



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXVII - n. 51

**Publicato sul sito www.agcm.it
8 gennaio 2018**

SOMMARIO

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE	5
A503 - SOCIETÀ INIZIATIVE EDITORIALI/SERVIZI DI RASSEGNA STAMPA NELLA PROVINCIA DI TRENTO	
<i>Provvedimento n. 26907</i>	5
A507 - SERVIZIO RIFORNIMENTO CARBURANTE AVIO AEROPORTO DI BERGAMO	
<i>Provvedimento n. 26908</i>	32
I799 - TIM-FASTWEB-REALIZZAZIONE RETE IN FIBRA	
<i>Provvedimento n. 26911</i>	33
OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	35
C12131 - ANONIMA PETROLI ITALIANA/TOTALERG	
<i>Provvedimento n. 26909</i>	35
C12136 - ERG POWER GENERATION/FORVEI	
<i>Provvedimento n. 26910</i>	46
ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA	50
AS1461 - SCHEMA DI GARA PER LA FORNITURA DI SERVIZI DI COMUNICAZIONE INTEGRATI SU RETE FISSA E MOBILE PER LE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI DELLA REGIONE EMILIA-ROMAGNA	50
AS1462 - STRATEGIA ENERGETICA ITALIANA-CORRIDOIO DELLA LIQUIDITÀ	53
AS1463 - COMUNE DI ROMA - AVVISO PUBBLICO PER L'ASSEGNAZIONE DI POSTEGGI NELLA MANIFESTAZIONE FESTA DELLA BEFANA	56
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	58
PS10378 - PEGASUS-PREZZI DEI BIGLIETTI ON LINE	
<i>Provvedimento n. 26914</i>	58
PS10937 - REGISTRO MARCHI ITALIANI	
<i>Avviso della comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria</i>	71
PS10986 - OSCAR RENT (ONLY SPECIAL CARS)-MANCATA CONSEGNA AUTO	
<i>Provvedimento n. 26920</i>	76

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

A503 - SOCIETÀ INIZIATIVE EDITORIALI/SERVIZI DI RASSEGNA STAMPA NELLA PROVINCIA DI TRENTO

Provvedimento n. 26907

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 20 dicembre 2017;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO il D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTA la propria delibera del 21 dicembre 2016, con la quale è stato avviato un procedimento istruttorio, ai sensi degli articoli 14 e 14-bis della legge n. 287/90, nei confronti della società S.I.E. S.p.A. – Società Iniziative Editoriali per accertare l'esistenza di violazioni dell'articolo 3 della legge n. 287/90;

VISTA la propria delibera del 7 febbraio 2017 con la quale è stata disposta l'adozione di misure cautelari stabilendo che S.I.E. S.p.A. – Società Iniziative Editoriali, entro un determinato termine dalla richiesta, rilasciasse “*senza indugio licenze volte a conferire il diritto di inserire nelle rassegne stampa degli operatori che ne facciano richiesta i contenuti della testata L'Adige a condizioni FRAND, ossia eque, ragionevoli e non discriminatorie*”;

VISTA la propria delibera del 22 marzo 2017 con la quale è stata disposta l'adozione di una misura cautelare suppletiva che ha individuato le condizioni economiche e contrattuali di concessione della licenza di cui alla precedente delibera stante il mancato raggiungimento di un accordo *inter partes*;

VISTA la propria delibera del 30 maggio 2017 con la quale è stato disposto il rigetto delle misure proposte da S.I.E. S.p.A. – Società Iniziative Editoriali in quanto ritenute non idonee a far venir meno le preoccupazioni concorrenziali prospettate nel provvedimento di avvio del procedimento e ribadite nei due provvedimenti cautelari successivamente adottati;

VISTA la comunicazione delle risultanze istruttorie e del termine di chiusura della fase di acquisizione degli elementi probatori, inviata alle parti del procedimento in data 12 ottobre 2017;

VISTA la memoria finale di S.I.E. S.p.A. – Società Iniziative Editoriali pervenuta in data 9 novembre 2017;

SENTITI in audizione finale, in data 14 novembre 2017, i rappresentanti delle società S.I.E. S.p.A. – Società Iniziative Editoriali e Infojuice S.r.l. GmbH (già Euregio S.r.l. GmbH);

VISTA la richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, inviata in data 22 novembre 2017, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249;

VISTO il parere dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, pervenuto in data 19 dicembre 2017, ai sensi dell’articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249;

VISTI gli atti del procedimento e la documentazione acquisita nel corso dell’istruttoria;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. S.I.E. S.p.A. – Società Iniziative Editoriali (di seguito, “SIE”) è la società editrice de L’Adige, principale quotidiano per tiratura e diffusione nella Provincia Autonoma di Trento. Nell’anno 2016 SIE ha realizzato ricavi per 10.971.938 Euro.

2. Infojuice S.r.l. GmbH (già Euregio S.r.l. GmbH, di seguito, “Euregio”), Parte del procedimento in qualità di soggetto segnalante, è una società attiva nel settore del monitoraggio dei media e che fornisce servizi di c.d. *Media Intelligence*. In particolare, la società realizza, attraverso un sistema denominato “Infojuice” da essa ideato, un servizio di rassegna stampa digitalizzato a mezzo del quale offre ai propri clienti la consultazione giornaliera delle notizie presenti su quotidiani, periodici, radiogiornali, telegiornali, *web* e *social network* selezionati dagli stessi clienti.

II. IL PROCEDIMENTO ISTRUTTORIO

3. In data 21 dicembre 2016, l’Autorità, sulla base delle evidenze agli atti, ha deliberato l’avvio di un procedimento nei confronti di SIE per accertare l’esistenza di violazioni dell’articolo 3 della legge n. 287/90, ritenendo che la condotta segnalata di rifiuto a contrarre (ovvero di pratica discriminatoria), posta in essere da un operatore dominante nel mercato a monte della stampa quotidiana locale nella Provincia Autonoma di Trento (di seguito, anche “PAT”), fosse suscettibile di configurare un abuso escludente in grado di condizionare significativamente la concorrenza nel mercato a valle dei servizi di rassegna stampa quotidiana nella suddetta provincia.

4. Nel medesimo provvedimento l’Autorità riteneva *prima facie* sussistenti i presupposti per deliberare l’avvio di un procedimento cautelare ai sensi dell’articolo 14-*bis* della legge n. 287/90, introdotto dalla legge 4 agosto 2006, n. 248, rinvenendo nel caso di specie: 1) la probabile sussistenza di un’infrazione (c.d. requisito del *fumus boni iuris*); 2) l’idoneità del comportamento contestato a produrre un danno grave e irreparabile alla concorrenza (c.d. requisito del *periculum in mora*).

5. Nel rispetto dei termini previsti dal provvedimento di avvio del procedimento per l’adozione di misure cautelari, SIE ed Euregio hanno presentato le proprie memorie difensive e hanno fatto istanza di audizione dinanzi al Collegio. E’ stata, altresì, autorizzata la presentazione di ulteriori memorie sino a cinque giorni prima dell’audizione dinanzi al Collegio al fine di garantire il diritto di difesa e il contraddittorio tra le Parti.

6. In data 25 gennaio 2017, SIE ed Euregio sono state sentite in audizione davanti al Collegio e hanno avuto modo di replicare all’illustrazione delle risultanze procedurali formulata dagli uffici in vista dell’eventuale adozione di misure cautelari da parte dell’Autorità.

7. Successivamente alla suddetta audizione, il Collegio ha deliberato in data 7 febbraio 2017 l’adozione di misure cautelari disponendo che SIE, entro un determinato termine dalla richiesta, rilasciasse “*senza indugio licenze volte a conferire il diritto di inserire nelle rassegne stampa degli*

operatori che ne facciano richiesta i contenuti della testata L'Adige a condizioni FRAND, ossia eque, ragionevoli e non discriminatorie". L'Autorità si riservava di intervenire in caso di mancato raggiungimento dell'accordo sulle condizioni economiche della licenza.

8. Nella relazione di ottemperanza alla misura cautelare prescritta, inviata da SIE in data 1° marzo 2017 e successivamente integrata in data 9 e 13 marzo 2017, risultava che la stessa SIE ed Euregio non avevano raggiunto un accordo sulle condizioni di concessione della licenza dei diritti di rassegna stampa de L'Adige nei termini previsti dalla delibera.

9. In virtù del mancato raggiungimento di un accordo e delle persistenti esigenze cautelari, l'Autorità stabiliva le condizioni di rilascio della licenza nel rispetto dei principi di equità, ragionevolezza e non discriminazione così come stabilito alla lettera c) della delibera del 7 febbraio 2017, utilizzando a tal fine le evidenze agli atti in quella fase del procedimento.

10. L'Autorità deliberava, pertanto, in data 22 marzo 2017 l'adozione di una misura cautelare suppletiva prendendo come riferimento per l'individuazione delle condizioni economiche e contrattuali di licenza il sistema Promopress adeguato alla bilateralità del rapporto tra l'editore e l'operatore di rassegna stampa.

11. SIE ottemperava alla misura cautelare imposta nel termine stabilito, concedendo a Euregio l'accesso ai contenuti de L'Adige attraverso l'invio degli stessi in versione digitale con le tempistiche e le modalità previste dalle Condizioni Generali di Contratto della Licenza ARS (sistema Promopress).

12. Successivamente alla conclusione del sub-procedimento cautelare, SIE presentava, con comunicazione del 19 aprile 2017, la versione definitiva degli impegni ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90, rilevando: a) di aver già risolto il contratto di *partnership* in essere con la società Volo.Com S.r.l. (di seguito, anche "Volocom") con riferimento ai servizi di rassegna stampa circoscrivendolo ai rimanenti servizi senza la previsione di una clausola di esclusiva in relazione agli stessi; b) di impegnarsi a non proporre per il futuro il servizio di rassegna stampa de L'Adige né in proprio né attraverso altri operatori, ritenendo che il ritiro dal mercato dei diritti di rassegna stampa de L'Adige fosse idoneo a risolvere in radice le criticità concorrenziali oggetto del presente procedimento.

13. L'Autorità, nell'adunanza del 30 maggio 2017 deliberava il rigetto delle misure proposte in quanto ritenute non idonee a far venir meno le preoccupazioni concorrenziali prospettate nel provvedimento di avvio del procedimento e ribadite nei due provvedimenti cautelari successivamente adottati.

14. Successivamente alla conclusione della fase cautelare, né SIE né Euregio hanno chiesto di essere sentiti in audizione dinanzi agli Uffici.

15. SIE ha esercitato, più volte nel corso del procedimento, il diritto di accesso al fascicolo. Anche Euregio ha avuto modo di esercitare il diritto di accesso.

16. Nel prosieguo dell'istruttoria, successivamente alla conclusione della fase cautelare, sono state inviate una serie di richieste di informazioni a soggetti terzi volte in particolare a:

a) acquisire ulteriori elementi conoscitivi in relazione alle caratteristiche della domanda del servizio di rassegna stampa nella Provincia Autonoma di Trento e nella contigua Provincia Autonoma di Bolzano attraverso l'interpello di un campione di potenziali clienti del servizio di rassegna stampa locale;

- b) valutare l'esistenza di servizi o strumenti alternativi alla rassegna stampa al fine di soddisfare le esigenze informative locali e nazionali dei potenziali clienti del servizio di rassegna stampa;
- c) verificare l'essenzialità dell'input costituito dall'accesso al quotidiano L'Adige ai fini della rassegna stampa locale nella Provincia Autonoma di Trento;
- d) rilevare, attraverso l'interpello di Promopress e di un campione di editori di quotidiani locali, l'esistenza sul mercato di riferimento di modelli contrattuali diversi da quello proposto da Promopress agli operatori di rassegna stampa;
- e) conoscere costi e modalità di approvvigionamento delle singole fonti editoriali da parte degli operatori di rassegna stampa;
- f) rilevare l'esistenza di eventuali esperienze di controlli implementati dagli editori al fine di verificare il rispetto dei vincoli di utilizzo dei contenuti editoriali previsti dai contratti di licenza.

17. In data 12 ottobre 2017 è stata inviata la comunicazione delle risultanze istruttorie (di seguito "CRI") alle parti del procedimento. SIE ha depositato la memoria finale in data 9 ottobre 2017 mentre il segnalante Euregio non ha depositato memoria nel termine all'uopo previsto. Infine, in data 14 novembre 2017 si è tenuta l'Audizione finale innanzi al Collegio a cui hanno partecipato tanto SIE quanto il segnalante.

III. LE RISULTANZE ISTRUTTORIE

I MERCATI RILEVANTI

Il mercato della stampa quotidiana locale nella Provincia Autonoma di Trento

18. I precedenti sia comunitari¹ che nazionali² sono concordi nel ritenere che i quotidiani con diffusione nazionale devono essere considerati distinti rispetto a quelli con diffusione solo locale, in considerazione delle differenze nei contenuti editoriali. I quotidiani con contenuto informativo di carattere generale a diffusione nazionale presentano caratteristiche in buona misura differenti dai quotidiani a diffusione locale. I primi, infatti, hanno come principale obiettivo il raggiungimento dei lettori situati sull'intero territorio nazionale, mentre i secondi appaiono maggiormente orientati ai lettori situati in zone più limitate del territorio nazionale, tendenzialmente coincidenti con la provincia o la regione.

19. Sotto il profilo della domanda sono stati pertanto individuati gruppi distinti di consumatori, che esprimono esigenze di lettura differenziate. In particolare, è stato osservato che i lettori prevalentemente interessati ai quotidiani a diffusione locale sono tendenzialmente diversi dai lettori di testate nazionali, poiché esprimono maggiore interesse per notizie che difficilmente vengono riportate nelle testate a diffusione nazionale. La non perfetta sostituibilità tra prodotti, in relazione alle preferenze dei consumatori, risulta individuare due mercati distinti, seppur contigui, corrispondenti, appunto, a quello dei quotidiani a diffusione nazionale e a quello dei quotidiani a diffusione locale.

20. Nel caso di specie, la società segnalata edita un quotidiano avente una chiara connotazione locale; benché la sua diffusione coincida con la Regione Trentino-Alto Adige, l'esame dei dati

¹ Cfr. decisione Wegener/PCM/JV (Procedimento n° M.3817) del 7 Luglio 2005.

² Cfr. provvedimenti dell'Autorità n. 3354 del 26 ottobre 1995, caso A126 – Ballarino/Grandi Quotidiani, e n. 6232 del 21 luglio 1998, caso C3126 – Gruppo Editoriale L'Espresso/N.C.E.-Newco Edit News.

disaggregati per provincia mostra che la testata L'Adige concentra le sue vendite nella PAT (99,4%)³. Tale circostanza si spiega principalmente alla luce delle barriere linguistiche esistenti tra la Provincia Autonoma di Trento (la cui popolazione è in maggioranza di lingua italiana) e la Provincia Autonoma di Bolzano (nella quale prevalgono nettamente gli abitanti di lingua tedesca). Il quotidiano locale maggiormente diffuso nella Provincia di Bolzano è, infatti, un quotidiano in lingua tedesca (Dolomiten) che a sua volta ha una diffusione molto limitata nella PAT (0,4%)⁴.

21. Ciò premesso, si ritiene che l'individuazione di un mercato rilevante della stampa quotidiana a diffusione locale limitato alla Provincia Autonoma di Trento sia coerente con i precedenti nazionali in ragione del fatto che le caratteristiche storico-culturali, e soprattutto linguistiche, che differenziano la PAT dalla Provincia Autonoma di Bolzano sono di ostacolo a una definizione del mercato più ampia che coincida con la regione Trentino-Alto Adige.

22. Il mercato rilevante nell'ambito del quale deve essere valutata la posizione detenuta dal quotidiano L'Adige è, pertanto, il mercato della stampa quotidiana locale nella Provincia Autonoma di Trento.

Il mercato dei servizi di rassegna stampa quotidiana nella Provincia Autonoma di Trento

23. Il mercato a valle sul quale la condotta indagata produrrebbe i suoi effetti anticoncorrenziali è, invece, il mercato dei servizi di rassegna stampa quotidiana.

24. I servizi di rassegna stampa permettono il monitoraggio giornaliero dello scenario informativo, tramite la selezione degli articoli di determinate testate giornalistiche e altre fonti informative ritenute rilevanti dal cliente che commissiona il servizio. Lo sviluppo tecnologico ha comportato negli ultimi anni un'evoluzione del servizio che consente di aggiungere al solo monitoraggio della carta stampata anche il monitoraggio di radio, televisioni, *web* e *social network*.

25. La domanda di servizi di rassegna stampa quotidiana è rappresentata da istituzioni, società pubbliche, imprese private, agenzie di comunicazione e *marketing*. Tali tipologie di clienti necessitano del servizio di rassegna stampa per avere una visione completa e regolare della propria reputazione nel mercato (verificando citazioni del nome, dei propri prodotti/servizi, del *brand*, di specifici progetti o attività, ecc.), per essere informati sul mercato in cui operano o per essere aggiornati su tematiche di interesse settoriale. In ragione di tale personalizzazione del servizio di rassegna stampa, sono solitamente i clienti a indicare al fornitore del servizio le testate che devono essere ricomprese nel *bouquet* oggetto di monitoraggio, così come le parole chiave o le tematiche da recensire.

26. L'offerta dei servizi di rassegna stampa quotidiana è caratterizzata da una grande varietà di operatori, alcuni attivi a livello nazionale (come L'Eco della Stampa S.p.A., Telpress Italia S.p.A., Selpress Media Monitoring & Newsbank S.r.l., Mimesi S.r.l., Kantar Media S.r.l., PressToday S.r.l., Volo.Com S.r.l.) e altri attivi principalmente a livello regionale, come il segnalante Euregio.

27. L'accesso alle testate oggetto di monitoraggio, i cui contenuti sono coperti dalle norme a tutela del diritto d'autore, costituisce un *input* essenziale per lo svolgimento del servizio di rassegna stampa, ragion per cui il mercato dei servizi di rassegna stampa si configura come un mercato a valle dei diversi mercati dell'editoria quotidiana e periodica.

³ Fonte ADS Accertamenti Diffusione Stampa, dati dichiarati all'anno 2016.

⁴ *Ibidem*.

28. Sulla base delle evidenze agli atti, si ritiene che nel caso di specie debba essere individuata una dimensione locale del mercato dei servizi di rassegna stampa quotidiana, tenuto conto delle specifiche caratteristiche della domanda nel territorio di riferimento. Le medesime considerazioni circa le preferenze dei consumatori che sono state richiamate sopra per distinguere i mercati della stampa quotidiana locale da quella nazionale appaiono potersi applicare, *mutatis mutandis*, anche ai servizi di rassegna stampa nella misura in cui le imprese pubbliche e private che presentano una connotazione di carattere territoriale richiedono un servizio di rassegna stampa che soddisfi l'esigenza di essere informate su quanto avviene nel territorio di riferimento, esigenza che può essere soddisfatta esclusivamente attraverso il monitoraggio della stampa quotidiana locale.

29. In sede di avvio del procedimento, l'esame delle caratteristiche della domanda, fondata sugli elementi forniti dal segnalante che aveva allegato sia bandi di gara e richieste di offerta⁵ sia delle lettere provenienti dai propri clienti, aveva fatto emergere come le imprese radicate sul territorio della PAT ritenessero indispensabile il monitoraggio dei quotidiani locali e in particolare del quotidiano *L'Adige* in quanto primo quotidiano per diffusione e tiratura. Il servizio di rassegna stampa quotidiana locale si affianca, pertanto, a quello nazionale senza però poter essere sostituito da quest'ultimo, vista la sostanziale differenza dei contenuti editoriali sottostanti.

30. Nel corso dell'istruttoria è stata approfondita l'analisi delle caratteristiche della domanda del servizio di rassegna stampa nella PAT attraverso l'invio di una richiesta di informazioni ai potenziali clienti del servizio. Tale richiesta di informazioni è stata inviata a enti pubblici e privati che operano nel territorio della Provincia Autonoma di Trento e nel limitrofo territorio della Provincia Autonoma di Bolzano.

31. Dalle risposte dei soggetti interpellati è emerso che gli enti che operano nella PAT, a seconda del carattere esclusivamente o prevalentemente locale dell'attività svolta, hanno esigenze informative sia nazionali che locali⁶ ovvero solo locali⁷. Le esigenze informative locali sono prevalentemente limitate al territorio provinciale piuttosto che a quello regionale⁸.

32. L'esame delle risposte dei potenziali clienti del servizio della rassegna stampa nella PAT conferma che il monitoraggio del quotidiano *L'Adige* è ritenuto essenziale per il soddisfacimento delle esigenze informative locali⁹. In particolare è stato affermato che: *“Da molti anni il quotidiano L'Adige costituisce la più importante testata locale della Provincia di Trento anche in ragione del numero di copie cartacee vendute, pertanto il monitoraggio assiduo e costante di tale testata – rispetto ad altre realtà giornalistiche territoriali – è senz'altro essenziale per ottenere una mappatura completa delle notizie concernenti l'Università”*¹⁰. E ancora che: *“Per quanto riguarda il territorio locale, il monitoraggio del quotidiano L'Adige riveste carattere di essenzialità e primario interesse in quanto, come comunicato dalla stessa testata nella pagina di pubblicità comparativa pubblicata su L'Adige nell'edizione di domenica 23 luglio, pag. 7 (cfr allegato), il quotidiano in questione è in assoluto il più letto in provincia di Trento con 20.302*

⁵ Cfr. documentazione allegata ai docc. 1 e 5 del fascicolo della preistruttoria.

⁶ Cfr. docc. 79, 82, 83, 101, 103 e 104 del fascicolo istruttorio.

⁷ Cfr. doc. 99 del fascicolo istruttorio.

⁸ Cfr. docc. 90 e 105 del fascicolo istruttorio.

⁹ Cfr. docc. 79, 80, 81, 82, 83, 99, 103 e 104 del fascicolo istruttorio.

¹⁰ Cfr. doc. 81 del fascicolo istruttorio.

copie diffuse media/giorno secondo gli ultimi dati ufficiali di ADS disponibili e 177.000 lettori nel giorno medio in provincia secondo i dati Audipress¹¹“. Nello stesso senso: “In riferimento alle esigenze informative locali, il monitoraggio del quotidiano L’Adige riveste certamente carattere di essenzialità, essendo uno dei tre quotidiani in provincia di Trento ed essendo quello con maggior numero di copie vendute (dati ADS, tiratura e diffusione)¹²”.

33. è stato, infine, rilevato che i clienti dei servizi di rassegna stampa locale non ritengono che esistano allo stato servizi o strumenti alternativi alla rassegna stampa in grado di soddisfare le esigenze informative di carattere locale¹³.

34. In ragione delle illustrate peculiarità della domanda di servizi di rassegna stampa quotidiana nella PAT, e tenuto conto della definizione merceologica e geografica del mercato a monte, il mercato a valle in relazione al quale andranno valutate le condotte di SIE è, pertanto, il mercato dei servizi di rassegna stampa quotidiana nella Provincia Autonoma di Trento.

LA POSIZIONE DOMINANTE DI SIE NEL MERCATO DELLA STAMPA QUOTIDIANA LOCALE

35. Sul mercato della stampa quotidiana locale nella Provincia Autonoma di Trento, il quotidiano L’Adige deteneva nel 2016 una quota del 65%, seguito dal quotidiano Alto Adige/Trentino, con una quota del 22,3%, e dall’inserito locale del Corriere della Sera (Corriere del Trentino), con una quota del 12,2%; la rimanente quota, pari circa allo 0,5%, corrisponde alla quota del quotidiano in lingua tedesca Dolomiten¹⁴.

36. L’analisi dei dati di diffusione dei quotidiani locali nella Provincia Autonoma di Trento ha mostrato che nonostante la contrazione dei volumi di vendita registrata negli ultimi cinque anni (2012-2016), L’Adige ha consolidato la propria posizione di mercato passando da una quota del 60,3% (2012) alla quota attuale del 65% a fronte di un decremento delle quote riferibili ai principali concorrenti Alto Adige/Trentino e Corriere del Trentino che nello stesso periodo hanno perso ciascuna più di due punti percentuali. Questi dati evidenziano che il quotidiano L’Adige è da ritenersi radicato nel territorio e detiene una posizione dominante stabile nel tempo.

Tabella 1 – Diffusione dei quotidiani locali nella Provincia Autonoma di Trento

TESTATA	2012	2013	2014	2015	2016
L’ADIGE	22.950	22.242	20.861	20.302	19.305
ALTOADIGE/TRENTINO	9.219	8.350	7.732	7.297	6.606
DOLOMITEN	188	171	164	159	150
CORRIERE DELLA SERA	5.692	5.238	4.592	4.171	3.619
TOTALE MERCATO	38.049	36.001	33.349	31.929	29.680

Fonte: Elaborazioni su dati ADS

¹¹ Cfr. doc. 80 del fascicolo istruttorio.

¹² Cfr. doc. 82 del fascicolo istruttorio.

¹³ Cfr. docc. 79, 80, 81, 82, 83, 90, 92, 99, 100, 103 e 104 del fascicolo istruttorio.

¹⁴ Fonte ADS Accertamenti Diffusione Stampa, dati dichiarati all’anno 2016.

Tabella 2 – Quote di mercato dei quotidiani locali nella Provincia Autonoma di Trento

TESTATA	2012	2013	2014	2015	2016
L'ADIGE	60,3%	61,8%	62,6%	63,6%	65,0%
ALTOADIGE/TRENTINO	24,2%	23,2%	23,2%	22,9%	22,3%
DOLOMITEN	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%
CORRIERE DELLA SERA	15,0%	14,5%	13,8%	13,1%	12,2%
TOTALE MERCATO	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Elaborazioni su dati ADS

MODELLI CONTRATTUALI DI REMUNERAZIONE DEI DIRITTI DI RASSEGNA STAMPA

37. In relazione alla valorizzazione dell'input costituito dall'accesso alle testate oggetto di monitoraggio, l'istruttoria ha fatto emergere una situazione di difficoltà per gli editori a ottenere una remunerazione dei contenuti utilizzati dagli operatori di rassegna stampa al di fuori del sistema Promopress.

38. Il Repertorio Promopress, realizzato dalla Federazione Italiana Editori Giornali (FIEG), gestisce per conto degli editori aderenti i diritti di riproduzione dei giornali quotidiani e periodici e offre agli operatori che realizzano in Italia i servizi di rassegna stampa quotidiana un sistema di licenze per l'uso di opere protette dal diritto d'autore in linea con la normativa vigente in materia di tutela della proprietà intellettuale. Tale licenza c.d. ARS (Agenzie Rassegne Stampa) autorizza i fornitori del servizio di rassegna stampa quotidiana a realizzare e fornire rassegne stampa in favore dei propri clienti in relazione a tutte le testate aderenti al Repertorio Promopress. La suddetta licenza disciplina l'oggetto, i limiti quantitativi e qualitativi per l'esercizio del diritto di riproduzione nonché i corrispettivi per la riproduzione e la comunicazione.

39. Dalle evidenze raccolte è emerso che gli editori che non aderiscono a Promopress o che hanno sperimentato l'inadeguatezza del sistema, non sono ancora riusciti, tranne qualche rara eccezione, a rinvenire un modello contrattuale condiviso con gli operatori di rassegna stampa interessati.

40. Sono stati interpellati i principali editori di quotidiani locali al fine di acquisire informazioni circa l'esistenza di modelli contrattuali di licenza dei diritti di rassegna stampa alternativi all'adesione al Repertorio Promopress e circa l'eventuale implementazione di controlli volti a monitorare il rispetto dei vincoli di utilizzo dei contenuti editoriali.

