

3 marzo 2014 11:22

**Prodotti pubblicizzati ma introvabili? Pubblicità ingannevole secondo la Corte di Giustizia UE**di [Claudia Moretti](#)

Con sentenza del 19 dicembre 2013 (Causa C-218/12, Sez. VI), la **Corte di Giustizia delle Comunità Europee** ha espresso un importante chiarimento sul diritto dell'unione in materia di pubblicità ingannevole: non si può reclamizzare un prodotto a prezzi stracciati o a condizioni vantaggiose, prodotto che poi non viene venduto perché introvabile.

Capita spesso di veder pubblicizzato un oggetto a condizioni davvero imperdibili che poi i venditori dichiarano "esaurito". Da oggi tale pratica commerciale può esser serenamente segnalata come pratica ingannevole e sleale, ai sensi della direttiva n. 2005/29, oltre che del codice al consumo. La questione pregiudiziale sull'interpretazione del diritto europeo è giunta dai giudici italiani (Consiglio di Stato), dopo che un'azienda che gestisce supermercati aveva impugnato una sanzione inflittale dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) per aver pubblicizzato la vendita di un computer portatile a costo molto basso, poi risultato introvabile.

I giudici amministrativi hanno posto il seguente dubbio alla Corte di Giustizia: ***per configurare una prassi ingannevole è necessario che il consumatore acquisti il prodotto pubblicizzato o basta che compia operazioni preliminari all'acquisto quale il semplice rivolgersi al negozio in questione?***

La Corte ha risolto chiarendo che è da considerarsi pratica commerciale che contiene informazioni false o non veritiere ogni informazione che "induca il consumatore ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso".

**Ma cosa si intende per decisione commerciale? Tutto ciò che riguarda il comportamento verso una operazione commerciale relativa al prodotto, prima durante e dopo l'operazione stessa. Anche il semplice recarsi nel negozio in questione.**

In altre parole, se a causa di quella sola informazione l'utente si è deciso ad entrare nel negozio, tanto basta per ricadere nell'ambito di operatività della norma.

Grazie, dunque, ad una **interpretazione estensiva** del concetto di decisione commerciale (contenuta peraltro e per esteso nell'art. 2 della direttiva citata), si è giunti ad anticipare la tutela del consumatore anche in situazioni che possano solo potenzialmente pregiudicarlo, attuando così pienamente lo scopo del legislatore europeo.

Diversamente, ossia considerando decisione commerciale solo l'acquisto e non anche le fasi che lo precedono, si sarebbero avallate indirettamente le pratiche commerciali sleali che di fatto avvantaggiano un esercizio commerciale ai danni dei concorrenti. Infatti, è evidente che il consumatore che si reca nel negozio per cercare quel prodotto, poi introvabile, può, per ragioni di tempo o altro, acquistare altri e diversi prodotti nel medesimo contesto. Il tutto a causa dell'informazione non veritiera. Ciò è stato considerato illegittimo e sanzionabile.

Consigliamo pertanto a tutti di segnalare al Garante della Concorrenza e del Mercato (<http://www.agcm.it/>) i casi simili in cui capita di imbattersi, anche negli acquisti on line.