

ANTITRUST RULES AND GUIDELINES ON MATTERS OF GUARANTEE

Avv. Maurizio Iorio (Attorney at Law)

In the last few years, there has been an increasing number of decisions issued by the Italian antitrust authority regarding the legal guarantee. The last pronouncement is very recent and raises some rather serious legal concerns. What the AGCM often criticizes sellers and producers to do, is to intentionally divert consumers away from the legal guarantee in favour of the conventional one offered by them. The aim of this article, besides defining the constituent elements of the legal guarantee, is to explore and examine the main guidelines of the AGCM in this regard, as well as the measures and sanctions imposed so far.

In this article I shall examine the guidelines of the Italian Antitrust Authority (Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato; hereafter “AGCM”) concerning the legal guarantee for consumers. In order to ensure that also the “uninitiated” can understand in very simple and easy terms what will be explained, I will provide a summary preliminary description of the legal framework relating to the legal guarantee and the commercial or conventional one. Overall, this article may be of interest also to those who do not operate, or not solely operate, on the Italian market, since it largely refers to EU regulations and directives.

LEGAL CONSTITUENT ELEMENTS OF THE TWO GUARANTEES

Let me start by saying that there are two types of guarantees: a legal guarantee, non-derogable, governed by the Italian Consumer Code and concerning only non-professional consumers, and a guarantee, so-called conventional since fundamentally governed by the agreements between the parties.

WHICH PRODUCTS DOES THE LEGAL GUARANTEE APPLY TO?

Are only covered the (i) **consumer goods** supplied to (ii) **a consumer** as part of (iii) **a contract of sale and/or any contract equated to it** “*since anyhow intended for the supply of consumer goods to be manufactured or produced ...*”.

With **contracts “equating” to a contract of sale**, are meant, as mentioned above, “*... barter and supply contracts, as well as tender and work contracts and all other contracts anyhow intended for the supply of consumer goods to be manufactured or produced*”.

WHO IS RESPONSIBLE FOR THE LEGAL GUARANTEE?

Responsible for the guarantee is the seller.

The final seller, though, has the right of redress (“*within one year after performance of the service*”) against his supplier or previous intermediary in the contractual chain (provided that the defect or lack of conformity is attributable to one of these entities), to obtain “*reimbursement for the service provided*”.

CAN A CONVENTIONAL GUARANTEE BE AGREED BETWEEN THE SELLER AND CONSUMER, OTHER THAN THE LEGAL ONE?

Let me answer this question through an example: the producer TOM sells a TV set to the reseller DICK who resells it to the consumer HARRY; DICK is therefore required to provide the statutory guarantee on the

equipment sold: now then, TOM (but in theory also DICK) can offer to HARRY, in ADDITION - NOT in replacement of the legal guarantee, a privately agreed guarantee so-called “conventional”. This, to be more precise, is the guarantee whose terms are set out in the pertinent “Certificate of Guarantee” accompanying every product. Pursuant to law, the conventional guarantee must however:

- I - Specify “...that the consumer is entitled to the rights provided for...” by the Consumer Code and that the conventional guarantee “....does not affect such rights”: this means that the conventional guarantee may in theory offer less benefits than the legal guarantee, but the consumer must always be free to choose to avail himself, if so wished, of the latter one instead of the conventional one;
- II- Not lead to additional costs for the consumer;
- III- State in a clear and precise manner all the fundamental elements of the conventional guarantee (including: object, duration, territorial extension, name or trade name and address or head office of the offeror);
- IV- Be, at the consumer's request, made available “... in writing or in the form of another durable medium accessible to him ”; which does not exclude the possibility of making the text of the guarantee available only online, as long as the text is downloadable and printable so as to become a “durable medium”.

HAS THE PRODUCER OFFERING THE CONVENTIONAL GUARANTEE THE OBLIGATION TO PROVIDE INFORMATION ON THE EXISTENCE AND CONTENTS OF THE PARALLEL LEGAL GUARANTEE?

It follows from what we have just said that the Producer (or Seller) is NOT obliged to provide a conventional guarantee in addition to the legal one. If he does not offer it, there is no informational burden on the same. If instead he offers it, the law states that he must inform the consumer of the contents of the conventional guarantee and of its concurrence with the legal guarantee, and most importantly, that all the rights conferred by the latter one to the consumer must remain intact and unaffected, just as we have seen above.

