

MANCA IL GARANTE ANTI GEOBLOCKING

di **Valeria Falce**

Il regolamento Ue 2018/3012, che introduce il divieto di discriminazione basato sui "geo-fattori", è appena entrato in vigore (anche in Italia), proibendo agli operatori attivi nella Ue di limitare l'accesso transfrontaliero a beni e servizi in ragione della nazionalità, della residenza o del luogo di stabilimento del cliente finale. L'iniziativa rientra in un pacchetto di misure che rafforza le tutele a favore dei consumatori, innalza le sanzioni per alcuni illeciti (tra cui il geo-blocking), agevola la class action e incrementa gli strumenti di cooperazione tra le autorità nazionali. Il regolamento ha un raggio di azione limitato, concentrandosi su alcune prassi che, stando a un'indagine conoscitiva della Commissione Ue, reintroducono in forma digitale le barriere regolamentari smantellate dal processo di consolidamento dell'Unione. In particolare, le imprese non potranno più bloccare o limitare l'accesso a siti internet, interfacce o applicazioni finalizzate alla vendita di beni e servizi, reindirizzando automaticamente i clienti; né, una volta assicurato l'accesso on line ai propri clienti, potranno diversificare le condizioni commerciali praticate, che dovranno essere indicate al prezzo netto di vendita; né potranno differenziare tra gli strumenti di pagamento per l'acquisto dei beni e servizi reclamizzati.

Senonché, i divieti introdotti sono relativi, perché il trattamento differenziale rispetto all'accesso ai prodotti, alle condizioni e agli strumenti di pagamento è proibito solo se collegato o dipendente da geo-fattori, quali nazionalità, residenza o luogo di stabilimento del cliente, e sempre che la condotta discriminatoria interferisca sul commercio tra Stati membri. Né il regolamento obbliga a comportamenti in positivo, perché le imprese non saranno tenute a creare siti web in determinate lingue o in tutte le lingue dell'Unione, né a uniformare la propria politica commerciale, né a praticare un prezzo unico o omogeneo nell'Unione. Il regolamento, infine, non interviene sui profili fiscali, né sulle aliquote Iva che continueranno ad essere applicate nello Stato in cui vengono forniti i servizi o i beni. Le imprese potranno proporre offerte dinamiche e personalizzate, adattando prezzi e condizioni a tempi, circostanze e tipologie di clientela, e potranno praticare offerte stagionali, purché a guidare la diversificazione della propria offerta non sia il fattore geografico.

Laddove poi i professionisti incidano la libertà di vendere online a consumatori di altri Stati membri, quei comportamenti potranno essere intercettati dal regolamento e dalle regole europee della concorrenza (articoli 101 e 102 Tfu). Da questo punto di vista, il tempo è tiranno. Mentre il regolamento è legge, e da dicembre scorso le imprese si affrettano per conformarsi ai suoi lineamenti, molti Stati membri non hanno ancora individuato il soggetto chiamato a vigilare sull'applicazione e se del caso a sanzionarne le violazioni. C'è da sperare che in Italia questo compito venga presto assegnato all'Antitrust.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sebbene il divieto sia in vigore non è stata individuata l'autorità di vigilanza, competente anche per le sanzioni

