di archiviazione reso disponibile, senza sostenere alcun costo, oppure privilegiare soluzioni che gli offrono capacità di storage superiori, pur dovendo pagare un corrispettivo.

44. Non vi è, dunque, anche da questo punto di vista, alcuna distinzione tra contratti a titolo gratuito e a titolo oneroso, e anche il consumatore che usufruisce del servizio gratuito è sottoposto alla arbitraria facoltà di modifica delle condizioni contrattuali attribuita al Professionista, in assenza dell'indicazione in contratto dei possibili motivi alla base delle variazioni. Anche un utente di questo tipo deve conoscere le ragioni di un peggioramento delle condizioni di servizio, in modo da avere tutti gli elementi necessari per assumere una decisione consapevole in merito all'accettazione di tali modifiche e alla prosecuzione del rapporto contrattuale, o al loro rifiuto realizzato recedendo, con tutte le conseguenze del caso (ricerca di un altro operatore, salvataggio e trasferimento altrove di tutti i propri dati).

45. Nel contratto, pertanto, deve essere previsto anche che, in caso di esercizio della facoltà di modifica unilaterale delle condizioni contrattuali, incluse quelle economiche, il Professionista porti a conoscenza del consumatore il motivo specifico che giustifica la modifica, rientrante tra quelli indicati nello stesso contratto, comunicandoglielo in tempo utile rispetto all'attuazione della modifica stessa. Come sostenuto anche dalla giurisprudenza comunitaria²⁸, la sola informativa, pur

²⁶ "*Apple non apporterà al Servizio alcuna modifica materiale sfavorevole prima che sia raggiunto il termine del periodo attualmente pagato*", salvo i casi eccezionali specificamente elencati.

²⁷ Cfr. Doc. n. 21 p. 3.

²⁸ Cfr. le sentenze della Corte di Giustizia Europea, C-472/10 del 6 dicembre 2011, C-92/11 del 21 marzo 2013 e C-287/19 dell'11 novembre 2020.

fornita con preavviso ragionevole dal Professionista al consumatore in occasione della singola variazione, non può compensare l'assenza di informazioni nel contratto sulle possibili cause delle modifiche contrattuali unilaterali, così come l'assenza di un riferimento all'esercizio del diritto di recesso da parte del consumatore.

46. In conclusione, alla luce delle considerazioni suesposte la clausola in esame risulta vessatoria ai sensi dell'art. 33, commi 1 e 2, lett. *m*), del Codice del Consumo.

Backup. Esclusione delle garanzie

47. Le clausole di cui al paragrafo II, lettere B) e C), che riguardano l'esclusione di responsabilità per la perdita di dati connessa con il servizio di *backup* e limitazioni ed esclusioni di garanzia del servizio iCloud più in generale, risultano in violazione dell'articolo 33, commi 1 e 2, lett. *b*), del Codice del Consumo, secondo cui si presumono vessatorie, fino a prova contraria, le clausole che hanno per oggetto, o per effetto, di *“escludere o limitare le azioni o i diritti del consumatore nei confronti del professionista o di un'altra parte in caso di inadempimento totale o parziale o di adempimento inesatto da parte del professionista”*.

48. Le motivazioni addotte dal Professionista non possono superare la presunzione di vessatorietà delle clausole stesse, ai sensi dell'articolo 33, comma 2, del Codice del Consumo.

49. Il Professionista, in particolare, sostiene che garantirà le *“proprie ragionevoli capacità e la dovuta attenzione”* nel fornire il servizio iCloud in generale e quello specifico di *backup*. Tale affermazione non può in alcun modo bilanciare l'ampio esonero di qualsivoglia garanzia per lo svolgimento del servizio, ottenuto predisponendo la clausola in modo che il consumatore debba accettare il servizio offerto *“così com'è”* o *“come è disponibile”*. Il Professionista ha confezionato una clausola di esonero, a proprio esclusivo vantaggio e a sfavore degli utenti, eludendo, di fatto, l'obbligo di corretto adempimento del contenuto contrattuale. Nella legislazione italiana la mancata od erronea prestazione dà diritto al risarcimento del danno, previa costituzione in mora della parte inadempiente ai sensi dell'art. 1219, comma 2 del Codice Civile; la clausola in parola appare determinare una compressione dei diritti dei consumatori, negando la facoltà loro riconosciuta dalla legge.