41. Dalle risposte ricevute dai suddetti editori è stato possibile rilevare l'esistenza nel mercato di almeno tre diversi modelli contrattuali. In particolare, i quotidiani locali del Gruppo Editoriale GEDI (Corriere Alpi, Gazzetta Mantova, Gazzetta Modena, Gazzetta Reggio, Mattino Padova, Messaggero Veneto, Nuova Ferrara, Nuova Venezia, Il Piccolo, Provincia Pavese, Il Tirreno, Tribuna Treviso, Sentinella del Canavese) fanno tutti parte del Repertorio Promopress; l'editore, oltre alla remunerazione dei diritti di rassegna stampa derivanti dalla sottoscrizione della licenza ARS, chiede agli operatori di rassegna stampa la sottoscrizione di un solo abbonamento digitale annuale per ognuna delle testate indipendentemente dal numero di clienti contrattualizzati dall'agenzia. Con riguardo ai controlli circa il rispetto dei termini della licenza, il Gruppo

Editoriale GEDI demanda gli stessi a Promopress e non ha implementato un sistema di controlli proprio¹⁵.

42. I quotidiani locali del Gruppo Editoriale Caltagirone (Il Mattino, Il Gazzettino, Corriere Adriatico, Quotidiano di Puglia) fanno anch'essi parte, quantomeno sino al 31 dicembre 2017, del Repertorio Promopress. Diversamente da quello che è emerso essere lo standard del mercato, l'editore in questione richiede, altresì, agli operatori di rassegne stampa il pagamento di una somma *una tantum* su base annuale che varia in funzione del numero di clienti contrattualizzati dall'operatore. I controlli in merito a eventuali utilizzazioni dei contenuti di proprietà dell'editore in assenza di idonea licenza vengono effettuati in proprio attraverso una società del gruppo.

43. Le società del Gruppo Caltagirone hanno, infatti, fatto presente che il sistema Promopress si è rilevato inadeguato ai fini di una corretta remunerazione dei contenuti, in quanto non consente di parametrare il corrispettivo dovuto dagli operatori di rassegna stampa all'effettiva diffusione dei contenuti editoriali¹⁶.

44. Il Gruppo Athesia S.p.A. edita tre quotidiani (Dolomiten, Alto Adige, Trentino). Le testate Alto Adige e Trentino fanno parte del Repertorio Promopress e in relazione alle stesse non viene richiesto agli operatori di rassegna stampa alcun corrispettivo ulteriore rispetto a quello derivante dall'acquisto della licenza ARS. La testata Dolomiten, invece, non aderisce al Repertorio Promopress e l'editore della stessa ha sottoscritto un accordo bilaterale con un operatore di rassegna stampa nel quale viene convenuta una remunerazione per *click* (ossia per ogni visualizzazione di un articolo all'interno del portale) e viene richiesto che ogni cliente della rassegna stampa sottoscriva un abbonamento al quotidiano¹⁷.

LA CONDOTTA CONTESTATA

45. Le evidenze documentali agli atti dimostrano che SIE ha rifiutato al segnalante Euregio la concessione della licenza dei diritti di rassegna stampa del quotidiano L'Adige e non si è resa disponibile ad altra tipologia di negoziazione volta a consentire al segnalante di avere accesso a un *input* essenziale per la fornitura dei servizi di rassegna stampa quotidiana locale ai clienti radicati nella PAT.

46. Dalla documentazione acquisita risulta, infatti, che Euregio ha effettuato diversi tentativi per riuscire a negoziare la concessione della licenza dei diritti di rassegna stampa de L'Adige dal 1° gennaio 2017 sino a quando, nell'ultima lettera del 23 novembre 2016, SIE ha comunicato la propria definitiva indisponibilità a valutare qualsiasi proposta da parte di Euregio in ragione della decisione "*di gestire i diritti delle nostre testate per l'attività di rassegna mediante affidamento ad altro partner di fiducia*"¹⁸.

47. Prima del suddetto rifiuto, Euregio aveva accesso all'*input* in questione in ragione dell'adesione di SIE al Repertorio Promopress; la limitazione all'accesso fa, pertanto, parte di una nuova strategia commerciale di SIE che sino al 31 dicembre 2016 rendeva disponibili i diritti di

¹⁵ Cfr. doc. 87 del fascicolo istruttorio.

¹⁶ Cfr. docc. 107, 108, 109, 110, 111 e 112 del fascicolo istruttorio.

¹⁷ Cfr. doc. 89 del fascicolo istruttorio.

¹⁸ Cfr. documentazione allegata al doc. 1 del fascicolo della preistruttoria.

rassegna stampa del quotidiano L'Adige a chiunque vi avesse interesse attraverso il sistema Promopress.

48. SIE ha deciso di ritirare la propria adesione al Repertorio Promopress a far data dal 1° gennaio 2017, così che i fornitori del servizio di rassegna stampa, al fine di avere accesso ai contenuti del quotidiano L'Adige, avrebbero dovuto da quella data in poi necessariamente negoziare la licenza dei relativi diritti individualmente con l'editore.

49. Nelle more, in data 20 settembre 2016, SIE ha inviato ai clienti di Euregio situati nella provincia di Trento una comunicazione a firma dell'Amministratore Delegato in cui si informava che a decorrere dal 1° gennaio 2017 i diritti di rassegna stampa per la testata L'Adige non sarebbero più stati gestiti attraverso il Repertorio Promopress ma direttamente e in esclusiva dall'editore. La suddetta lettera precisava, altresì, che a far data dal 1° gennaio 2017 nessun altro soggetto avrebbe potuto fornire nelle proprie rassegne stampa contenuti provenienti da L'Adige, pena l'attivazione della tutela prevista in caso di violazione dei diritti d'autore¹⁹.

50. Successivamente all'invio della comunicazione di cui sopra, SIE contattava i clienti di Euregio recandosi con alcuni agenti commerciali presso le loro sedi per presentare il servizio di monitoraggio dei media e di rassegna stampa prodotto dalla stessa SIE, non precisando se il servizio sarebbe stato fornito direttamente ovvero attraverso un *partner* commerciale.

51. La documentazione agli atti dimostra che a seguito della comunicazione e della visita commerciale di SIE, i clienti del segnalante hanno iniziato a domandare spiegazioni in merito alla capacità di Euregio di proseguire nella fornitura del servizio di rassegna stampa dal 1° gennaio 2017 nel rispetto delle pattuizioni contrattuali in essere. I clienti di Euregio, in particolare, ricordavano l'essenzialità del monitoraggio de L'Adige per un corretto adempimento del servizio commissionato e chiedevano di essere manlevati da eventuali contestazioni di SIE in merito al servizio di rassegna stampa reso dal segnalante. Taluni clienti minacciavano contestualmente di risolvere i contratti e/o di non rinnovare i contratti in scadenza laddove Euregio non fosse stato in grado di garantire la presenza della testata L'Adige nel *bouquet* della propria rassegna stampa per l'anno 2017²⁰.

52. Il segnalante, per effetto della comunicazione con la quale SIE ha anticipato al mercato di essere l'unico soggetto in grado di fornire dal 1° gennaio 2017 il servizio di rassegna stampa per la testata L'Adige, non era più in grado di partecipare alle gare pubbliche o private bandite o in procinto di espletamento per i servizi di rassegna stampa nella PAT per l'anno 2017 e seguenti. Euregio non si trovava, infatti, nella condizione di poter presentare una valida offerta.

53. Le evidenze raccolte dimostrano che, contestualmente al recesso dall'accordo con Promopress, SIE ha stipulato un contratto con la società Volocom della durata di *[omissis]*²¹ con decorrenza dal 1° gennaio 2017²².

54. L'accordo tra SIE e Volocom sottoscritto in data 29 luglio 2016, disciplinava la costituzione di una *partnership* tra le due società. Volocom si impegnava *[omissis]*, SIE si sarebbe occupata

¹⁹ Cfr. doc. 82 del fascicolo istruttorio.

²⁰ Cfr. documentazione allegata al doc. 1 del fascicolo della preistruttoria.

²¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

²² Cfr. doc. 7 del fascicolo della preistruttoria.

[*omissis*]. La remunerazione che Volocom avrebbe riconosciuto a SIE veniva configurata in termini di *revenue sharing* prevedendo che a SIE sarebbe spettato [*omissis*].

55. L'accordo prevedeva, inoltre, all'articolo 3.1 che [*omissis*].

56. Al successivo articolo 8, le Parti avevano, altresì, pattuito [*omissis*].

57. L'esame dell'accordo stipulato tra SIE e Volocom ha fatto, pertanto, emergere che, attraverso la *partnership* avviata con tale ultima società, SIE aveva deciso di entrare nel mercato dei servizi di rassegna stampa facendo leva, nel territorio della PAT, sulla disponibilità esclusiva di un *input* essenziale per la fornitura del servizio: i diritti di rassegna stampa del proprio quotidiano. Attraverso il rifiuto di concedere in licenza a terzi tali diritti, SIE appariva, pertanto, intenzionata a trasferire sul mercato a valle la posizione dominante detenuta sul mercato a monte.

58. Nel corso dell'istruttoria, come meglio si dirà nel prosieguo, non è emersa alcuna legittima ragione commerciale che giustificasse il rifiuto opposto a Euregio.

IV. LE ARGOMENTAZIONI DELLE PARTI

LE ARGOMENTAZIONI DIFENSIVE DI SIE

a) La definizione dei mercati rilevanti e la posizione dominante

59. In primo luogo, SIE ha a più riprese contestato la definizione dei mercati rilevanti e, di conseguenza, la sussistenza di una posizione dominante in capo al quotidiano L'Adige.

60. Inizialmente, SIE ha genericamente rilevato che nel caso di specie il mercato della stampa quotidiana locale dovrebbe essere ritenuto di dimensione regionale.

61. Successivamente, è stato contestato dalla stessa SIE che si potesse individuare un mercato della stampa quotidiana locale affermando che non esistono lettori interessati solo alle notizie locali.

62. Parimenti è stato argomentato che gli enti pubblici e le aziende private trentine fruitrici dei servizi di rassegna stampa citate a titolo esemplificativo nel provvedimento sono delle realtà interessate anche al panorama informativo nazionale e non solo a quello locale.

63. Sempre con riferimento ai mercati rilevanti, in prima battuta SIE ha contestato la qualificazione dei mercati della stampa quotidiana locale e dei servizi di rassegna stampa quotidiana locale come mercati a monte e a valle, sostenendo che si tratti, in definitiva, dello stesso prodotto (il quotidiano). Nella memoria successiva SIE ha, invece, affermato che i due prodotti (rassegna stampa e quotidiano) sono due prodotti differenti tra loro in quanto destinati a diverse categorie di utenti.

64. Nella memoria finale SIE ha, inoltre, sostenuto che l'istruttoria non si sarebbe occupata di valutare il rapporto tra la posizione dominante nel mercato a monte e la possibilità di estensione in quello a valle. Secondo SIE, quest'ultima avendo a disposizione i soli contenuti de L'Adige non sarebbe stata in grado di estendere la propria posizione dominante dal mercato della stampa quotidiana locale a quello delle rassegne stampa nella PAT in quanto la rassegna stampa è un'opera collettiva e per svolgere il servizio sarebbe stato necessario avere a disposizione anche i contenuti delle altre testate da inserire in rassegna.

65. SIE rileva, altresì, che l'istruttoria non abbia tenuto conto, nel valutare la possibilità per SIE di estendere la propria posizione dominante sul mercato a valle, del rilevante *countervailing power*

dei soggetti che acquistano i servizi di rassegna stampa che sono importanti imprese pubbliche e private.

b) Le ragioni del rifiuto

66. Nel contestare la sussistenza della condotta abusiva e dell'intento escludente, SIE ha motivato la propria uscita da Promopress sulla base della non convenienza economica dell'accordo in essere nonché alla luce delle violazioni dei propri diritti d'autore da parte di alcuni operatori di rassegne stampa che Promopress non sarebbe stata in grado di prevenire.

67. SIE ha, infatti, spiegato che *[omissis]*.

68. SIE ha, quindi, illustrato l'antefatto che ha portato alla sottoscrizione dell'accordo con Volocom rilevando che lo stesso è stato il frutto di una transazione avente a oggetto le condotte illecite poste in essere da Volocom ai danni di SIE, consistenti *[omissis]*. All'esito della suddetta transazione, SIE avrebbe deciso di avviare con Volocom una collaborazione che avrebbe garantito la corresponsione delle somme dovute da Volocom a titolo di risarcimento del danno.

69. SIE ha, altresì, affermato di non poter valutare le richieste provenienti da altri operatori in virtù dell'accordo sottoscritto con Volocom, che conterrebbe un'esclusiva da ritenersi preclusiva alla contrattazione con terzi.

70. SIE ha, inoltre, a più riprese fatto presente che il segnalante Euregio avrebbe stipulato il medesimo patto di esclusiva contestato a SIE con Athesia, l'editore del quotidiano Dolomiten che da ottobre 2016 è anche azionista di maggioranza dell'editore del quotidiano Trentino/Alto Adige. Del resto, Athesia non sarebbe mai entrata all'interno del Repertorio Promopress. Inoltre, lo stesso segnalante qualche anno prima aveva proposto a SIE la sottoscrizione di un accordo di collaborazione che prevedeva analogo esclusiva.

71. Nella memoria finale SIE rileva che l'istruttoria non ha tenuto conto della finalità difensiva della condotta di SIE che dimostrerebbe l'assenza di un intento escludente. SIE avrebbe solo cercato di tutelare i propri contenuti dai comportamenti opportunistici degli operatori di rassegna stampa. In tale contesto SIE ha prodotto copie di alcune rassegne stampa realizzate dalla società Waypress per un cliente della PAT che contengono numerosi articoli tratti da L'Adige pur in assenza di un accordo di licenza tra SIE e il citato operatore di rassegne stampa.

c) La non essenzialità dell'input

72. Altro elemento contestato da SIE è quello relativo alla essenzialità dell'input costituito dall'accesso alla testata L'Adige per poter fornire il servizio di rassegna stampa locale nella Provincia Autonoma di Trento. A supporto della propria argomentazione, SIE illustra una serie di circostanze che provverebbero come gli enti trentini che bandiscono gare per il servizio di rassegna stampa non ritengono essenziale il monitoraggio de L'Adige ai fini dell'aggiudicazione del servizio stesso.

73. In particolare, SIE ha rilevato che:

1) Le Fondazioni FM e FBK, il cui bando di gara prevedeva il monitoraggio de L'Adige ed era citato nel provvedimento di avvio, hanno aggiudicato provvisoriamente il servizio di rassegna stampa a un operatore (Waypress) che non dispone dei diritti di rassegna de L'Adige nonostante anche Volocom avesse partecipato alla gara e presentato la sua offerta.

2) La stazione appaltante Autostrada del Brennero non ha invitato SIE/Volocom alla gara bandita, nonostante avesse ricevuto la comunicazione relativa alla disponibilità esclusiva de L'Adige in

capo alle stesse, e ha precisato in una integrazione del bando che le offerte sarebbero state valutate esclusivamente da un punto di vista economico (offerte economiche al massimo ribasso).

3) La società Trentino Sviluppo ha risposto alla richiesta di chiarimento relativa alla problematica concernente i diritti di rassegna stampa de L'Adige con una nota nella quale scrive che la eventuale indisponibilità de L'Adige sarebbe stata valutata dalla commissione di gara in sede di assegnazione del punteggio tecnico.

74. Gli elementi di fatto sopra riportati, proverebbero che L'Adige non è un *input* essenziale per l'aggiudicazione del servizio di rassegna stampa. Le stazioni appaltanti, infatti, aggiudicano, o comunque sono disposte ad aggiudicare, il servizio di rassegna stampa a soggetti diversi da SIE/Volocom i quali non dispongono dei diritti di rassegna stampa de L'Adige e, pertanto, SIE/Volocom non sarebbero in grado di pregiudicare le dinamiche competitive del mercato né escludendo i concorrenti né danneggiando i clienti.

75. Nella memoria finale, sempre sul tema dell'essenzialità dell'input, SIE contesta le risultanze istruttorie sul punto in ragione del fatto che le stesse sarebbero viziate dal "*wording*" del questionario inviato ai clienti attuali e potenziali del servizio di rassegna stampa nella PAT. Secondo SIE non sarebbe stato, infatti, corretto includere, fra le domande rivolte ai destinatari delle richieste di informazione, il quesito se questi ritenessero o meno "essenziale" che i contenuti de L'Adige fossero oggetto di monitoraggio nell'ambito del servizio di rassegna stampa locale. La nozione di essenzialità ai fini *antitrust* non coinciderebbe con il concetto comune di "essenzialità" che sarebbe stato inteso dai soggetti interpellati in termini di utilità e gradimento e non nel senso di insostituibilità.

76. SIE sostiene, inoltre, che l'istruttoria non avrebbe dimostrato che la condotta ad essa imputata impedisca la realizzazione di un prodotto nuovo per il quale esiste una potenziale domanda dei consumatori, requisito necessario per poter configurare un *refusal to deal* in materia di proprietà intellettuale.

d) L'applicazione delle condizioni FRAND

77. SIE, inoltre, contesta la decisione cautelare dell'Autorità assunta in data 22 marzo 2017 in quanto la stessa avrebbe imposto a SIE, per la concessione della licenza dei diritti di rassegna stampa, delle condizioni che non possono ritenersi FRAND in quanto mutate dal sistema Promopress la cui inefficienza emergerebbe anche dalle risultanze istruttorie.

78. In particolare SIE insiste nel sostenere che le condizioni previste dall'accordo con Volocom, sotto forma di *revenue sharing*, potevano essere ritenute ragionevoli ed essere accettate da Euregio.

e) La risoluzione del contratto con Volocom

79. SIE ha, inoltre, sostenuto che la spontanea risoluzione del contratto di *partnership* con Volocom sarebbe suscettibile di far venir meno tutte le criticità concorrenziali sollevate nel provvedimento di avvio del presente procedimento.

80. Secondo SIE la risoluzione del suddetto contratto comporterebbe l'uscita di SIE dal mercato dei servizi di rassegna stampa locale nella PAT e, per tale ragione, avrebbe l'effetto di far venire meno l'obbligo in capo a SIE di contrarre con alcuno.

f) Sulla gravità e durata della violazione

81. SIE ritiene che in ogni caso la condotta contestata non possa essere ritenuta grave e che il giudizio di gravità contenuto nella CRI sia tautologico atteso che si limita a ritenere che la condotta sia grave in quanto suscettibile di determinare l'eliminazione della concorrenza effettiva sul mercato a valle. Tale effetto, secondo SIE, sarebbe uno dei presupposti necessari per poter qualificare la condotta come abusiva. La gravità dovrebbe, invece, avere un rilievo autonomo rispetto ai requisiti della fattispecie ai fini della determinazione della sanzione.

82. SIE ritiene, inoltre, che sia errata anche la collocazione temporale della condotta contenuta nella CRI. In particolare, non si potrebbe far retroagire l'inizio della condotta al 20 settembre 2016, data in cui SIE ha inviato ai clienti attuali e potenziali del servizio di rassegna stampa la comunicazione con la quale informava che a partire dal 1° gennaio 2017 sarebbe stata il solo soggetto in grado di fornire la rassegna stampa de L'Adige e minacciava azioni legali a tutela dei propri diritti di proprietà intellettuale. Ad avviso di SIE, la condotta avrebbe comunque, in astratto, avuto inizio il 1° gennaio 2017, ossia successivamente all'uscita di SIE da Promopress, anche se la stessa in concreto non ha mai esplicitato alcun effetto.

g) Sulla quantificazione della sanzione

83. SIE contesta, infine, anche la conclusione cui giunge la CRI con riferimento all'individuazione dell'importo base dell'irroganda sanzione laddove viene affermato che, ai fini del calcolo della sanzione, verrà preso a riferimento il valore complessivo dei ricavi di SIE nell'anno 2016, così dimostrando che si intende utilizzare come base di calcolo il fatturato realizzato da SIE nel mercato a monte della stampa quotidiana locale.

84. SIE ritiene che in ragione del fatto che la contestazione riguarda il tentativo di trasferire a valle la posizione dominante detenuta a monte ragion per cui la condotta produrrebbe i suoi effetti anticoncorrenziali nel mercato a valle e non anche in quello a monte. Pertanto, il fatturato da prendere in considerazione ai fini del calcolo della sanzione deve essere necessariamente quello realizzato nel mercato dei servizi di rassegna stampa quotidiana nella PAT e non anche quello realizzato nel mercato della stampa quotidiana locale. SIE individua tale fatturato negli importi che Promopress corrispondeva a SIE a titolo di remunerazione dei contenuti de L'Adige.

LA POSIZIONE DI EUREGIO

85. Nelle proprie memorie difensive, il segnalante ha replicato alle argomentazioni sostenute da SIE evidenziando come le stesse non fossero idonee a rispondere alle contestazioni mosse dall'Autorità nel provvedimento di avvio dell'istruttoria, ma si presentassero frammentarie, contraddittorie, equivoche o infondate e spesso non attinenti con l'oggetto del procedimento. Euregio ha, pertanto, sostenuto l'ipotesi istruttoria come delineata nel provvedimento di avvio rilevando che quanto affermato da SIE nei propri scritti difensivi non apparisse sufficiente a revocare in dubbio la necessità di un intervento dell'Autorità.

86. In particolare, il segnalante ha evidenziato come la risposta di Trentino Sviluppo alla richiesta di chiarimenti in relazione alla disponibilità della testata L'Adige debba essere intesa, diversamente da come vorrebbe SIE, come una dimostrazione del vantaggio competitivo in capo a SIE/Volocom, in quanto gli operatori concorrenti sarebbero stati costretti a dichiarare

l'indisponibilità della suddetta testata e non sarebbero stati nella condizione di presentare un'offerta comparabile a livello tecnico con quella di SIE/Volocom.

87. Euregio, inoltre, in sede di audizione cautelare ha rilevato che nell'ambito della gara indetta dalle Fondazioni FM e FBK, alla quale il segnalante non ha potuto partecipare proprio in ragione della non disponibilità de L'Adige, Volocom non si è aggiudicata la gara in quanto ha effettuato un ribasso sulla base d'asta inferiore al 3%. Secondo Euregio, tale episodio sarebbe una prova del fatto che la strategia abusiva di SIE stava già mostrando la sua potenzialità lesiva anche rispetto al rischio paventato nel provvedimento di avvio di un artificiale aumento dei costi per i committenti del servizio di rassegna stampa.

88. In sede di audizione finale Euregio ha rilevato la necessità dell'intervento dell'Autorità per preservare l'assetto concorrenziale del mercato della rassegna stampa nella PAT; senza l'intervento cautelare dal 1° gennaio 2017 la risorsa essenziale L'Adige non sarebbe stata disponibile ad alcun operatore diverso da Volocom con cui SIE aveva un rapporto di esclusiva che è stato eliminato solo a seguito dell'avvio del procedimento.

89. Il segnalante ha sostenuto che SIE sin dal mese di settembre 2016 ha creato una grave incertezza nel mercato diffidando (anche con visite commerciali *ad hoc*) tutti i soggetti interessati a ricevere la rassegna stampa nella PAT (molti dei quali già clienti di Euregio) dall'intrattenere rapporti con soggetti non autorizzati. Il suddetto comportamento ha, altresì, influenzato le gare in corso in quanto a) gli enti pubblici, in alcuni casi, hanno differito le aggiudicazioni delle gare già bandite, b) alcuni operatori non hanno potuto partecipare a gare nelle quali il monitoraggio de L'Adige risultava tra i requisiti definiti nel bando, 3) altri operatori, tra cui Euregio, sono stati costretti a effettuare offerte condizionate alla disponibilità della risorsa essenziale.

90. Euregio ha, inoltre, rilevato di non aver mai acquisito o diffuso illecitamente i contenuti editoriali de L'Adige in quanto i casi citati da SIE per sostenere che Euregio garantiva, anche successivamente al 1° gennaio 2017, ai propri clienti la disponibilità della risorsa sono successivi al primo intervento cautelare dell'Autorità che aveva già stabilito l'obbligo di SIE di concedere la licenza dei diritti di rassegna stampa de L'Adige.

V. VALUTAZIONI

a) Premessa

91. In via preliminare si osserva che la questione relativa al fatto che l'utilizzo dei contenuti editoriali dei quotidiani ai fini delle rassegne stampa sia subordinato, senza distinzione tra tipologie di contenuti, al consenso del titolare del diritto, ossia dell'editore, viene considerata un presupposto delle valutazioni svolte in questa sede. Nessuna delle Parti ha, infatti, contestato nell'ambito del procedimento la necessità di raggiungere un accordo tra editore e rassegnista per poter lecitamente avere accesso ai contenuti editoriali e comunque SIE è intenzionata, stando alle sue stesse dichiarazioni, a tutelare i propri diritti d'autore perseguendo per le vie legali eventuali violazioni degli stessi. Nel caso di specie, inoltre, Euregio richiede l'accesso all'intero quotidiano per poter valutare la rilevanza dei contenuti alla luce delle indicazioni fornite da ogni singolo cliente e intende riconoscere un corrispettivo a fronte dell'utilizzo dei contenuti di SIE.

92. Nell'ottica di cui sopra si ritiene, pertanto, che per poter utilizzare i contenuti de L'Adige ai fini della realizzazione di una rassegna stampa non sussistono alternative alla stipula di un

contratto con il quale si acquisisca il diritto di utilizzare i contenuti della testata, esulando dal presente procedimento l'eventuale circostanza che alcuni soggetti possano aver acquisito i suddetti contenuti senza il consenso del titolare del diritto d'autore sugli stessi.

b) I mercati rilevanti e la posizione dominante di SIE sul mercato a monte

93. In merito all'individuazione dei mercati rilevanti, si ritiene che la definizione fornita in sede di avvio del procedimento, e ribadita nella fase cautelare, abbia trovato conferma nelle risultanze istruttorie costituite dall'analisi della domanda. Le imprese pubbliche e private con sede principale nella PAT hanno, infatti, riferito che L'Adige è il quotidiano maggiormente letto e diffuso nel territorio e che le esigenze di carattere informativo locale, benché si affianchino a quelle nazionali, soddisfano un interesse differente che consiste nel monitoraggio delle notizie locali non coperte dai quotidiani nazionali²³.

94. Le argomentazioni svolte da SIE non appaiono idonee a condurre a una revisione delle valutazioni svolte in sede di avvio in merito alla definizione geografica degli stessi. Non sono state, infatti, contestate le argomentazioni utilizzate nel provvedimento di avvio per giungere alla definizione geografica dei mercati che sono fondate su orientamenti consolidati sia a livello nazionale che comunitario.

95. D'altro canto, in merito alla definizione merceologica dei mercati, già nel provvedimento di avvio veniva chiaramente rilevato, sia con riguardo ai mercati della stampa quotidiana che con riferimento ai mercati dei servizi di rassegna stampa, come la dimensione nazionale coesista con quella locale in ragione del fatto che i prodotti offerti a livello nazionale e a livello locale soddisfano differenti esigenze dei fruitori degli stessi e, pertanto, non possono essere ritenuti sostituiti gli uni degli altri. Circostanza quest'ultima che è stata confermata nel corso dell'istruttoria²⁴.

96. Ciò rilevato, si ritiene di confermare per le ragioni esposte sopra anche in questa sede l'individuazione dei mercati rilevanti: a monte il mercato della stampa quotidiana a diffusione locale limitato alla Provincia Autonoma di Trento e, a valle, il mercato dei servizi di rassegna stampa quotidiana nella Provincia Autonoma di Trento.

97. La quota di mercato del 65% detenuta nel 2016 da SIE sul mercato della stampa quotidiana locale nella Provincia Autonoma di Trento, determinata in base ai dati diffusionali raccolti da ADS, non è stata contestata.

