

Pratiche pubblicitarie ingannevoli

Risoluzione del Parlamento europeo del 22 ottobre 2013 sulle pratiche di pubblicità ingannevole (2013/2122(INI))

Il Parlamento europeo,

- vista la comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni "Proteggere le imprese dalle pratiche di commercializzazione ingannevoli e garantire l'effettivo rispetto delle norme" (COM(2012)0702),
- vista la direttiva 2006/114/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 12 dicembre 2006, concernente la pubblicità ingannevole e comparativa (versione codificata)¹,
- vista la direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 maggio 2005, relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato interno ("direttiva sulle pratiche commerciali sleali")²,
- visto il regolamento (CE) n. 2006/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 ottobre 2004, sulla cooperazione tra le autorità nazionali responsabili dell'esecuzione della normativa che tutela i consumatori ("regolamento sulla cooperazione per la tutela dei consumatori")³,
- vista la direttiva 98/27/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 19 maggio 1998, relativa a provvedimenti inibitori a tutela degli interessi dei consumatori⁴,
- vista la sua risoluzione del 9 giugno 2011 sugli annuari commerciali ingannevoli⁵,
- vista la sua risoluzione del 13 gennaio 2009 sul recepimento, attuazione e applicazione della direttiva 2005/29/CE relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato interno e della direttiva 2006/114/CE concernente la pubblicità ingannevole e comparativa⁶,
- vista la sua risoluzione del 16 dicembre 2008 sulle pratiche sleali delle società di compilazione degli annuari⁷,
- visto lo studio "Pratiche ingannevoli delle società di compilazione degli annuari nel contesto della normativa presente e futura inerente al mercato interno volta a proteggere i consumatori e le PMI", richiesto dalla sua commissione per il mercato interno e la protezione dei consumatori⁸,
- visto il progetto di parere del Comitato economico e sociale europeo, del 19 aprile 2013, sulla comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato

¹ GU L 376 del 27.12.2006, pag. 21.

² GU L 149 dell'11.6.2005, pag. 22.

³ GU L 364 del 9.12.2004, pag. 1.

⁴ GU L 166 dell'11.6.1998, pag. 51.

⁵ GU C 380 E dell'11.12.2012, pag. 128.

⁶ GU C 46 E del 24.2.2010, pag. 26..

⁷ GU C 45 E del 23.2.2010, pag. 17.

⁸ IP/A/IMCO/ST/2008-06.

economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni "Proteggere le imprese dalle pratiche di commercializzazione ingannevoli e garantire l'effettivo rispetto delle norme – Revisione della direttiva 2006/114/CE concernente la pubblicità ingannevole e comparativa" (COM(2012)0702)¹,