50. Né può essere sufficiente a garantire tale facoltà, come sostiene Apple, la precisazione all'inizio della clausola in merito al fatto che *“ALCUNE GIURISDIZIONI NON CONSENTONO L'ESCLUSIONE DI DETERMINATE GARANZIE, PERTANTO, NELLA MISURA IN CUI TALI ESCLUSIONI SONO SPECIFICAMENTE VIETATE DALLA LEGGE APPLICABILE, ALCUNE DI QUELLE STABILITE DI SEGUITO POTREBBERO NON RIGUARDARVI”*.

51. La presenza di tale locuzione non costituisce una garanzia per il consumatore italiano in merito al fatto che il Professionista non potrebbe sottrarsi alla sua responsabilità in termini di garanzia del servizio, in quanto prevista dalla legge italiana, in assenza di una più puntuale ed espressa indicazione in tal senso. L'espressione è tale infatti da generare incertezza nel consumatore italiano in merito alla responsabilità che Apple effettivamente si assume, poiché non viene fatto esplicito e specifico riferimento alle giurisdizioni a cui non si applicherebbe l'esclusione delle garanzie.

52. Non è accoglibile, pertanto, la giustificazione del Professionista secondo cui il testo delle clausole in questione sarebbe stato redatto utilizzando termini omogenei e standardizzati applicabili in tutti i Paesi del mondo, per cui, in caso di dolo, colpa grave o violazione del contratto, sarebbe

pacifica per Apple l'impossibilità di sottrarsi alla sua responsabilità; tale conclusione non trova affatto corrispondenza nel testo delle clausole.

53. Il Professionista, di fatto, in base alla lettura del testo delle clausole relative al *backup* e alle limitazioni di responsabilità sulla garanzia, fornirebbe il servizio iCloud senza specificare, in concreto, i casi di esclusione delle proprie responsabilità nei confronti dell'utente.

54. Il livello di incertezza riscontrato nelle clausole in esame in merito all'applicazione, limitazione o esclusione della garanzia del Professionista per il servizio di *backup* e per il servizio iCloud più in generale, impedisce al consumatore di conoscere con precisione i termini delle obbligazioni contrattuali delle parti e i relativi limiti di responsabilità della controparte, determinando, pertanto, un significativo squilibrio contrattuale a suo danno, a causa della discrezionalità nell'applicazione degli esoneri di responsabilità di cui disporrebbe la Società. Il consumatore, a fronte di un impegno definitivo che si sarebbe assunto, vedrebbe escluse o limitate le proprie azioni o i propri diritti in caso di inadempimento totale o parziale o di adempimento inesatto del servizio di *backup* e del servizio iCloud più in generale da parte del Professionista.

55. Non sono accoglibili le altre considerazioni addotte dal Professionista, in quanto né le possibili problematiche tecniche connesse al servizio iCloud, né la gratuità o l'economicità dello stesso valgono a giustificare e rendere accettabile l'ampiezza della discrezionalità che il Professionista si è riservato nella qualità della sua fornitura, tenuto anche conto del fatto che il *cloud storage* è ormai diventato un servizio ampiamente diffuso, attraverso cui vengono archiviati e gestiti dati personali e documenti di indubbia rilevanza e valore.

In conclusione, alla luce delle considerazioni suesposte le suddette clausole risultano vessatorie ai sensi dell'art. 33, commi 1 e 2, lett. *b*), del Codice del Consumo.

RITENUTO che per le clausole di cui al paragrafo II, *sub* lettere A), B), e C), vige una presunzione legale di vessatorietà *ex* articolo 33, comma 2, lettere b), ed m), del Codice del Consumo e che Apple non ha fornito elementi pienamente sufficienti per superare tale presunzione;

RITENUTO, in particolare, sulla base delle considerazioni suesposte, che le clausole descritte al punto II, *sub* lettere A), B) e C) del presente provvedimento, sono vessatorie ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettere b), ed m), del Codice del Consumo, in quanto tali da determinare, a carico del consumatore, un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto;

RITENUTO che, ai sensi dell'articolo 37-*bis*, comma 2, del Codice del Consumo e dell'articolo 23, comma 8, del Regolamento, è dovuta la pubblicazione di un estratto del presente provvedimento per informare compiutamente i consumatori della vessatorietà delle clausole oggetto della presente valutazione, sul sito istituzionale dell'Autorità e su quello del Professionista www.apple.com, nonché su un quotidiano a tiratura nazionale, in considerazione del fatto che le clausole in questione sono attualmente in vigore, e che il Professionista nel corso del procedimento non ha presentato proposte di modifica delle stesse;