98. In merito alla stabilità della suddetta quota è stato osservato che nonostante la contrazione dei volumi di vendita registrata negli ultimi cinque anni (2012-2016) nel mercato della stampa quotidiana locale nella PAT, L'Adige ha consolidato la propria posizione di mercato passando da una quota del 60,3 (2012) alla quota attuale del 65% (2016), in uno scenario competitivo in cui il secondo quotidiano, Alto Adige/Trentino, possiede una quota pari a circa un terzo di quella del primo ed è da poco stato oggetto di cessione fuoriuscendo dal gruppo l'Espresso di cui faceva parte, passando sotto il controllo di un concorrente (l'editore di Dolomiten), mentre il terzo quotidiano consiste in un dorso locale dell'edizione nazionale del Corriere della Sera non venduto separatamente da questa.

²³ Cfr. docc. 79, 82, 83, 101, 103 e 104 del fascicolo istruttorio.

²⁴ *Ibidem*.

99. A quanto rilevato sopra si deve aggiungere che il settore dell'editoria quotidiana è caratterizzato da elevate barriere all'accesso in virtù dei notevoli costi di avviamento, nonché dalla necessità di raggiungere una certa notorietà e una dimensione minima efficiente al di sotto della quale risulta arduo ottenere risultati economici positivi²⁵.

100. Nella memoria finale SIE ha sostenuto che la posizione dominante individuata in capo a SIE nel mercato della stampa quotidiana locale deve ritenersi irrilevante ai fini della possibilità concreta di estendere la stessa sul mercato a valle dei servizi di rassegna stampa nella PAT. Secondo la ricostruzione di SIE dal momento che la rassegna stampa è un'opera collettiva per realizzare la quale un operatore necessita di avere accordi per l'accesso ai contenuti degli altri editori oltre alla disponibilità dei propri, SIE da sola non sarebbe comunque stata in grado di estendere la propria posizione dominante sul mercato dei servizi di rassegna stampa nella PAT facendo leva sulla disponibilità esclusiva dei soli contenuti de L'Adige.

101. Il rilievo sopra riportato è frutto di una lettura parziale dell'ipotesi istruttoria che consiste chiaramente nel tentativo di SIE di entrare nel mercato delle rassegne stampa nella PAT non solo con il quotidiano L'Adige ma (anche) con l'ampio *bouquet* di quotidiani offerto da Volocom, la quale, essendo titolare di una licenza ARS, ha la disponibilità di tutti i contenuti degli editori aderenti a Promopress compresi i concorrenti a livello locale di SIE (Trentino/Alto Adige e Il Corriere del Trentino). La *partnership* con Volocom, unitamente alla disponibilità esclusiva dei diritti di rassegna stampa de L'Adige, facevano, pertanto, di SIE/Volocom l'unico operatore in grado di offrire un servizio di rassegna stampa locale completa per i clienti della PAT. In tale contesto, le argomentazioni circa l'assenza di potere di mercato di SIE nei confronti degli altri titolari di contenuti da inserire in rassegna stampa non possono essere condivise: da un lato, la *partnership* con Volocom garantiva la disponibilità di tutti gli altri contenuti necessari alla predisposizione della rassegna stampa e, dall'altro, l'esclusiva sui contenuti de L'Adige consentiva a SIE/Volocom di presentarsi come l'unico soggetto legittimamente in grado di fornire un servizio di rassegna stampa idoneo a soddisfare le esigenze dei clienti della PAT.

102. Infine SIE ha sostenuto che, nel valutare la possibilità da parte della stessa di estendere la propria posizione dominante sul mercato a valle dei servizi di rassegna stampa nella PAT, l'istruttoria non abbia tenuto conto del potere negoziale delle imprese pubbliche e private che costituiscono la clientela del servizio oggetto del procedimento. Sul punto si rileva che a SIE viene contestato un abuso escludente nei confronti dei concorrenti attuali e potenziali sul mercato dei servizi di rassegna stampa e non un abuso di sfruttamento nei confronti dei clienti del servizio (situati evidentemente a un livello ancora più a valle nella filiera del servizio), i quali selezionano, tra l'altro, i propri fornitori attraverso un confronto competitivo. Il prospettato aumento dei costi per i clienti dei servizi di rassegna stampa sarebbe una mera conseguenza dell'eliminazione della concorrenza da parte di SIE e dell'impossibilità di un corretto svolgersi del confronto competitivo. In questo contesto il potere negoziale delle stazioni appaltanti appare di rilievo limitato a fronte della diminuzione di fornitori alternativi.

²⁵ Cfr. IC35 – Indagine conoscitiva riguardante il settore dell'Editoria quotidiana, periodica e multimediale, Bollettino n. 26/2007.

c) L'essenzialità dell'input

103. Quanto all'essenzialità dell'accesso alla testata L'Adige ai fini della completezza del servizio di rassegna stampa locale nella PAT, l'istruttoria ha confermato che in ragione della diffusione del quotidiano nel territorio, gli utenti della rassegna stampa locale ritengono imprescindibile che i contenuti dello stesso confluiscono nel monitoraggio affidato al rassegnista²⁶.

104. Nella memoria finale SIE contesta le risultanze istruttorie sul punto in quanto le stesse sarebbero frutto di una errata prospettazione delle domande poste ai clienti attuali e potenziali del servizio di rassegna stampa nella PAT. Secondo SIE le richieste di informazioni non avrebbero dovuto domandare un giudizio circa l'essenzialità de L'Adige ai fini della rassegna stampa locale in quanto tale concetto nel linguaggio comune non coincide con la nozione di essenzialità ai fini *antitrust*. L'istruttoria non avrebbe, pertanto, dimostrato che una rassegna stampa locale senza i contenuti de L'Adige sarebbe divenuta inutile per i clienti del servizio.

105. Sul punto, si rileva che le richieste di informazioni sono state formulate utilizzando la medesima terminologia che dalla documentazione agli atti risultava essere stata in precedenza utilizzata dai clienti di Euregio che avevano reagito alla notizia che il proprio fornitore di rassegna stampa non sarebbe stato più in grado di garantire il monitoraggio de L'Adige. La società Trentino School of Management scriveva infatti: *“Vi facciamo presente che il quotidiano L'Adige, primo quotidiano provinciale per diffusione e tiratura, è per noi essenziale, in assenza del quale la rassegna stampa non può dirsi completa. [...] Tutto ciò premesso, vi chiediamo conto dell'operatività del Vs servizio a partire dal 1 gennaio 2017, preannunciando che non ci sarà possibile accettare carenze di copertura del servizio²⁷“*. Parimenti la Itas Mutua affermava che: *“Per Itas il monitoraggio del quotidiano L'Adige è essenziale per un corretto e apprezzabile svolgimento del servizio, dal momento che si tratta del principale quotidiano trentino [...] vi chiediamo di avere la garanzia di un corretto e completo svolgimento del servizio con vostra esplicita manleva nei nostri confronti per qualsiasi contestazione dovesse pervenire da SIE in conseguenza dell'attività oggetto del contratto con voi sottoscritto. Fin da ora ci riserviamo ogni diritto ed azione a tutela di Itas compreso quanto previsto dall'art. 1460 del Codice Civile²⁸“*.

106. D'altro canto è evidente che il giudizio circa l'essenzialità dell'input dal punto di vista del diritto *antitrust* non è stato rimesso alle risposte fornite dai clienti del servizio di rassegna stampa della PAT ma viene confermato in questa sede sulla base di una valutazione complessiva delle risultanze istruttorie. Risulta, infatti, dagli atti che i clienti del servizio di rassegna stampa nella PAT fanno discendere, come si evince dalle sopra citate missive, dall'assenza dei contenuti de L'Adige nella rassegna stampa la non completezza del servizio reso tanto da dichiarare di non essere disposti ad accettare tale carenza e invocare l'eccezione di inadempimento contrattuale. Nel caso in cui la mancanza de L'Adige non avesse inciso sull'utilità stessa del servizio di rassegna stampa, i clienti si sarebbero limitati a domandare una riduzione del prezzo. Al di là delle ragioni soggettive in base alle quali i clienti del servizio della PAT hanno definito essenziale il monitoraggio de L'Adige, l'irrinunciabilità dello stesso scaturisce altresì dalle conseguenze contrattuali prospettate.

²⁶ Cfr. docc. 79, 80, 81, 82, 83, 99, 103 e 104 del fascicolo istruttorio.

²⁷ Cfr. documentazione allegata al doc. 1 del fascicolo della preistruttoria.

²⁸ *Ibidem*.

107. Si ribadisce, inoltre, che le evidenze istruttorie sopra richiamate non appaiono poter essere scalfite dalle argomentazioni di SIE secondo cui le valutazioni circa l'essenzialità del monitoraggio de L'Adige per i clienti radicati nella PAT sarebbero smentite dal fatto che ci sarebbe stata una gara in cui SIE non è stata invitata, nonostante si fosse in precedenza presentata come titolare esclusivo dei diritti di rassegna stampa de L'Adige, nonché due gare in cui, pur avendo partecipato attraverso Volocom, non è risultata aggiudicataria.

108. Secondo SIE, se i clienti che bandiscono gare nella Provincia Autonoma di Trento sono disposti ad aggiudicare il servizio messo a gara a un soggetto che non è SIE (o Volocom) significa che non ritengono essenziale il monitoraggio de L'Adige.

109. La conclusione raggiunta da SIE non si ritiene condivisibile. Nei bandi di gara esaminati nel corso dell'istruttoria gli enti appaltanti richiedono espressamente il monitoraggio del quotidiano L'Adige²⁹, tale circostanza è di per sé idonea a confermare pienamente le dichiarazioni rese nel corso dell'istruttoria circa l'essenzialità per i suddetti enti che la testata in questione sia monitorata dall'operatore che si aggiudicherà la gara. Il fatto che gli enti appaltanti non richiedono che gli offerenti dimostrino di avere un accordo con gli editori per poter utilizzare lecitamente i contenuti delle varie testate non esprime un disinteresse verso le testate, ma solo che gli enti in questione intendono lasciare nella responsabilità del rassegnista, che promette il monitoraggio delle riviste comprese nel bando, l'onere di acquisire i titoli legittimanti l'accesso a tali testate. Non a caso, solitamente i contratti tra rassegnisti e clienti contengono apposita clausola di manleva da parte dell'aggiudicatario da eventuali contestazioni per violazione dei diritti d'autore provenienti dai titolari degli stessi³⁰. Conseguentemente, l'aggiudicazione a soggetti diversi da SIE non può, dunque, ritenersi una implicita rinuncia al monitoraggio de L'Adige.

110. Nel valutare le decisioni assunte dalle stazioni appaltanti citate negli esempi riportati da SIE a sostegno della propria tesi non si può, inoltre, non tenere conto del fatto che le gare citate si sono concluse successivamente alla pubblicazione del provvedimento di avvio da parte dell'Autorità nel quale la condotta di SIE veniva ritenuta *prima facie* abusiva se non addirittura dopo l'adozione della misura cautelare che stabiliva l'obbligo di SIE a concedere la licenza dei diritti di rassegna stampa de L'Adige agli operatori che ne avessero fatto richiesta. Anche le condotte imputate da SIE al segnalante, che vedevano quest'ultimo garantire la disponibilità de L'Adige ai propri clienti, si collocano nello spazio temporale successivo all'avvio del procedimento e all'adozione della prima delibera cautelare.

d) La condotta contestata e l'assenza di giustificazioni obiettive

111. L'ipotesi abusiva del presente procedimento concerne la decisione di SIE di rifiutare senza una legittima giustificazione la concessione della licenza dei diritti di rassegna stampa de L'Adige agli operatori che ne hanno fatto richiesta (nella specie, Euregio) e non già il recesso di SIE da Promopress o la scelta di gestire "in proprio" la negoziazione dei diritti di rassegna stampa. Il rifiuto a concedere tale licenza non è peraltro mai stato contestato da SIE e risulta altresì dalle evidenze documentali.

²⁹ Cfr. doc. 5 del fascicolo della preistruttoria.

³⁰ Cfr. documentazione allegata al doc. 1 del fascicolo della preistruttoria.

112. Le argomentazioni volte a illustrare le ragioni per le quali SIE sarebbe stata indotta a sottoscrivere il contratto con Volocom non rappresentano una giustificazione obiettiva del rifiuto opposto da SIE. Le esigenze transattive sottostanti l'accordo non escludono infatti la sussistenza di una strategia abusiva.

113. Gli Orientamenti della Commissione³¹ citati da SIE in relazione all'esame delle argomentazioni avanzate da un'impresa dominante che sostenga che il suo comportamento è giustificato fanno riferimento a ipotesi di necessità obiettiva e non certo di necessità soggettivamente intesa. Viene, infatti, rilevato che *“se il comportamento sia obiettivamente necessario e proporzionato va determinato sulla base di fattori esterni all'impresa dominante”*. Il comportamento di esclusione può, ad esempio, essere considerato obiettivamente necessario per motivi sanitari o di sicurezza relativi alla natura del prodotto in questione. Nel caso di specie, le giustificazioni del comportamento di SIE concernono esclusivamente ragioni soggettive di tipo commerciale e di tutela dei propri profitti. SIE non ha, inoltre, fornito alcuna dimostrazione circa la proporzionalità della propria condotta rispetto al fine asseritamente perseguito.

114. Quanto alla difesa secondo cui SIE non avrebbe potuto negoziare con operatori terzi in quanto tale possibilità era preclusa dall'esistenza di una esclusiva in favore di Volocom, si rileva che anche tale giustificazione non può ritenersi ragionevole. Infatti, il contratto non conteneva un'esclusiva in favore di Volocom sulla concessione in licenza dei diritti di rassegna stampa de L'Adige, bensì un'esclusiva avente a oggetto i servizi commissionati a Volocom che consistono nella fornitura dei servizi informatici che consentono a SIE di offrire la rassegna stampa ai propri clienti. Secondo la lettera del contratto, restavano, pertanto, in capo a SIE tutti i diritti sui contenuti de L'Adige che non vengono licenziati a Volocom.

115. D'altro canto, anche se il contratto avesse previsto un'esclusiva in favore di Volocom, SIE non avrebbe potuto giustificare la condotta abusiva contestata invocando lo strumento contrattuale attraverso il quale l'abuso stesso è stato *in thesi* perpetrato.

116. Con riferimento alla difesa di SIE secondo cui la risoluzione del contratto con Volocom e la conseguente uscita di SIE dal mercato delle rassegne stampa farebbe venir meno le criticità sollevate nel provvedimento di avvio si rileva che le suddette circostanze, se non accompagnate dalla contestuale disponibilità a concedere in licenza i diritti di rassegna stampa a operatori terzi a condizioni FRAND, non sono idonee a risolvere le problematiche concorrenziali oggetto del presente procedimento.

117. La tesi di SIE, infatti, non tiene conto del fatto che l'accesso ai contenuti del quotidiano L'Adige costituisce un *input* essenziale per lo svolgimento del servizio di rassegna stampa locale nella Provincia Autonoma di Trento. In virtù di tale dirimente considerazione, la sottrazione del suddetto *input* al mercato comporterebbe l'eliminazione definitiva degli operatori in grado di offrire un servizio di rassegna stampa locale completo nella Provincia Autonoma di Trento, determinando necessariamente una riduzione del benessere degli utenti finali in luogo dell'ampliamento della possibilità di scelta per gli stessi.

118. Infine, gli argomenti di SIE concernenti i rapporti contrattuali tra Athesia ed Euregio sono estranei rispetto all'oggetto del procedimento.

³¹ Cfr. “Orientamenti sulle priorità della Commissione nell'applicazione dell'articolo 82 del trattato CE al comportamento abusivo delle imprese dominanti volto all'esclusione dei concorrenti”.

e) La qualificazione del comportamento di SIE come abuso di posizione dominante

119. In conclusione, SIE ha posto in essere un abuso di posizione dominante nella specie del rifiuto a contrarre.

120. Come noto, il rifiuto a contrarre, secondo gli orientamenti della Commissione³², può essere definito un comportamento abusivo laddove ricorrano tre condizioni: (i) il rifiuto si riferisce a un prodotto o a un servizio obiettivamente necessario per poter competere in maniera effettiva su un mercato a valle; (ii) è probabile che il rifiuto determini l'eliminazione di una concorrenza effettiva sul mercato a valle; (iii) è probabile che il rifiuto determini un danno per i consumatori.

121. La giurisprudenza comunitaria si è, inoltre, occupata di casi specifici di rifiuto a contrarre attinenti all'esercizio di diritti di proprietà intellettuale. Se è vero, infatti, che i diritti di proprietà intellettuale attribuiscono al titolare un diritto esclusivo di sfruttamento economico degli stessi, è anche vero che la loro funzione è quella di stimolo piuttosto che di freno alla concorrenza in quanto favoriscono l'innovazione tecnologica e la sua divulgazione. Partendo da tale presupposto i precedenti comunitari hanno inteso distinguere l'esistenza dall'esercizio del diritto: è stata, pertanto, riconosciuta la legittimità dei diritti di proprietà salvo poi sindacarne nel merito le concrete modalità di esercizio al fine di stabilire se le restrizioni concorrenziali siano o meno conformi al criterio di necessità e di proporzionalità che deve comunque informare la loro tutela.

122. I precedenti della Corte di Giustizia affermano che in talune circostanze il rifiuto di concedere una licenza costituisce un abuso di posizione dominante. In tali ipotesi il diritto di proprietà intellettuale viene assimilato a una *essential facility* di carattere chiaramente immateriale, indispensabile per competere sul mercato a valle o su un diverso mercato a esso collegato³³.

123. L'applicazione dei principi dell'*essential facility doctrine* al contesto specifico dei beni immateriali porta a concludere che l'abuso di posizione dominante nella specie del rifiuto a concedere una licenza è riscontrabile purché il rifiuto in questione (i) si riferisca a un prodotto o a un servizio obiettivamente necessario per poter competere in maniera effettiva; (ii) impedisca la realizzazione di nuovi prodotti per i quali esiste una domanda potenziale; (iii) abbia l'effetto di precludere ogni forma di concorrenza anche solo potenziale sul mercato a valle; (iv) non sia giustificato.

124. Nel caso di specie, le risultanze istruttorie acquisite dimostrano la sussistenza di una condotta abusiva in quanto risultano sussistenti tutte le condizioni indicate sia dalla prassi che dalla giurisprudenza comunitaria.

125. In particolare, come ampliamento argomentato nei paragrafi precedenti, è stato dimostrato nel corso dell'istruttoria che l'accesso ai diritti di rassegna stampa del quotidiano L'Adige costituisce un *input* essenziale per poter operare nel mercato a valle.

126. Le evidenze istruttorie danno, altresì, conto del fatto che il rifiuto di SIE impedirebbe la realizzazione di un prodotto nuovo quale quello della rassegna stampa locale digitale; tale prodotto è stato ritenuto diverso anche dai quotidiani in formato digitale in quanto finalizzato a soddisfare esigenze peculiari e soprattutto personalizzate dei clienti. È emerso, infatti, che il servizio di

³² Cfr. "Orientamenti sulle priorità della Commissione nell'applicazione dell'articolo 82 del trattato CE al comportamento abusivo delle imprese dominanti volto all'esclusione dei concorrenti".

³³ Cause riunite C-241/91 P e C-242/91, Radio Telefis Eireann (RTE) e Independent Television Publications (ITP)/Commissione (Magill), Racc. 1995; Causa C-418/01, IMS Health/NDC Health, Racc. 2004.

rassegna stampa serve alle imprese pubbliche e private per avere una visione completa e regolare della propria reputazione nel mercato (verificando citazioni del nome, dei propri prodotti/servizi, del *brand*, di specifici progetti o attività, ecc.), per essere informati sul mercato in cui operano o per essere aggiornati su tematiche di interesse settoriale. La personalizzazione del prodotto avviene attraverso l'indicazione al fornitore delle testate che devono essere ricomprese nel *bouquet* oggetto di monitoraggio, delle parole chiave da ricercare ovvero delle tematiche da recensire.

127. Nella propria memoria finale SIE ha sostenuto che l'istruttoria non avrebbe dimostrato che il rifiuto di SIE impedisse la realizzazione di un prodotto nuovo. Tale argomentazione pare non tenere conto del fatto che nel caso di specie la rassegna stampa digitale locale personalizzata quale prodotto nuovo rispetto alla somma delle singole fonti monitorate esisteva già e aveva una clientela effettiva nella PAT prima che SIE decidesse di porre in essere la propria strategia abusiva rifiutandosi di continuare a concedere in licenza i diritti di rassegna stampa de L'Adige. La condotta di SIE mette, pertanto, a rischio la possibilità che i clienti attuali, e non solo quelli potenziali, della PAT possano continuare a fruire di un prodotto nuovo, diverso dalla somma dei singoli abbonamenti ai quotidiani, che ritengono idoneo a soddisfare esigenze peculiari e per il quale avevano contratti già in essere con fornitori terzi.

128. Si ricorda sul punto che la Commissione Europea nel caso Magill³⁴, invocato dalla difesa di SIE, ha ritenuto che fosse qualificabile come prodotto nuovo una guida settimanale completa dei programmi televisivi la cui realizzazione era resa impossibile dal rifiuto di tre emittenti televisive britanniche di comunicare i propri palinsesti in quanto ognuna di loro pubblicava già una propria guida settimanale. La Commissione, nell'effettuare tale valutazione, ha ritenuto che la guida televisiva settimanale completa dei programmi TV trasmessi in una determinata area fosse un prodotto nuovo da tutelare nonostante esistessero già pubblicazioni giornaliere degli elenchi dei programmi televisivi (sui quotidiani) nonché guide settimanali dei programmi delle singoli emittenti, in quanto la guida settimanale completa rispondeva all'interesse del consumatore di ottenere in anticipo le informazioni sui palinsesti. Non si vede, pertanto, come possa essere contestato, alla luce delle risultanze istruttorie, che la rassegna stampa quotidiana locale nella PAT sia un prodotto nuovo e diverso rispetto alla somma degli abbonamenti digitali o cartacei ai singoli quotidiani oggetto di monitoraggio (senza considerare le altre fonti informative).

129. Inoltre, si osserva che nel caso Magill la diffida delle tre emittenti televisive a non utilizzare le informazioni relative ai propri palinsesti aveva avuto l'effetto di bloccare quasi immediatamente la pubblicazione della guida settimanale completa prodotta da Magill tanto che le valutazioni concernenti la domanda si erano necessariamente svolte su un piano potenziale e comparativo rispetto ad altri mercati nazionali. Nella fattispecie in esame il ritiro dal mercato dell'input in precedenza concesso ha impedito la prosecuzione della fornitura di un prodotto consolidato che aveva, invero, una clientela effettiva determinando, pertanto, una lesione della concorrenza ancora più grave rispetto al caso Magill in quanto in grado di incidere su un mercato non solo potenziale.

130. Pertanto, sul punto le evidenze agli atti dimostrano che la condotta di SIE mette a rischio la sopravvivenza di un prodotto che è di tutta evidenza più complesso rispetto all'input oggetto di diniego di fornitura e che risponde a un interesse specifico e personalizzato dei clienti.

³⁴ Decisione della Commissione 21 dicembre 1988, IV/31.851 – Magill TV Guide/ITP, BBC, RTE.

131. Si ribadisce, inoltre, che dall'istruttoria è emerso che i clienti attuali della rassegna stampa locale nella PAT hanno dato conto del fatto che non esistono sul mercato prodotti o servizi alternativi alla rassegna stampa che siano idonei a soddisfare le esigenze sottese all'acquisto del prodotto oggetto del procedimento³⁵.

132. L'istruttoria procedimentale ha, inoltre, dimostrato che il rifiuto di SIE era suscettibile, prima dell'implementazione della misura cautelare, di determinare l'eliminazione, o comunque una sostanziale restrizione, della concorrenza effettiva sul mercato a valle, nel quale solo Volocom, grazie alla *partnership* esclusiva con SIE, sarebbe stato in grado di offrire servizi di rassegna stampa digitale.

133. Le evidenze istruttorie hanno, altresì, fatto emergere che il rifiuto di SIE è suscettibile di causare un danno ai clienti dei servizi di rassegna stampa nella PAT i quali dovrebbero fronteggiare una drastica riduzione, se non addirittura la totale scomparsa, della concorrenza tra gli operatori che offrono i servizi di rassegna stampa quotidiana locale e il conseguente rischio di aumento dei costi e di peggioramento della qualità in termini di investimento sull'innovazione del servizio proposto. Le imprese sentite hanno, infatti, dichiarato che laddove non fosse possibile acquistare il prodotto da operatori terzi, l'unica alternativa sarebbe costituita dall'autoproduzione della rassegna stampa all'interno della società; tale soluzione risulterebbe, però, decisamente più gravosa, sia in termini economici che organizzativi, e meno efficace in termini di tempistica di realizzazione quotidiana.

134. Infine, come ampiamente argomento *supra*, il rifiuto di SIE deve ritenersi ingiustificato specie in ragione del fatto che l'input veniva in precedenza concesso in licenza.

VI. GRAVITÀ E DURATA DELL'INFRAZIONE IN ESAME

135. Secondo consolidata giurisprudenza comunitaria e nazionale, per valutare la gravità di un'infrazione si deve tenere conto di diversi fattori il cui carattere e la cui importanza variano a seconda del tipo di infrazione e delle circostanze particolari della stessa. Tra tali fattori rilevano principalmente la natura dei comportamenti contestati, il ruolo e la rappresentatività sul mercato delle imprese coinvolte, nonché il contesto nel quale le infrazioni sono state attuate.

136. Nella fattispecie la condotta di SIE, consistente in un rifiuto ingiustificato a concedere in licenza un *input* essenziale per il mercato dei servizi di rassegna stampa nella PAT, è suscettibile di determinare l'eliminazione della concorrenza effettiva sul suddetto mercato e deve, pertanto, ritenersi un'infrazione grave anche perché posta in essere da un'impresa particolarmente radicata nel territorio e rappresentativa nel mercato di riferimento. Le contestazioni di SIE in merito al giudizio di gravità formulato appaiono del tutto prive di pregio se si considera che le condotte abusive sono fattispecie ontologicamente gravi³⁶ in quanto poste in essere da soggetti gravati di una speciale responsabilità in ragione del potere di mercato di cui dispongono.

137. In ogni caso nella fattispecie, la condotta di SIE deve ritenersi grave anche in ragione del fatto che è suscettibile di mettere a rischio la possibilità che i clienti della PAT possano continuare a fruire del prodotto oggetto dell'istruttoria: la rassegna stampa locale.

³⁵ Cfr. docc. 79, 80, 81, 82, 83, 90, 92, 99, 100, 103 e 104 del fascicolo istruttorio.

³⁶ Tar Lazio, sentenza 26 giugno 2008, n. 6213, Mercato del calcestruzzo autoclavato.

138. Per quanto concerne la durata della condotta in esame, essa ha avuto inizio in data 20 settembre 2016, data in cui i potenziali clienti del servizio di rassegna stampa della Provincia Autonoma di Trento hanno ricevuto le comunicazioni in cui SIE informava che a decorrere dal 1° gennaio 2017 i diritti di rassegna stampa per la testata L'Adige sarebbero più stati gestiti direttamente e in esclusiva dall'editore e che, pertanto, nessun altro soggetto avrebbe potuto fornire nelle proprie rassegne stampa contenuti provenienti da L'Adige, pena l'attivazione della tutela prevista in caso di violazione dei diritti d'autore. Le suddette comunicazioni hanno avuto l'effetto di influenzare i rinnovi contrattuali e l'indizione e lo svolgimento delle nuove gare.

139. La condotta abusiva è cessata in data 4 aprile 2017, data in cui è stata implementata la misura cautelare disposta con riferimento al segnalante Euregio. SIE non ha posto fine alla condotta spontaneamente ma solo a seguito dell'adozione del provvedimento cautelare.

VII. IL PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

140. Con atto pervenuto in data 19 dicembre 2017, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, valutati i profili di competenza in relazione ai mercati rilevanti, ha espresso parere favorevole allo schema di provvedimento dell'Autorità.

