

## **PS8118 - JAKALA-VENDITA BIGLIETTI OLIMPIADI DI LONDRA**

Provvedimento n. 24136

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 19 dicembre 2012;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

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 pratiche commerciali scorrette*", adottato dall'Autorità con delibera del 15 novembre 2007, successivamente sostituito dal "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, clausole vessatorie*" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera dell'8 agosto 2012;

VISTO il proprio provvedimento del 16 maggio 2012, con il quale è stato disposto l'accertamento ispettivo, ai sensi dell'articolo 27, commi 2 e 3, del Codice del Consumo, presso le sedi di Jakala Events S.p.A. e di Jakala Marketing Solutions S.p.A.;

VISTO il proprio provvedimento del 18 luglio 2012, con il quale, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per particolari esigenze istruttorie;

VISTO il proprio provvedimento del 23 ottobre 2012, con il quale è stato disposto l'accertamento ispettivo, ai sensi dell'articolo 27, commi 2 e 3, del Codice del Consumo, presso le sedi di Jakala Events S.p.A.;

VISTO il proprio provvedimento del 7 novembre 2012, con il quale, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per la necessità di assicurare un adeguato contraddittorio alle Parti in considerazione dell'avvenuta estensione oggettiva del procedimento;

VISTI gli atti del procedimento;

### **I. LE PARTI**

1. Jakala Events S.p.A. (di seguito anche "Jakala"), in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società svolge attività di agenzia di viaggio e di organizzazione di eventi ed è stato il Rivenditore Nazionale Autorizzato (di seguito RNA) ed esclusivo per l'Italia, fra l'altro, dei biglietti per le Olimpiadi di Londra 2012. Nel 2011, Jakala ha realizzato un fatturato di circa 27 milioni di euro e perdite di esercizio per circa 600.000 euro.

2. Un singolo consumatore, in qualità di segnalante.

### **II. LE PRATICHE COMMERCIALI**

3. Il procedimento concerne i comportamenti posti in essere dal professionista, consistenti nell'aver venduto i biglietti per assistere a eventi olimpici, applicando somme ulteriori e non dovute, nonché nell'aver subordinato l'acquisto di intere categorie di biglietti per i c.d. eventi "top" a quello di pacchetti di viaggio, comprendenti, oltre al biglietto desiderato, anche uno o più dei seguenti servizi, tra volo, soggiorno, trasferimenti e/o assistenza in loco, pranzi organizzati etc..

4. In particolare, secondo la segnalazione di un consumatore pervenuta in data 5 marzo 2012, Jakala ha applicato al valore facciale del biglietto, espresso in sterline e figurante al momento della prenotazione, ulteriori importi, non dovuti in base alle Condizioni generali di vendita del Locog - *London Organising Committee of the Olympic Games and Paralympic Games*<sup>1</sup> (di seguito anche LOCOG), pubblicate sul sito [www.tickets.london2012.com.nocatr.html](http://www.tickets.london2012.com.nocatr.html). Più precisamente, Jakala ha applicato somme per spese di spedizione, che, in realtà, non potevano essere richieste qualora il consumatore avesse provveduto autonomamente a ritirare i biglietti prenotati; 25 euro per spese di pratica, non previste nelle predette Condizioni generali; il 21% di IVA sul complesso di tali voci, senza tenere conto che l'importo base concordato al momento della prenotazione già comprendeva l'IVA inglese al 20%<sup>2</sup>, nonché le spese di

---

<sup>1</sup> [Il Locog ha fornito i relativi biglietti ai rivenditori nazionali ufficiali. Più precisamente, in base alla sezione "NOC and ATR contact list" contenuta nel doc. 4, traduzione libera, i RN devono "limitare le proprie spese di agenzia al 20% del valore nominale dei biglietti (fino a un massimo di 40 sterline a biglietto); applicare un tasso di cambio corretto e giustificabile; chiarire che al prezzo di acquisto del biglietto possono essere applicate soltanto le spese di consegna a un prezzo ragionevole e soltanto qualora i biglietti siano spediti; fornire a ciascun consumatore una ricevuta di acquisto dettagliata che metta in evidenza ogni voce di costo: biglietti, spese di agenzia e di spedizione consentite (...)".]

