

N. 1 Marzo 2018

Focus Team Alta Gamma



Focus Team leader  
**Francesco Anglani**  
[Francesco.Anglani@belex.com](mailto:Francesco.Anglani@belex.com)  
Tel. 06-845511



Autori

**Francesco Anglani**  
[Francesco.Anglani@belex.com](mailto:Francesco.Anglani@belex.com)  
Tel. 06-845511  
02-771131

**Federica Puliti**  
[Federica.Puliti@belex.com](mailto:Federica.Puliti@belex.com)  
Tel. 06-845511

---

## **DIVIETO DI *GEOBLOCKING*: APPROVATO IL REGOLAMENTO EUROPEO**

E' stato approvato il Regolamento (UE) 2018/302 del Parlamento Europeo e del Consiglio ("**Regolamento**") recante misure volte a impedire i blocchi geografici ingiustificati e altre forme di discriminazione basate sulla nazionalità, sul luogo di residenza o sul luogo di stabilimento dei clienti nell'ambito del mercato interno.

Il Regolamento impone un'importante **revisione delle politiche di vendita *online*** tanto da parte dei produttori quanto dei distributori, che dovrà necessariamente essere completata entro il **3 dicembre 2018** (data dalla quale il Regolamento sarà applicabile).

### **I. Introduzione**

Internet rappresenta una potentissima risorsa per il commercio dei beni di consumo, poiché abbattendo le distanze fisiche consente ai consumatori di comparare un'ampia gamma di prodotti su scala geografica nazionale ed europea. L'*e-commerce* si è quindi rivelato un prezioso strumento per **la costruzione del mercato unico digitale europeo** e per garantire la libera circolazione di beni e servizi, tanto è vero che le istituzioni dell'Unione Europea osservano con particolare attenzione questo fenomeno e hanno dichiarato di volerne incentivare e tutelare lo sviluppo.

Le potenzialità del commercio elettronico possono, tuttavia, essere vanificate dall'applicazione di pratiche di *geoblocking*, ossia pratiche commerciali adottate da un fornitore di beni o servizi *online* per impedire o comunque ostacolare l'acquisto degli stessi a consumatori situati in uno specifico luogo. Simili pratiche creano vere e proprie barriere "artificiali" per i consumatori che vogliono fruire di un servizio o di un prodotto al di fuori dei confini nazionali, impedendo la realizzazione di un mercato unico digitale.

Il diritto *antitrust* limita da sempre l'implementazione di tali pratiche. In particolare, gli accordi in base ai quali un produttore impedisce ai propri distributori di vendere, direttamente o indirettamente, i prodotti o i servizi oggetto dell'accordo al di fuori di determinate aree territoriali sono considerati – salvo rare eccezioni connesse alle ipotesi di distribuzione esclusiva – **intese verticali restrittive della concorrenza**, come tali vietate ai sensi dell'art. 101 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea.

In particolare, tali accordi sono sempre considerati contrari alla normativa *antitrust* nella misura in cui vietano ai distributori di vendere su Internet o impongano agli stessi di adottare misure di *geoblocking*. Il Regolamento adotta un approccio ancor più rigido sul punto, **sancendo il divieto di pratiche di *geoblocking*** a prescindere dal fatto che queste siano frutto di un accordo o rappresentino decisioni unilaterali adottate dal produttore o dal distributore.

## II. I divieti previsti dal Regolamento

Le pratiche di *geoblocking* sulle quali incide il Regolamento sono di tre tipi: (i) il blocco dell'accesso ad un sito *web* estero o il reindirizzamento automatico verso un "sito *web* nazionale", utilizzando strumenti quali il tracciamento dell'ubicazione del cliente per mezzo del suo indirizzo IP o della localizzazione satellitare; (ii) l'applicazione di condizioni di vendita ingiustificatamente diverse a seconda della nazionalità, del luogo di stabilimento o di residenza del cliente, e (iii) discriminazioni basate sullo strumento di pagamento utilizzato.