These obligations, set out by Article 133 of the Consumer Code, must be examined also in the light of the other provisions of the Code which prohibit “Unfair trade practices” towards consumers (from Article 20 to 26), and include misleading advertising (e.g.: making believe that the conventional guarantee is more advantageous than the legal one when it is not), “coercive” practices (e.g.: raising too many obstacles to the consumer wanting to exercise the rights granted by the legal guarantee), contravening the requirements of professional diligence (e.g.: failing to provide adequate instructions to the own sales network).

From the comparative study of all these provisions, emerges a set of rules on which the AGCM has in recent years issued its opinion, as well as dealing, from 2010 onwards, with at least a dozen cases of practices deemed “unfair” to consumers with regard to both legal and conventional guarantees.

It is worth mentioning that in all these cases, the two main complaints notified to the “Sellers” have been, with some variations, the following:

¹ Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) Decision No 21456 of 5 Aug 2010 (Mediaworld); Decision No 21457 of 5 Aug 2010 (Unieuro); Decision No 23155 of 21 Dec 2011 (Apple; Comet); Decision No 23634 of 6 Jun 2012 (Apple); Decision No 23636 of 6 Jun 2012 (Acer Italy); Decision No 23886 of 12 Sep 2012 (Amazon Italia) and some others.

“ A) the professionals provided information on the guarantee by confusing and overlapping the 1-year limited guarantee offered by the producer with the legal guarantee of conformity, in such a way as to not adequately clarify to the consumer the contents of the latter and prevent the same from benefiting in full of the rights granted to him in case of purchasing a consumer good; moreover, in referring the consumer to the conventional guarantee of the producer, refused to recognize and apply the legal guarantee of conformity;

B) the website presented and offered the sale of paid services and assistance for their own product without adequately clarifying to the consumer his right to benefit, for a period of 24 months from the date of purchase, of the guarantee of conformity that sellers are required to provide by law without additional cost or limitations, and thereby inducing the consumer to enter into, for an extra cost, a new contractual relationship which content partially overlaps the rights already granted to the consumer under the legal guarantee scheme”².

In a very recent case³, the AGCM – **with a decision that from a legal point of view raises quite a few question marks** – held that the following description of the conventional guarantee provided on the Producer’s website, constituted a breach of the duty on the part of the latter to avoid confusing the legal guarantee with the conventional one:

the producer “ ***guarantees the product against any defects in material or workmanship for a period of one year***” (actually 2 years now) “ ... ***from the date of the original purchase ... This guarantee does not cover the costs and risks associated with the transport of your product ...***” (at the Producer’s premises) “ ... ***or to the repair service centre and vice versa ...***”.

In addition, on account of only 4 (I repeat: four) notifications specifically relating to the company concerned and received by the AGCM over the years by an equal number of consumers who reported the refusal by retailers or Technical Assistance Centres – part of the sales or service network of the company but whose activities cannot be continuously monitored by the latter – to provide or properly apply the legal guarantee, the AGCM held that the company had failed to act with professional diligence as required by the Consumer Code, since, even though unrelated to the activities of said independent third parties, “ ... ***could have diligently taken steps to issue appropriate instructions regarding the recognition of consumers’ rights granted by the legal guarantee of conformity for products***” of its own-brand or anyhow related to its brand “ ***by organizing specific information initiatives also on this matter for all members of its distribution and service network***”.

With the subsequent imposition of a fine of EUR 500,000.00 for the company.

WHAT ARE THE RULES IDENTIFIED BY THE ANTITRUST AUTHORITY IN RECENT YEARS?

Even though very concise, the following is a list of the main “rules” set forth so far by the AGCM in the motivation of the decisions issued for the majority of cases regarding the legal guarantee. It is worth reminding that these decisions are certainly not immune from criticism and, in the writer’s opinion, not always entirely legally founded, but the principles that follow can be a useful benchmark for knowing how the work of

² Decision No 23886 of 12 Sep 2012.

³ Decision No 24715 of 20 Dec 2013.

the industry's operators is assessed and must obviously be considered very carefully and with respect from all concerned:

(a) **GUARANTEES: A CLEAR AND COMPLETE DESCRIPTION MUST ALWAYS BE PROVIDED**

If a conventional guarantee is being offered (and/or a paid extension of the same), from the totality of the documentation made available by the producer and easily accessible by the consumer (forms, contracts, printed material and, in particular, websites) should plainly emerge a clear and comprehensive overall picture of the rights conferred to the consumer by the legal guarantee.