<sup>2</sup> [Il segnalante indica che l'importo iniziale di 396€, risultante dalla conversione in euro del valore nominale dei biglietti espresso in sterline inglesi, comprendeva l'IVA inglese, in quanto al momento della mera prenotazione dei biglietti effettuata tramite G&G Communication S.r.l., a quel tempo Rivenditore Nazionale Autorizzato (di seguito, anche RNA) per l'Italia, i biglietti erano

agenzia, che non avrebbero dovuto superare il 20% del valore facciale del biglietto, e che, invece, sono state calcolate anche tenendo conto delle spese di pratica e di spedizione.

5. Inoltre, dal complesso della documentazione in atti, è emerso che, rispetto a una serie di eventi più interessanti per i consumatori italiani, quali il nuoto, la ginnastica artistica, le gare serali, le cerimonie di apertura e chiusura, etc. (c.d. eventi "*top*"), Jakala ha privato i consumatori interessati della possibilità di acquistare biglietti singoli, offrendoli esclusivamente nell'ambito di pacchetti più articolati e costosi, comprendenti uno o più dei seguenti servizi accessori o turistici.

6. Ciò premesso, le pratiche commerciali oggetto del presente procedimento sono le seguenti:

*Pratica sub A): la richiesta di somme ulteriori e non dovute;*

*Pratica sub B): la vendita a pacchetto dei biglietti per eventi sportivi "top".*

### **III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO**

#### **1) L'iter del procedimento**

7. In relazione alle condotte sopra descritte, in data 16 maggio 2012, è stato avviato nei confronti del professionista il procedimento istruttorio n. PS8118, per possibile violazione degli artt. 20, 24 e 25, lettere *a)* e *d)*, del Codice del Consumo, in relazione alla possibile aggressività della pratica consistente nel richiedere somme non dovute in relazione ad eventi prenotati con largo anticipo.

8. Il 24 maggio 2012, si sono svolti accertamenti ispettivi presso le sedi di Jakala, parte formale del procedimento, e di altre società del gruppo<sup>3</sup>, preordinati, fra l'altro, a verificare se quanto segnalato fosse riconducibile a un episodio isolato oppure espressione di una pratica generalizzata del professionista.

9. Il 14 giugno 2012, Jakala ha presentato una prima memoria difensiva.

10. Con delibere del 18 luglio e del 7 novembre 2012, il termine di chiusura del procedimento è stato prorogato, rispettivamente, per esigenze istruttorie e per l'ampliamento dell'oggetto del procedimento.

11. Il 30 maggio, il 26 luglio e il 6 dicembre 2012, Jakala ha avuto accesso agli atti del procedimento.

12. Il 25 giugno 2012, il segnalante ha presentato istanza di partecipazione al procedimento, accolta con comunicazione del 19 luglio 2012.

13. Il 2 ottobre 2012, Jakala è stata sentita in audizione e l'11 ottobre 2012 ha fatto pervenire le informazioni richieste in tale occasione.

14. Sulla base degli elementi in atti, il 23 ottobre 2012, è stato ampliato l'oggetto del procedimento alla vendita a pacchetto dei biglietti per i c.d. eventi "*top*", per possibile violazione degli artt. 20 e 24 del Codice del Consumo. In tale sede, veniva in particolare ipotizzata l'aggressività della pratica, idonea a porre il consumatore di fronte all'alternativa di acquistare l'intero "pacchetto" (biglietto + "servizio a terra"), con un aggravio economico a volte anche significativo, o rinunciare del tutto ad assistere all'evento richiesto dei Giochi Olimpici.

15. Il 30 ottobre 2012, si sono svolti accertamenti ispettivi presso la sede operativa di Jakala, al fine di acquisire ulteriori elementi sulla nuova condotta contestata.

16. Il 20 novembre 2012, Jakala ha presentato un'ulteriore memoria difensiva.

17. Il 30 novembre 2012, è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento.

18. L'11 dicembre 2012 è pervenuta la memoria conclusiva di Jakala.

#### **2) Le evidenze acquisite**

19. Jakala è una società dell'omonimo Gruppo che si occupa della fornitura di servizi di prenotazione di viaggi aerei, marittimi, su strada, su rotaia e prenotazioni alberghiere ed è notoriamente riconosciuta come società *leader* nel settore MICE — *meeting, incentive, convention, events*.