### Accesso a siti *web*

#### Accesso a siti *web*

Il Regolamento introduce:

- il divieto assoluto di **bloccare o limitare l'accesso** di un cliente ad un sito *web* in virtù della nazionalità, residenza o stabilimento del cliente, e
- il divieto di **re-indirizzamento** automatico ad una versione diversa del sito *web* selezionata in assenza di un preventivo consenso esplicito del cliente<sup>1</sup>.

Tali divieti vengono meno nel caso in cui il blocco o il re-indirizzamento siano necessari per garantire il rispetto di un obbligo di legge, purché ne sia data una informativa chiara e trasparente al cliente<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Peraltro, anche nel caso in cui il consenso sia prestato, il sito *web* originariamente selezionato deve rimanere facilmente accessibile.

<sup>2</sup> Ad esempio, nel caso in cui la vendita di un prodotto sia vietata in uno Stato Membro, il blocco di un sito che consente l'acquisto di tale prodotto in quel determinato Stato potrà essere legittimo, purché il cliente sia informato in maniera chiara sulle ragioni del blocco.

**Accesso a beni e  
servizi**

Accesso a beni e servizi

Il Regolamento individua tre specifici casi nei quali **non è possibile applicare condizioni di vendita diverse** in ragione della nazionalità, residenza o luogo di stabilimento del cliente (quali il rifiuto di effettuare la vendita, l'applicazione di prezzi diversi o costi aggiuntivi):

- **beni consegnati o ritirati in uno Stato Membro** nel quale il venditore offre la consegna ai sensi delle sue condizioni di vendita. Ad esempio, nel caso in cui un cliente francese acquisti un bene da un fornitore italiano e accetti di ricevere la consegna in Italia, il venditore dovrà applicare a tale cliente lo stesso trattamento riservato ai clienti italiani;
- **servizi da offrire in via elettronica**, per i quali quindi non è richiesta alcuna consegna fisica (quali servizi di *cloud* o di *web hosting*), ad esclusione dei servizi *online* protetti dal diritto di autore;
- **servizi prestati in un luogo fisico del territorio di uno Stato Membro**, quali ad esempio l'alloggio in alberghi, le manifestazioni sportive e il noleggio di automobili.

Tali divieti non impediscono ai venditori di praticare condizioni di vendita differenti nei diversi Stati Membri, o anche per gli acquisti effettuati in diversi punti vendita o siti *web*, o ancora condizioni particolari per determinati gruppi di clienti (ad esempio perché destinatari di una specifica promozione), a condizione che tali gruppi non siano individuati in funzione della nazionalità o del luogo di residenza o di stabilimento<sup>3</sup>.

**Discriminazioni  
legate al mezzo  
di pagamento**

Discriminazioni legate al mezzo di pagamento

Sono vietate le discriminazioni effettuate in virtù del mezzo di pagamento utilizzato nel caso in cui:

- il pagamento avviene tramite una transazione elettronica con bonifico, un addebito diretto o carta di credito o di debito (sempre che il marchio di tale carta sia accettato dal venditore);

<sup>3</sup> Anche in questo caso è prevista una specifica eccezione nel caso in cui le limitazioni previste siano necessarie per rispettare una normativa europea o nazionale

- siano soddisfatti i requisiti di autenticazione<sup>4</sup>; e
- la valuta utilizzata sia accettata dal venditore.

Sarà quindi vietato, ad esempio, il rifiuto di concludere la transazione sulla base del fatto che il cliente ha offerto, quale mezzo di pagamento, una carta di credito che faccia riferimento ad un prestatore di servizi di pagamento stabilito in un determinato Stato Membro.

### III. Ambito di applicazione del Regolamento

Il Regolamento sarà applicabile a decorrere dal **3 dicembre 2018** ed i suoi destinatari saranno tutte le imprese che vendono beni o servizi nel territorio dell'Unione Europea, incluse quelle che, pur avendo sede in paesi extraeuropei, vendono prodotti a consumatori che si trovano in uno Stato Membro<sup>5</sup>.