The AGCM **has in fact rejected** the following arguments put forward by some producers:

“The (producer) ... specify firstly that there would be no indication that the law requires the seller to provide an elaborate and detailed report in an analytical way of all elements and aspects relating to the seller's guarantee, in being sufficient to state that the consumer has legal rights under the seller's guarantee, that the conventional guarantee does not affect those rights and that the essential elements thereof have been described”⁴.

(b) **COMPARATIVE DESCRIPTION:** It is generally considered forbidden (or anyhow extremely dangerous for the producer) the comparative description of the characteristics of the legal guarantee as opposed to the conventional one (save for the case – which will be extremely unlikely given that the purpose of the comparison is usually just the opposite – in which is evident the superiority of the legal guarantee on the conventional one).

(c) **DIFFERENCES IN THE BURDEN OF PROOF:** It is forbidden to suggest or imply to the consumer that the conventional guarantee offers more benefits than the legal one on the grounds that under the Consumer Code, in the case of legal guarantee, the consumer bringing the product to a service centre is entitled for the first six months to a presumption of defectiveness but, thereafter, he must provide proof of the non-compliance of the same as from the time of delivery, while, in the case of conventional guarantee, this distinction does not apply and the burden of proof does not lie with the consumer.

In fact, according to the AGCM, this distinction is specious, misleading and unfounded, as follows:

*“..... the comparison table re-proposed the erroneous impression that the legal guarantee applied only to specific and limited types of defects, namely “**defects present at the time of delivery**”, as opposed to those covered by the 1-year guarantee from Apple and by the payment-based Apple-Care Protection Plan services (hereafter “payable APP services”), defined as “**defects occurring after delivery**”. This distinction, in the absence of clear explanations regarding the supposed difference between the two situations, was such as to once again mislead the average consumer into error, **since it implied that, during the validity period of the legal guarantee, its scope and effectiveness were limited and, hence, the need to utilize the after-sales services conventionally offered by Apple for defects not included under the 2-year legal guarantee, when in reality it covers almost exactly the same type of defects covered by Apple's 1-year guarantee and by the payable APP services.**The main document used to provide information to consumers regarding the content of the legal guarantee and the procedures for requesting its activation was,*

⁴ Decision No 23634 of 6 Jun 2012.

in point of fact, used once again to emphasize some of the supposedly greater benefits of the 1-year conventional guarantee from Apple and the payable APP services, through an improper comparison between these services and those covered by the legal guarantee, which must instead be provided to consumers by law free of any costs and without limitation for any defect”.

- (d) **CLEAR AND UNAMBIGUOUS INDICATION:** The existence of the Italian statutory guarantee must be unequivocally indicated and its essential characteristics clearly specified; or more particularly, generic references to applicable regulations of the country in which the product is marketed cannot be considered sufficient.

Negative example cited in a decision of the AGCM “ **Regardless of the content of the limited Guarantee, you may be granted rights and remedies with a wider and different content to exercise against who sold you our product The conventional Guarantee does not, in any way, limit those rights**”⁵.

Other negative example:

“Consumers have legal rights which are enshrined in the national laws governing the sale of consumer goods”.

- (e) **LINK TO A SUMMARY DOCUMENT:** The obligation to inform the consumer on the content of the legal guarantee is not fulfilled by the mere reference to an external summary document (such as “*if you want to know more about the legal guarantee, please click here*”); in addition, it must also be considered that this document will be surely put through the microscope by the AGCM to verify the existence of comparative messages deemed not sufficiently impartial or even unfavourable to the legal guarantee⁶. If however the reference is to an extensive and detailed text that explains the rights of the consumer under the legal guarantee, accompanied also by other informative activities (such as adequate sales terms and conditions, by at least a general information page on the website and by some additional pages specifically dedicated to the subject), this informative method would be accepted and indeed appreciated⁷.