DELIBERA

a) che la clausola descritta al punto II, lett. A), del presente provvedimento integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lett. m), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

b) che le clausole descritte al punto II, lett. B), e C), del presente provvedimento integrano fattispecie di clausole vessatorie ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lett. b), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

DISPONE

a) che la società Apple Distribution International pubblichi, a sua cura e spese, un estratto del provvedimento ai sensi dell'articolo 37-bis del Codice del Consumo e dell'articolo 23, comma 8, del Regolamento, secondo le seguenti modalità:

- 1) il testo dell'estratto del provvedimento è quello riportato nell'allegato A al presente provvedimento;
- 2) il testo dell'estratto del provvedimento dovrà essere pubblicato per venti giorni consecutivi sulla *home page* del sito *internet www.apple.com*, versione italiana, con adeguata evidenza grafica, entro venti giorni dalla comunicazione dell'adozione del presente provvedimento;

b) che la pubblicazione del testo dell'estratto del provvedimento dovrà essere preceduta dalla comunicazione all'Autorità della data in cui la stessa avrà luogo e dovrà essere seguita, entro tre giorni, dall'invio all'Autorità di una copia del predetto estratto così come pubblicata sulla *home page* del sito *www.apple.com*, versione italiana;

c) la pubblicazione dovrà ricalcare *in toto* impostazione, struttura e aspetto dell'estratto allegato al presente provvedimento; le modalità di scrittura, di stampa e di diffusione non dovranno essere tali da vanificare gli effetti della pubblicazione; in particolare, nella pagina del sito *internet* su cui verrà pubblicato l'estratto, così come nelle restanti pagine, non dovranno essere riportati messaggi che si pongano in contrasto con il contenuto dell'estratto o che comunque tendano ad attenuarne la portata e il significato;

d) che la società Apple Distribution International pubblichi, a sua cura e spese, un secondo estratto del provvedimento ai sensi dell'articolo 37-bis del Codice del Consumo e dell'articolo 23, comma 8, del Regolamento, secondo le seguenti modalità:

- 1) il testo dell'estratto del provvedimento è quello riportato nell'allegato B al presente provvedimento;
- 2) il testo dell'estratto del provvedimento dovrà essere pubblicato per un giorno, entro venti giorni dall'avvenuta notificazione del provvedimento, sulle pagine nazionali del quotidiano *Il Sole 24 Ore*;

e) che la pubblicazione del testo dell'estratto del provvedimento dovrà essere preceduta dalla comunicazione all'Autorità della data in cui la stessa avrà luogo e dovrà essere seguita, entro tre giorni, dall'invio all'Autorità di una copia originale di tale pubblicazione contenente l'estratto pubblicato;

f) la pubblicazione dovrà ricalcare *in toto* impostazione, struttura e aspetto dell'estratto allegato al presente provvedimento; le modalità di scrittura, di stampa e di diffusione non dovranno essere tali

da vanificare gli effetti della pubblicazione. I caratteri del testo dovranno essere di dimensione doppia rispetto a quelli degli articoli ordinari. Inoltre, nella pagina del quotidiano Il Sole 24 Ore su cui verrà pubblicato l'estratto, così come nelle restanti pagine, non dovranno essere riportati messaggi che si pongano in contrasto con il contenuto dell'estratto o che comunque tendano ad attenuarne la portata e il significato.

Ai sensi dell'articolo 37-*bis*, comma 2, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza l'Autorità applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 euro a 50.000 euro.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 37 *bis*, comma 4, e dell'art. 135, comma 1, lettera *b*), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di comunicazione dello stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art.8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n.1199 entro il termine di centoventi giorni dalla data di comunicazione del provvedimento stesso.

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

L'estratto del provvedimento è altresì pubblicato, entro venti giorni dalla comunicazione della sua adozione, in apposita sezione del sito *internet* istituzionale dell'Autorità.

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

CV196 - ICLOUD APPLE-CLAUSOLE VESSATORIE

Allegato A al provvedimento n. 29819

ALLEGATO A

Allegato al provvedimento dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato del 7 settembre 2021 in materia di tutela amministrativa contro le clausole vessatorie *ex* articolo 37-*bis* del Codice del Consumo.