VIII. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE E CONTENUTO DELLA DIFFIDA

141. L'articolo 15, comma 1, della legge n. 287/90 prevede che l'Autorità, nei casi di infrazioni gravi, tenuto conto della loro gravità e durata, disponga l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria, fino al dieci per cento del fatturato realizzato in ciascuna impresa o ente nell'ultimo esercizio chiuso anteriormente alla notificazione della diffida adottata ad esito di un procedimento istruttorio.

142. Per quanto riguarda il fatturato rilevante ai fini della sanzione, le *Linee Guida sulla modalità di applicazione dei criteri di quantificazione delle sanzioni amministrative pecuniarie irrogate dall'Autorità in applicazione dell'articolo 15, comma 1, della legge n. 287/90*³⁷ ("Linee Guida") dell'Autorità prevedono che le sanzioni "*debbano essere calcolate a partire dal valore delle vendite dei beni o servizi oggetto, direttamente o indirettamente, dell'infrazione, realizzate dall'impresa nel mercato/i rilevante/i nell'ultimo anno intero di partecipazione alla stessa infrazione (di seguito, valore delle vendite) [...] Qualora il dato relativo al fatturato, riferito all'ultimo anno intero di partecipazione all'infrazione, non sia reso disponibile dall'impresa oppure non sia attendibile ovvero sufficientemente rappresentativo o, comunque, altrimenti non determinabile, l'Autorità prenderà in considerazione qualsiasi altra informazione che essa ritenga pertinente o appropriata*".

143. Per ciò che concerne il valore delle vendite nel caso di specie, si osserva che non è possibile individuare un fatturato specifico di SIE nel mercato a valle dei servizi di rassegna stampa locale nella PAT in quanto la strategia di ingresso nel suddetto mercato, attraverso la partnership con

³⁷ Cfr. Linee Guida sulla modalità di applicazione dei criteri di quantificazione delle sanzioni amministrative pecuniarie irrogate dall'Autorità in applicazione dell'articolo 15, comma 1, della legge n. 287/90, deliberate dall'Autorità il 22 ottobre 2014.

Volocom, non è stata attuata in ragione dell'intervento dell'Autorità e della successiva risoluzione del contratto di partnership.

144. Non può essere condivisa la tesi di SIE secondo cui il fatturato da prendere a riferimento ai fini del calcolo della sanzione sarebbero i corrispettivi versati da Promopress a SIE nell'anno 2016 in quanto quei fatturati rappresentano la remunerazione dell'input da parte degli operatori dei servizi di rassegna stampa al titolare del diritto d'autore sui contenuti e non la remunerazione dei servizi di rassegna stampa oggetto del presente procedimento.

145. In assenza di dati effettivi di fatturato e in ragione del fatto che la violazione contestata concerne una strategia di monopolizzazione del mercato a valle facendo leva sulla disponibilità esclusiva di un *input* essenziale, si ritiene di poter considerare ai fini del calcolo dell'importo base della sanzione il valore delle vendite dei servizi di rassegna stampa nella PAT quale stima approssimativa dei ricavi attesi. Tale valore è stato sommariamente quantificato dalla stessa SIE nella propria memoria conclusiva³⁸ in circa [*inferiore a 1 milione di euro*] e risulta coerente con i dati a disposizione dell'Autorità: fatturato di Euregio (principale concorrente di SIE/Volocom nel mercato rilevante), importo delle basi d'asta delle gare prese in esame, numero dei clienti del servizio.

146. Le Linee Guida stabiliscono che la percentuale da applicarsi al valore delle vendite cui l'infrazione si riferisce sarà determinata in funzione del grado di gravità della violazione in una misura ricompresa tra lo 0 e il 30% del valore delle vendite. A questo proposito, si rileva che la condotta contestata a SIE, consistente in un rifiuto ingiustificato a concedere in licenza un *input* essenziale per il mercato dei servizi di rassegna stampa nella PAT, è suscettibile di determinare l'eliminazione della concorrenza effettiva sul suddetto mercato e deve, pertanto, ritenersi un'infrazione grave anche perché posta in essere da un'impresa particolarmente radicata nel territorio e rappresentativa nel mercato di riferimento.

147. Fermo restando le valutazioni circa la gravità dell'infrazione, al fine di determinare la percentuale applicabile al valore delle vendite si ritiene di dover tenere conto, altresì, della breve durata della condotta e del fatto che la stessa non ha prodotto effetti pregiudizievoli sul mercato in ragione della tempestiva implementazione della misura cautelare da parte di SIE. Come detto in precedenza, il periodo dell'infrazione è individuato quanto meno tra il 20 settembre 2016 e il 4 aprile 2017, per un periodo pari a 6 mesi e 15 giorni.

148. Per tali motivi, l'importo base della sanzione – calcolato moltiplicando il valore delle vendite, così come individuato sopra, per la durata di 6 mesi e 15 giorni e per la percentuale del valore delle vendite in funzione della gravità dell'infrazione, pari al [*1-5%*], ammonta a Euro 1.083,34.

149. L'applicazione della sanzione così quantificata si accompagna alla formulazione della diffida che nel caso di specie, in ragione del carattere omissivo della condotta, non si limita a stabilire che SIE si astenga in futuro dal porre in essere comportamenti analoghi alla condotta abusiva accertata, ma ha anche un contenuto dispositivo che va a confermare quanto già disposto in sede cautelare circa l'obbligo di SIE di concedere in licenza a tutti gli operatori di rassegna stampa che ne facciano richiesta i diritti di utilizzo dei contenuti de L'Adige a condizioni FRAND, sia sotto il profilo economico che contrattuale.

³⁸ Cfr. doc. 123 del fascicolo istruttorio.

150. La diffida di cui sopra sostituisce i provvedimenti cautelari emessi con delibere del 7 febbraio 2017 e del 22 marzo 2017 il cui contenuto deve però intendersi integralmente confermato in questa sede in ragione dell'accertamento definitivo circa l'abusività della condotta nonché del fatto che nel corso dell'istruttoria non sono emersi elementi idonei a condurre ad una revisione delle valutazioni effettuate in sede cautelare circa il carattere FRAND delle condizioni ivi individuate.

Tutto ciò premesso e considerato, e richiamato tutto quanto rilevato in sede cautelare:

DELIBERA

a) che la condotta posta in essere da S.I.E. S.p.A. – Società Iniziative Editoriali, consistente nel rifiuto di concedere in licenza a un operatore di rassegne stampa i diritti di rassegna stampa del quotidiano L'Adige, quantomeno nel periodo tra il 20 settembre 2016 e il 4 aprile 2017, costituisce un abuso di posizione dominante contrario all'articolo 3 della legge n. 287/90, in grado di condizionare significativamente la concorrenza nel mercato dei servizi di rassegna stampa quotidiana nella Provincia Autonoma di Trento e di mettere a rischio la fornitura di un prodotto per il quale esiste già una domanda effettiva;

b) che S.I.E. S.p.A. – Società Iniziative Editoriali si astenga in futuro dal porre in essere comportamenti analoghi a quelli oggetto dell'infrazione accertata e che, pertanto, rilasci licenze volte a conferire il diritto di inserire nelle rassegne stampa i contenuti della testata L'Adige agli operatori che ne facciano richiesta a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie, tenuto conto di quanto disposto nei provvedimenti cautelari del 7 febbraio 2017 e del 22 marzo 2017;

c) che nei confronti di S.I.E. S.p.A. – Società Iniziative Editoriali è applicata, per l'infrazione di cui alla lettera a), una sanzione di 1.083,34 € (milleottantatre/34 euro).

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera c) deve essere pagata entro il termine di novanta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando i codici tributo indicati nell'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997. Il pagamento deve essere effettuato telematicamente con addebito sul proprio conto corrente bancario o postale, attraverso i servizi di *home-banking* e CBI messi a disposizione dalle banche o da Poste Italiane S.p.A., ovvero utilizzando i servizi telematici dell'Agenzia delle Entrate, disponibili sul sito *internet* www.agenziaentrate.gov.it.

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora

maturati nel medesimo periodo. Degli avvenuti pagamenti deve essere data immediata comunicazione all'Autorità, attraverso l'invio di copia del modello attestante il versamento effettuato.

Ai sensi dell'articolo 26 della medesima legge, le imprese che si trovano in condizioni economiche disagiate possono richiedere il pagamento rateale della sanzione.

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 135, comma 1, lettera b), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'articolo 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 8, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Roberto Chieppa

f.f. IL PRESIDENTE
Gabriella Muscolo

A507 - SERVIZIO RIFORNIMENTO CARBURANTE AVIO AEROPORTO DI BERGAMO

Provvedimento n. 26908

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 20 dicembre 2017;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTO l'articolo 101 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea (TFUE);

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO il D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTO il proprio provvedimento n. 26646 del 14 giugno 2017, con il quale è stata avviata un'istruttoria nei confronti di Sacbo – Società per l'Aeroporto civile di Bergamo Orio al Serio S.p.A. e Levorato Marcevaggi S.r.l., concernente due presunti abusi di posizione dominante in violazione dell'art. 102 TFUE, relativi alle modalità di gestione e di utilizzo dell'unico deposito di carburante presente nell'aeroporto di Bergamo, essenziale al fine di poter prestare servizi di messa a bordo, ed è stato contestualmente fissato il termine di conclusione del procedimento al 31 dicembre 2017;

VISTO il proprio provvedimento n. 26798 del 18 ottobre 2017, con il quale sono stati pubblicati gli impegni presentati dalle parti in data 11 ottobre 2017 ed è stato contestualmente deciso, in conformità alla “*Comunicazione sulle procedure di applicazione dell'art. 14 ter della legge 10 ottobre 1990, n. 287*”, che eventuali modifiche accessorie agli stessi avrebbero dovuto essere presentate entro il 18 dicembre 2017;

CONSIDERATO che l'attuale termine di chiusura del procedimento, fissato al 31 dicembre 2017, non appare sufficiente quindi a consentire un'adeguata valutazione dell'eventuale idoneità degli impegni proposti a risolvere i problemi concorrenziali evidenziati nel provvedimento di avvio dell'istruttoria;

RITENUTO, pertanto, necessario disporre una congrua proroga del termine di conclusione del procedimento, attualmente fissato al 31 dicembre 2017;

DELIBERA

di prorogare al 30 marzo 2018 il termine di conclusione del procedimento.

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

f.f. IL PRESIDENTE

Gabriella Muscolo

I799 - TIM-FASTWEB-REALIZZAZIONE RETE IN FIBRA*Provvedimento n. 26911*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 20 dicembre 2017;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTO l'articolo 101 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea (TFUE);

VISTO il Regolamento n. 1/2003 del Consiglio del 16 dicembre 2002, concernente l'applicazione delle regole di concorrenza di cui agli articoli 81 e 82 del Trattato CE (ora 101 e 102 TFUE);

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO il Decreto del Presidente della Repubblica 30 aprile 1998, n. 217;

VISTA la propria delibera del 1° febbraio 2017 n. 26399, con la quale è stata avviata un'istruttoria nei confronti delle società Telecom Italia S.p.A. e Fastweb S.p.A. per accertare l'esistenza di violazioni dell'articolo 101 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea (TFUE);

VISTE le proprie delibere n. 26654 e 26655 del 28 giugno 2017, con le quali è stata disposta la pubblicazione, a far data dal 4 luglio 2017, degli impegni proposti rispettivamente da Fastweb S.p.A. e da Telecom Italia S.p.A. sul sito Internet dell'Autorità, al fine di consentire ai terzi interessati di esprimere le loro osservazioni;

VISTE le osservazioni di Enel S.p.A., Tiscali Italia S.p.A., Wind Tre S.p.A., Vodafone Italia S.p.A., OpEn Fiber S.p.A., Sky Italia S.r.l., Iliad Italia S.p.A., AIIP – Associazione Italiana Internet Provider e KPNQwest Italia S.p.A. pervenute nell'ambito del *market test* svolto in ordine alla proposta di impegni di Fastweb S.p.A. e di Telecom Italia S.p.A.;

VISTA la propria delibera n. 26732 del 9 agosto 2017, con la quale è stato disposto il differimento del termine per la chiusura del procedimento di valutazione della proposta di impegni al 31 ottobre 2017;

VISTE le repliche alle osservazioni sugli impegni e le modifiche accessorie alla proposta di impegni sottoposta a *market test* formulate da Fastweb S.p.A. e da Telecom Italia S.p.A. nelle memorie del 26 settembre 2017;

VISTE le memorie inviate da OpEn Fiber S.p.A. in data 20 ottobre 2017 e 23 ottobre 2017, contenenti controdeduzioni in ordine alle repliche alle osservazioni sulla proposta di impegni presentata da Fastweb S.p.A. e da Telecom Italia S.p.A.;

VISTE le memorie depositate da Telecom Italia S.p.A. e Fastweb S.p.A. in data 30 ottobre 2017 con le quali le società hanno replicato alle osservazioni di OpEn Fiber S.p.A.;

VISTE le memorie depositate da Wind Tre S.p.A. e, congiuntamente, da Associazione Italiana Internet Provider, KPNQwest Italia S.p.A. e MC-link S.p.A., rispettivamente in data 27 ottobre 2017 e 30 ottobre 2017, contenenti ulteriori osservazioni in merito alla proposta di impegni formulata dalle Parti;

VISTE le ulteriori osservazioni inviate da Wind Tre S.p.A., OpEn Fiber S.p.A., Enel S.p.A. in data 16 novembre 2017, nonché da Iliad Italia S.p.A., Sky Italia S.r.l., Vodafone Italia S.p.A. e,

congiuntamente da Associazione Italiana Internet Provider e KPNQwest Italia S.p.A. in data 17 novembre 2017 in ordine alle modifiche accessorie apportate alla proposta di impegni;

VISTE le repliche di Telecom Italia S.p.A. e di Fastweb S.p.A. pervenute rispettivamente in data 27 novembre 2017 e 28 novembre 2017;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO che le ulteriori informazioni inviate dalle Parti potrebbero implicare un potenziale impatto sulle valutazioni in corso nel presente procedimento;

RITENUTO che, anche in considerazione delle ulteriori informazioni ricevute dalle Parti, si rende necessario disporre la proroga del termine di conclusione del procedimento;

DELIBERA

a) di prorogare la chiusura del procedimento I799 al 31 luglio 2018;

b) di proseguire la valutazione della proposta di impegni presentata dalle Parti fino al 28 febbraio 2018.

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chiappa

f.f. IL PRESIDENTE

Gabriella Muscolo

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

C12131 - ANONIMA PETROLI ITALIANA/TOTALERG

Provvedimento n. 26909

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 20 dicembre 2017;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO il D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTA la comunicazione della società Api – Anonima Petroli Italiana S.p.A., pervenuta il 10 novembre 2017;

VISTA la comunicazione integrativa di Api – Anonima Petroli Italiana S.p.A., pervenuta in data 5 dicembre 2017, avente ad oggetto talune modifiche sostanziali dei fatti oggetto della precedente comunicazione;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Api – Anonima Petroli Italiana S.p.A. (“Api”) è una delle principali aziende italiane attive nel settore della raffinazione, distribuzione e commercializzazione di prodotti petroliferi per autotrazione, che opera sotto i marchi IP e IP Matic. Api è controllata congiuntamente da Api Holding S.p.A. (51,31%) e FIN.BRA. S.A. (48,51%); FIN.BRA. S.A. è a sua volta interamente controllata da Api Holding S.p.A.¹. Nel 2016, il gruppo Api ha realizzato un fatturato globale pari a 2,345 miliardi di euro, di cui [1-2]² miliardi di euro realizzati in Italia.

2. TotalErg S.p.A. (“TotalErg”) è una società attiva nel settore della raffinazione, distribuzione e commercializzazione di prodotti petroliferi per autotrazione, che opera sotto i marchi TotalErg e TE 24/24. TotalErg è attualmente controllata congiuntamente da Erg S.p.A. (51%) e Total Marketing Services S.A.³. Nel 2016 il fatturato consolidato di TotalErg è stato pari a [3-4] miliardi di euro⁴, di cui [3-4] miliardi realizzati in Italia.

¹ Api Holding S.p.a. è controllata dalla famiglia Brachetti Peretti.

² Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

³ Cfr. decisione della Commissione del 21 maggio 2010 di approvazione dell'operazione di costituzione della JV, caso M.5781, Total Holdings Europe S.a.s./Erg S.p.a.

⁴ Il fatturato indicato non tiene conto dei proventi derivanti dal business inerente la miscelazione e vendita di lubrificanti e fluidi speciali, che non rientra nel perimetro della cessione ad Api (sul punto, si rinvia al par. II).

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione consiste nell'acquisizione, da parte di Api, del controllo esclusivo di TotalErg, per mezzo dell'acquisto del 100% delle sue azioni. Il contratto di acquisto, sottoscritto lo scorso 3 novembre, prevede che l'operazione sia subordinata, da un lato, all'ottenimento dell'autorizzazione da parte dell'Autorità e, dall'altro, allo scorporo da TotalErg del *business* inerente la miscelazione e vendita di lubrificanti e fluidi speciali⁵.

4. In base a quanto dichiarato dalla parte notificante, l'operazione prevede un patto di non concorrenza in virtù del quale i venditori si impegnano, per un periodo di due anni dalla data del *closing*, ad astenersi dallo svolgere in Italia attività in concorrenza con quelle di TotalErg.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

5. L'operazione comunicata comporta l'acquisizione del controllo esclusivo di un'impresa, e dunque costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/90. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90 non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento n. 139/2004, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 492 milioni di euro e in quanto il fatturato totale realizzato individualmente a livello nazionale da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 30 milioni di euro.

6. Il patto di non concorrenza descritto in precedenza può essere qualificato come accessorio alla concentrazione comunicata nella misura in cui contiene restrizioni direttamente connesse alla realizzazione dell'operazione e ad essa necessarie. In particolare, nel caso di specie gli impegni assunti dal venditore vanno a beneficio dell'acquirente e rispondono all'esigenza di garantire a quest'ultima il trasferimento dell'effettivo valore dell'azienda⁶.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

7. L'operazione interessa il settore petrolifero a valle (cd. *downstream*), ovvero le attività di raffinazione, logistica e commercializzazione di carburanti e altri derivati del petrolio⁷. Nel caso di specie, l'analisi avrà ad oggetto i soli mercati della logistica, della distribuzione di carburanti per autotrazione su rete stradale ordinaria e su rete autostradale, e della produzione e commercializzazione di bitumi stradali modificati. Non sono invece interessati dalla concentrazione i mercati della raffinazione del petrolio grezzo, della distribuzione di prodotti

⁵ L'operazione di acquisto, da parte di Total Marketing Services S.A., del 51% di Total Italia S.r.l. (cui è stato conferito il ramo di azienda "Lubrificanti e fluidi speciali" di TotalErg S.p.a., che non rientra nel perimetro della citata cessione ad Api) è stata comunicata all'Autorità in data 17 novembre 2017. Nella propria riunione del 13 dicembre 2017, l'Autorità ha ritenuto che tale operazione non comporta la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nei mercati rilevanti, e ha pertanto deliberato di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990 (C12135).

⁶ Cfr. Comunicazione della Commissione europea sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni, 2005/C 56/03, pubblicata in G.U.U.E. del 5/3/2005, C 56/24.

⁷ Le parti non sono infatti attive nelle attività a monte di prospezione, sviluppo e estrazione di petrolio (cd. settore *upstream*).

petroliferi extra-rete all'ingrosso e al dettaglio, nonché della produzione e commercializzazione di bitumi stradali tradizionali in quanto, laddove le parti sono entrambe presenti, la loro quota di mercato congiunta è inferiore al 15%⁸.

I mercati rilevanti

I) La logistica petrolifera

8. Nel settore petrolifero, i servizi di logistica includono l'insieme delle infrastrutture necessarie allo stoccaggio e al successivo trasferimento alla fase di commercializzazione dei prodotti petroliferi finiti. Le infrastrutture utilizzate per lo stoccaggio di prodotti petroliferi finiti, la cui disponibilità risulta essenziale per giungere a rifornire i mercati di sbocco, sono costituite da un insieme di attrezzature e impianti quali i serbatoi, oleodotti, pompe di aspirazione e apparecchi di misurazione. In questa accezione, il deposito petrolifero è dunque solo una parte dell'insieme della dotazione logistica necessaria al rifornimento di carburanti e combustibili in determinate aree territoriali (quali ad esempio i sistemi di oleodotti)⁹.

9. Nella propria indagine conoscitiva sul settore della distribuzione di carburanti, l'Autorità ha considerato come dimensione geografica dei mercati quella delle macro-zone Nord Est, Nord Ovest, Centro e Sud¹⁰. Nel caso di specie, il mercato rilevante è quello della logistica petrolifera nella macro-zona Centro.

II) La distribuzione di carburanti per autotrazione su rete stradale ordinaria

10. Il mercato della distribuzione di carburanti per autotrazione su rete stradale è caratterizzato, dal lato dell'offerta, dalla presenza di un elevato numero di imprese di distribuzione convenzionate o direttamente controllate dalle principali società petrolifere attive sul territorio nazionale. Dal lato della domanda, il mercato risulta contraddistinto dalla presenza di un numero molto elevato di consumatori che effettuano frequenti acquisti di prodotto per quantità ridotte e che non trovano vantaggioso rifornirsi presso impianti di distribuzione situati lontano dal luogo in cui risiedono o svolgono la propria attività lavorativa.

11. Per quanto riguarda la dimensione geografica del mercato della distribuzione di carburanti per autotrazione su rete stradale, l'Autorità nei suoi precedenti ha definito i mercati geografici come locali, in prima approssimazione coincidenti con il territorio delle province in cui sono situati gli impianti oggetto di acquisizione¹¹.

12. Nel proprio formulario, la parte notificante ha sostenuto che la dimensione geografica del mercato sia nazionale o, al più, coincidente con i territori delle 96 province in cui le attività delle parti si sovrappongono¹². Tuttavia, in considerazione della più recente prassi seguita dall'Autorità

⁸ Con riferimento al settore dei bitumi, la parte notificante ha dichiarato che TotalErg non produce bitumi tradizionali ma li acquista da terzi per la commercializzazione o per la successiva trasformazione in bitumi modificati.

⁹ Cfr. provvedimento del 21 luglio 1998, n. 6230, caso I345, Colisa-Continente Italiana/Sigemi.

¹⁰ Cfr. Indagine conoscitiva IC44, par. 283 ss.

¹¹ Cfr., tra i tanti, provvedimento dell'Autorità del 21 giugno 2016, n. 26082, caso C12053; Retitalia/Ramo di azienda di Esso Italiana, e, più in passato, provvedimento dell'Autorità del 25 giugno 2009, n. 20015, caso C10041, Erg Petroli/Restiani, par. 8.

¹² Non vi è overlap tra le attività delle parti nelle seguenti 16 province: Monza-Brianza, Fermo, Barletta-Andria-Trani, Agrigento, Caltanissetta, Catania, Ragusa, Siracusa, Trapani, Enna, Palermo, Messina, Ogliastro, Olbia, Carbonia-Iglesias, Medio Campidano.

su altri mercati rilevanti¹³, che ha ipotizzato che il mercato possa essere definito in funzione della disponibilità a muoversi dei consumatori per raggiungere il punto vendita, e al fine di consentire una completa valutazione dell'operazione, dopo un primo *screening* sulle quote di mercato a livello provinciale¹⁴ la parte notificante ha svolto anche alcune ulteriori verifiche individuando delle "catchment area" (o "isocentriche"). Le isocentriche sono state definite a partire da ciascuno dei 717 punti vendita dell'acquirente situati negli ambiti provinciali nei quali la sovrapposizione tra le parti portava a quote superiori al 30% in termini di erogato¹⁵. Pur trattandosi di una metodologia che l'Autorità considera effettivamente suscettibile di essere utilizzata per la valutazione degli effetti di operazione di concentrazione anche nel settore della distribuzione dei prodotti petroliferi, nel caso di specie si osserva che la valutazione dell'operazione non muta qualunque sia il criterio utilizzato per circoscrivere l'ambito geografico locale rilevante.

III) La distribuzione di carburanti per autotrazione su rete autostradale

13. Il mercato della distribuzione di carburanti per autotrazione su rete autostradale si distingue dal mercato della distribuzione su rete stradale in ragione del minore tempo di percorrenza, assicurato in condizioni normali dal tragitto autostradale, rispetto a quello su strada ordinaria. Infatti, in considerazione dell'utilità di poter raggiungere più velocemente il luogo di destinazione, interrompere il percorso autostradale solo per effettuare un rifornimento di carburante non è una soluzione economica conveniente. Inoltre, a differenza della disciplina che regola la distribuzione di carburanti sulle reti stradali, ove vige solo un regime autorizzatorio, per l'esercizio dell'attività di distribuzione di carburanti presso un impianto di distribuzione su rete autostradale è necessario anche l'affidamento di una *sub*-concessione da parte delle società che gestiscono, in concessione, i tratti autostradali interessati.

14. Con riferimento alla dimensione geografica del mercato, si osserva che gli impianti di distribuzione di carburanti su rete autostradale limitrofi, e situati nella stessa direzione di marcia, sono sostituibili dal lato della domanda. L'estensione geografica del mercato interessato dall'operazione in esame può essere definita in relazione all'esigenza di ogni conducente di rifornirsi di carburante quando il serbatoio del proprio veicolo è prossimo al livello di riserva. Essa è dunque calcolata in base ai percorsi lungo le tratte autostradali di raggio pari circa a 100 km rispetto all'impianto di distribuzione di carburanti in esame. Il mercato geografico relativo al singolo impianto di distribuzione autostradale deve pertanto, di volta in volta, essere individuato in relazione alla sua ubicazione e allo specifico segmento di tratta autostradale su cui è situato¹⁶.

¹³ Cfr., ad esempio, provvedimento del 22 novembre 2017, n. 26863, caso C12129, Unieuro/ramo di azienda gruppo Cerioni, in Boll. n. 47/2017.

¹⁴ La Parte notificante ha svolto un ulteriore approfondimento nelle 12 province in cui la sovrapposizione tra le parti portava a quote superiori al 30% in termini di volume di carburante erogato.

¹⁵ In particolare, le catchment area delineate presentano un raggio di circa 20 km di distanza dal punto vendita collocato al centro dell'area. L'ampiezza di tale ambito è stata definita dalla parte notificante in funzione della percorrenza chilometrica media giornaliera dei consumatori a livello nazionale che, secondo alcune stime disponibili, è in prima battuta individuabile in circa 40 km. La scelta di delineare le isocentriche partendo dai punti vendita dell'acquirente è legata al fatto che l'esatta localizzazione degli stessi era già nella disponibilità della parte notificante; peraltro, poiché i punti vendita di Api sono più numerosi di quelli di TotalErg, tale metodologia ha consentito di prendere in considerazione tutte le possibili sovrapposizioni tra i punti vendita delle parti.

¹⁶ Cfr. provvedimento dell'Autorità del 30 ottobre 2008, n. 19083, caso C9713, Shell Italia/Ramo d'azienda di Autostrade per l'Italia.

15. Definendo percorsi nello stesso senso di marcia lungo le tratte autostradali di raggio pari a circa 100 km, le attività delle parti si sovrappongono nelle seguenti 33 aree, partendo dalle stazioni autostradali di TotalErg: Prenestina Ovest, Teano Est, Giove Est, Chienti Est, Aglio Est, Villarboit Sud, Lambro Sud, Limonella Est, Monte Alto Ovest, Sebino Nord, Lambro Nord, Novara Nord, Bettole Est, Magra Ovest, Santerno Ovest, Chienti Est, San Benedetto Est, Scarmagno Est, Migliarino Sud, Cologno Monzese Est, Stura Est, Bormida Ovest, Marengo Nord, Verbanò Est, Verbanò Ovest, Cremona Nord, Nure Sud, Rozzano Est, Cinisello Nord, Bauducchi Ovest, Civita Sud, Selva Candida Esterna, e Selva Candida Interna.