- (f) **PROFESSIONAL DILIGENCE; REVERSAL OF THE BURDEN OF PROOF:** In the event of the AGCM receiving reports (even only a few) of malpractices of some members of the sales or service network, the Producer could be obliged to show to have issued precise and accurate instructions/information to his sales and/or after-sales service network. If he is unable to provide such proof, in an ample and sufficient manner, he may have to answer for the activities of third parties over which he has no control. It is illuminating, in this regard, the following excerpt from a recent pronouncement of the AGCM (issued – not only, but also – as a result of only 4 reports received from consumers over the years): “**The conduct of the professionals is, therefore, not consistent with the level of professional diligence reasonably required under Article 20, Para 2 of the Consumer Code, given that the exercise of an activity such as that ...** (of the producer) **... where the sale of high-technology and desirable products for which the guarantee plays an important role for the real enjoyment of the good, requires, both for online sales and for any sales**

⁵ Decision No 23636 of 6 Jun 2012 (Acer Italy); see also Decision No 23634 of 6 Jun 2012.

⁶ Decision No 23634 of 6 Jun 2012.

⁷ Decision No 23886 of 12 Sep 2012.

made by third-party resellers, that the information conveyed be as clear and precise as possible and do not create for the consumer purchasing branded products ... (of the same producer) ... obstacles to the exercise of the contractual rights guaranteed by the current regulations of our legal system”⁸.

- (g) **ADDITIONAL PAYMENT-BASED SERVICES:** In case of offers of additional payable services (e.g. extensions of the conventional guarantee) from the Producer or third parties, it must be carefully avoided to create in the consumer the belief that the payment-based service is combined with the producer’s guarantee by representing it as a logical continuum.

In fact, below are the conclusions by the AGCM in this regard:

“ ... In the entire communication, in fact, the information provided maintained the original configuration, which combined the payment-based services with the producer's guarantee by representing it as a logical continuum. On the pages describing the APP services, the professionals maintained a graph showing two horizontal bars: one for the technical service and one for the telephone support service, on which was exclusively compared the free Apple assistance with the payable APP services..... . The rights conferred by the legal guarantee were instead indicated in an additional, indirect manner in the form of a brief note at the edge of the graph, containing the usual link to the cited document describing the legal guarantee which, as noted above, implied a difference between the defects covered by the legal guarantee and the ones covered by Apple”⁹.

Avv. Maurizio Iorio (Attorney at Law)

⁸ Decision No 24715 of 20 Dec 2013.

⁹ Decision No 23634 of 6 Jun 2012.

REGOLE E ORIENTAMENTI IN MATERIA DI GARANZIA DELL'ANTITRUST



MAURIZIO IORIO

Dalla partnership tra Marketplace e ANDEC prende vita questa rubrica, curata dall'Avvocato Maurizio Iorio, nel suo duplice ruolo di Avvocato Professionista in Milano e di Presidente di ANDEC. Su ogni numero affronteremo tematiche legali con particolare attenzione al mondo dell'elettronica. Ulteriori approfondimenti sul sito: www.andec.it. Mentre sulla Web page di Maurizio Iorio (www.avvocatoiorio.it) è disponibile la rubrica tradotta anche in inglese e francese.

In questo articolo mi occuperò degli orientamenti dell'autorità antitrust italiana (Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato o AGCM) in tema di garanzia legale ai consumatori. Al fine di assicurare anche ai "non addetti" la massima facilità di comprensione di quanto sarà illustrato, fornirò preliminarmente una sintetica descrizione del quadro della garanzia legale e di quella commerciale o convenzionale. Nel complesso, questo articolo può interessare anche chi opera o non opera solo sul mercato italiano, dato che si fa riferimento in grande misura alla normativa UE.

BACKGROUND LEGALE: LE DUE GARANZIE

Cominciamo col dire che vi sono due tipi di garanzia: una garanzia legale, non derogabile, disciplinata dal Codice del Consumo e concernente i soli acquirenti non professionali e una garanzia detta convenzionale in quanto disciplinata essenzialmente dagli accordi o convenzioni tra le parti.

A QUALI PRODOTTI SI RIFERISCE LA GARANZIA LEGALE?

Sono coperti i soli (I) beni

di consumo forniti a (II) un consumatore nell'ambito di (III) un contratto di vendita e di tutti i contratti a essa equiparati in quanto "comunque finalizzati alla fornitura di beni di consumo da fabbricare o produrre...". Per contratti "equiparati" al contratto di vendita, si intendono, come si è sopra accennato, i "... contratti di permuta e di somministrazione, nonché quelli di appalto, di opera e tutti gli altri contratti comunque finalizzati alla fornitura di beni di consumo da fabbricare o produrre".