- visto l'articolo 48 del suo regolamento,
 - visti la relazione della commissione per il mercato interno e la protezione dei consumatori e il parere della commissione giuridica (A7-0311/2013),
- A. considerando che le pratiche di commercializzazione ingannevoli possono assumere varie forme, primi fra tutti i raggiri connessi alla compilazione di annuari, a moduli di pagamento, alla protezione dei nomi di domini internet o di marchi di fabbrica, nonché proposte fraudolente di "opportunità imprenditoriali", "lavorare da casa" o "arricchimento facile";
 - B. considerando che l'ambito di applicazione della direttiva 2006/114/CE riguarda attualmente la pubblicità ingannevole e comparativa e le sue conseguenze sulla concorrenza leale nel mercato interno;
 - C. considerando che vi è una domanda evidente da parte delle imprese, in particolare PMI e microimprese, di una migliore protezione e di interventi efficaci contro le pratiche ingannevoli nel contesto dei rapporti tra le imprese, attualmente esclusi dall'ambito di applicazione della direttiva 2005/29/CE;
 - D. considerando che non si conosce l'entità del danno pecuniario complessivo subito nell'UE a causa di pratiche di commercializzazione ingannevoli ma che, in base ad alcune statistiche nazionali, esso può essere stimato nell'ordine di miliardi di EUR ogni anno;
 - E. considerando che le pratiche di commercializzazione ingannevoli provocano malfunzionamenti del mercato e distorsioni della concorrenza, pregiudicando la capacità delle imprese di operare scelte informate e quindi efficaci;
 - F. considerando che le PMI, in particolare le piccole imprese e le microimprese, sono le principali vittime delle pratiche di commercializzazione ingannevoli, sebbene tali società siano un motore fondamentale di crescita in Europa; che anche istituti scolastici ed ecclesiastici, ospedali, ONG, comuni e altri enti pubblici sono colpiti da tale fenomeno;
 - G. considerando che il Parlamento ha ripetutamente espresso la propria preoccupazione riguardo alle pratiche di commercializzazione ingannevoli, che spesso hanno carattere transfrontaliero, e ha invitato la Commissione e gli Stati membri a intensificare gli sforzi di sensibilizzazione e a rafforzare la cooperazione, l'esecuzione della normativa vigente e la regolamentazione;
 - H. considerando che le pratiche di commercializzazione ingannevoli hanno un effetto a cascata sui consumatori i quali, di conseguenza, devono pagare di più per prodotti e servizi.
 - I. considerando che in molti casi tali pratiche non vengono segnalate, poiché spesso le vittime delle pratiche di commercializzazione ingannevoli provano vergogna e non denunciano tali comportamenti alle autorità di contrasto, o accettano di ottemperare alle richieste di pagamento; che, per tale motivo, è molto importante che le autorità favoriscano la denuncia e conferiscano a questi casi una priorità sufficiente;
 - J. considerando che gli Stati membri hanno attuato diversamente le direttive 2005/29/CE e 2006/114/CE, il che ha portato a differenze significative tra le disposizioni nazionali in tali

¹ INT/675 - CES1233-2013_00_00_TRA_PA.

ambiti; che tali differenze contribuiscono alla frammentazione del mercato e creano incertezze nell'esecuzione delle regole europee per le imprese, in particolare in un contesto transfrontaliero;

- K. considerando che gli operatori fraudolenti sfruttano la grande disuguaglianza dei livelli di tutela delle imprese nei vari Stati membri, e che solo Austria e Belgio hanno introdotto nella legislazione nazionale un divieto specifico per i metodi ingannevoli delle società di compilazione degli annuari, mentre nei Paesi Bassi una norma simile è in fase di elaborazione;
- L. considerando che è essenziale attuare un approccio coerente e capace di bilanciare prevenzione e sanzioni; che, in assenza di chiare disposizioni giuridiche sull'argomento, le autorità di contrasto continueranno a tentennare;
- M. considerando che oggi è molto difficile risalire agli operatori fraudolenti e perseguirli, in quanto essi spesso inviano fatture da un paese a un altro e detengono il conto corrente in un paese terzo, rendendo così difficile tracciare i bonifici;
- N. considerando che, in ragione delle loro piccole dimensioni e delle risorse limitate, le PMI, e le microimprese in particolare, spesso non hanno la possibilità di intentare causa singolarmente contro operatori fraudolenti che operano in giurisdizioni diverse;
 - 1. plaude alla comunicazione della Commissione, ma sottolinea l'esigenza di un ulteriore sforzo, soprattutto per quanto riguarda il contrasto delle violazioni;
 - 2. esprime profonda preoccupazione per l'impatto negativo delle pratiche di commercializzazione fraudolente, ingannevoli e sleali sulla crescita economica, in particolare per le PMI, e sulla concorrenza leale nel mercato interno, segnatamente negli Stati membri meno sviluppati e più gravemente colpiti dalla crisi finanziaria;
 - 3. chiede alla Commissione di chiarire l'ambito di applicazione della direttiva 2006/114/CE per consentire una migliore tutela delle imprese da pratiche di commercializzazione ingannevoli;