Il Regolamento, tuttavia, si applicherà esclusivamente alle vendite transfrontaliere e, di conseguenza, eventuali restrizioni sussistenti fra aree territoriali di uno stesso Stato Membro non sono vietate dal Regolamento. Il suo ambito di applicazione sarà, peraltro, **limitato alle sole vendite verso consumatori** e conseguentemente la sua entrata in vigore non avrà alcun impatto sui sistemi di distribuzione selettiva ed esclusiva<sup>6</sup>.

Infine, il Regolamento prevede espressamente che gli Stati Membri sono tenuti ad apprestare una disciplina di esecuzione dello stesso, attribuendo il compito di applicare le norme ivi indicate ad uno o più organismi nazionali e predisponendo un adeguato sistema sanzionatorio.

---

<sup>4</sup> Ai sensi della Direttiva (UE) 2015/2366 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 25 novembre 2015 relativa ai servizi di pagamento nel mercato interno, che modifica le Direttive 2002/65/CE, 2009/110/CE e 2013/36/UE e il Regolamento (UE) n. 1093/2010, e abroga la Direttiva 2007/64/CE.

<sup>5</sup> Alcune attività sono espressamente escluse dall'applicazione del Regolamento. Si tratta, in particolare, delle attività elencate nell'art. 2, par. 2, della Direttiva 2006/123/CE.

<sup>6</sup> Si veda sul punto il considerando n. 16 del Regolamento.

#### Contatti del FT Alta gamma

Francesco Anglani, FT leader  
[Francesco.Anglani@belex.com](mailto:Francesco.Anglani@belex.com)

Alessandro Balp  
[Alessandro.Balp@belex.com](mailto:Alessandro.Balp@belex.com)

Stefano Cacchi Pessani  
[Stefano.CacchiPessani@belex.com](mailto:Stefano.CacchiPessani@belex.com)

Marcello Giustiniani  
[Marcello.Giustiniani@belex.com](mailto:Marcello.Giustiniani@belex.com)

Giovanni Guglielmetti  
[Giovanni.Guglielmetti@belex.com](mailto:Giovanni.Guglielmetti@belex.com)

Fulvio Marvulli  
[Fulvio.Marvulli@belex.com](mailto:Fulvio.Marvulli@belex.com)

Alessandra Piersimoni  
[Alessandra.Piersimoni@belex.com](mailto:Alessandra.Piersimoni@belex.com)

Stefano Simontacchi  
[Stefano.Simontacchi@belex.com](mailto:Stefano.Simontacchi@belex.com)

Silvia Stabile  
[Silvia.Stabile@belex.com](mailto:Silvia.Stabile@belex.com)

#### IV. Conclusioni

Il Regolamento impone un'importante **revisione delle politiche di vendita *online*** tanto da parte dei produttori quanto dei distributori. L'esplosione dell'*e-commerce* avvenuta negli ultimi anni, infatti, ha aumentato esponenzialmente il numero di siti *web* gestiti direttamente dai *brand-owner*, che spesso praticano politiche di vendita diverse nei vari paesi ove sono attivi.

Ed è proprio questa la politica distributiva che il Regolamento intende rivoluzionare, rompendo alcune barriere, di natura tecnica o contrattuale, che le imprese hanno spesso eretto per evitare, per quanto possibile, forme di arbitraggio o di commercio parallelo.

Occorre, tuttavia, rilevare che la possibilità di vendere beni a condizioni diverse in differenti Stati Membri sembra consentire ai rivenditori *online* – e, a determinate condizioni, anche ai siti *web* gestiti direttamente dai *brand owner* – di diversificare la propria rete distributiva prevedendo la consegna dei prodotti solo in alcuni Stati Membri.