[OMISSIS]

In data 20 agosto 2020 è stato avviato il procedimento CV196- ICLOUD APPLE- Clausole vessatorie, nei confronti di Apple Distribution International.

[OMISSIS]

Costituiscono oggetto di valutazione del presente procedimento, limitatamente ai rapporti contrattuali con i consumatori, le clausole contenute nel modello contrattuale reso disponibile da Apple ai propri clienti del servizio iCloud nella sezione Legal del proprio sito e disponibili nella versione in lingua italiana. Tali clausole sono state utilizzate a partire dal 16 settembre 2015 e risultano attualmente in vigore. Le singole disposizioni contrattuali sono state accorpate in funzione dei profili di violazione indicati nel successivo paragrafo **IV** del presente provvedimento.

A) Modifiche al Servizio*I. Requisiti per l'utilizzo del servizio*

Versione utilizzata dal 16 settembre 2015 al 28 febbraio 2017

E. Modifiche al Servizio *Apple si riserva il diritto, in ogni momento, di modificare il presente Contratto e di imporre nuovi o termini o condizioni aggiuntivi relativi all'uso del Servizio da parte Vostra. Tali modifiche e termini e condizioni aggiuntivi Vi verranno comunicati e, se accettati, avranno effetto immediato e verranno incorporati nel presente Contratto. Nel caso in cui rifiutaste di accettare tali modifiche, Apple avrà il diritto di estinguere il presente Contratto e i Vostri account. Accettate che Apple non sarà responsabile nei Vostri confronti o nei confronti di terzi per qualsiasi modifica o cessazione del Servizio. Qualora abbiate pagato per l'utilizzo del Servizio e dovessimo estinguerlo o ridurne materialmente le funzionalità, riceverete un risarcimento proporzionale per qualsiasi pagamento previo.*

Versione utilizzata a partire dal 1° marzo 2017

E. Modifiche al Servizio *Apple si riserva il diritto, in ogni momento, di modificare il presente Contratto e di imporre nuovi o termini o condizioni aggiuntivi relativi all'uso del Servizio da parte Vostra, fornendovi un preavviso di 30 giorni relativamente a qualsiasi modifica materiale sfavorevole del Servizio o dei termini del Servizio, salvo nei casi in cui un tale preavviso non sia ragionevolmente applicabile per cause legate ad azioni legali, normative o governative; per*

proteggere la sicurezza e la privacy dell'utente o per ragioni relative all'integrità tecnica; per evitare l'interruzione del Servizio per altri utenti; oppure a causa di disastri naturali, eventi catastrofici, guerre o altri eventi simili che si producono al di fuori del controllo di Apple. In quanto ai servizi di archiviazione sulla nuvola a pagamento, Apple non apporterà al Servizio alcuna modifica materiale sfavorevole prima che sia raggiunto il termine del periodo attualmente pagato dall'utente, salvo nei casi in cui una modifica sia ragionevolmente necessaria per questioni legate ad azioni legali, normative o governative; per proteggere la sicurezza e la privacy dell'utente o per ragioni relative all'integrità tecnica; per evitare l'interruzione del Servizio per altri utenti; oppure a causa di disastri naturali, eventi catastrofici, guerre o altri eventi simili che si producono al di fuori del controllo di Apple. Qualora Apple apportasse delle modifiche materiali sfavorevoli al Servizio o ai termini di utilizzo dello stesso, avrete il diritto di estinguere il presente Contratto e i Vostri account. In tal caso, riceverete da Apple un risarcimento proporzionale per qualsiasi pagamento previo per il termine attualmente pagato. Apple non sarà ritenuta responsabile per alcuna modifica al Servizio o ai termini del Servizio apportata conformemente a quanto descritto in questa sezione IE.