Prevenzione e informazione

- 4. sottolinea l'esigenza di un migliore scambio di informazioni fra gli Stati membri; chiede a tutti gli Stati membri di creare o assegnare un punto di contatto nazionale (focal point), presso il quale imprese e altre vittime di pratiche ingannevoli possano sporgere denuncia e ottenere informazioni sui mezzi di ricorso giudiziari ed extragiudiziari e ricevere assistenza e consulenza per prevenire e fronteggiare diversi tipi di frode; osserva che ogni focal point dovrebbe disporre di una base di dati per registrare tutte le tipologie di pratiche di commercializzazione ingannevoli, corredate da esempi di immediata comprensione; chiede alla Commissione di garantire il coordinamento di un fluido scambio di informazioni fra le basi di dati nazionali, per esempio agevolando l'istituzione di un sistema di allarme rapido per l'identificazione di nuove pratiche sleali, tenendo conto, nel contempo, dei vincoli di bilancio;
- 5. ritiene che i focal point nazionali debbano svolgere un ruolo attivo condividendo le informazioni fra pubbliche autorità, cittadini e imprese, collaborare per mettersi reciprocamente in guardia in caso di nuove pratiche di commercializzazione ingannevoli e assistere le PMI nel dirimere le controversie transfrontaliere fornendo informazioni sui mezzi di ricorso giudiziari o extragiudiziari alle imprese vittime di frode; ritiene che tali focal point nazionali debbano assumersi la responsabilità di comunicare regolarmente ai cittadini degli Stati membri interessati i propri risultati generali;

6. chiede alle organizzazioni commerciali nazionali e internazionali e, in particolare, alle organizzazioni delle PMI, di instaurare una stretta collaborazione con i focal point nazionali; a tale proposito, accoglie con favore la cooperazione pubblico-privato;
7. sostiene l'intenzione della Commissione di esaminare la possibilità di introdurre, sulla base di criteri convalidati, una lista nera di pratiche di commercializzazione ingannevoli e, ove fattibile, di società ripetutamente condannate per il ricorso a tali pratiche; raccomanda che tale lista nera sia coerente con quella già esistente in base alla direttiva sulle pratiche commerciali sleali, che sia esaustiva e che includa definizioni chiare delle pratiche di commercializzazione ingannevoli;
8. chiede all'Europol di svolgere un ruolo più attivo nell'affrontare queste forme di frode raccogliendo informazioni sulle pratiche di commercializzazione ingannevoli di carattere transfrontaliero e analizzando le strutture che stanno dietro alle imprese fraudolente, nonché fornendo meccanismi per un rapido scambio di informazioni aggiornate su tali pratiche e strutture fra le autorità di contrasto nazionali;
9. sottolinea come le autorità di contrasto nazionali debbano avviare una più stretta collaborazione con i fornitori i cui servizi sono utilizzati dai perpetratori di pratiche di commercializzazione ingannevoli, quali banche, società telefoniche, servizi postali e società di recupero crediti, soprattutto potenziando lo scambio di informazioni, al fine di impedire l'attività delle imprese fraudolente;
10. esorta la Commissione e gli Stati membri a promuovere congiuntamente iniziative per formare e informare tutte le imprese commerciali e per favorire gli scambi reciproci di buone prassi tra imprese, al fine di garantire che esse siano consapevoli dei pericoli;

Interventi di contrasto e azioni legali

11. sottolinea che le differenze tra i livelli di protezione e i meccanismi pubblici di contrasto nei diversi Stati membri ostacolano lo svolgimento di campagne pubblicitarie transfrontaliere, dando luogo a profonde incertezze giuridiche e operative per le imprese;
12. osserva con apprensione che in alcuni Stati membri le autorità investigative sono molto restie ad affrontare i casi di pratiche di commercializzazione ingannevoli a causa dell'ambiguità delle disposizioni esistenti e che non sono sicure di disporre di mezzi sufficienti per l'onere della prova; sottolinea la necessità di un comportamento attivo dei governi nell'affrontare i reati di carattere economico e finanziario;
13. sottolinea come sia necessario un miglioramento sul fronte delle indagini e delle azioni legali contro le pratiche di commercializzazione ingannevoli; chiede pertanto alla Commissione di elaborare orientamenti per gli organismi di contrasto nazionali sulle migliori pratiche da applicare circa le priorità ai fini delle indagini e delle azioni legali; chiede agli Stati membri di incrementare capacità e competenze delle autorità investigative e giudiziarie in questione;
14. sottolinea la necessità di introdurre pene efficaci, proporzionate e dissuasive, ricordando che le sanzioni possono esercitare un effetto preventivo;
15. invita la Commissione a istituire una rete di cooperazione reciproca tra gli organismi di contrasto nazionali per migliorare l'attuazione della direttiva nei casi transfrontalieri;
16. invita la Commissione a valutare la raccomandazione del Parlamento di estendere parzialmente l'ambito di applicazione della direttiva relativa alle pratiche commerciali sleali applicando l'allegato I (la lista nera) anche ai contratti tra imprese (B2B) e a prendere in

