

## EMERGENZA COVID-19 E INFORMAZIONI COMMERCIALI INGANNEVOLI

*Dott. Francesco Romeo Kweta Lubaki*

In una società digitalizzata come la nostra, dove le informazioni possono essere scambiate, re-twitte, o semplicemente condivise, con una facilità disarmante, le piattaforme digitali ricoprono un ruolo chiave nella vita quotidiana di ognuno di noi. E con la crisi sanitaria globale che stiamo vivendo, ancora di più. Difatti in questo momento, stiamo assistendo ad una diffusione di fake news molto importante che portano ad un inutile panico, rendendo difficile “la classificazione” delle informazioni. Purtroppo, insieme a questo fenomeno, stiamo assistendo anche ad un aumento delle cosiddette “pratiche commerciali scorrette a danno dei consumatori”, soprattutto in materia di e-commerce. Pratiche che, trovando terreno fertile in un momento come quello che stiamo vivendo in cui è spesso il panico o la paura a guidare il consumatore, cercano di far credere che i beni da loro pubblicizzati possano prevenire, se non addirittura curare, un possibile contagio da COVID-19. Spesso e volentieri andando anche fornire informazioni imprecise sulle possibilità di trovare il prodotto altrove, per indurre poi il consumatore a pagare prezzi molto più elevati rispetto a quelli normali.

Ed è per questo che la Commissione europea ed il network composto dalle varie autorità nazionali competenti in materia di tutela dei consumatori (il cosiddetto Consumer Protection Consumer Network<sup>1</sup>), per mostrare una risposta coordinata e concreta ai consumatori europei, hanno rilasciato un comunicato congiunto (che potrete trovare in versione inglese cliccando qui) nel quale, invitando a massima cautela i consumatori, sottolineano l'impegno e le misure che le varie autorità competenti, nazionali e non, stanno od hanno messo in piedi, per contrastare questo fenomeno.

Ed è in questo contesto che si ascrivono le ultime attività dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, l'autorità italiana competente in materia di tutela dei consumatori. Difatti, in virtù delle competenze che le competono, tale autorità ha avviato diverse procedure istruttorie e preso sanzioni<sup>2</sup> nei confronti di aziende/imprese e piattaforme online, che sfruttando l'epidemia che stiamo vivendo, hanno proposto beni e servizi via “pratiche commerciali scorrette” o “pubblicità ingannevole”: Ricordiamo che, secondo il Codice del Consumo, una pratica commerciale è scorretta “se è contraria alla diligenza professionale, ed è falsa o idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico, in relazione al prodotto, del consumatore medio che essa raggiunge o al quale è diretta o del membro medio di un gruppo qualora la pratica commerciale sia diretta a un determinato gruppo di consumatori”<sup>3</sup>. Mentre per pubblicità ingannevole si intende “qualsiasi pubblicità che in qualunque modo, compresa la sua presentazione è idonea ad indurre in errore le persone fisiche o giuridiche alle quali è rivolta o che essa raggiunge e che, a causa del suo carattere ingannevole, possa pregiudicare il loro comportamento economico ovvero che, per questo motivo, sia idonea a ledere un concorrente”<sup>4</sup>. Cogliamo l'occasione per invitarvi ed incoraggiarvi a segnalare all'Autorità competente, gli operatori o le attività in ambito di e-commerce che adottano comportamenti scorretti e ingannevoli.

<sup>1</sup> Per maggiori informazioni, vi invitiamo a consultare il seguente link:

[https://ec.europa.eu/internal\\_market/scoreboard/performance\\_by\\_governance\\_tool/consumer\\_protection\\_cooperation\\_network/index\\_en.htm](https://ec.europa.eu/internal_market/scoreboard/performance_by_governance_tool/consumer_protection_cooperation_network/index_en.htm)

<sup>2</sup> Per maggiori informazioni sulla questione, vi invitiamo a consultare il seguente link: <https://www.agcm.it/media/comunicati-stampa/>

<sup>3</sup> Articolo 20 del Codice del Consumo

<sup>4</sup> Articolo 2 del Decreto Legislativo n. 145/2007