IV) La produzione e commercializzazione di bitumi stradali modificati

16. Il bitume è un prodotto costituito da miscele di idrocarburi e composti organici complessi ad alto peso molecolare e viene ottenuto nell'ambito del processo di raffinazione del petrolio greggio partendo dai cosiddetti residui pesanti del processo di distillazione primaria. Il bitume non è un prodotto perfettamente omogeneo: le differenze scaturiscono sia dal greggio utilizzato come materia prima che da caratteristiche intrinseche dell'impianto di produzione di bitume all'interno della raffineria. Dai diversi tipi di bitume ottenuto (c.d. bitume tradizionale), attraverso opportuni processi di trasformazione, si ottengono poi una serie di prodotti quali i conglomerati bituminosi, le emulsioni bituminose, i bitumi modificati e le membrane e guaine bituminose.

17. Dal punto di vista della domanda, i due principali usi del bitume sono quelli legati all'attività di pavimentazione stradale e all'attività di impermeabilizzazione nell'edilizia civile e industriale; per questi due utilizzi, non esistono prodotti alternativi disponibili sul mercato rispetto al bitume. In particolare, relativamente al mercato dei prodotti bituminosi destinati alla pavimentazione stradale, accanto al bitume tradizionale, sono disponibili sul mercato altri tipi di bitume: (i) i conglomerati bituminosi, ottenuti mescolando al bitume tradizionale materiali inerti; (ii) le emulsioni bituminose, prodotte con aggiunta di acqua; (iii) i bitumi modificati, prodotti di qualità superiore, ulteriormente trattati con alcuni polimeri elastomerici. Nel caso dei bitumi modificati, si rilevano elementi di differenziazione del prodotto rispetto al bitume tradizionale, essenzialmente riconducibili a caratteristiche intrinseche al prodotto, quali la capacità di drenaggio e/o di fonoassorbimento.

18. La dimensione geografica del mercato dei prodotti bituminosi per la pavimentazione stradale può essere fatta coincidere con un'estensione di tipo interregionale a causa della necessità che ha il prodotto di essere lavorato a caldo e delle relative modalità di trasporto. Infatti, il bitume, sia nella forma di materia prima utilizzata nell'attività di trasformazione, sia nella forma di prodotti bituminosi derivati, viene trasportato allo stato liquido a temperature elevate tramite autobotti munite di impianti di riscaldamento auto coibenti. Il costo di trasporto, in ragione di queste particolari modalità, ha una elevata incidenza sul prezzo finale del prodotto. Tuttavia, per i bitumi modificati e le emulsioni bituminose, caratterizzati da un più elevato valore aggiunto, si rileva una minore incidenza dei costi di trasporto sul prezzo finale del prodotto e di conseguenza è possibile far coincidere la dimensione geografica rilevante con un'area territoriale che può arrivare a comprendere l'intero territorio nazionale¹⁷.

¹⁷ Cfr. provvedimento del 12 maggio 2004, n. 13187, C6461 – Total Italia/Ramo di azienda Giachino bitumi.

Gli effetti dell'operazione

I) La logistica petrolifera

19. Nella macro-zona Centro, Api dispone del 30% di un deposito a Pescara (Abruzzo Costiero S.r.l.) e del 100% di Api Raffineria di Ancona S.p.A.; TotalErg dispone del 100% di Raffineria di Roma S.p.A. (una vecchia raffineria convertita a deposito, sita in Roma) e del 25% di un ulteriore deposito sito a Roma (DE.CO. Deposito Comune S.c.a.r.l.). Secondo la stima fornita dalle parti, elaborata anche a partire dall'elenco dei depositi costieri censiti dall'associazione AssoCostieri nel 2014, la quota di mercato dell'entità *post-merger* in termini di capacità di stoccaggio nella macro-zona Centro è pari al [25-30%].

20. Considerando la posizione di mercato delle parti e la circostanza che nel mercato rilevante sono presenti numerosi concorrenti, tra cui alcune delle principali compagnie petrolifere attive a livello nazionale e operatori non verticalmente integrati nella filiera petrolifera, l'operazione di concentrazione in esame non appare idonea a incidere negativamente sulle condizioni concorrenziali del mercato rilevante.

II) La distribuzione di carburanti per autotrazione su rete stradale ordinaria

21. L'operazione in esame, che determina la sovrapposizione tra le attività delle parti in ben 96 province italiane su un totale di 110. A valle dell'operazione, l'entità *post merger* deterrà a livello nazionale una quota aggregata pari a circa il [omissis] sul totale dei volumi venduti.

22. Per quanto riguarda l'impatto dell'operazione a livello locale, si osserva che solo in 12 province l'entità *post-merger* verrà a detenere una quota superiore al 30% in termini di volume di carburante erogato, come meglio illustrato nella seguente tabella.

Tabella 1: quote di mercato delle parti superiori al 30% (anno 2016)¹⁸

	Quote di mercato (in volume di carburante erogato)		
	Api	TotalErg	Api + TotalErg
Perugia	[25-30%] ¹⁹	[15-20%]	[40-45%]
Macerata	[25-30%] ²⁰	[10-15%]	[35-40%]
Imperia	[5-10%]	[30-35%]	[35-40%] ²¹
Pesaro Urbino	[25-30%]	[5-10%]	[35-40%]
L'Aquila	[15-20%]	[15-20%]	[30-35%]
Varese	[5-10%]	[25-30%]	[30-35%]
Roma	[10-15%]	[15-20%]	[30-35%]
La Spezia	[5-10%]	[25-30%]	[30-35%]
Bari	[15-20%]	[15-20%]	[30-35%]
Teramo	[20-25%]	[10-15%]	[30-35%]
Pisa	[10-15%]	[15-20%]	[30-35%]
Gorizia	[10-15%]	[15-20%]	[30-35%]

23. Anche nelle dodici province nelle quali la quota di mercato dell'entità *post-merger* supera il 30%, tale quota si attesta sempre sotto il 40%, ad eccezione della sola provincia di Perugia in cui è pari al [40-45%]. In ciascuna delle province richiamate, sono presenti sempre operatori di primo piano, quali Eni²², Q8²³, Tamoil²⁴ ed Esso²⁵, il cui *business* italiano è stato recentemente ceduto al retista indipendente Intervias²⁶, e dunque i relativi punti vendita non fanno più riferimento ad una compagnia petrolifera verticalmente integrata. In ognuna di tali province sono inoltre presenti

¹⁸ Fonte: dati relativi a Api e TotalErg forniti dalla parte notificante; dati sul complesso del mercato estratti dalla parte notificante sulla base dei dati resi disponibili dall'Osservatorio Prezzi del Ministero dello Sviluppo Economico. I dati non comprendono le vendite di GPL, in quanto il MISE non fornisce tale evidenza per il complesso del mercato.

¹⁹ La quota di Api non tiene conto del punto vendita di [omissis], in quanto Api ha già deciso che non rinnoverà il relativo contratto di convenzionamento in scadenza il 31 dicembre 2017.

²⁰ La quota di Api non tiene conto del punto vendita di [omissis], in quanto Api ha già deciso che non rinnoverà il relativo contratto di convenzionamento in scadenza il 31 dicembre 2017.

²¹ La quota di Api riportata in tabella è sovrastimata nella misura in cui include tutti gli attuali punti vendita di Api e di TotalErg, nonostante Api abbia già deciso di recedere unilateralmente da un contratto di convenzionamento relativo ad uno dei quattro punti vendita siti nella zona di [omissis]. Di tali quattro punti vendita, uno è convenzionato con Api e gli altri tre con TotalErg. Il recesso, secondo quanto dichiarato dalla parte notificante nella propria integrazione alla comunicazione dell'operazione pervenuta il 5 dicembre 2017, avrà efficacia entro e non oltre il 31 luglio 2018.

²² Nelle dodici province sopra elencate Eni ha quote in volume comprese tra il 13 e il 33%, e comunque in nove di esse supera il 20%.

²³ Q8 ha quote che vanno dal 5 al 19%, e in otto province supera il 10%.

²⁴ Tamoil ha quote che vanno dal 3 all'11%.

²⁵ Esso ha quote che vanno dal 5 al 16%.

²⁶ Decisione della Commissione europea del 28 luglio 2017, caso M.8563, Intervias/Esso Italiana Business.

operatori indipendenti (pompe bianche), con quote che oscillano tra il 9% e il 33%²⁷; anche la loro presenza introduce un forte elemento di concorrenzialità rispetto al mantenimento dei prezzi ad un livello contenuto.

24. In aggiunta, si consideri anche che una parte considerevole dei volumi di vendita delle parti nelle province considerate è realizzata tramite distributori cd. “Platts’ +” che, nonostante siano legati alle società petrolifere da vincoli di fornitura in esclusiva eventualmente accompagnati da una licenza di marchio, determinano in maniera autonoma le proprie politiche di prezzo al dettaglio²⁸.

25. Con specifico riferimento alla provincia di Perugia, in cui le parti hanno una quota pari al [40-45%], si consideri che sono presenti numerose pompe bianche, con una quota di mercato complessiva pari al 21,4%, e che talune di esse sono riconducibili ad un operatore importante in quell’ambito locale (ICM); inoltre, la quota di Esso, la cui presenza è altresì suscettibile di generare dinamismo nel mercato, è particolarmente significativa (pari a circa l’11%). Infine, rispetto a tutti i distributori di Api convenzionati presenti nella provincia, circa il [omissis] appartiene alla categoria Platts’ +, che come sopra evidenziato possiedono un apprezzabile grado di autonomia nella definizione delle proprie politiche di prezzo.

26. Quale ulteriore elemento di valutazione, si consideri anche che la struttura della rete delle parti, in particolare di Api, è composta da impianti di erogazione tendenzialmente piccoli, il cui erogato unitario è minore di quello medio degli impianti delle reti concorrenti²⁹. Sul punto è destinata ad incidere la legge sulla concorrenza 2017, la quale prevede modalità cogenti per la chiusura degli impianti incompatibili e l’abbattimento dei costi di uscita dal mercato tramite l’istituzione di un’anagrafe degli impianti e l’individuazione di modalità semplificate per la bonifica dei siti³⁰. Atteso che tra gli impianti incompatibili la maggior parte è rappresentata da impianti di piccole dimensioni, la presenza di Api-TotalErg potrà con ogni probabilità ridimensionarsi ulteriormente in conseguenza di queste misure.

27. In considerazione di tali elementi, l’operazione non appare suscettibile di eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza nei mercati provinciali sopra identificati.

28. Tale conclusione non muta anche prendendo in considerazione l’ulteriore analisi svolta dalla parte notificante nel proprio Formulario nel quale, in relazione alle 12 province sopra analizzate, la posizione dell’entità *post-merger* è stata esaminata per ciascuna delle 717 *catchment area* individuate a partire dai punti vendita dell’acquirente. Infatti, in tali *catchment area* la stima della

²⁷ La parte notificante ha anche fornito il dato relativo alle pompe bianche riformite da entrambe le parti a livello provinciale; tali quote di fornitura sono relativamente contenute e oscillano tra il [omissis]. Più in generale, non sussistono comunque alcuni vincoli territoriali o contrattuali che impediscono alle pompe bianche di rifornirsi presso soggetti diversi.

²⁸ Si tratta di retisti convenzionati con la società petrolifera la cui convenzione prevede l’uso del marchio e la fornitura in esclusiva del prodotto, ma per i quali il prezzo di cessione del prodotto è però determinato non con il meccanismo tradizionale dello sconto sul prezzo consigliato (cd. *retail minus*) bensì con una modalità più simile a quella di una consueta fornitura all’ingrosso, vale a dire con un premio rispetto alla quotazione di riferimento. A livello nazionale, tale modalità riguarda ormai ben [omissis] punti vendita della rete Api e [omissis] della rete TotalErg.

²⁹ Cfr. Indagine conoscitiva IC44, par. 34.

³⁰ Cfr. art. 1, commi 100 e ss., della legge n. 124/2017, i quali considerano incompatibili con la sicurezza stradale gli “impianti ricadenti in corrispondenza di biforcazioni di strade di uso pubblico (incroci ad Y) e ubicati sulla cuspide degli stessi, con accessi su più strade pubbliche; b) impianti ricadenti all’interno di curve aventi raggio minore o uguale a metri cento, salvo si tratti di unico impianto in comuni montani; c) impianti privi di sede propria per i quali il rifornimento, tanto all’utenza quanto all’impianto stesso, avviene sulla carreggiata”.

quota dell'entità *post-merger*, in termini di volumi erogati³¹, non supera il 40 per cento³². Inoltre, appare di particolare rilievo la circostanza secondo la quale in tutte le isocentriche considerate sono presenti almeno due ulteriori società petrolifere con *brand* noti diffusi tra i consumatori e operatori indipendenti, impianti che esercitano la più forte pressione competitiva a livello di prezzo.

29. In conclusione, anche adottando il diverso approccio di definizione geografica del mercato sopra illustrato, il quale peraltro va in una direzione che l'Autorità anticipa di voler esplorare in futuro al fine di una sua effettiva applicazione ai mercati in questione, l'operazione di concentrazione in esame non appare idonea a incidere negativamente sulle condizioni concorrenziali in tali mercati.

III) La distribuzione di carburanti per autotrazione su rete autostradale

30. Con riferimento ai 33 mercati locali della distribuzione di carburanti per autotrazione su rete autostradale nei quali si realizza una sovrapposizione delle attività delle parti, in 21 di essi (quelli definiti a partire dalle stazioni TotalErg di Prenestina Ovest, Chienti Est, Villarboit Sud, Lambro Sud, Monte Alto Ovest, Sebino Nord, Lambro Nord, Novara Nord, Bettole Est, Santerno Ovest, Migliarino Sud, Cologno Monzese Est, Stura Est, Bormida Ovest, Marengo Nord, Verbano Ovest, Rozzano Est, Cinisello Nord, Bauducchi Ovest, Selva Candida Esterna e Selva Candida Interna) è sempre presente sia un impianto di Eni sia di almeno un'ulteriore compagnia petrolifera verticalmente integrata (a seconda dei casi, Q8 o Tamoil), nonché almeno un operatore non verticalmente integrato (a seconda dei casi, Sarni Oil oppure Esso, recentemente ceduta al retista Intervias).

31. Quanto ai restanti 12 mercati rilevanti interessati dall'operazione, in un primo gruppo (Verbano Est, Aglio Est, Cremona Nord e Scarmagno Est) saranno comunque presenti almeno tre concorrenti qualificati oltre all'entità *post-merger*: in particolare, nell'isocentrica definita a partire dall'impianto TotalErg di Verbano Est, pur non essendo presente Eni, sono presenti Q8, Tamoil e Sarni Oil; nelle isocentriche definite a partire dalle stazioni di Aglio Est, Cremona Nord e Scarmagno Est, non sono presenti operatori non verticalmente integrati ma comunque tre ulteriori concorrenti (Q8, Eni e Tamoil).

³¹ In merito al calcolo della quota di mercato dell'entità *post-merger* nelle singole isocentriche, rileva considerare che la parte ha calcolato le quote di presenza di Api, TotalErg e dell'entità *post-merger* sulla base del numero di impianti di distribuzione presenti, non essendo disponibile il dato in termini di volume di carburante erogato, scomputando da tale numero gli impianti riforniti in modalità Platts' +, in quanto le parti non sono in grado, secondo Api, di determinarne la politica commerciale sul mercato al dettaglio. Per stimare la quota dell'entità *post-merger* in termini di volume di carburante erogato nelle diverse isocentriche, al dato fornito dalla parte è stato quindi applicato un coefficiente di correzione che, per ciascuna isocentrica, tiene conto del divario tra quota in termini di presenza e quota in termini di volumi erogati registrato nell'ambito della provincia a cui appartiene l'impianto posto al centro dell' isocentrica stessa.

³² Anche i dati forniti per le isocentriche sono stati elaborati tenendo conto della nuova configurazione della rete *post-merger* rappresentata da Api nella propria comunicazione del 5 dicembre 2017, nella quale non sono ricompresi i contratti di convenzionamento relativi ai punti vendita di *[omissis]*, che andranno in scadenza il 31 dicembre 2017, nonché il contratto di convenzionamento di uno dei quattro punti vendita che insistono nelle isocentriche di *[omissis]*. Di tali quattro punti vendita, uno è convenzionato con Api e gli altri tre con TotalErg. Secondo quanto indicato da Api, detto recesso sarà comunicato al distributore convenzionato selezionato successivamente al closing dell'operazione ed in ogni caso entro il 31 gennaio 2018, ed avrà efficacia entro e non oltre il 31 luglio del 2018. La parte ha indicato che tali quattro punti vendita insistono altresì nelle isocentriche di *[omissis]* e, pertanto, la dismissione di uno di essi comporterà effetti analoghi in termini di riduzione delle quote di presenza in quelle isocentriche.

32. In un secondo gruppo, composto dalle isocentriche definite attorno alle 6 stazioni TotalErg di Giove Est, Limonella Est, Magra Ovest, Chienti Est, San Benedetto Est e Nure Sud, saranno invece presenti solo due concorrenti oltre all'entità *post-merger*. Tuttavia, se da un lato in due casi (Magra Ovest e San Benedetto Est) uno dei concorrenti è Esso (oggi ceduta al retista Intervias), dall'altro va considerato che, nelle aree autostradali ricomprese in questi mercati, in forza dei contratti di concessione autostradale stipulati le parti sono tenute a praticare prezzi consigliati che non siano superiori al prezzo consigliato ai propri punti vendita su rete ordinaria che abbiano caratteristiche analoghe rispetto a quelli autostradali e si trovino nella provincia in cui ricade l'area di servizio autostradale³³. Tali meccanismi di *pricing* impediranno all'entità *post-merger* di far valere il rafforzamento della sua presenza per incrementare i prezzi offerti, in termini di effetti unilaterali, e rendono altrettanto implausibile il rischio di effetti coordinati³⁴.

33. Analoghe considerazioni valgono per l'isocentrica definita a partire dall'impianto TotalErg di Teano Est, in cui a valle dell'operazione sarà presente, oltre all'entità *post-merger*, soltanto Q8; anche in questo caso, infatti, i due impianti delle parti presenti nel mercato rilevante (la stazione di Casilina Est di Api e di Teano Est di TotalErg) sono vincolati al già citato meccanismo di *pricing* orientato ai prezzi consigliati sulla rete provinciale ordinaria, così rendendo implausibili effetti unilaterali o coordinati dell'operazione.

34. Vi è, infine, un mercato in cui, *post-merger*, risulteranno presenti esclusivamente le parti, ovvero quello identificato a partire dalla stazione di Civita Sud di TotalErg, in cui sono presenti solo altre due stazioni di servizio di Api (Montevellino Sud e Valle Aterno Est). La parte notificante ha tuttavia rappresentato che il contratto di convenzionamento riferito alla stazione di servizio Montevellino Sud è in scadenza il 31 dicembre 2017 e Api ha dichiarato che non parteciperà alla procedura competitiva che l'ente concessionario Strada dei Parchi indirà a breve per riaffidare la relativa convenzione. Inoltre, l'impianto di TotalErg Civita Sud presente nell'isometrica è vincolato al più volte citato meccanismo di *pricing* orientato ai prezzi consigliati sulla rete provinciale ordinaria.

³³ In particolare, si osserva che:

- nell'isocentrica definita a partire dall'impianto di TotalErg di Giove Est, in cui a valle dell'operazione saranno presenti solo Eni, Q8 e l'entità *post-merger*, tutti gli impianti di cui dispongono le parti (Fabro Est e Montepulciano Est per API, e Giove Est per TotalErg) sono vincolati al citato meccanismo di *pricing* orientato ai prezzi consigliati sulla rete provinciale ordinaria;
- lo stesso vincolo dei prezzi provinciali vale per l'unico impianto di Api (Po Ovest) sito nell'isocentrica definita a partire dall'impianto Limonella Est di TotalErg, area in cui sono presenti anche Eni e Q8;
- al vincolo del prezzo provinciale è soggetto anche uno dei due impianti di Api (Savalano Ovest) presente nell'isocentrica di Magra Ovest, nonché per quello di Magra Ovest di TotalErg presente nell'omonima isocentrica, in cui *post-merger* saranno presenti anche Eni ed Esso;
- analoghe condizioni valgono per entrambi gli impianti di Api e TotalErg presenti nell'isocentrica di Chienti Est (l'impianto di Metauro Est di Api e di Chienti Est di TotalErg), in cui saranno presenti anche i concorrenti Q8 e Eni;
- al vincolo del prezzo provinciale è soggetto anche l'impianto di TotalErg di San Benedetto Est sito nell'omonima isocentrica, in cui a valle della concentrazione saranno presenti anche Esso e Eni;
- è vincolato al prezzo provinciale anche l'unico impianto di Api presente nell'isocentrica di Nure Sud (Valtrompia Nord), in cui saranno presenti anche Tamoil e Eni .

³⁴ Più in generale, con riferimento ai vincoli di prezzo insistenti sugli impianti autostradali, si consideri anche che una parte del punteggio tecnico attribuito in sede di partecipazione alle gare per l'aggiudicazione delle concessioni autostradali (tra il 10% e il 25% a seconda della stazione appaltante) è attribuito in funzione di specifiche politiche volte al contenimento dei prezzi alla clientela finale, che ogni partecipante alla gara deve puntualmente descrivere nella propria offerta (ad esempio, accordi di prezzo massimo praticati al pubblico).

35. Per questi motivi, l'operazione di concentrazione in esame non appare idonea a incidere negativamente sulle condizioni concorrenziali nei mercati della distribuzione di carburanti per autotrazione su rete autostradale dalla stessa interessati.

IV) La produzione e commercializzazione di bitumi stradali modificati

36. A livello nazionale, nel 2016 Api ha detenuto una quota in volume pari al [15-20%] del mercato, mentre TotalErg pari al [15-20%]; l'entità *post-merger* verrà a detenere una quota pari al [30-35%]. Tale sovrapposizione non è suscettibile di generare preoccupazioni concorrenziali in quanto sono presenti numerosi e qualificati concorrenti (ad esempio, quali IES S.p.A., ENI S.p.A., Adriatica Bitumi S.p.A., PBM S.r.l., e Perretti Petroli S.p.A.).

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non comporta, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nei mercati rilevanti, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

RITENUTO, altresì, che il patto di non concorrenza in virtù del quale i venditori si impegnano, per un periodo di due anni dalla data del *closing*, ad astenersi dallo svolgere in Italia attività in concorrenza con quelle di TotalErg può essere qualificato come accessorio alla concentrazione comunicata, nella misura in cui contiene restrizioni direttamente connesse alla realizzazione dell'operazione e ad essa necessarie;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento sarà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

f.f. IL PRESIDENTE

Gabriella Muscolo

C12136 - ERG POWER GENERATION/FORVEI*Provvedimento n. 26910*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 20 dicembre 2017;

SENTITO il Relatore Gabriella Muscolo;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO il D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTA la comunicazione della società Erg Power Generation S.p.A., pervenuta il 22 novembre 2017;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Erg Power Generation S.p.A. ("Erg"), è la società del Gruppo Erg che si occupa della gestione e dello sviluppo di impianti di produzione di energia elettrica, in particolare di quelli alimentati da fonte rinnovabile. Il Gruppo Erg ha abbandonato negli ultimi anni la sua attività nel settore petrolifero, concentrandosi nel settore della produzione di energia elettrica a basso impatto ambientale. In particolare è attivo in Italia e all'estero nel settore eolico, termoelettrico e idroelettrico. Al momento il Gruppo non è, invece, attivo nella produzione di energia elettrica da fonte fotovoltaica in Italia. Il capitale sociale di Erg è interamente detenuto da Erg S.p.A.

Nel 2016 Erg ha realizzato un fatturato complessivo a livello mondiale pari a circa 1 miliardo di euro e un fatturato in Italia pari a [700-1.000]* milioni di euro.

2. Forvei S.r.l. ("Forvei") è una società attiva nel settore delle energie rinnovabili. Essa in particolare detiene l'intero capitale sociale di diverse società che posseggono e gestiscono 31 impianti fotovoltaici in varie Regioni italiane quali Piemonte, Emilia Romagna, Marche, Abruzzo, Campania, Calabria, Puglia, Sicilia, per una capacità complessiva di 89 MW. La società, il cui capitale sociale è attualmente detenuto interamente da Vei Green S.r.l., ha realizzato nel 2016 un fatturato in Italia di circa 39 milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. La comunicazione in esame riguarda l'acquisizione da parte di Erg dell'intero capitale sociale di Forvei. Ad esito della stessa, pertanto, Erg deterrà il controllo esclusivo di Forvei e delle sue controllate.

* Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

4. L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1 lettera *b*), della legge n. 287/90. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90 non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge in quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 492 milioni di euro e il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 30 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

5. L'operazione in esame interessa il settore della generazione di energia elettrica da fonte rinnovabile, in particolare da quella fotovoltaica.

I mercati rilevanti

Approvvigionamento all'ingrosso dell'energia elettrica nelle macro-zone Nord, Sud e Sicilia

6. Il mercato rilevante sotto il profilo merceologico è quello relativo alla produzione e vendita all'ingrosso di energia elettrica, da fonti tradizionali e da fonti rinnovabili¹.

7. Per quel che riguarda la dimensione geografica, il mercato della produzione e vendita all'ingrosso di energia elettrica è da considerarsi sovraregionale. In particolare, esso viene suddiviso in quattro macro zone: Nord, Sud, Sicilia e Sardegna². Considerata l'ubicazione degli impianti della società target, gli effetti dell'operazione riguardano le macro zone Nord, Sud e Sicilia.

Effetti dell'operazione

Effetti dell'operazione nel mercato dell'approvvigionamento all'ingrosso dell'energia elettrica nelle macro-zone Nord, Sud e Sicilia

8. Le Parti hanno fornito una stima delle quote di mercato da esse detenute, in termini di capacità installata (MW) ed energia venduta (TWh), nel triennio 2014-2016 nelle macro zone Nord, Sud e Sicilia. Le quote di mercato di Erg sono indicate nelle seguenti tabelle (Cfr. Tabella 1, Tabella 2).

¹ Cfr. C12101 - F21 ER 1/SETTE SOCIETÀ DI VERONAGEST Provvedimento n. 26684, del 19 luglio 2017; C12116 - ILLUMIA/RAMO DI AZIENDA ELECTRA ITALIA provv. n. 26809.

² Cfr. C12085 - ENERGRID HOLDINGS/TRADEINV GAS & ENERGY provv n. 26433 in Boll.10/2017.

Tab1. Quote Erg in termini di energia venduta (TWh).

Impianti	2014	2015	2016
Nord	[Inferiore all'1]%	[Inferiore all'1]%	[Inferiore all'1]%
Sud	[1-5]%	[1-5]%	[1-5]%
Sicilia	[25-30]%	[10-15]%	[15-20]%

Tb2. Quote Erg in termini di capacità installata (MW).

Impianti	2014	2015	2016
Nord	[Inferiore all'1]%	[Inferiore all'1]%	[Inferiore all'1]%
Sud	[1-5]%	[1-5]%	[1-5]%
Sicilia	[10-15]%	[5-10]%	[5-10]%

Le quote di mercato di Forvei in termini di capacità installata e di energia venduta presentano, invece, nel triennio 2014-2016 in tutti i mercati rilevanti valori inferiori all'1%, ad eccezione della quota di mercato in termini di TWh nella macro-zona Sud che nel 2016 è pari al [1-5%].