CHI RISPONDE DELLA GARANZIA LEGALE?

Risponde della garanzia il venditore. Quest'ultimo ha però diritto di rivalersi ("entro un anno dall'esecuzione della prestazione") verso il suo fornitore o un precedente intermediario nella catena di commercializzazione (purché il difetto di conformità sia imputabile a uno di questi soggetti), per ottenere "la reintegrazione di quanto prestato".

È POSSIBILE UNA GARANZIA CONVENZIONALE CONCORDATA TRA VENDITORE E CONSUMATORE, DIVERSA DA QUELLA

LEGALE?

Per rispondere a questa domanda, facciamo un esempio: il produttore Tizio vende un apparecchio Tv al rivenditore Caio che lo rivende al consumatore Sempronio; Caio è pertanto tenuto verso Sempronio a fornire la garanzia di legge sull'apparecchio venduto: orbene, Tizio (ma in ipotesi anche Caio) può offrire a Sempronio, in aggiunta (ma NON in sostituzione) rispetto alla garanzia legale, una garanzia di carattere privato definita "convenzionale". Si tratta, per intenderci, della garanzia i cui estremi sono riportati nell'apposito "Certificato di Garanzia" che correda ogni prodotto. La garanzia convenzionale, ai sensi di legge, deve tuttavia: I - Riportare "... la specificazione che il consumatore è titolare dei diritti previsti..." dal Codice del Consumo e che la garanzia convenzionale "... lascia impregiudicati tali diritti": ciò comporta che la garanzia convenzionale può in ipotesi essere meno conveniente di quella legale, ma il consumatore deve essere sempre libero di scegliere di avvalersi se così preferisce, di quest'ultima anziché di quella convenzionale.

II - Non comportare costi supplementari a carico del consumatore.

III - Riportare in modo chiaro e intelligibile tutti gli elementi essenziali della garanzia convenzionale (tra cui: oggetto, durata, estensione territoriale, nonché nome o ditta e domicilio o sede di chi la offre).

IV - Essere, a richiesta del consumatore, resa disponibile "... per iscritto o su altro supporto duraturo a lui accessibile". Il che non osta al rendere il testo della garanzia disponibile anche solo in rete, purché il testo stesso sia scaricabile e stampabile si da divenire comunque riprodotto su "supporto duraturo".

IL PRODUTTORE CHE OFFRE LA GARANZIA CONVENZIONALE HA DEI DOVERI INFORMATIVI SULL'ESISTENZA E CONTENUTO DELLA PARALLELA GARANZIA LEGALE?

Discende da quanto abbiamo appena detto che il Produttore (o il Venditore) NON è obbligato a fornire una garanzia convenzionale aggiuntiva a quella legale. Se non la offre, non ha alcun onere informativo. Se la offre invece, la legge stabilisce che egli deve informare il consumatore del contenuto della garanzia convenzionale e della sua concomitanza con la garanzia legale e, soprattutto, che tutti i diritti riconosciuti da quest'ultima al consumatore rimangono obbligatoriamente integri e impregiudicati, come abbiamo visto sopra. Tali obblighi, previsti all'art. 133

del Codice del Consumo, vanno esaminati anche alla luce degli altri articoli del medesimo che fanno divieto di "Pratiche commerciali Scorrette" nei confronti del Consumatore (dal n°20 al n°26), tra cui rientrano la pubblicità ingannevole (ad es.: fare credere che la garanzia convenzionale è più conveniente di quella legale quando così non è), le pratiche "coercitive" (ad es.: mettere troppi lacci o laccioli all'esercizio dei diritti di garanzia legale da parte del consumatore), la violazione dell'obbligo di diligenza professionale (ad esempio: non fornire istruzioni adeguate alla propria rete di vendita). Dall'esame comparato di tutte queste disposizioni, emerge un complesso di regole sulle quali si è pronunciata in questi ultimi anni l'AGCM, che dal 2010 in poi si è occupata in almeno una dozzina di casi¹ di pratiche giudicate "scorrette" verso i consumatori in tema di garanzia legale e convenzionale. Vale la pena di ricordare che in tutti questi casi le due principali contestazioni mosse ai "Venditori" sono state, con qualche variazione, le seguenti: A) i professionisti fornivano informazioni sulla garanzia confondendo e sovrapponendo la garanzia limitata di un anno offerta dal produttore e la garanzia legale di conformità, in maniera tale da non chiarire adeguatamente al consumatore il contenuto di quest'ultima e impedire allo stesso di fruire appieno dei diritti a lui riconosciuti