B) Backup

II. Funzionalità e servizi

Versione utilizzata dal 16 settembre 2015 al 19 settembre 2017

C. Backup

*Il Servizio esegue periodicamente backup automatici per i dispositivi iOS, quando essi sono in modalità blocco schermo, connessi a una fonte di energia e connessi a Internet attraverso una rete Wi-Fi. iCloud memorizzerà gli ultimi tre backup; tuttavia, se un dispositivo non ha fatto il backup su iCloud per un periodo di centottanta (180) giorni, Apple si riserva il diritto di cancellare i backup associati a quel dispositivo. Il backup è limitato alle impostazioni del dispositivo, alle caratteristiche, foto e video, documenti, messaggi (iMessage, SMS e MMS), suonerie, dati delle app (inclusi i dati dell'App Salute), impostazioni di localizzazione (inclusi i promemoria basati sulla posizione) e schermata Home e organizzazione delle app all'interno del dispositivo. Non viene effettuato il backup dei contenuti acquistati da iTunes Store, App Store o iBooks Store, ma potrebbero essere idonei per il download da tali servizi, subordinatamente ai requisiti dell'account, alla disponibilità e ai termini e alle condizioni applicabili. Dei contenuti sincronizzati dal computer non viene effettuato il backup. Se abilitate la libreria foto di iCloud, il backup della Vostra libreria foto verrà eseguito separatamente rispetto al backup automatico di iCloud. Le e-mail iCloud, i contatti, i calendari, i segnalibri e i documenti sono memorizzati in iCloud e sono accessibili via iCloud sui Vostri dispositivi e computer. Apple farà uso delle proprie ragionevoli capacità e della dovuta attenzione nel fornire il Servizio, ma, **NELLA MISURA MASSIMA CONSENTITA DALLA LEGGE APPLICABILE, APPLE NON GARANTISCE CHE I CONTENUTI CHE POTETE MEMORIZZARE O A CUI POTETE ACCEDERE ATTRAVERSO IL SERVIZIO NON SARANNO SOGGETTI A DANNO INVOLONTARIO, ALTERAZIONE, PERDITA O RIMOZIONE IN CONFORMITÀ CON I TERMINI DEL PRESENTE CONTRATTO, E APPLE NON SARÀ RESPONSABILE QUALORA TALE DANNO, ALTERAZIONE, PERDITA O RIMOZIONE DOVESSE VERIFICARSI. È Vostra responsabilità conservare opportuni backup alternativi delle Vostre informazioni e dei Vostri dati.***

Quando il backup di iCloud è abilitato, il backup su iTunes del dispositivo non sarà eseguito automaticamente durante la sincronizzazione, ma potete scegliere di avviare manualmente il backup su iTunes.

Versione utilizzata a partire dal 19 settembre 2017

C. Backup

iCloud Backup esegue periodicamente backup automatici per i dispositivi iOS, quando essi sono in modalità blocco schermo, connessi a una fonte di energia e connessi a Internet attraverso una rete Wi-Fi. Se un dispositivo non ha fatto il backup su iCloud per un periodo di centottanta (180) giorni, Apple si riserva il diritto di cancellare i backup associati a quel dispositivo. Il backup può includere impostazioni del dispositivo, caratteristiche, foto e video, documenti, messaggi, suonerie, dati dell'App Salute e altri dati delle app. Per ulteriori informazioni, consultare la pagina <https://support.apple.com/it-it/HT207428>. I contenuti seguenti non sono inclusi nel backup di iCloud: contenuti acquistati da iTunes Store, App Store o Apple Books, file multimediali sincronizzati dal computer e libreria delle foto se è stata abilitata la libreria foto di iCloud. Apple farà uso delle proprie ragionevoli capacità e della dovuta attenzione nel fornire il Servizio, ma, NELLA MISURA MASSIMA CONSENTITA DALLA LEGGE APPLICABILE, APPLE NON GARANTISCE CHE I CONTENUTI CHE POTETE MEMORIZZARE O A CUI POTETE ACCEDERE ATTRAVERSO IL SERVIZIO NON SARANNO SOGGETTI A DANNO INVOLONTARIO, ALTERAZIONE, PERDITA O RIMOZIONE IN CONFORMITÀ CON I TERMINI DEL PRESENTE CONTRATTO, E APPLE NON SARÀ RESPONSABILE QUALORA TALE DANNO, ALTERAZIONE, PERDITA O RIMOZIONE DOVESSE VERIFICARSI. È Vostra responsabilità conservare opportuni backup alternativi delle Vostre informazioni e dei Vostri dati.

V. CONTENUTO E COMPORTAMENTO

Versione utilizzata a partire dal 16 settembre 2015

D. Backup dei Contenuti

Siete responsabili del backup, sul Vostro computer o altro dispositivo, di qualsiasi documento importante, immagine o altro Contenuto che archiviate sul Servizio o a cui accedete tramite il Servizio. Apple farà uso delle proprie ragionevoli capacità e della dovuta attenzione nel fornire il Servizio, ma Apple non garantisce che i Contenuti che archiviate o a cui accedete attraverso il Servizio non subiranno danni, alterazioni o perdite accidentali.