9. Dunque, risulta che le quote di Erg nei mercati del prodotto e geografici rilevanti sia in termini di energia venduta, sia in termini di capacità installata, subiranno un incremento non significativo a seguito dell'operazione. In particolare, in tutte le tre macro-zone l'incremento è prossimo allo zero in termini di capacità installata e non supera in ogni caso il [1-5%] in termini di volumi venduti. Peraltro, nel settore della generazione dell'energia elettrica, a livello nazionale, sono presenti numerosi operatori e concorrenti qualificati come Enel, Eni, Edison e A2A.

10. Alla luce delle considerazioni che precedono, la concentrazione in esame non appare idonea a determinare la costituzione di una posizione dominante nel mercato dell'approvvigionamento all'ingrosso dell'energia elettrica nelle macro-zone Nord, Sud e Sicilia.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non comporta, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nel mercato della produzione e vendita all'ingrosso di energia elettrica, da fonti tradizionali e rinnovabili, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento sarà pubblicato nel Bollettino dell’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

f.f. IL PRESIDENTE

Gabriella Muscolo

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

AS1461 - SCHEMA DI GARA PER LA FORNITURA DI SERVIZI DI COMUNICAZIONE INTEGRATI SU RETE FISSA E MOBILE PER LE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI DELLA REGIONE EMILIA-ROMAGNA

Roma, 16 ottobre 2017

Intercent-ER – Agenzia regionale per lo sviluppo dei mercati telematici

Con riferimento alla documentazione inviata da codesta Agenzia in relazione allo schema di gara per la fornitura di servizi di comunicazione integrati su rete fissa e mobile per le Pubbliche Amministrazioni della regione Emilia-Romagna, l'Autorità, nella riunione dell'11 ottobre 2017, ha inteso formulare le seguenti osservazioni ai sensi dell'articolo 22 della legge 10 ottobre 1990, n. 287.

Lo schema di gara in esame appare ricalcare l'architettura della precedente edizione della gara, già oggetto di alcune osservazioni critiche da parte dell'Autorità con riferimento: i) all'unicità del lotto; ii) alla richiesta di tariffazione integrata *on-net* e *off-net*; iii) alla durata della fornitura. In particolare, l'Autorità osservava come tali aspetti differissero *“sia dalla prassi in materia seguita dalle principali amministrazioni, locali e centrali (ad es. CONSIP), sia dalle indicazioni proconcorrenziali fornite nel tempo dall'Autorità nella propria attività consultiva in relazione alle gare nel settore in esame nonché dagli orientamenti del giudice amministrativo che sottolineano l'importanza, nel disegno delle procedure ad evidenza pubblica, di garantire la massima partecipazione anche attraverso una opportuna definizione di dimensione e numero dei lotti posti a gara”*¹.

In concreto, il disegno di gara in questione ha già evidenziato una scarsa idoneità a suscitare un apprezzabile confronto concorrenziale: in occasione della procedura svoltasi nel 2013, infatti, si è registrata la partecipazione di un unico soggetto, poi designato quale aggiudicatario.

In tale ottica, nel caso di specie, considerato che la gara non è stata ancora bandita, l'Autorità ritiene opportuno invitare codesta Agenzia a valutare una revisione dell'attuale schema di gara.

Lo sviluppo della convergenza nel settore delle telecomunicazioni, negli ultimi anni, ha compiuto significativi progressi. In tale periodo, l'industria è stata interessata, in molti Paesi europei, da un

¹ Cfr. Lettera a Intercent-ER, rif. n. S1915, prot. n. 56551 del 24 dicembre 2013.

rilevante processo di consolidamento e gli operatori hanno attivato offerte integrate comprensive di un insieme più ampio di servizi.

Tuttavia, si ritiene che le vigenti condizioni concorrenziali continuino a supportare l'inclusione dei servizi di telecomunicazioni di rete fissa e di rete mobile in mercati distinti. Ad esempio, si rileva che nei mercati dei servizi finali di rete fissa, in forza delle posizioni competitive storicamente delineatesi, persiste una distribuzione più asimmetrica del potere di mercato rispetto ai mercati dei servizi di rete mobile, dove ciascun operatore detiene un'infrastruttura di rete proprietaria.

Il dimensionamento efficiente del perimetro del lotto di gara, sia esso funzionale sia esso geografico, rappresenta un fattore cruciale che influisce sul grado di concorrenzialità attuale e potenziale che il disegno di gara è idoneo a esprimere. Secondo la recente giurisprudenza amministrativa, nella definizione dell'ampiezza del lotto di gara, la stazione appaltante deve osservare un principio di proporzionalità, allo scopo di evitare che l'aggregazione e centralizzazione degli approvvigionamenti favorisca una concentrazione eccessiva di potere di mercato dal lato dell'offerta, restringendo ingiustificatamente la concorrenza nel mercato² o nei diversi mercati interessati dalla gara. A giudizio dell'Autorità, tale principio deve guidare l'agire della stazione appaltante in misura più cogente nei settori dove la competizione è già naturalmente contenuta dalla dominante struttura oligopolistica, come avviene, seppure con gradazioni differenziate, nei mercati dei servizi di rete fissa e di rete mobile³.

L'integrazione in un'unica procedura di gara di servizi appartenenti a mercati diversi è stata oggetto di critica da parte dell'Autorità in varie occasioni, nell'ottica di favorire disegni di gara idonei a garantire la massima partecipazione e la minima chiusura del mercato *ex post*. In tal senso, si ricorda che l'Autorità ha in precedenza espresso una preferenza per una suddivisione dei lotti di gara che *“riducendo drasticamente la dimensione minima d'impresa necessaria per accedere al confronto competitivo, [sia] idonea a determinare un significativo ampliamento del numero di concorrenti potenziali”*⁴.

Sulla base di tali considerazioni, si ritiene che l'integrazione di servizi di rete fissa e di rete mobile in un unico lotto di gara, nel caso di specie, non sia idonea ad assicurare la massima partecipazione e non corrisponda a un livello efficiente di dimensionamento dello stesso lotto di gara, tenuto conto dei differenti gradi di competitività esprimibili dai singoli operatori nei mercati di rete fissa e di rete mobile.

Pertanto, l'Autorità auspica che le osservazioni sopra svolte siano tenute in considerazione da parte di Intercent-ER, rimuovendo la previsione di un lotto di gara unico e integrato per servizi di

² Cfr. Sentenza del Consiglio di Stato n. 1038 del 6 marzo 2017. In tale sentenza, il Consiglio di Stato ha respinto il ricorso presentato da Consip S.p.A. per la riforma della sentenza del Tar Lazio n. 9441/2016 concernente una procedura di affidamento dei servizi integrati di vigilanza presso i siti delle Pubbliche Amministrazioni, sostenendo, tra l'altro e in linea con l'appellata sentenza di primo grado, che *“per come congegnata la gara si è prestata ad una concentrazione oligopolistica dell'offerta di servizi di vigilanza alla pubblica amministrazione”*, tale che *“le dimensioni dei lotti [...] sono sproporzionate rispetto alle esigenze di massima concorrenzialità”*.

³ Tale criterio si rinviene altresì nella Direttiva 2014/24/UE in materia di appalti pubblici, laddove al considerando 59 si stabilisce che *“l'aggregazione e la centralizzazione delle committenze dovrebbero essere attentamente monitorate al fine di evitare un'eccessiva concentrazione del potere d'acquisto e collusioni, nonché di preservare la trasparenza e la concorrenza e la possibilità di accesso al mercato per le PMI”*.

⁴ Cfr. AS331 – Parere ex articolo 22 della legge n. 287/90 in relazione a una gara indetta da Consip S.p.A. per la fornitura di servizi di telefonia fissa e connettività IP per le Pubbliche Amministrazioni, pubblicato sul Bollettino dell'Autorità n. 6 del 27 febbraio 2006. Sulla medesima linea, più recentemente, l'Autorità ha invitato le stazioni appaltanti a contenere su dimensioni efficienti l'ampiezza dei lotti di gara, al fine di non pregiudicare la concorrenza attuale e potenziale nel mercato.

telecomunicazioni di rete fissa e di rete mobile, e invita a comunicare le determinazioni assunte con riguardo alle criticità concorrenziali evidenziate.

Il presente parere verrà pubblicato sul Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato. Eventuali esigenze di riservatezza dovranno essere manifestate all'Autorità entro trenta giorni dal ricevimento del presente, precisandone i motivi.

f.f. IL PRESIDENTE
Gabriella Muscolo

AS1462 - STRATEGIA ENERGETICA ITALIANA-CORRIDOIO DELLA LIQUIDITÀ

Roma, 8 novembre 2017

Presidente del Senato della Repubblica
Presidente della Camera dei Deputati
Presidente del Consiglio dei Ministri
Ministro dello Sviluppo Economico

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella sua riunione dell'8 novembre 2017 ai sensi dell'articolo 22 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, ha deliberato di formulare i seguenti rilievi critici, sotto il profilo concorrenziale, rispetto alla misura del cd. "Corridoio della Liquidità" prefigurata nella versione della Strategia Energetica Nazionale.

In via preliminare, l'Autorità intende esprimere il proprio apprezzamento per la elaborazione da parte del Ministero dello Sviluppo Economico e del Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare della Strategia Energetica Nazionale (SEN), vale a dire di un documento programmatico che chiarisce le direttrici di sviluppo che si intendono privilegiare in un settore cruciale sia per la crescita delle attività economiche che per il contenimento dell'inquinamento ambientale. L'Autorità ritiene altresì apprezzabile la partecipazione al dibattito sulla versione della SEN sottoposta a un processo di consultazione pubblica, augurandosi che la stessa consenta l'elaborazione di un documento finale ampiamente condiviso.

Proprio prendendo spunto dagli esiti della consultazione sulla SEN, l'Autorità intende tuttavia porre l'attenzione su una misura ivi descritta che il resoconto degli interventi effettuato dallo stesso Ministero dello Sviluppo Economico definisce come "molto controversa", vale a dire il cd. "Corridoio della Liquidità", esponendo alcune considerazioni sulle implicazioni di natura concorrenziale della stessa.

Il Corridoio della Liquidità è una misura che ha l'obiettivo di ridurre il differenziale del prezzo del gas naturale tra il mercato italiano e i mercati del nord Europa, intervenendo sui costi di trasporto lungo la direttrice di adduzione del sistema di gasdotti internazionali Tsep-Transitgas. Per ottenere questo risultato, nella SEN¹ si immagina di incaricare un soggetto regolato di acquisire a prezzo

¹ SEN 2017, Documento di consultazione, 12 giugno 2017, pp. 178-181.

pieno la capacità di trasporto dai detentori della medesima sulle varie tratte del predetto sistema di gasdotti e rivenderla su base “*bundled*”, cioè integrando i servizi delle varie tratte successive, e prevalentemente per brevi periodi, attraverso aste che possano arrivare anche a remunerare al soggetto regolato il solo costo marginale del trasporto. La differenza tra i costi (l’acquisto della capacità a prezzo pieno) e i ricavi (la vendita della capacità in aste che possono arrivare anche a remunerare il solo costo variabile) del soggetto regolato sarebbe poi recuperata imponendo un’apposita componente tariffaria ai consumatori finali. La diminuzione del prezzo del gas al PSV che verrebbe determinata da questa misura garantirebbe un beneficio al sistema stimato nella SEN tra i 100 e i 600 milioni di euro.

L’Autorità al riguardo osserva innanzitutto che la descrizione della misura contenuta nella SEN manca ancora di numerose informazioni indispensabili per un suo compiuto apprezzamento. La descrizione, ad esempio, appare carente in merito alla durata, all’identità del soggetto regolato, alla modalità di esecuzione delle aste per l’aggiudicazione della capacità di trasporto o alla eventuale introduzione di misure compensative. Tuttavia, pur se valutato limitatamente ai suoi tratti generali, il Corridoio della Liquidità suscita diverse perplessità sotto il profilo concorrenziale. Così com’è stata prospettata, infatti, tale misura si inserisce in un mercato (l’approvvigionamento all’ingrosso di gas naturale in Italia) di norma in regime di concorrenza, alterandone in maniera artificiale le condizioni di funzionamento attraverso la concessione selettiva di uno sgravio di parte dei costi di trasporto, finanziato in ultima istanza dalla tariffa imposta ai consumatori finali. La misura, prevedendo l’acquisto di capacità non utilizzata su un’unica direttrice di importazione, appare poi anche per questa via distorsiva delle dinamiche di mercato, avvantaggiando in modo discriminatorio il detentore o i detentori di tale capacità a danno dei concorrenti; non potendosi per ciò escludere che, in considerazione del meccanismo tariffario/regolamentare prescelto per il suo finanziamento, l’intervento in questione possa essere valutato anche alla luce della normativa europea in materia di aiuti di Stato.

Inoltre, laddove il soggetto regolato incaricato di gestire il Corridoio fosse il gestore della rete nazionale di trasporto (TSO), Snam S.p.A., ne potrebbero risultare violati i principi dell’*unbundling*, secondo i quali il TSO non deve svolgere compiti tipici di soggetti attivi in mercati posti a monte o a valle nella medesima filiera produttiva. Il TSO si troverebbe infatti a detenere, benché temporaneamente e con l’intento di rivenderli all’asta, i diritti di utilizzo del gasdotto, prerogativa tipica dell’utente e non del gestore della rete. Va altresì sottolineato che, come rilevato dal regolatore di settore nella propria memoria sulla SEN², è necessaria una attenta verifica della compatibilità della misura con la regolazione comunitaria di settore.

Si segnala, infine, come il citato Corridoio preveda dei costi certi per i consumatori finali, attraverso il finanziamento in tariffa della differenza tra prezzo di acquisto e prezzo di vendita della capacità di trasporto, a fronte dei quali i benefici per i consumatori appaiono solo eventuali e comunque suscettibili di afferire in maniera diversa alle varie categorie di utenti finali.

² “Memoria dell’Autorità per l’Energia Elettrica il Gas e il Sistema Idrico sulla strategia energetica nazionale”, adottata da AEEGSI il 28 settembre, 664/2017/II/COM.

In conclusione, l'Autorità ritiene che il Corridoio della Liquidità, nella versione descritta nella SEN, rappresenti una misura che altera in maniera non proporzionata la dinamica competitiva nel mercato dell'approvvigionamento all'ingrosso di gas naturale in Italia. Peraltro, stando a quanto rilevato da AEEGSI, il principale problema che esso tenta di risolvere, vale a dire i costi generati dalla difficoltà di acquistare capacità di trasporto sulle varie tratte del sistema Tenp-Transitgas in un'unica soluzione, è ad oggi anche allo studio della Commissione europea, e pertanto non deve escludersi la possibilità di fornire una soluzione a detta problematica mediante interventi diversi, e proporzionati, meno unilaterali e invasivi di quello prefigurato nella SEN.

L'Autorità confida che le suesposte considerazioni siano tenute nella dovuta considerazione, al fine di evitare le restrizioni concorrenziali che deriverebbero dall'adozione della descritta misura.

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella

AS1463 - COMUNE DI ROMA - AVVISO PUBBLICO PER L'ASSEGNAZIONE DI POSTEGGI NELLA MANIFESTAZIONE FESTA DELLA BEFANA

Roma, 4 dicembre 2017

Comune di Roma

Con riferimento all'avviso pubblico per l'assegnazione di posteggi nella manifestazione fieristica, che si terrà in piazza Navona dal 2 dicembre 2017 al 6 gennaio 2018, nota come Festa della Befana, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella sua adunanza del 29 novembre 2017, ha ritenuto opportuno svolgere, ai sensi dell'articolo 22 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, le seguenti considerazioni in merito all'eventuale impatto sulla concorrenza delle modalità scelte per l'assegnazione dei posteggi in parola sin qui seguite da codesta Amministrazione.

In particolare, l'Autorità, pur apprezzando l'iniziativa di mettere a gara la partecipazione alla manifestazione e di non procedere ad un'assegnazione diretta della stessa, evidenzia che la particolare durata dell'attribuzione dei posteggi, pari ad un periodo di nove anni, appare impedire indebitamente lo sviluppo di dinamiche competitive per un periodo di tempo eccessivamente lungo, anche in considerazione delle caratteristiche della manifestazione, che non riveste peculiarità tali da richiedere investimenti particolarmente onerosi da dover essere ammortizzati su un così ampio arco temporale. Peraltro si rileva che altre manifestazioni di carattere analogo – mercatini di Natale – vedono di solito l'attribuzione annuale della gestione della manifestazione e dell'assegnazione dei relativi posteggi.

Inoltre l'Autorità ritiene che i criteri di valutazione per l'assegnazione dei posteggi presentino evidenti criticità concorrenziali nella misura in cui valorizzano la pregressa partecipazione alla manifestazione come criterio di aggiudicazione della gara. Tale criterio, infatti, lega la partecipazione alla manifestazione alla presenza storica nella stessa, in tal modo limitando le possibilità di accesso a nuovi operatori e cristallizzando la situazione preesistente, sulla base di un criterio di quote storiche. Nonostante tale criterio non sia unico, esso rappresenta una parte importante del punteggio di assegnazione, anche in considerazione della standardizzazione dei prodotti generalmente venduti in tali manifestazioni, nonché del livello elementare richiesto per la tutela ambientale, facilmente ottemperabile per tutti i partecipanti. Rileva al riguardo considerare che, in caso di parità nel punteggio assegnato, è proprio il criterio della pregressa partecipazione alla manifestazione a determinare la formazione della graduatoria per l'assegnazione dei posteggi.

Peraltro, l'effettiva professionalità degli operatori partecipanti alla manifestazione – che giustamente l'Amministrazione tiene a garantire - avrebbe potuto essere perseguita attraverso altri criteri, meno restrittivi della concorrenza, anche relativi alla generale partecipazione a manifestazioni fieristiche, senza la necessità di individuare la partecipazione alla specifica manifestazione romana, stante l'assenza di caratteristiche peculiari della stessa che la differenzino da analoghe manifestazioni tradizionali di carattere popolare-fieristico.

L'Autorità auspica, pertanto, una revisione delle modalità di assegnazione dei posteggi per l'evento in parola al fine di renderle coerenti con i principi a tutela della concorrenza sopra richiamati. In particolare, l'Autorità auspica una modifica della durata dell'assegnazione e, per le edizioni future, che questa amministrazione adotti anche criteri non discriminatori e non basati sulla mera presenza storica alla manifestazione.

L'Autorità invita a comunicare, entro un termine di sessanta giorni dalla ricezione della presente, le determinazioni assunte con riguardo alla questione sopra prospettata.

Il presente parere verrà pubblicato sul Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato. Eventuali esigenze di riservatezza dovranno essere manifestate all'Autorità entro trenta giorni dal ricevimento della presente segnalazione, precisandone i motivi.

f.f. IL PRESIDENTE
Gabriella Muscolo

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

PS10378 - PEGASUS-PREZZI DEI BIGLIETTI ON LINE

Provvedimento n. 26914

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 20 dicembre 2017;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la Parte II, Titolo III, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante “*Codice del Consumo*” e successive modificazioni (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*” (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015;

VISTI i propri provvedimenti dell'11 agosto e 12 ottobre 2017, con i quali, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Pegasus Hava Tasimaciligi A.S. in qualità di professionista (di seguito anche “Pegasus”, “Pegasus Airlines”, “professionista” o “Parte”), ai sensi dell'art. 18, lettera b), del Codice del Consumo, è la maggiore compagnia aerea privata turca “low cost” con base a Istanbul, che opera in ambito nazionale e internazionale, per un totale di 40 Paesi¹. Dall'ultimo bilancio consolidato approvato emerge che Pegasus, ha realizzato, al 31 dicembre 2016, un fatturato di circa 3,7 miliardi di Lire Turche² (pari ad oltre 1 miliardo di euro) con un utile di circa 116 milioni di Lire Turche.

II. LE PRATICHE COMMERCIALI

2. Il procedimento concerne i seguenti comportamenti posti in essere dal professionista e consistenti: a) nel mancato inserimento, nel prezzo finale dei biglietti aerei pubblicizzati sul proprio sito internet, di una tassa/commissione di servizio (*service fee*) che verrebbe aggiunta al prezzo finale del volo, prima del pagamento; b) nella diffusione di informazioni ingannevoli in merito alla gratuità del *check-in online* e nella richiesta del pagamento per un servizio non reso.

¹ Cfr. il sito di Pegasus www.flypgs.com, “Informazioni utili”, “La nostra rete”, visionabile alla data del 20 dicembre 2016.

² Il cambio medio Lira Turca /Euro nel corso del 2016 è stato di 3,34 Lire Turche per 1 € (fonte: tassidicambio.bancaditalia.it).

3. In particolare, in relazione alla condotta *sub a)*, secondo informazioni acquisite d'ufficio³ e le segnalazioni di un consumatore⁴, il professionista pubblicizzerebbe i propri voli ad un prezzo inferiore rispetto a quello che viene poi richiesto al consumatore, in quanto, al termine del processo di prenotazione e acquisto del volo aggiungerebbe, a tutti i biglietti venduti *online*, una "tassa di servizio" (cfr. successiva immagine 1 rilevata in data 8 febbraio 2017).

Immagine n. 1



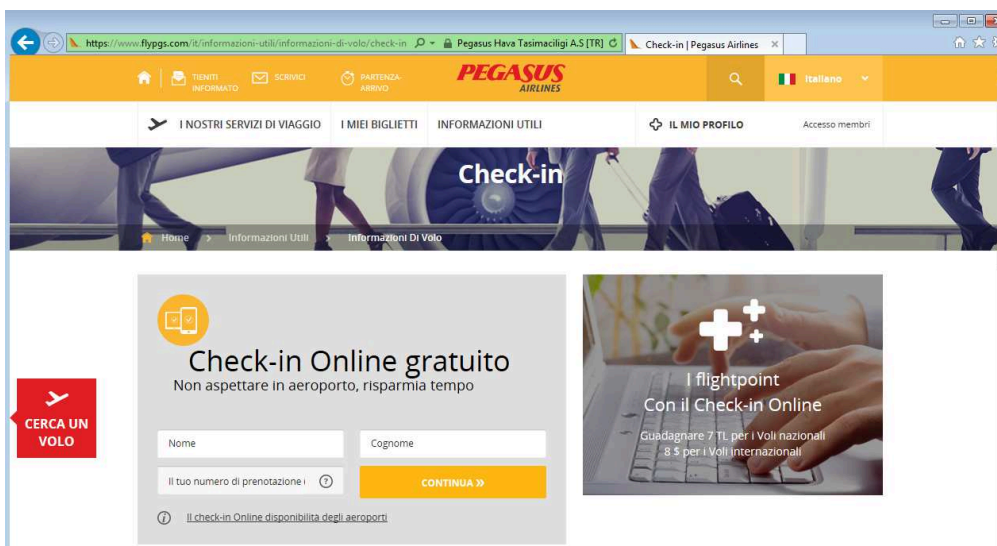
4. In relazione alle condotte *sub b)*, dalle rilevazioni effettuate è emerso che nella sezione dedicata al *check-in* delle *Informazioni di volo* presenti sul sito web della Compagnia⁵ si dichiara che, per i voli in partenza da taluni aeroporti, Pegasus offre il *check-in online* come servizio gratuito (cfr. la successiva immagine n. 2)⁶.

³ Cfr. pagine stampate direttamente dal sito web ed acquisite agli atti del fascicolo PS10378 con verbale del 2 febbraio 2017.

⁴ Le segnalazioni sono pervenute nel periodo compreso tra febbraio - novembre 2016, prot. nn. 19753, 73593.

⁵ Cfr. indicazioni presenti sul sito <https://flypgs.com/it/informazioni-utili-di-volo-check-in>, alle quali si accede dopo aver effettuato i seguenti passaggi: 1) Pegasus Airlines, 2) Informazioni Utili, 3) Informazioni di volo, 4) *check-in*.

⁶ L'elenco di tali aeroporti è consultabile cliccando sul link dedicato presente nella pagina.

Immagine n. 2

Dalla documentazione acquisita risulta che il professionista includeva sempre nel prezzo finale del biglietto, un supplemento per il *check-in in aeroporto*, anche ove il consumatore avesse effettuato il *check-in* on line (cfr. Immagine 1, in cui è indicata la seguente scomposizione del prezzo: *Tariffa (Tasse e spese carburante incluse), Tassa di servizio, Tariffa check-in in aeroporto*).

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

5. In relazione alle pratiche commerciali sopra descritte, in data 23 febbraio 2017 è stato comunicato alla Parte l'avvio del procedimento istruttorio n. PS10378 per possibile violazione degli artt. degli articoli 20, comma 2, 21 comma 1, lettera d), 22 e 26, lettera f), del Codice del Consumo.

In data 26 giugno 2017, a seguito di sollecitazione a fornire le informazioni richieste, inviata il primo giugno, Pegasus ha dato riscontro alle richieste dell'Autorità, producendo una memoria difensiva.

Per particolari esigenze istruttorie e per assicurare l'esercizio dei diritti di difesa alla Parte, sono state disposte, ai sensi dell'art. 7, comma 3 del regolamento, due distinte proroghe del termine di conclusione del procedimento: la prima di sessanta giorni, deliberata l'11 agosto 2017 e la seconda, di trenta giorni, deliberata il 12 ottobre 2017.

Il 19 ottobre 2017 è stata inviata alla Parte, ai sensi dell'art. 16, comma 1, del regolamento, la Comunicazione del Termine di chiusura dell'Istruttoria, con la quale la data di conclusione della fase istruttoria è stata fissata al 10 novembre 2017. In tale sede, le condotte contestate a Pegasus sono state precisate nei termini descritti nella sez. II, individuando una possibile violazione degli artt. 20, comma 2, 21 comma 1, lettera d), 22 e 26 lettera f) del Codice del Consumo.

In data 30 ottobre 2017 il professionista ha fatto richiesta di audizione.

In data 9 novembre 2017 si è tenuta l'audizione con il professionista.

La Parte ha presentato memorie finali.

In data 10 novembre 2017 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, poi pervenuto in data 11 dicembre 2017.

2) Le evidenze acquisite

6. In relazione alla condotta *sub a)*, la documentazione agli atti⁷, acquisita nel corso del procedimento, mostra che la compagnia aerea pubblicizza i propri voli ad un prezzo inferiore rispetto a quello che viene poi richiesto al consumatore, in quanto, al termine del processo di prenotazione e acquisto del volo, si aggiunge, a tutti i biglietti venduti *online*, una *tassa/commissione di servizio* (c.d. *service fee*).

7. Dalle rilevazioni effettuate d'ufficio sul sito web e dalla documentazione prodotta dal professionista emerge che, all'inizio del processo di prenotazione *online*, dopo aver selezionato la data del volo, si apre una nuova pagina che fornisce la prima indicazione dei prezzi offerti. Tali prezzi sono articolati in diverse tariffe (BASIC; ESSENTIAL; ADVANTAGE; EXTRAS) e selezionata la tariffa prescelta, si apre, sulla destra, una nuova schermata nella quale, al prezzo pubblicizzato per ciascuna tariffa, viene aggiunta la "*tassa di servizio*", pari ad Euro 4. Nel corso del processo di prenotazione on-line, tale *tassa/commissione di servizio* si aggiunge a tutte le tariffe applicate dal vettore, sia per i voli di andata che per i voli di ritorno. Nella prima pagina del processo di prenotazione dei voli, dopo aver selezionato le date, in alto, si legge che le tariffe indicate vanno intese al netto di tale componente di costo⁸ (*cf.* successiva immagine 3).

⁷ Cfr. prot. 51566 del 26 giugno 2017, già acquisito agli atti del procedimento Verbale del 2 febbraio 2017.

⁸ Sulla schermata riepilogativa delle tariffe, compare le seguente scritta "Le tariffe indicate in questa pagina si intendono per passeggero adulto (al netto della commissione di servizio per l'emissione del biglietto). Dopo aver selezionato i voli, il prezzo verrà visualizzato nel carrello della spesa a lato".