in caso di acquisto di un bene di consumo; inoltre, nel rinviare a quella convenzionale del produttore, rifiutavano di riconoscere e prestare la garanzia legale di conformità; B) nel sito "...veniva presentata la vendita di servizi di assistenza a pagamento per il proprio prodotto... senza chiarire adeguatamente il diritto del consumatore a fruire, per un periodo di 24 mesi dall'acquisto, della garanzia di conformità cui è per legge tenuto il venditore e che non prevede addebito di costi e limitazioni, potendo indurre in tal modo il consumatore ad attivare a titolo oneroso un nuovo rapporto contrattuale il cui contenuto si sovrappone in parte ai diritti già spettanti al consumatore in virtù del regime della garanzia legale."² In un recentissimo caso³, l'AGCM - con una decisione che desta non poche perplessità sotto il profilo giuridico - ha ritenuto che la seguente descrizione della garanzia convenzionale, contenuta sul sito del Produttore, configurasse violazione del dovere in capo a quest'ultimo di non confondere la garanzia legale con quella convenzionale: il produttore "... garantisce il prodotto da eventuali difetti di materiale o di fabbricazione per la durata di un anno..." (in realtà, 2 anni) "... e a partire dalla data originale di acquisto... la presente garanzia non copre i costi ed i rischi associati al trasporto del vostro prodotto..." (presso

la sede del Produttore "... o al laboratorio del centro di assistenza e viceversa...". Inoltre, l'AGCM, sulla base di n°4 (dico quattro) sole segnalazioni relative specificamente alla società interessata, ricevute negli anni da altrettanti consumatori che riportavano l'asserito rifiuto da parte di rivenditori o CAT facenti parte della rete di vendita o di assistenza del produttore di prestare o di prestare correttamente la garanzia legale, ha ritenuto che il produttore fosse venuto meno al proprio dovere di diligenza professionale imposto dal Codice del Consumo, in quanto, ancorché estraneo all'operato di terzi da lui indipendenti quali i soggetti considerati, "... avrebbe potuto diligentemente attivarsi per diramare opportune direttive in materia di riconoscimento ai consumatori della garanzia legale di conformità relativa ai prodotti ..." a suo marchio o riconducibili al suo marchio "... organizzando opportune iniziative informative anche su questo tema per gli appartenenti alla propria rete di distribuzione ed assistenza". Con la conseguente applicazione di una sanzione di Euro 500.000 in capo al produttore.

QUALI SONO LE REGOLE IDENTIFICATE DALL'AUTORITÀ ANTITRUST IN QUESTI ULTIMI ANNI?

Quello che segue è un elenco, peraltro riassuntivo, delle principali "regole" enunciate finora dall'AGCM nella motivazione dei

provvedimenti assunti in esito alla maggioranza dei procedimenti conclusi in materia di garanzia legale. Vale la pena di ricordare che tali provvedimenti non sono certo immuni da critiche e, ad avviso dello scrivente, non sono sempre del tutto giuridicamente fondati; tuttavia, i principi che seguono possono essere un'utilissima cartina di tornasole per conoscere come viene valutato l'operato degli operatori del settore e vanno ovviamente considerati con molta attenzione e rispetto da tutti gli interessati.

(A) GARANZIE: OCCORRE FORNIRE UN'ILLUSTRAZIONE NON EQUIVOCA E COMPLETA

Se viene offerta una garanzia convenzionale (e/o un'estensione a pagamento di quest'ultima) deve chiaramente emergere dal complesso della documentazione messa a disposizione da parte del produttore e facilmente consultabile dal consumatore (modulistica, contrattualistica, stampati e, soprattutto, siti Internet) un quadro completo, chiaro ed esauriente dei diritti conferiti al consumatore dalla garanzia legale. L'AGCM ha infatti respinto, la seguente tesi sostenuta da alcuni produttori: "Il ... produttore ... evidenzia innanzitutto che non vi sarebbe alcuna indicazione normativa che imponga al venditore di fornire un rendiconto elaborato e dettagliato in modo analitico di tutti gli elementi e gli aspetti

relativi alla garanzia del venditore, essendo sufficiente la specificazione che il consumatore è titolare dei diritti previsti dalla garanzia del venditore, che la garanzia convenzionale lascia impregiudicati tali diritti e che gli elementi essenziali degli stessi siano illustrati..."⁴

(B) ILLUSTRAZIONE COMPARATIVA

È considerata generalmente vietata, (o comunque è estremamente pericolosa per il produttore) l'illustrazione comparativa delle caratteristiche della garanzia legale rispetto a quella convenzionale (salvo il caso oltremodo improbabile posto che lo scopo perseguito dalla comparazione è in genere proprio l'inverso, in cui appaia manifesta la superiorità della garanzia legale su quella convenzionale).

