

Pratiche commerciali scorrette e manifestazioni a premio

La Corte di giustizia Ue, nella sua pronuncia 18.10.2012, C 428-11 –CP, ha confermato che la direttiva relativa alle pratiche commerciali sleali delle imprese nei confronti dei consumatori nel mercato interno (direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio) vieta le pratiche aggressive con cui un professionista dà la falsa impressione che il consumatore abbia già vinto un premio, quando invece il compimento di un'azione volta a reclamare il premio (tanto che si tratti di una richiesta di informazioni relativa alla natura di tale premio quanto della presa di possesso dello stesso) è subordinato all'obbligo, per il consumatore, di versare del denaro o di sostenere un costo di qualsiasi natura.

Il procedimento davanti alla Corte di giustizia era nato a seguito del comportamento di alcune società commerciali, che distribuivano coupon e pubblicavano su quotidiani annunci, in base ai quali il consumatore riteneva di avere già vinto un premio.

Erano stati posti in palio premi di diverso valore, pochi di valore elevato e la maggioranza del valore di pochi euro. Il consumatore, per comprendere il tenore della sua vincita, doveva mettersi in contatto con le società promotrici, telefonando o inviando un sms a pagamento. L' 80% dei costi della chiamata era devoluto alle società promotrici.

L'Office of Fair Trading aveva segnalato all'autorità giudiziaria la manifestazione e le sue modalità, sostenendo il contrasto con la direttiva sulle pratiche sleali delle imprese e con le Unfair Trading Regulations, che recepiscono nel Regno Unito tale direttiva, a causa dei costi che il consumatore doveva affrontare per reclamare il premio. La Direttiva, infatti, definisce come aggressiva, e vieta, la condotta delle imprese che impongono al consumatore dei costi per l'ottenimento del premio.

Il giudice di primo grado inglese, pur condividendo il punto di vista dell' Office of Fair Trading, tuttavia aveva ritenuto che la normativa comunitaria e la sua legge di recepimento non fossero violate quando i costi erano minimi, se confrontati con il valore del premio.

Invece la Corte di giustizia ha ritenuto trattarsi comunque di pratica aggressiva quella nella quale il consumatore ha tratto l'errata informazione di essere già vincitore di un premio, mentre deve svolgere un'attività per reclamarlo ed affrontarne i relativi costi, a prescindere dall'entità degli stessi.

In sostanza la Corte di giustizia ha individuato come pratica scorretta l'ingannevole informazione di aver vinto un premio fornita al consumatore che partecipi ad una manifestazione a premio.

E' evidente, infatti, che sull'erroneo presupposto di avere già vinto il premio, egli è indotto a tenere un comportamento privo di cautele e che può avere conseguenze sulla sua sfera patrimoniale e che comunque forse non avrebbe tenuto se avesse avuto un'informazione corretta.

Per quanto riguarda i costi di partecipazione alle manifestazioni a premio, vale la pena di ricordare che l'art. 1 del D.P.R. n. 430/2001, relativo al regolamento dei concorsi e delle operazioni a premio, prevede espressamente che la partecipazione a tali manifestazioni sia gratuita, vietando la diretta maggiorazione del prezzo del prodotto o servizio promosso.

Fiammetta Malagoli