Immagine n. 3

The screenshot shows the Pegasus Airlines website interface. At the top, there's a navigation bar with the Pegasus logo and 'flypgs.com'. Below it, a progress bar indicates the steps: 'Scelta volo', 'Selezione servizio aggiuntivo', 'Pagamento', and 'Conferma'. The main section is titled 'Flights' and 'Visualizza 15 giorni'. A blue arrow points to the 'La tua scelta' section, which shows the selected flight: Roma - Fiumicino (FCO) to Istanbul-S.Gokcen (SAW) for the dates 19.10.2017 - 21.10.2017. Below this, there's a warning icon and text: 'Le tariffe indicate in questa pagina si intendono per passeggero adulto (al netto della commissione di servizio per l'emissione del biglietto). Dopo aver selezionato i voli, il prezzo finale verrà visualizzato nel carrello della spesa a lato.' The 'Voli in partenza' section shows three options for 19 OTTOBRE: Mercoledì (55.99 EUR), Giovedì (140.99 EUR), and Venerdì (140.99 EUR). The 'Voli di ritorno' section shows three options for 20 OTTOBRE: Venerdì (110.00 EUR), Sabato (40.00 EUR), and Domenica (40.00 EUR). The 'Compare Packages' table shows four fare classes: BASIC (8 kg Hand Bag, 55.99 EUR), ESSENTIALS (8 kg Hand Bag, 20 kg Bagaglio, 63.49 EUR), ADVANTAGE (8 kg Hand Bag, 20 kg Bagaglio, 76.99 EUR), and FLEX (12 kg Hand Bag, 20 kg Bagaglio, 94.99 EUR). The 'Totale tariffa' is 59.99 EUR. The page also includes a 'Riepilogo del volo' section with flight details and a 'Pegasus Plus' membership option.

8. Secondo quanto precisato dal professionista, tale taxa o commissione di servizio è dovuta dal consumatore per il servizio di emissione dei biglietti aerei⁹. Tale commissione rappresenta una componente fissa del prezzo, conosciuta *ex ante* dal professionista, finalizzata a remunerare i costi infrastrutturali e operativi sostenuti dal professionista per l'emissione dei biglietti aerei e fa parte del prezzo finale di ciascun biglietto.

⁹ Cfr. memoria del 26 giugno 2017, prot. n. 51564.

Di tale tassa non si fa menzione né nelle Regole Generali, né nelle FAQ disponibili nella versione italiana del sito del professionista, pur essendo presente nella versione del sito in lingua inglese¹⁰. In data 19 dicembre 2017, il professionista ha comunicato di aver modificato la procedura di prenotazione dei biglietti includendo, nella prima tariffa pubblicizzata, la tassa/commissione di servizio (*service fee*)¹¹.

9. In relazione alla pratica contestata *sub b*), per quanto riguarda il profilo informativo, dalle segnalazioni e dalle rilevazioni effettuate d'ufficio risulta che fino al mese di giugno 2017¹², nella sezione dedicata al *check-in* delle *Informazioni di volo* presenti sul sito web della Compagnia¹³, per i voli in partenza da taluni aeroporti, Pegasus abbia offerto il *check-in online* come servizio *gratuito*¹⁴. L'elenco di tali aeroporti era consultabile cliccando sul link dedicato presente nella pagina.

10. Dalle segnalazioni e dalle simulazioni di acquisto effettuate d'ufficio ed acquisite agli atti del fascicolo¹⁵ si evince, invece, che il professionista applica una “*tariffa per il check-in in aeroporto*” – pari ad almeno 7 TL sui voli nazionali turchi e a 8 USD sui voli internazionali¹⁶ – inclusa nel prezzo totale del biglietto, anche quando il volo acquistato sia in partenza da uno degli aeroporti fra quelli abilitati al *check-in on line*, pubblicizzato come gratuito¹⁷. Infatti, il prezzo finale del biglietto è sempre comprensivo della *tariffa per il check-in in aeroporto* e quindi non è possibile effettuare gratuitamente il *check-in* scegliendo, appunto, la modalità *online*¹⁸. Il *check-in*, infatti, indipendentemente dalle modalità attraverso le quali venga effettuato (*online* o in aeroporto), è un servizio che il professionista offre sempre a pagamento, dato che il prezzo di ciascun biglietto, qualsiasi sia la tariffa scelta, include sempre una *tassa per il check-in in aeroporto*. Tale tassa non si aggiunge nel corso della prenotazione al prezzo finale da pagare, ma ne rappresenta una sua componente fissa.

11. La compagnia ha specificato che gli introiti derivanti da tale componente di prezzo sono impiegati per coprire i costi relativi alle infrastrutture tecniche, amministrative e informatiche

¹⁰ Cfr. <https://www.flypgs.com/en/write-to-us/-a0j58000000NHVXAA4>.

¹¹ Cfr. lettera del 19 dicembre 2017, prot. n. 92909

¹² Cfr. memoria del 26 giugno 2017, prot. n. 51564.

¹³ Cfr. indicazioni presenti sul sito <https://flypgs.com/it/informazioni-utili-di-volo/-check-in>, alle quali si accede dopo aver effettuato i seguenti passaggi: 1) Pegasus Airlines, 2) Informazioni Utili, 3) Informazioni di volo, 4) *check-in*.

¹⁴ Cfr. Immagine n. 2 contenuta nella comunicazione di avvio del presente procedimento, prot. n. 21896 del 23 febbraio 2017.

¹⁵ Cfr. simulazioni di acquisto del 2 febbraio 2017, acquisite agli atti del fascicolo, in cui sono stati selezionati voli in partenza da aeroporti non abilitati al *check-in online* e voli in partenza da aeroporti a ciò abilitati.

¹⁶ Secondo le Regole Generali disponibili sul sito del professionista, la “*tariffa per il check-in in aeroporto*” inclusa nel prezzo del biglietto è espressamente articolata in un duplice importo: a partire da 7TL sui voli nazionali e da 8USD sui voli internazionali, con la precisazione che tale ultimo importo potrebbe anche variare a seconda del paese e della rotta di volo.

¹⁷ Cfr. elenco degli Aeroporti dove è possibile effettuare il *Check-in on line*, stampato direttamente dal sito www.flypgs.com, acquisito agli atti del fascicolo, con verbale del 2 febbraio 2017 nonché Immagine 1 contenuta nella comunicazione di avvio del presente procedimento, prot. n. 21896 del 23 febbraio 2017, nella quale il volo selezionato è in partenza da un aeroporto – Bologna – che compariva nel suddetto elenco.

¹⁸ Cfr. le Regole Generali – pag. 43 - stampate dal sito web della compagnia in data 02/02/2017 ed acquisite agli atti del fascicolo e le Informazioni rese dal professionista – prot. n. 51564 del 26 giugno 2017 - .

destinate a garantire il servizio di *check-in*, indipendentemente dalle modalità attraverso le quali il medesimo sarà effettuato dal consumatore (in aeroporto o *online*)¹⁹.

A partire dal 12 giugno 2017, il professionista ha rimosso, dal proprio sito web, l'indicazione della *gratuità del check-in online*²⁰.

12. Inoltre, dalle rilevazioni effettuate d'ufficio sul sito Internet *www.flypgs.com*, risulta che a partire dal mese di novembre 2017 la denominazione di tale servizio nella scomposizione del prezzo è adesso denominata "*tariffa per il check-in*"²¹.

Con riferimento, infine, alla richiesta di un corrispettivo per un servizio non reso, risulta che la *tariffa per il check-in in aeroporto* è un supplemento inglobato nel costo del biglietto per coprire le spese fisse connesse alle infrastrutture tecniche, amministrative e informatiche destinate a garantire il servizio di *check-in*, a prescindere dalle modalità con le quali esso viene effettuato dal consumatore, così come rappresentato nella denominazione in uso a partire dal mese di novembre 2017.

3) Le argomentazioni difensive del professionista

13. In via preliminare, la Parte ha precisato che tutta la comunicazione relativa ai prezzi praticati al pubblico, compresa quella divulgata attraverso il proprio sito web, riguarderebbe tariffe a tutto vantaggio del consumatore che includerebbero tutte le componenti del prezzo di ciascun biglietto in maniera chiara e trasparente. Il professionista ha anche sottolineato che la modalità di visualizzazione delle tariffe praticate e dei prezzi dei biglietti *all-inclusive* non sarebbero mai state preordinate ad indurre in errore il consumatore, né sarebbero idonee a far conseguire alla compagnia, in termini di prezzo, vantaggi ingiusti rispetto ai concorrenti. Tutti i consumatori, selezionando un volo sul sito web del professionista, sarebbero immediatamente edotti del prezzo finale del biglietto in quanto, in conformità ad una Circolare dell'Autorità per l'Aviazione Civile turca, la compagnia indicherebbe, per ciascun canale di vendita, le specifiche componenti di costo che incidono sul prezzo finale del biglietto, immediatamente dopo che il consumatore abbia selezionato le tariffe proposte dalla compagnia.

14. Più nel dettaglio, in relazione alla pratica *sub a)*, il professionista ha dichiarato che la commissione di servizio sarebbe di pari importo per i voli interni alla Turchia mentre per i voli internazionali presenterebbe un diverso importo a seconda del paese di destinazione del volo, della tipologia di viaggio (*one-way* o *round-trip*) e del canale di vendita del biglietto (sito web, agenzie di viaggio, *call center*). Nel caso di biglietti acquistati per voli internazionali tramite agenzia di viaggio, di norma, la commissione di servizio richiesta dalle agenzie, ammonterebbe ad Euro 20. A detta del professionista, tale importo sarebbe liberamente modificabile dalle agenzie di viaggio trattandosi di una voce di costo relativa al servizio di emissione offerto dalle medesime e come tale di loro esclusiva pertinenza e spettanza.

15. In relazione alla pratica *sub b)*, ed in particolare rispetto alla previsione della *gratuità del check-in on line*, il professionista ha precisato che la compagnia, attraverso tale previsione ("*check-in on line gratuito*"), intendeva l'offerta a favore dei membri "Pegasus Plus" che avessero

¹⁹ Cfr. memoria conclusiva del professionista, 8 novembre 2017, prot. n. 82862

²⁰

²¹ Cfr. documentazione acquisita d'ufficio in data 30 novembre 2017.

acquistato un volo in partenza da un aeroporto abilitato al *check-in* on line, della possibilità di vedersi accreditato, sotto forma di punti di viaggio, quanto pagato per il *check-in* in aeroporto. I punti acquisiti non avrebbero mai potuto essere convertiti in denaro o altri mezzi equivalenti, ma si sarebbero tradotti in riduzioni di prezzo sull'acquisto di altri biglietti aerei. L'offerta sarebbe stata realizzata dalla compagnia a partire dal mese di ottobre 2011 per incentivare il *check-in online*. A partire dal mese di agosto 2016, l'incentivo sarebbe stato ridotto del 50%.

16. Il professionista ha specificato che la componente del prezzo del biglietto, nominata "*tariffa per il check-in in aeroporto*", essendo destinata a coprire i costi fissi sostenuti dalla società per le infrastrutture tecniche, informatiche e amministrative che prescindono dalle modalità con le quali il consumatore scelga di effettuare il *check-in*, fa parte di ciascun biglietto emesso, tranne nel caso in cui la compagnia offra tariffe promozionali. Il professionista ha fatto inoltre presente che della componente del prezzo rappresentata dalla "*tariffa per il check-in in aeroporto*" ne sarebbero informati tutti i consumatori, a partire dal momento della prenotazione del volo, essendo inclusa nel prezzo finale del biglietto, senza aggiungersi nel corso della prenotazione, tanto che la società non avrebbe mai ricevuto sul punto alcun reclamo.

4) Le misure che il professionista intende adottare

17. Il professionista, in ordine alla condotta *sub a)*, pur escludendone ogni profilo di scorrettezza, nella memoria conclusiva ha indicato alcune misure che avrebbe intenzione di adottare, a partire dal 21 dicembre 2017, al fine di migliorare la comunicazione relativa ai prezzi dei propri biglietti. In particolare, ha fatto presente la propria intenzione di modificare l'infrastruttura relativa al percorso di prenotazione dei voli, mostrando come richiesto dall'Autorità, il prezzo finale del biglietto, comprensivo anche della *tassa/commissione di servizio*, prima ancora che il consumatore proceda alla selezione di una delle tariffe proposte. Attraverso tali modifiche al sistema di prenotazione, la tariffa proposta dalla compagnia (BASIC; ESSENTIAL; ADVANTAGE; EXTRAS) corrisponderebbe esattamente al prezzo finale che il consumatore dovrà pagare a conclusione dell'intero processo di prenotazione del volo²².

5) Le misure che il professionista ha adottato nel corso del procedimento

18. Il professionista, in ordine alla condotta *sub b)*, a seguito dell'avvio del presente procedimento e in conformità a quanto richiesto dalla competente Autorità Turca, ha rimosso la previsione "*check-in online gratuito*" dalle pagine del proprio sito internet nelle quali, a partire dal mese di giugno 2017, compare semplicemente la dicitura "*check-in online*", senza più alcun riferimento alla sua gratuità²³.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

19. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo internet, in data 10 novembre 2017 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

²² Cfr. memoria conclusiva 8 novembre 2017, prot. n. 828627, e comunicazione del 19 dicembre 2017, prot. n. 92909.

²³ Cfr. pag. 5 della memoria del 26 giugno 2017 prot. n. 51564.

Con parere pervenuto in data 11 dicembre 2017, la suddetta Autorità ha ritenuto di esprimere le proprie valutazioni con esclusivo riguardo all'attitudine del mezzo di comunicazione specificamente utilizzato dal professionista a diffondere la pratica commerciale contestata, nonché ad amplificarne l'eventuale ingannevolezza e/o scorrettezza.

In generale, detta Autorità ha considerato che *Internet* è una rete di comunicazione globale che riesce a essere a misura del consumatore, che sempre più frequentemente utilizza i siti web per una scelta migliore e più confacente alle proprie necessità e, quindi, è in grado di offrire velocemente all'utente una vasta sequenza di potenziali informazioni atte a influenzarne il comportamento.

Con riferimento al caso di specie, detta Autorità ha ritenuto che il consumatore sia condizionato dalle informazioni diffuse tramite *Internet* in relazione al servizio offerto dal professionista e che, pertanto, *Internet* sia "*uno strumento idoneo a influenzare in modo significativo la realizzazione della pratica commerciale*" da parte della compagnia aerea Pegasus Airlines.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

20. Nel corso del procedimento, sono state accertate distinte condotte del professionista relative specificamente a: a) la mancata inclusione della *tassa/commissione di servizio* nella prima indicazione delle tariffe offerte dal professionista per il servizio di trasporto aereo; b) l'indicazione del *check-in online "gratuito"* per i voli in partenza da determinati aeroporti, a fronte comunque dell'applicazione di una corrispettivo per il "*check-in in aeroporto*", indicata nella scomposizione della tariffa offerta, anche per i voli in partenza dagli aeroporti abilitati al *check-in online*.

21. Per ciò che concerne la pratica descritta *sub a)* ossia, la mancata inclusione della *tassa o commissione di servizio* nella prima indicazione delle tariffe offerte dal professionista, va rilevato che è oramai pacifico che la tariffa aerea debba essere indicata dal professionista "*all inclusive*" sin dal primo contatto con il consumatore²⁴. Il prezzo finale che il consumatore è tenuto a pagare deve indicare ed includere tutti gli elementi di costo, qualunque ne sia la natura, che risultino prevedibili al momento dell'offerta, al fine di rendere immediatamente e chiaramente percepibile al consumatore l'entità dell'esborso finale.

22. Il professionista, invece, ha incorporato *la tassa/commissione di servizio* dalle tariffe offerte nella prima pagina del proprio sito internet, per poi aggiungere tale elemento di costo durante il processo di prenotazione on-line, nonostante tale commissione di servizio rivesta natura di onere inevitabile e obbligatorio per il consumatore, dal momento che è normalmente addebitata dal professionista per l'emissione di ciascun biglietto aereo. Tale condotta è suscettibile di distorcere le scelte del consumatore inducendolo a credere che il prezzo del biglietto corrisponda alla tariffa pubblicizzata e, pertanto, sia inferiore a quanto invece richiesto dal professionista al termine del processo di prenotazione, in cui alla tariffa si aggiunge la *tassa/commissione di servizio*.

23. Per tali ragioni, la condotta tenuta da Pegasus è idonea ad indurre il consumatore in errore in ordine ad un elemento principale dell'offerta rappresentato dal prezzo e dal modo in cui questo viene calcolato, inducendolo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe

²⁴ Si vedano, il provvedimento adottato dall'Autorità, in data 27 marzo 2013, n. 24290 nei confronti della compagnia aerea Ryanair, in cui una delle pratiche commerciali sanzionate, presentava un analogo profilo di scorrettezza rispetto a quanto sembrerebbe emergere nel caso di specie, nonché la sentenza del Tar Lazio, confermativa del suddetto provvedimento, adottata in data 15 gennaio 2014, n. 3378. Si veda, inoltre, la Direttiva 2005/29/CE.

altrimenti preso, con ciò violando gli artt. 20, comma 2, 21 comma 1, lettera *d*), del Codice del Consumo.

24. Con specifico riferimento alla pratica descritta *sub b*), ossia le informazioni fornite dal professionista in merito al *check-in online* che viene indicato come servizio “*gratuito*” per i voli in partenza da determinati aeroporti, mentre comunque risulta applicata una *fee per il check-in in aeroporto*, si ritiene anch’essa una condotta idonea ad integrare una pratica commerciale ingannevole sul prezzo che il professionista - a partire dal mese di ottobre 2011, fino al mese di giugno 2017 -, in quanto lasciava intendere, contrariamente al vero, che fosse possibile fruire gratuitamente di un servizio che invece era sempre a pagamento, in quanto la *Tariffa per il check-in in aeroporto* risultava una componente fissa del prezzo di ciascun biglietto emesso dalla compagnia aerea.

25. Consultando il sito web del professionista, infatti, compariva semplicemente la dicitura *Check-in on line gratuito* e non veniva specificato né che si trattasse di un sistema creato per guadagnare punti e poter usufruire di sconti per l’acquisto di altri biglietti, né che fosse un sistema riservato ad una particolare categoria di consumatori, ossia i membri “Pegasus Plus”. Per comprendere esattamente cosa la compagnia intendesse per *gratuità del check-in online*, il consumatore avrebbe dovuto consultare le Regole Generali di contratto ed in particolare la sezione dedicata ai termini e alle condizioni per l’adesione al programma “Pegasus Plus”²⁵. Il contenuto delle informazioni fornite dal professionista e le modalità - ambigua e intempestiva - di presentazione delle stesse erano pertanto idonee a produrre un notevole impatto sulla reazione dei consumatori, falsandone in misura rilevante il comportamento economico e inducendoli ad assumere una decisione commerciale che non avrebbero altrimenti preso, in violazione degli artt. 20, comma 2, 21, comma 1, lettera *d*), e 22 del Codice del Consumo.

26. Sul punto, la giurisprudenza è costante nell’affermare il principio per cui costituisce un’ipotesi di pratica ingannevole il messaggio pubblicitario che, al momento di presentazione dell’offerta ai consumatori enuncia la gratuità di un bene/servizio, smentendola attraverso la previsione, più o meno evidente, di costi o oneri di ogni genere e tipo (*cf.* Consiglio di Stato, Sez. IV, 4 marzo 2013, n. 1259).

27. Entrambe le pratiche descritte risultano non conformi al livello di diligenza professionale ragionevolmente esigibile, avuto riguardo alla qualità del professionista e alle caratteristiche dell’attività svolta.

Il rispetto dei generali principi di correttezza e buona fede, impone di assicurare, nelle comunicazioni commerciali, la trasparenza e la chiarezza delle informazioni fornite ai consumatori al fine di consentire loro una piena e immediata percezione del prezzo dell’offerta proposta nell’ottica di evitare al consumatore il pagamento di supplementi ulteriori rispetto alle tariffe pubblicizzate – come nel caso della *tassa di servizio* – nonché il pagamento di un servizio – quale il *check-in online* –, pubblicizzato dal professionista come gratuito.

²⁵ Cfr. pagg. 41 e ss. delle Regole Generali Pegasus Airlines, acquisite agli atti del procedimento, in data 17 gennaio 2017.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

28. Ai sensi dell'art. 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

In caso di procedimento che abbia ad oggetto una pluralità di illeciti amministrativi accertati, la giurisprudenza ha avuto modo di chiarire come in presenza di una pluralità di condotte dotate di autonomia strutturale e funzionale, ascritte alla responsabilità dei professionisti, si applica il criterio del cumulo materiale delle sanzioni, in luogo del cumulo giuridico (cfr. tra le altre, Consiglio di Stato, Sezione VI, sentenza n. 209 del 19 gennaio 2012).

In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'art. 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'art. 27, comma 13, del Codice del Consumo; in particolare: della gravità della violazione, dell'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare l'infrazione, della personalità dell'agente, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

Pratica a)

29. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto, nella fattispecie in esame, della dimensione del professionista che, in base all'ultimo bilancio consolidato disponibile, ha registrato ricavi per 3,7 miliardi di Lire Turche e un utile di oltre 16 milioni di Lire Turche, potendosi ritenere, pertanto, un'importante impresa nel settore del trasporto aereo nel segmento *low cost*. Ciò risulta anche dal numero di passeggeri trasportati nel 2016, che supera complessivamente i 24 milioni²⁶, oltre 384.000 dei quali su rotte in partenza dall'Italia²⁷.

30. La pratica è stata diffusa prevalentemente attraverso il sito Internet del professionista, ossia attraverso un mezzo di comunicazione idoneo a ad amplificare significativamente l'impatto della medesima pratica.

Sempre con riguardo alla gravità deve essere, altresì, considerato, il pregiudizio economico per i consumatori, desumibile dagli introiti derivanti dall'applicazione della *service fee*, quantificati dallo stesso professionista, in riferimento al mercato italiano e alle vendite tramite il sito internet, in 4,6 milioni di lire turche (corrispondenti a circa 1,4 milioni di euro) per il 2016.

31. Per quanto riguarda la durata della violazione, in base agli elementi istruttori acquisiti²⁸, risulta che la pratica descritta al punto II, sub lettera *a)*, sarebbe stata posta in essere da PEGASUS almeno a partire dal mese di febbraio 2016 e quanto meno fino al mese di dicembre 2017²⁹.

32. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Pegasus nella misura di 250.000 € (duecentocinquanta mila euro).

Pratica b)

33. Con riguardo alla gravità della violazione, rilevano gli elementi relativi alla dimensione del professionista e alla diffusione della pratica già descritti per la Pratica *a)*.

²⁶ Cfr. Traffic Data 2016, scaricabili dal sito di Pegasus all'indirizzo <http://www.pegasusinvestorrelations.com/en/operational-and-financial-information/traffic-data.aspx>.

²⁷ Cfr. ENAC, Dati di traffico 2016.

²⁸ Cfr. segnalazione prot. n. 19753 del 23 febbraio 2016.

²⁹ Cfr. comunicazione del professionista prot. n. 92909 del 19 dicembre 2017.

34. Per quanto riguarda la durata della violazione, in base a quanto dichiarato dal professionista³⁰ risulta che la pratica descritta al punto II, sub lettera *b*), sarebbe stata posta in essere da Pegasus quantomeno dal mese di ottobre 2011 e fino al 12 giugno 2017, quando ha tolto la dicitura relativa alla gratuità del check in on line, sostituendo poi nel proprio sito Internet nel mese di novembre la dicitura “*tariffa per il check-in in aeroporto*” con la dicitura “*tariffa per il check-in*”³¹.

35. Sulla base di tali elementi, tenendo anche conto del fatto che il professionista ha posto termine all’infrazione nel giugno 2017, si ritiene di determinare l’importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Pegasus nella misura di 100.000 € (centomila euro).

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la condotta descritta *sub a*), concernente la mancata inclusione nelle tariffe offerte dal professionista della commissione denominata *Tassa di servizio*, - che si aggiungeva al termine del processo di prenotazione - posta in essere dal professionista dal mese di febbraio 2016 quantomeno fino al dicembre 2017 integra una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lettera *d*), e 22 del Codice del Consumo in quanto il professionista non ha fornito un’immediata, chiara e completa indicazione della presenza, entità e natura di oneri aggiuntivi ed economicamente rilevanti rispetto al prezzo del biglietto inizialmente proposto;

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica descritta *sub b*), concernente la indicazione della *gratuità* del *check-in on line*, posta in essere dal mese di ottobre 2011 fino al 12 giugno 2017, integra una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lettera *d*), e 22 del Codice del Consumo, in quanto il servizio di *check-in online* era sempre fornito dal professionista a pagamento;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettere *a*), del presente provvedimento, posta in essere da Pegasus Hava Tasimaciligi A.S., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale ingannevole ai sensi degli articoli 20, comma 2, 21 comma 1, lettera *d*), e 22 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera *b*), del presente provvedimento, posta in essere da Pegasus Hava Tasimaciligi A.S., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale ingannevole ai sensi degli articoli 20, comma 2, 21, comma 1, lettera *d*), e 22 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

c) che, con riferimento alla pratica commerciale di cui al precedente punto a), alla società Pegasus Hava Tasimaciligi A.S., sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 250.000 € (duecentocinquanta mila euro);

³⁰ Cfr. doc. prot. 51564 del 26 giugno 2017.

³¹ Cfr. documentazione acquisita d’ufficio in data 30 novembre 2017

d) che, con riferimento alla pratica di cui al precedente punto *b*), alla società Pegasus Hava Tasimaciligi A.S., sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 100.000 € (centomila euro);

e) che il professionista comunichi all'Autorità, entro il termine di sessanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui al punto a).

Le sanzioni amministrative irrogate devono essere pagate entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, tramite bonifico (in euro) a favore dell'Erario, utilizzando il codice IBAN IT04A0100003245348018359214 (codice BIC: BITAITRRENT), che corrisponde alla terna contabile 18/3592/14.

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'art. 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio della documentazione attestante il versamento effettuato.

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 135, comma 1, lettera *b*), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199 entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Roberto Chieppa

f.f. IL PRESIDENTE
Gabriella Muscolo

PS10937 - REGISTRO MARCHI ITALIANI

Avviso della comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria

L'AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Informativa di comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'articolo 19, comma 2, del *Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie* (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015, in relazione al procedimento *PS10937 REGISTRO MARCHI ITALIANI*.

AVVISO

Con la presente si informa la società A-286 Suarl, che il termine di conclusione della fase istruttoria è fissato alla data del 5 febbraio 2018.

Si comunica inoltre che la Parte può presentare memorie conclusive o documenti entro 20 giorni dalla data di pubblicazione del presente avviso.

La pubblicazione del presente avviso sul Bollettino settimanale dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato viene effettuata ai sensi e per gli effetti di cui all'articolo 19, comma 2 del Regolamento, attesa la mancata ricezione di riscontri al tentativo di trasmissione della comunicazione di avvio del procedimento operato in data 6 ottobre 2017, via raccomandata AR (prot. n. 74995) nei confronti della società A-286 Suarl – 51 avenue 2 Mars, 4022 AKOUDA (Tunisia).

Per qualsiasi comunicazione indirizzata all'Autorità, relativa al caso in questione, si prega di citare la Direzione C della Direzione Generale Tutela del Consumatore ed il riferimento *PS10937*.

Oggetto: **comunicazione del termine** per la presentazione di memorie conclusive nell'ambito del procedimento PS10937, avviato in data 6 ottobre 2017.