(C) DIFFERENZA NELL'ONERE DELLA PROVA

È vietato sostenere coi consumatori l'assunto che la garanzia convenzionale sia più conveniente di quella legale, sulla base del fatto che, ai sensi del Codice del Consumo, nel caso di garanzia legale il consumatore che porti il prodotto in assistenza goda per i primi sei mesi di una presunzione di difettosità ma, successivamente, deve fornire la prova che il medesimo non è conforme fin dal momento della consegna mentre, nel caso di garanzia convenzionale, tale distinzione non opera ed il consumatore non ha alcun

onere della prova. Infatti, secondo l'AGCM, tale distinzione è capziosa, ingannevole e priva di fondamento, come segue: "... la tabella riproponeva l'erronea impressione che la garanzia legale riguardasse una specifica e limitata tipologia di difetti, ovvero i "difetti presenti al momento della consegna", rispetto a quelli coperti dalla garanzia di 1 anno di Apple e dai servizi a pagamento App definiti come "difetti intervenuti dopo la consegna". La distinzione operata, in uno con l'assenza di chiarimenti circa la supposta differenza fra le due situazioni, era tale da indurre ancora in errore il consumatore medio, atteso che lasciava intendere, durante la validità della garanzia legale, una portata e un ambito limitati nella prestazione, nonché una necessità di avvalersi dell'assistenza convenzionalmente offerta da Apple per difetti non coperti dalla garanzia legale biennale, quando in realtà essa protegge quasi esattamente la stessa tipologia di difetti che sono coperti dalla garanzia di 1 anno di Apple e dai servizi a pagamento App. Il principale documento in cui venivano fornite ai consumatori informazioni in merito al contenuto della garanzia legale ed alle modalità di richiesta della sua attivazione veniva, dunque, ancora una volta, in realtà utilizzato per evidenziare alcuni supposti maggiori vantaggi della garanzia convenzionale di 1 anno Apple e dei servizi a pagamento App,

attraverso un confronto improprio fra tali servizi e le prestazioni dovute in base alla garanzia legale, che è invece un diritto ex lege dei consumatori e va prestata gratuitamente, senza limitazioni per qualsiasi difetto".

(D) INDICAZIONE CHIARA ED UNIVOCA

Deve essere indicata univocamente l'esistenza della garanzia di legge italiana e ne debbono essere identificati i caratteri essenziali; in particolare, non bastano generici riferimenti alle normative applicabili del Paese in cui il prodotto è commercializzato. Esempio negativo citato in una decisione dell'AGCM: "... Indipendentemente dal contenuto della Garanzia limitata, possono esservi riconosciuti diritti e rimedi di contenuto diverso e più ampio da esercitare nei confronti del commerciante che vi ha venduto il nostro prodotto. La garanzia convenzionale non limita in alcun modo tali diritti"⁵ Altri esempi negativi: "Indipendentemente dal contenuto della Garanzia limitata, possono esservi riconosciuti diritti e rimedi di contenuto diverso e più ampio da esercitare nei confronti del commerciante che vi ha venduto il prodotto. ... La Garanzia Limitata non limita in alcun modo tali diritti". "I consumatori hanno i diritti legali sanciti dalle leggi nazionali che governano la vendita dei beni di consumo".