C) Esclusioni delle garanzie

Versione utilizzata a partire dal 16 settembre 2015

IX. ESCLUSIONI DELLE GARANZIE; LIMITAZIONI DELLE RESPONSABILITÀ

ALCUNE GIURISDIZIONI NON CONSENTONO L'ESCLUSIONE DI DETERMINATE GARANZIE, PERTANTO, NELLA MISURA IN CUI TALI ESCLUSIONI SONO SPECIFICAMENTE VIETATE DALLA LEGGE APPLICABILE, ALCUNE DI QUELLE STABILITE DI SEGUITO POTREBBERO NON RIGUARDARVI.

APPLE FARÀ USO DELLE PROPRIE RAGIONEVOLI CAPACITÀ E DELLA DOVUTA ATTENZIONE NEL FORNIRE IL SERVIZIO. LE SEGUENTI ESCLUSIONI SONO SOGGETTE ALLA PRESENTE GARANZIA ESPRESSA.

APPLE NON GARANTISCE, NÉ DICHIARA, CHE IL VOSTRO UTILIZZO DEL SERVIZIO NON SUBIRÀ INTERRUZIONI E CHE SARÀ PRIVO DI ERRORI, E ACCETTATE CHE DI TANTO IN TANTO APPLE POSSA INTERROMPERE IL SERVIZIO PER PERIODI INDEFINITI DI TEMPO, O ANNULLARE IL SERVIZIO IN CONFORMITÀ AI TERMINI DEL PRESENTE CONTRATTO.

COMPRENDETE E ACCETTATE ESPRESSAMENTE CHE IL SERVIZIO È FORNITO “COSÌ COM’È” E “COSÌ COME DISPONIBILE”. APPLE E LE SUE AFFILIATE, CONTROLLATE, I SUOI DIRIGENTI, RESPONSABILI, IMPIEGATI, AGENTI, SOCI E LICENZIATARI ESCLUDONO ESPRESSAMENTE LE GARANZIE DI QUALUNQUE TIPO, SIANO ESSE ESPRESSE O IMPLICITE, COMPRESSE, A TITOLO ESEMPLIFICATIVO, LE GARANZIE IMPLICITE DI COMMERCIALIZZABILITÀ, IDONEITÀ A UNO SCOPO PARTICOLARE E DI NON VIOLAZIONE. IN PARTICOLARE, APPLE E LE SUE AFFILIATE, CONTROLLATE, I SUOI DIRIGENTI, RESPONSABILI, IMPIEGATI, AGENTI, SOCI E LICENZIATARI NON RILASCIANO ALCUNA GARANZIA CHE: (I) IL SERVIZIO SODDISFERÀ I VOSTRI REQUISITI; (II) IL VOSTRO UTILIZZO DEL SERVIZIO SARÀ PUNTUALE, ININTERROTTO, SICURO E PRIVO DI ERRORI; (III) QUALSIASI INFORMAZIONE CHE OTTERRETE IN RELAZIONE AL SERVIZIO SARÀ PRECISA E AFFIDABILE E (IV) QUALSIASI DIFETTO O ERRORE NEL SOFTWARE FORNITO COME PARTE DEL SERVIZIO VERRÀ CORRETTO.

APPLE NON DICHIARA NÉ GARANTISCE CHE IL SERVIZIO SARÀ ESENTE DA PERDITE, ALTERAZIONI, ATTACCHI, VIRUS, INTERFERENZE, PIRATERIA INFORMATICA O ALTRE INTRUSIONI NELLA SICUREZZA, E APPLE DECLINA OGNI RESPONSABILITÀ RELATIVA ALLE STESSE.