considerazione, in parallelo, una possibile revisione della direttiva 2006/114/CE per valutare se possa produrre un approccio più coerente, in quanto estenderebbe il concetto di pratiche commerciali sleali, così come la lista nera, ai rapporti tra imprese;

17. valuta positivamente l'intenzione della Commissione di proporre una definizione più chiara del concetto di pratiche di commercializzazione ingannevoli; invita la Commissione, a tale proposito, a introdurre nuove definizioni per le pratiche delle indicazioni ecologiche;
18. invita la Commissione a verificare in priorità come eventuali condanne per il ripetuto ricorso a gravi pratiche di commercializzazione ingannevoli possa influire sull'ammissibilità delle imprese in questione alle procedure di appalto unionali e/o a beneficiare di finanziamenti dell'Unione europea;
19. chiede agli Stati membri di assicurare che le rispettive autorità fiscali mantengano una stretta cooperazione con i focal point nazionali mediante un'attiva ispezione delle imprese denunciate per l'uso di tecniche di commercializzazione ingannevoli;
20. sottolinea l'esigenza di un ruolo più attivo delle organizzazioni responsabili della registrazione delle imprese, quali le camere di commercio, al fine di identificare i comportamenti sospetti e prevenire le pratiche fraudolente;
21. richiama in particolare l'attenzione sul ruolo delle società di recupero crediti fraudolente, che non esitano a esercitare pressione sulle imprese per il saldo di fatture che sanno essere fraudolente o che potrebbero aver saputo essere tali; chiede alla Commissione e agli Stati membri di proporre strumenti per un migliore controllo di tali società, prima e dopo la loro formale costituzione e di valutare la possibilità di introdurre l'obbligo per le società di recupero crediti di segnalare le pratiche ingannevoli;
22. osserva con apprensione che i processi di risoluzione delle controversie si sono dimostrati inefficienti, lunghi e onerosi e che non offrono alcuna garanzia di un'adeguata e tempestiva compensazione per il danno subito; sottolinea la necessità di porre rimedio a tale situazione affinché le vittime possano ottenere un giusto risarcimento; chiede agli Stati membri di introdurre, ove applicabile, leggi nazionali che offrano alle vittime delle pratiche di commercializzazione ingannevoli la possibilità di agire collettivamente con un'azione legale contro un'impresa fraudolenta, in linea con la raccomandazione della Commissione C(2013)3539 e la comunicazione della Commissione COM(2013)0401, pubblicate di recente; sottolinea che, per evitare azioni legali abusive, le vittime dovrebbero essere rappresentate da un'entità qualificata, come indicato nei documenti della Commissione;

Cooperazione internazionale oltre i confini dell'UE

23. sottolinea che le pratiche di commercializzazione ingannevoli rappresentano un problema internazionale che si estende al di là dei singoli Stati membri e dell'UE; chiede pertanto alla Commissione e agli Stati membri di perseguire una cooperazione internazionale su questo tema, sia con paesi terzi sia con le organizzazioni internazionali competenti;
24. chiede alla Commissione di partecipare maggiormente al gruppo di lavoro internazionale sulla frode mediante marketing di massa (International Mass Marketing Working Group), che comprende organismi di contrasto e normativi e organizzazioni dei consumatori di Stati Uniti, Australia, Belgio, Canada, Paesi Bassi, Nigeria e Regno Unito, e include anche l'Europol;

o

o o

25. incarica il suo Presidente di trasmettere la presente risoluzione al Consiglio e alla Commissione.