(E) RINVIO A UN DOCUMENTO

RIASSUNTIVO

L'obbligo di informare il consumatore sul contenuto della garanzia legale non è assolto con l'esclusivo richiamo a un sintetico documento esterno (del tipo "Se vuoi sapere di più sulla garanzia legale clicca qui"); inoltre, si consideri che tale documento sarà sicuramente esaminato dall'AGCM "ai raggi x" per verificare l'esistenza di messaggi comparativi ritenuti non sufficientemente obiettivi o addirittura sfavorevoli alla garanzia legale.⁶ Se tuttavia il rinvio è a un testo esteso e particolareggiato che illustra i diritti del consumatore secondo la garanzia legale e si accompagna ad altre attività informative (quali condizioni di vendita adeguate, almeno una pagina informativa generale sul sito Internet e delle ulteriori pagine ad hoc) tale tecnica informativa è accettata e, anzi, apprezzata.⁷

(F) DILIGENZA PROFESSIONALE; INVERSIONE DELL'ONERE DELLA PROVA

Nel caso di segnalazioni all'AGCM (anche pochissime) di pratiche scorrette di qualche membro delle rete di vendita o di assistenza, il Produttore può trovarsi nella necessità di dimostrare di avere impartito precise e corrette istruzioni/informazioni alla propria rete di vendita e/o di assistenza post vendita. Se non è in grado di fornire tale prova, ampia e sufficiente, può trovarsi a rispondere

dell'attività di terzi sui quali non ha controllo. È illuminante in tal senso il seguente passaggio di un recentissimo provvedimento dell'AGCM (assunto - non solo ma anche - a fronte di sole n. 4 segnalazioni di consumatori ricevute nel corso di anni): "... La condotta del professionista risulta, pertanto, non conforme al livello di diligenza professionale ragionevolmente esigibile ai sensi dell'articolo 20, comma 2, del Codice del Consumo, considerato che l'esercizio di un'attività come quella ... "del produttore" ... in cui la vendita di prodotti altamente tecnologici e appetibili ove la garanzia svolge un ruolo importante per il reale godimento del bene, impone, sia per le vendite on-line sia per le eventuali vendite svolte presso rivenditori terzi, che le informazioni che vengono veicolate siano le più chiare e corrette possibile e non creino ai consumatori acquirenti dei prodotti a marchio ... "del produttore stesso"... "ostacoli all'esercizio dei diritti contrattuali garantiti dalle norme attualmente vigenti nel nostro ordinamento."⁸

(G) SERVIZI AGGIUNTIVI A PAGAMENTO:

Nel caso di offerte di servizi aggiuntivi a pagamento (es.: estensioni di garanzia convenzionale) a opera del Produttore o di terzi, deve essere accuratamente evitato di creare nel consumatore il convincimento che il servizio di assistenza a pagamento si abbinava alla garanzia del produttore e

ne rappresenti il continuum logico. Così si è infatti pronunciata, in proposito, l'AGCM: "... In tutta la comunicazione, infatti, le informazioni fornite mantenevano l'originaria impostazione in base alla quale il servizio di assistenza a pagamento si abbinava alla garanzia del produttore e ne rappresentava il continuum logico. Nelle pagine in cui veniva descritto il servizio App i professionisti avevano mantenuto un grafico che raffigurava due barre orizzontali, rispettivamente una per il servizio di assistenza tecnica e una per il servizio di supporto telefonico, sulle quali si confrontavano esclusivamente l'assistenza gratuita Apple con i servizi a pagamento App. I diritti della garanzia legale erano, invece, prospettati in maniera aggiuntiva e indiretta mediante l'apposizione di una laconica nota a margine del grafico, che recava un rinvio sempre al citato documento descrittivo della garanzia legale nel quale, come sopra rilevato, veniva prospettata una differenza fra i difetti coperti dalla garanzia legale e quelli coperti da Apple".⁹

1 Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) Provvedimento n. 21456 del 5.08.2010 (Mediaworld); Provvedimento n. 21457 del 5.08.2010 (Unieuro); Provvedimento n. 23155 del 21.12.2011 (Apple; Comet); Provvedimento n° 23634 del 6.06.2012 (Apple); Provvedimento n. 23636 del 6.06.2012 (Acer Italy); Provvedimento n. 23886 del 12.09.2012 (Amazon Italia) e alcuni altri.

2 Provvedimento n. 23886 del 12.09.2012.

3 Provvedimento n. 24715 del 20.12.2013 .

4 Provvedimento n. 23634 del 6.06.2012

5 Provvedimento n. 23636 del 6.06.2012; vedi anche Provvedimento n. 23634 del 6.06.2012

6 Provvedimento n. 23634 del 6.06.2012

7 Provvedimento n. 23886 del 12.09.2012.

8 Provvedimento n. 24715 del 20.12.2013

9 Provvedimento n. 23634 del 6.06.2012.