ACCEDETE A QUALSIASI MATERIALE SCARICATO O IN ALTRO MODO OTTENUTO ATTRAVERSO L’UTILIZZO DEL SERVIZIO A VOSTRO RISCHIO E DISCREZIONE E SARETE GLI UNICI RESPONSABILI PER QUALSIASI DANNO AL VOSTRO DISPOSITIVO O COMPUTER O PERDITA DI DATI RISULTANTE DAL DOWNLOAD DI TALE MATERIALE. RICONOSCETE ALTRESÌ CHE IL SERVIZIO NON È STATO PROGETTATO NÉ È ADATTO PER ESSERE UTILIZZATO IN SITUAZIONI O AMBIENTI IN CUI GUASTI O RITARDI, OPPURE ERRORI O IMPRECISIONI RELATIVI AI CONTENUTI, AI DATI O ALLE INFORMAZIONI FORNITE DAL SERVIZIO, POSSANO CAUSARE MORTE, LESIONI PERSONALI O GRAVI DANNI FISICI O AMBIENTALI.

[OMISSIS]

RITENUTO, in particolare, sulla base delle considerazioni suesposte, che le clausole descritte al punto II, *sub* lettere A), B), e C), del presente provvedimento, sono vessatorie ai sensi dell’articolo 33, commi 1 e 2, lettere b) ed m), del Codice del Consumo, in quanto tali da determinare, a carico del consumatore, un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto;

[OMISSIS]

DELIBERA

a) che la clausola descritta al punto II lett. A) del presente provvedimento integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lett. m), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

b) che le clausole descritte al punto II, lett. B), e C), del presente provvedimento integrano fattispecie di clausole vessatorie ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lett. b), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

[OMISSIS]

CV196 - ICLOUD APPLE-CLAUSOLE VESSATORIE

Allegato B al provvedimento n. 29819

ALLEGATO B

Allegato al provvedimento dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato del 7 settembre 2021 in materia di tutela amministrativa contro le clausole vessatorie *ex* articolo 37-*bis* del Codice del Consumo.

[OMISSIS]

In data 20 agosto 2020 è stato avviato il procedimento CV196- ICLOUD APPLE- Clausole vessatorie, nei confronti di Apple Distribution International.

[OMISSIS]

Costituiscono oggetto di valutazione del presente procedimento, limitatamente ai rapporti contrattuali con i consumatori, le clausole contenute nel modello contrattuale reso disponibile da Apple ai propri clienti del servizio iCloud nella sezione Legal del proprio sito e disponibili nella versione in lingua italiana. Tali clausole sono state utilizzate a partire dal 16 settembre 2015 e risultano attualmente in vigore. Le singole disposizioni contrattuali sono state accorpate in funzione dei profili di violazione indicati nel successivo paragrafo **IV** del presente provvedimento.

A) Modifiche al Servizio**I. Requisiti per l'utilizzo del servizio**

Versione utilizzata dal 16 settembre 2015 al 28 febbraio 2017

E. Modifiche al Servizio *Apple si riserva il diritto, in ogni momento, di modificare il presente Contratto e di imporre nuovi o termini o condizioni aggiuntivi relativi all'uso del Servizio da parte Vostra. [OMISSIS]*

Versione utilizzata a partire dal 1° marzo 2017

E. Modifiche al Servizio *Apple si riserva il diritto, in ogni momento, di modificare il presente Contratto e di imporre nuovi o termini o condizioni aggiuntivi relativi all'uso del Servizio da parte Vostra, fornendovi un preavviso di 30 giorni relativamente a qualsiasi modifica materiale sfavorevole del Servizio o dei termini del Servizio, salvo nei casi in cui un tale preavviso non sia ragionevolmente applicabile per cause legate ad azioni legali, normative o governative; per proteggere la sicurezza e la privacy dell'utente o per ragioni relative all'integrità tecnica; per evitare l'interruzione del Servizio per altri utenti; oppure a causa di disastri naturali, eventi catastrofici, guerre o altri eventi simili che si producono al di fuori del controllo di Apple. [OMISSIS]*

B) Backup*II. Funzionalità e servizi*

Versione utilizzata dal 16 settembre 2015 al 19 settembre 2017

C. Backup

[OMISSIS] Apple farà uso delle proprie ragionevoli capacità e della dovuta attenzione nel fornire il Servizio, ma, NELLA MISURA MASSIMA CONSENTITA DALLA LEGGE APPLICABILE, APPLE NON GARANTISCE CHE I CONTENUTI CHE POTETE MEMORIZZARE O A CUI POTETE ACCEDERE ATTRAVERSO IL SERVIZIO NON SARANNO SOGGETTI A DANNO INVOLONTARIO, ALTERAZIONE, PERDITA O RIMOZIONE IN CONFORMITÀ CON I TERMINI DEL PRESENTE CONTRATTO, E APPLE NON SARÀ RESPONSABILE QUALORA TALE DANNO, ALTERAZIONE, PERDITA O RIMOZIONE DOVESSE VERIFICARSI. È Vostra responsabilità conservare opportuni backup alternativi delle Vostre informazioni e dei Vostri dati.