I. Premessa

1. Con atto del 6 ottobre 2017 (prot. n. 74995), è stato comunicato a A-286 SUARL, a Time for Business S.r.l., alla Guardia di Finanza e al Comune di Silea l'avvio del procedimento istruttorio n. PS/10937 per verificare la sussistenza di una presunta pratica commerciale scorretta in violazione degli articoli 20, 21, 22, 24, 25 comma 1, lett. d) del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206 e successive modificazioni, recante "*Codice del Consumo*" (di seguito "*Codice del Consumo*").

2. In data 14 dicembre 2017 è stata accolta l'istanza di partecipazione al procedimento da parte dell'associazione di consumatori *Codici Onlus – Centro per i diritti del cittadino*.

II. Condotta contestata

3. Alla luce degli elementi allo stato acquisiti nell'ambito del procedimento in oggetto, con la presente si confermano e si precisano le contestazioni già oggetto della comunicazione di avvio, circa la presunta illiceità della condotta posta in essere da parte di A-286 Suarl (di seguito "A-286") e Time for business Srl (di seguito "Time for business").

4. In particolare, sulla base delle denunce pervenute (alcune trasmesse dalla Guardia di Finanza) e degli elementi acquisiti nel corso dell'istruttoria, è emerso che alcune imprese e microimprese italiane hanno ricevuto via posta una comunicazione in cui è riportato quanto segue: *"Registro dei Marchi Italiani - il registro del diritto privato dei marchi d'impresa [...] Si prega di inviare la corrispondenza inerente al Registro dei Marchi Italiani al seguente indirizzo di corrispondenza: Via Lima, 7, 00198 Roma, via fax: +390687452554, per e-mail: contatto@proprietaria-industriale.org"*. In alcune comunicazioni è riportata nella medesima posizione un altro indirizzo e-mail, corrispondente a: *"www.marchi-italiani.org"*.

5. E' inoltre emerso, dal punto di vista temporale, che l'invio di tale comunicazione risulterebbe avvenuta, in particolare, successivamente alla presentazione di una richiesta di registrazione di un marchio all'Ufficio Italiano Marchi e Brevetti da parte delle imprese destinatarie della comunicazione in questione.

6. In posizione centrale sulla comunicazione è talvolta riportato il marchio commerciale dell'impresa a cui è indirizzata la comunicazione.

Più in basso è evidenziato, specificatamente per ogni impresa destinataria della comunicazione, il giorno e il numero della richiesta presentata all'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi.

E' quindi testualmente affermato quanto segue: *"il giorno [...] ¹ a mezzo della richiesta numero [...] avete presentato all'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi la domanda di ricoprire con la tutela giuridica sul territorio della Repubblica Italiana il marchio d'impresa dalla classificazione di Nizza [...]. Dopo aver esaminati i suddetti dati del marchio in oggetto, con la presente presentiamo [...] la proposta condizionale della REGISTRAZIONE DEL SUDETTO MARCHIO D'IMPRESA NEL REGISTRO DEI MARCHI ITALIANI PER IL PERIODO DI 10 ANNI a condizione di effettuare il pagamento della somma cui l'ammontare e la modalità di calcolo è stato indicato nella seguente tabella"*.

All'interno di un riquadro, evidenziato nella comunicazione, sono indicate le modalità di calcolo parametriche alle *"classi della classificazione di Nizza"*, l'importo richiesto in relazione ad una classe e l'importo totale "a carico" dell'impresa.

Nella parte inferiore della medesima comunicazione, con caratteri di dimensione più ridotta, è riportato quanto segue: *"La registrazione di un marchio d'impresa nel Registro dei Marchi Italiani, nonché il pagamento nell'ammontare di [...] ², irrilevanti per l'istituzione e la durata della tutela giuridica del marchio d'impresa e per gli altri effetti legali presso l'Ufficio Italiano*

¹ Per ogni impresa destinataria della comunicazione è specificato il giorno di presentazione della domanda per ricoprire con tutela giuridica il proprio marchio d'impresa

² Per ogni impresa destinataria della comunicazione è indicata la somma totale specifica richiesta dal professionista.

Brevetti e Marchi, si possono effettuare entro e non oltre il [...]". E' quindi indicata, con caratteri evidenziati in grassetto, una data specifica per ogni impresa contattata.

Successivamente sono riportati i dati per l'effettuazione del bonifico ed è ripetuto l'importo complessivo richiesto. A fondo pagina, in caratteri estremamente ridotti, è affermato che *"il pagamento effettuato equivale all'accettazione delle disposizioni del Registro dei Marchi Italiani"*.

7. Le condizioni generali di contratto non sono allegate alla comunicazione, né risulta operato alcun rinvio a tali condizioni generali.

III. Possibili profili di illiceità della condotta contestata

8. La condotta sopra descritta appare integrare una pratica commerciale che risulterebbe scorretta, ai sensi degli articoli 20, 21, 22, 24, 25 del Codice del Consumo, in quanto idonea ad indurre in errore le imprese e microimprese alle quali è rivolta in merito sia alla reale identità dell'operatore pubblicitario, sia alla natura e condizioni economiche dell'offerta pubblicizzata, concernente un servizio a titolo oneroso e non richiesto, avente ad oggetto l'inclusione dei dati aziendali delle imprese e microimprese contattate in un *database* accessibile - denominato *"Registro Marchi Italiani"* - tramite il sito internet *www.marchi-italiani.org* o, in alternativa, il sito internet *www.proprieta-industriale.org*.

9. Le informazioni contenute nella comunicazione pubblicitaria sopra descritta, in particolare, sarebbero rappresentate in modo tale da ingenerare nelle imprese destinatarie l'erroneo convincimento che la stessa provenga da un Ente e/o Amministrazione che svolge funzioni di natura pubblicistica. Le imprese destinatarie potrebbero infatti essere indotte a ritenere che l'inclusione all'interno del registro informatico gestito da A-286 dei dati aziendali (concernenti i marchi coperti dalla tutela legale al livello nazionale o internazionale oppure di cui è stata richiesta tutela), sia obbligatoriamente richiesta dalla normativa attualmente vigente in materia di obblighi legali connessi alla registrazione e tutela dei marchi.

10. Il ricevimento della comunicazione, non richiesta e inattesa, contenente l'offerta commerciale, la veste grafica con cui è presentata l'espressione stessa *"Registro dei Marchi Italiani"*, che evoca l'iscrizione nei registri previsti *ex lege* ai fini della registrazione e relativa tutela dei marchi, il riferimento alla *"REGISTRAZIONE DEL SUDETTO MARCHIO D'IMPRESA NEL REGISTRO DEI MARCHI ITALIANI"* riportata con notevole evidenza grafica e con un ruolo predominante nel contesto della comunicazione commerciale inviata alle imprese destinatarie, nonché il richiamo espresso alle *"classi della classificazione di Nizza"*,³ che evoca in maniera fuorviante la regolamentazione in materia di registrazione dei marchi italiani, insieme alla marginalizzazione dei dati informativi e delle caratteristiche del professionista realmente offerente, nonché il contesto

³ Dal 1° Gennaio 2017 è entrata in vigore l'undicesima edizione della Classificazione internazionale dei prodotti e dei servizi ai fini della registrazione dei marchi italiani (comunemente denominata "Classificazione di Nizza"); cfr. al riguardo la pagina web del Ministero dello Sviluppo Economico <http://www.uibm.gov.it/index.php/la-proprieta-industriale>. La Classificazione è stata istituita in virtù di un accordo originariamente raggiunto alla Conferenza diplomatica di Nizza il 15 giugno 1957; ogni Paese membro dell'Accordo di Nizza è tenuto, per le registrazioni dei marchi, ad applicare la classificazione di Nizza, sia a titolo principale, sia a titolo ausiliario, e indicare nei documenti e nelle pubblicazioni ufficiali delle proprie registrazioni il numero delle classi della classificazione alle quali appartengono i prodotti e i servizi per i quali i marchi sono registrati.

temporale in cui la citata comunicazione è recapitata, sarebbero tutti elementi idonei a condizionare indebitamente la libertà di scelta delle microimprese destinatarie della proposta commerciale in questione. Queste ultime, collegando il versamento dell'importo indicato dal professionista all'assolvimento di specifici obblighi normativamente imposti ai fini della registrazione dei marchi, risulterebbero indebitamente condizionate ad eseguire il versamento in favore di A-286.

Il meccanismo sembrerebbe idoneo a forzare la volontà delle microimprese, spingendole ad attivarsi per via del timore di violare specifici obblighi legali connessi all'inclusione dei loro dati concernenti il proprio marchio in un pubblico registro e nel corrispondente portale informatico accessibile *on line*. L'omissione di rilevanti informazioni in fase pre-contrattuale circa la natura e le caratteristiche del servizio e l'identità del professionista concorrerebbe, inoltre, ad occultare la natura commerciale della proposta, alterando ulteriormente il processo decisionale delle imprese.

11. E' inoltre emerso che l'indebito condizionamento del comportamento economico del consumatore si realizzerebbe anche relativamente all'esercizio del diritto di recesso, poiché di esso non si fa alcuna menzione nell'invio della comunicazione trasmessa dal professionista.

12. Risulterebbe, infine, in base agli elementi acquisiti, che la suddetta pratica sia stata posta in essere dal professionista dal giugno 2016 ed è tutt'ora in corso.

===

Con la presente, pertanto, si comunica che il termine di conclusione della fase istruttoria è fissato alla data del **5 febbraio 2018**.

Si comunica, inoltre, ai sensi del medesimo articolo del Regolamento di cui all'oggetto, che la Parte può presentare entro **20 giorni** dal ricevimento della presente, memorie conclusive o documenti che saranno rimessi al Collegio insieme agli altri atti istruttori per l'adozione del provvedimento finale.

Si rammenta, altresì, che la Parte può richiedere l'accesso agli atti del procedimento, secondo quanto già a suo tempo evidenziato nella comunicazione di avvio del procedimento stesso. L'accesso potrà essere effettuato direttamente dalla Parte o da persona delegata per iscritto.

Ai fini della quantificazione dell'eventuale sanzione pecuniaria prevista dall'art. 27, comma 9, del citato Codice del Consumo, si richiede ad A-286 SUARL ed a TIME FOR BUSINESS S.r.l. di fornire copia dell'ultimo bilancio approvato.

Per qualsiasi comunicazione indirizzata all’Autorità, relativa al caso in questione, si prega di citare la Direzione C della Direzione Generale per la Tutela del Consumatore ed il riferimento PS10937. Per eventuali chiarimenti ed informazioni è possibile rivolgersi alla dott.ssa Letizia Razzitti, al numero 06/85821246 (PEC: *protocollo.agcm@pec.agcm.it*).

IL RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO

PS10986 - OSCAR RENT (ONLY SPECIAL CARS)-MANCATA CONSEGNA AUTO

Provvedimento n. 26920

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 20 dicembre 2017;

SENTITO il Relatore Professore Michele Ainis;

VISTA la Parte II, Titolo III, e la Parte III, Titolo III, Capo I, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206 e successive modificazioni (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*” (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015;

VISTI gli atti del procedimento;

VISTA la comunicazione di avvio del procedimento PS10986 del 22 novembre 2017, volto a verificare l'esistenza di pratiche commerciali scorrette in violazione degli articoli 20, 21 comma 1 lettere b), 22, 23, comma 1, lettera e), 24 e 25, comma 1, lettera d), e 66-bis del Codice del Consumo.

CONSIDERATO quanto segue:

I. FATTO

1. Secondo le segnalazioni pervenute in Autorità a partire dal mese di agosto 2017¹ ed alcune informazioni acquisite d'ufficio ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo, la società Only Special Cars S.r.l. (anche denominata Oscar Rent S.r.l.) (di seguito anche il professionista) attiva nell'offerta del servizio di noleggio a lungo termine di autoveicoli, dopo aver concluso un rilevante numero di transazioni, non avrebbe consegnato tutte le autovetture noleggiate e non avrebbe dato seguito ad un elevato numero di solleciti e richieste, prima di adempimento e poi di rimborso, dei consumatori, che raramente sono quindi riusciti ad ottenere l'adempimento dell'obbligazione o il rimborso degli importi versati.

2. Sulla base delle informazioni acquisite in atti, in data 15 novembre 2017, è stato avviato il procedimento istruttorio PS10986, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo, nonché ai sensi dell'art. 6 del Regolamento, al fine di verificare l'esistenza di pratiche commerciali scorrette, in violazione degli articoli 20, 21, comma 1, lettere b), 22, 23, comma 1, lettera e), 24 e 25, comma 1, lettera d), e 66-bis del Codice del Consumo.

3. Contestualmente alla comunicazione di avvio, il professionista è stato invitato, ai sensi dell'art. 8, comma 2, del Regolamento, a presentare memorie scritte e documenti entro 10 giorni dal suo ricevimento, al fine della valutazione dei presupposti per la sospensione provvisoria della pratica consistente nella acquisizione di nuovi ordini a fronte della mancata consegna degli autoveicoli e del mancato rimborso degli importi versati dai consumatori, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo.

¹ Segnalazioni del 18 agosto 2017, n. 64825, del 3 ottobre 2017, n. 74310 e del 24 ottobre 2017, n. 79340.

4. In data 22 novembre 2017 si sono svolti accertamenti ispettivi presso la sede operativa della società al fine di acquisire documentazione utile a provare l'esistenza delle condotte oggetto del procedimento presso la sede del professionista.

5. Dalle verifiche ispettive è emerso che il professionista ha pubblicizzato l'autonoleggio di veicoli a condizioni particolarmente vantaggiose² e ha stipulato contratti di collaborazione con circa 750 agenti³ – c.d. “Procacciatori” - deputati a sollecitare la conclusione di contratti di noleggio per conto della società su tutto il territorio nazionale⁴.

Da un database acquisito in sede ispettiva emerge, altresì, che il professionista ha ricevuto negli ultimi due anni (2016-2017) 4.469 ordini complessivi⁵; da un altro documento ispettivo risultano circa 2.003 contratti⁶, mentre da ulteriore documentazione il professionista avrebbe consegnato 197 autoveicoli⁷, rimborsato 139 clienti⁸ e comunque risulterebbe intestatario di n. 275 autoveicoli⁹. Da tali dati risultano, pertanto, un numero elevatissimo di ordini e contratti non evasi.

6. Dalla documentazione agli atti il professionista risulta avere registrato difficoltà nella consegna e conseguenti ritardi nell'adempimento del contratto¹⁰. In particolare, a partire dal mese di giugno 2017, la società ha iniziato a ricevere lamentele per la mancata consegna delle autovetture nei termini indicati negli ordini di consegna, come risulta nelle email acquisite in sede ispettiva in cui la società comunica un ritardo stimato di 50/60 giorni¹¹: a partire da tale data, si susseguono i reclami per le mancate consegne e le richieste di rimborso delle somme versate¹². Tale ultimo dato trova conferma anche nel picco di note di accredito che si registra proprio nel mese di giugno 2017 (circa 50 note di accredito)¹³.

7. Dalle evidenze agli atti risulta anche un numero elevato di richieste di rimborso delle somme pagate dai consumatori al momento della sottoscrizione degli ordini di consegna delle autovetture – specificamente a titolo di diritto di prenotazione e deposito cauzionale¹⁴ – rimborso che avrebbe

² Le principali proposte del professionista si articolano in sei fasce (YOUNG, canone mensile 99 euro, BUSINESS MINI, canone mensile 173 euro, PREMIUM, canone mensile 398 euro, SUV PLUS, canone mensile 698 euro, LUXURI, canone mensile 875 euro, WORK, canone mensile 99 euro. Tutti i canoni sono da intendersi iva inclusa). Cfr. doc. n. 10, all. 6 del verbale ispettivo.

³ Cfr. doc. ispettivo n. 6 “Amministrazione/Estrazione Agenti nuovo gestionale (da marzo 2017).

⁴ Cfr. doc. ispettivo n. 6034 Gestione clienti/Contratto di collaborazione e doc. ispettivo n. 6006 Gestione clienti /Accordo procacciatore D'Orazi Maria Elena..

⁵ Doc. ispett. n. 6043 Gestione consegne – Riepilogo consegne.

⁶ Doc. ispettivo n. 6064 Gestione recessi /Anagrafica Nuovo I-100 pdf

⁷ Doc. ispett. n. 6034. “Riepilogo Consegne” inserito nel documento “Gestione Consegne”.

⁸ Il numero dei rimborsi effettuati trova conferma dalla verifica documentale delle note di accredito emesse dalla società a favore di clienti nel 2017. Dalle fatture acquisite risulta che la società abbia emesso 19 note di accredito nel mese di novembre 2017, 11 nel mese di ottobre, 20 a settembre, 12 ad agosto, 15 a luglio, 53 a giugno, 6 nel mese di maggio, 4 ad aprile, 12 a marzo, 6 a febbraio e 5 a gennaio 2017 (Cfr. docc. ispettivi da 155 a 5717).

⁹ Doc. isp. n. 6042 Gestione consegne /Auto intestate.

¹⁰ Cfr. email del 1 febbraio 2017, allegato n. 8 della segnalazione n. 79340 del 24 ottobre 2017.

¹¹ Cfr. email “Fwd Consegne Auto”, “Gestione clienti” Doc. ispett. n. 6010.

¹² Cfr. email “Fwd Consegne Auto”, “Recesso e restituzione importo prenotazione”, estratte dai docum. Ispett. “Gestione clienti” Doc. ispett. n. 6023.

¹³ Dato ricavato dalle verifiche dei documenti emessi in tale mese.

¹⁴ Il versamento dei suddetti importi rappresenta una condizione necessaria per l'attivazione dell'ordine e la differenza fra gli ordini ricevuti dalla società e i contratti stipulati può spiegarsi in base alla circostanza che non tutti i consumatori

dovuto avvenire trascorsi 90 giorni dalla mancata consegna nei termini concordati, a fronte della semplice richiesta del consumatore nelle modalità indicate dalle Condizioni generali di contratto.¹⁵ Sono stati, inoltre, acquisiti numerosi reclami relativi al mancato rimborso delle somme richieste¹⁶.

8. I documenti acquisiti mostrano inoltre che la società abbia acquistato autovetture fino al mese di luglio 2017 e che proprio in quel mese la società è stata interessata da una serie di disordini dovuti proprio alla mancata consegna dei veicoli e al mancato rimborso delle somme versate dai clienti¹⁷.

9. Nonostante le difficoltà incontrate nella gestione degli ordini acquisiti, le evidenze dimostrano che la società abbia continuato a promuovere la conclusione dei contratti di autonoleggio a lungo termine e ad incassare gli importi versati dai nuovi clienti a titolo di diritto di prenotazione¹⁸.

10. In merito ai reclami, dall'ispezione non si è riscontrata una gestione sistematica ed ordinata dei reclami. Inoltre, a partire dal mese di giugno 2017 risulta che la società ha interrotto qualsiasi comunicazione con la clientela; dai reclami acquisiti in sede ispettiva emerge che i consumatori lamentano la mancata risposta alle proprie istanze di chiarimento e la circostanza che la società non risponda al telefono¹⁹.

provvedano, nei termini richiesti, al versamento degli importi richiesti. Questi ultimi variano a seconda della tipologia dell'auto della quale si ordina il noleggio. A partire dal 1° febbraio 2017, la società ha previsto che il deposito cauzionale non venga più versato nel termine di 5 giorni dalla conferma dell'ordine ricevuto ma sia versato dal cliente 15 giorni prima della consegna dell'autoveicolo. Sono rimaste invariate le modalità ed i termini per il versamento dei diritti di prenotazione. Cfr. all. 2 al verbale ispettivo.

¹⁵ L'Ordine di Consegna, all'art. 2 delle Condizioni generali prevede che: Ai soli fini di accertare il rispetto del termine di consegna, la consegna si intende convenzionalmente avvenuta alla data con cui OSCAR SRL comunica al cliente, tramite avviso di consegna, che l'autoveicolo oggetto dell'ordine è disponibile per il ritiro. La consegna dell'autoveicolo sarà effettuata da OSCAR SRL in base ai termini concordati con il presente ordine. Qualora accada OSCAR SRL, a tutela e garanzia del proprio cliente, si impegna a comunicare tempestivamente gli eventuali ritardi di consegna, non imputabili alla OSCAR SRL, rispetto ai tempi indicati nel presente ordine di consegna. Passati i novanta giorni dalla non avvenuta consegna entro i termini concordati con il presente ordine, il Cliente può esercitare il suo diritto di Revoca del presente ordine di consegna e automaticamente la risoluzione del contratto, inviando una richiesta di risoluzione e revoca dell'ordine di consegna alla OSCAR SRL.

Il contratto di noleggio, all'art. 6 – Consegna degli autoveicoli, prevede:

La consegna degli autoveicoli sarà effettuata dal noleggiatore in base ai tempi previsti e concordati nell'allegato A. In caso di ritardo nella consegna dell'auto il noleggiatore, a tutela e garanzia del rapporto con l'utilizzatore, si impegna a comunicare, a mezzo mail, tempestivamente a quest'ultimo gli eventuali ritardi di consegna se pur per cause non imputabili al noleggiatore.

Trascorsi 90 giorni dalla non avvenuta consegna entro i termini concordati nell'allegato "A", il cliente può esercitare il diritto di revoca e automaticamente la risoluzione del contratto, inviando al noleggiatore una richiesta di risoluzione e revoca con la conseguente restituzione, da parte del noleggiatore, degli importi versati (Deposito cauzionale e Importo prenotazione auto) a mezzo assegno circolare o bonifico bancario. (cfr. segnalazione 79340 del 24 ottobre 2017, allegati nn. 6 e 7)

¹⁶ Cfr. fra le altre, le email, doc. ispett. nn. 6025 e 6026.

¹⁷ Cfr. email del 20 luglio 2017 "che è successo", Gestione clienti, documento ispettivo n. 6030. nell'email di un cliente indirizzata alla società si chiedono spiegazioni sulla presenza della polizia dinanzi alla sede della società.

¹⁸ Tale circostanza si desume dalle fatture emesse dalla società e aventi ad oggetto gli importi versati dai clienti a titolo di diritto di prenotazione. Al riguardo si evidenzia che, nei mesi di settembre e ottobre 2017 risultano essere state emesse dal professionista 21 fatture per i depositi ricevuti a titolo di prenotazione auto (doc. isp. da n. 191 a 666).

¹⁹ Cfr. email, doc. isp. n. 6014 "Fwd - Situazione inaccettabile, comunicazione impossibile", doc. isp. n. 6022 "RE - Situazione inaccettabile, comunicazione impossibile", doc. isp. n. 6025 "Rimborso", estratte dai documenti ispettivi "Gestione clienti".

II. MEMORIE DELLE PARTI

11. Il professionista non ha trasmesso all'Autorità alcuna memoria difensiva al fine di fornire elementi di valutazione rispetto alla sospensione provvisoria dell'attività ai sensi dell'art. 27, comma 3 del Codice del Consumo.

III. VALUTAZIONI

12. Sotto il profilo del *fumus boni iuris*, gli elementi sopra descritti inducono a ritenere sussistente *prima facie* la pratica contestata in violazione degli artt. 20, 21, comma 1, lettere *b)*, 22, 23, comma 1, lettera *e)*, 24 e 25, comma 1, lettera *d)*, e 66-*bis* del Codice del Consumo, in ragione della possibile idoneità delle condotte richiamate a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico dei consumatori in relazione all'offerta del professionista e ad ostacolare indebitamente la libertà di scelta del consumatore medio in relazione all'esercizio di diritti contrattuali e/o all'eventuale cessazione del rapporto contrattuale.

13. Come emerge dalle segnalazioni e dalle risultanze ispettive, il comportamento del professionista si articola nella promozione - con incasso di diritto di prenotazione e deposito cauzionale - di contratti di autonoleggio a lungo termine di autovetture di cui non ha la disponibilità al momento della transazione e che non procede ad ordinare e ad acquistare in numero e tempi utili all'adempimento delle obbligazioni assunte nei confronti dei consumatori.

14. È evidente che un numero ridotto di vetture consegnate (197) e/o di autovetture di proprietà del professionista (275) a fronte di un numero elevatissimo di ordini acquisiti (4.469) e, comunque, di contratti registrati (2.003) appaiono significative di un fortissimo deficit organizzativo e gestionale, ben superiore a qualsiasi fisiologica e contingente difficoltà di approvvigionamento, incompatibile con l'offerta ai consumatori di beni di consumo e con le ininterrotte iniziative promozionali che il professionista svolge attraverso i procacciatori (circa 750) per sollecitare la conclusione dei contratti di autonoleggio presso i consumatori.

15. Emergono, inoltre, numerose difficoltà relative al rimborso delle somme pagate dai consumatori al momento della sottoscrizione degli ordini di consegna delle autovetture - diritto di prenotazione e deposito cauzionale - che, invece, sarebbe dovuto avvenire trascorsi 90 giorni dalla mancata consegna nei termini concordati, a fronte della semplice richiesta del consumatore nelle modalità indicate dalle Condizioni generali di contratto.

16. Sotto il profilo del *periculum in mora*, vale osservare che la condotta sopra descritta è caratterizzata da un elevato grado di offensività in considerazione del numero di ordini sottoscritti e richieste di rimborso non evasi, nonché del fatto che il professionista è tuttora in grado, anche in relazione alla rete di procacciatori operativi sull'intero territorio nazionale, di sollecitare la conclusione dei contratti offerti dalla società presso un elevato numero di consumatori, che potrebbero quindi continuare ad essere indotti a sottoscrivere gli ordini di consegna con contestuale versamento degli importi richiesti dal professionista, senza riuscire a ricevere il bene nei termini pattuiti e quindi senza riuscire a recuperare gli importi pagati.

17. Alla luce di tutto quanto sopra, tenuto conto delle evidenze ispettive dalle quali è emersa l'attualità della condotta e l'ininterrotto flusso di ordini ricevuti dal professionista, tale condotta risulta idonea ad indurre i consumatori ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non prenderebbero, nella specie quella di sottoscrivere contratti di autonoleggio a lungo termine di

autovetture non disponibili, con la conseguenza di pagare importi raramente consegnati e per i quali risulta difficile il recupero.

RITENUTO, pertanto, che dall'esame degli atti del procedimento emergono elementi tali da avvalorare la necessità di provvedere con particolare urgenza al fine di impedire che la pratica commerciale sopra descritta, continui ad essere posta in essere nelle more del procedimento di merito;

DISPONE

ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo e dell'art. 8, comma 1, del Regolamento, che il professionista:

- a) sospenda, entro tre giorni dalla comunicazione del presente provvedimento, ogni attività diretta alla sottoscrizione degli ordini di consegna di autovetture non disponibili;
- b) comunichi all'Autorità l'avvenuta esecuzione del presente provvedimento di sospensione e le relative modalità entro dieci giorni dalla ricezione del presente provvedimento, inviando una relazione dettagliata nella quale vengano illustrate le misure adottate.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Il presente provvedimento sarà comunicato ai soggetti interessati ai sensi dell'art. 19 del Regolamento e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 135, comma 1, lettera b), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di comunicazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199 entro il termine di centoventi giorni dalla data di comunicazione del provvedimento stesso.

Si ricorda che, ai sensi dell'art. 8, comma 4, del Regolamento, la presente decisione di sospensione deve essere immediatamente eseguita a cura del professionista e che il ricorso avverso il provvedimento di sospensione dell'Autorità non sospende l'esecuzione dello stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Roberto Chieppa

f.f. IL PRESIDENTE
Gabriella Muscolo

*Autorità garante
della concorrenza e del mercato*

Bollettino Settimanale
Anno XXVII- N. 51 - 2017

Coordinamento redazionale

Giulia Antenucci

Redazione

Sandro Cini, Valerio Ruocco, Simonetta Schettini,
Manuela Villani
Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato
Ufficio Statistica e Applicazioni Informatiche
Piazza Giuseppe Verdi, 6/a - 00198 Roma
Tel.: 06-858211 Fax: 06-85821256

Web: <http://www.agcm.it>

Realizzazione grafica

Area Strategic Design