[OMISSIS]

Versione utilizzata a partire dal 19 settembre 2017

C. Backup

[OMISSIS] Apple farà uso delle proprie ragionevoli capacità e della dovuta attenzione nel fornire il Servizio, ma, NELLA MISURA MASSIMA CONSENTITA DALLA LEGGE APPLICABILE, APPLE NON GARANTISCE CHE I CONTENUTI CHE POTETE MEMORIZZARE O A CUI POTETE ACCEDERE ATTRAVERSO IL SERVIZIO NON SARANNO SOGGETTI A DANNO INVOLONTARIO, ALTERAZIONE, PERDITA O RIMOZIONE IN CONFORMITÀ CON I TERMINI DEL PRESENTE CONTRATTO, E APPLE NON SARÀ RESPONSABILE QUALORA TALE DANNO, ALTERAZIONE, PERDITA O RIMOZIONE DOVESSE VERIFICARSI. È Vostra responsabilità conservare opportuni backup alternativi delle Vostre informazioni e dei Vostri dati.

V. CONTENUTO E COMPORTAMENTO

Versione utilizzata a partire dal 16 settembre 2015

D. Backup dei Contenuti

Siete responsabili del backup, sul Vostro computer o altro dispositivo, di qualsiasi documento importante, immagine o altro Contenuto che archiviate sul Servizio o a cui accedete tramite il Servizio. Apple farà uso delle proprie ragionevoli capacità e della dovuta attenzione nel fornire il Servizio, ma Apple non garantisce che i Contenuti che archiviate o a cui accedete attraverso il Servizio non subiranno danni, alterazioni o perdite accidentali.

C) Esclusioni delle garanzie

Versione utilizzata a partire dal 16 settembre 2015

IX. ESCLUSIONI DELLE GARANZIE; LIMITAZIONI DELLE RESPONSABILITÀ

[OMISSIS]APPLE NON GARANTISCE, NÉ DICHIARA, CHE IL VOSTRO UTILIZZO DEL SERVIZIO NON SUBIRÀ INTERRUZIONI E CHE SARÀ PRIVO DI ERRORI, E ACCETTATE CHE DI TANTO IN TANTO APPLE POSSA INTERROMPERE IL SERVIZIO PER PERIODI INDEFINITI DI TEMPO, O ANNULLARE IL SERVIZIO IN CONFORMITÀ AI TERMINI DEL PRESENTE CONTRATTO.COMPRENDETE E ACCETTATE ESPRESSAMENTE CHE IL SERVIZIO È FORNITO “COSÌ COM’È” E “COSÌ COME DISPONIBILE”. APPLE E LE SUE AFFILIATE, CONTROLLATE, I SUOI DIRIGENTI, RESPONSABILI, IMPIEGATI, AGENTI, SOCI E LICENZIATARI ESCLUDONO ESPRESSAMENTE LE GARANZIE DI QUALUNQUE TIPO, SIANO ESSE ESPRESSE O IMPLICITE, [OMISSIS]

[OMISSIS]

RITENUTO, in particolare, sulla base delle considerazioni suesposte, che le clausole descritte al punto II, *sub* lettere A), B) e C) del presente provvedimento, sono vessatorie ai sensi dell’articolo 33, commi 1 e 2, lettere b), ed m), del Codice del Consumo, in quanto tali da determinare, a carico del consumatore, un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto;

[OMISSIS]

DELIBERA

a) che la clausola descritta al punto II, lett. A), del presente provvedimento integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell’articolo 33, commi 1 e 2, lett. m), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

b) che le clausole descritte al punto II, lett. B), e C), del presente provvedimento integrano fattispecie di clausole vessatorie ai sensi dell’articolo 33, commi 1 e 2, lett. b), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

[OMISSIS]

***Autorità garante
della concorrenza e del mercato***

Bollettino Settimanale
Anno XXXI- N. 38 - 2021

Coordinamento redazionale

Giulia Antenucci

Redazione

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: <https://www.agcm.it>

Realizzazione grafica

Area Strategic Design