20. Nell'ambito dei propri rapporti commerciali, nel dicembre 2010, è entrata in contatto con G&G Communication S.r.l. (di seguito anche "G&G"), che aveva ottenuto, dal 23 dicembre 2009, l'affidamento in esclusiva della gestione della biglietteria per le Olimpiadi di Londra 2012, fornendo supporto per i pacchetti di viaggio abbinati alla vendita dei biglietti.

21. Nel maggio del 2011, tuttavia, venuto a mancare all'improvviso il legale rappresentante e amministratore unico di G&G, tale società per garantire la continuità del servizio di biglietteria ha affittato a Jakala il proprio ramo d'azienda dedicato alla gestione della biglietteria Olimpica. Quest'ultima, a decorrere da settembre 2011 e dopo aver ricevuto il benestare del Comitato Olimpico Nazionale Italiano (di seguito CONI) e l'accettazione da parte del LOCOG, ha

---

*materialmente in possesso del LOCOG, che non li aveva ancora assegnati ai RNA. A tale importo base, Jakala, già partner di G&G e a questo subentrata a fine luglio 2011, avrebbe aggiunto le summenzionate voci, portando a 588€ l'importo finale da pagare.]*

<sup>3</sup> *[Si tratta delle società Jakala Ebusiness S.r.l. (che svolge attività di commercio al dettaglio per corrispondenza o attraverso internet), Jakala Group S.p.A. (attività delle holding operative) e Jakala Marketing Solutions S.p.A. (che svolge altri servizi di sostegno alle imprese).]*

proseguito nell'attività di vendita dei pacchetti turistici e dei biglietti, subentrando nei medesimi rapporti di debito/credito di G&G<sup>4</sup>.

22. La relazione al Bilancio 2011 indica che, in tale esercizio, l'impresa ha registrato un considerevole incremento del volume delle vendite (3.739.000 euro vs. 2.875.000 euro nel 2010), *"per i primi effetti positivi derivanti dall'incarico di gestione dei servizi di biglietteria dei Giochi Olimpici"*<sup>5</sup>.

#### **i) Pratica sub A): la richiesta di somme ulteriori e non dovute**

23. Riguardo alle condizioni di prezzo dei biglietti, il *Ticket Sales Agreement for the 2012 Olympic Games – TSA*, sottoscritto da LOCOG, CONI, CONI Servizi S.p.A. e G&G, impone ai Rivenditori Nazionali Autorizzati (di seguito anche RNA) di vendere i biglietti con modalità non discriminatorie, al loro prezzo facciale al quale può essere aggiunta una *fee* di agenzia non più alta del 20% (sul prezzo facciale del biglietto) e comunque non superiore a 40 sterline a biglietto, nonché le spese di spedizione che dovranno essere di importo ragionevole; inoltre, la conversione in valuta locale dei biglietti deve essere effettuata utilizzando il tasso di cambio indicato nei maggiori quotidiani economici nazionali e internazionali (articolo 13.1 del TSA)<sup>6</sup>.

24. In un prospetto al 7 luglio 2011 acquisito in ispezione, relativo al probabile incasso dei biglietti disponibili a tale data (al netto di quelli venduti da G&G) è prevista l'applicazione di una *fee* del 20% sul prezzo di ogni biglietto e di spese di spedizione pari a 40 euro<sup>7</sup>.

25. Dalla documentazione allegata alla segnalazione del 5 marzo 2012, risulta che Jakala ha inviato al segnalante alcune *e-mail* di risposta alle lamentele sollevate relativamente al calcolo del prezzo finale del biglietto, informandolo che le spese di spedizione e le altre "spese" erano scorponabili dal totale richiesto, che *"la pratica di vendita corretta è la seguente: prezzo facciale – conversione in euro – +20% fee agenzia"* e che si sarebbe attivata affinché *"tutti i clienti fossero opportunamente informati della restituzione dell'iva e della faccenda dei costi di spedizione"*<sup>8</sup>.

26. Nelle dichiarazioni a verbale rese nel corso del primo accertamento ispettivo, Jakala ha affermato di avere inizialmente adottato la stessa procedura di vendita di G&G, che applicava l'IVA sull'insieme delle voci sopra indicate, comprensive di ingiustificate *"spese di pratica"*. A seguito dei chiarimenti forniti da LOCOG e dell'unica segnalazione ricevuta (la stessa all'origine del procedimento), Jakala *"ha corretto la procedura e ha informato anche i clienti di G&G, rimborsando a tutti le somme richieste per "spese di pratica", quelle di spedizione se non richiesta dal cliente e di calcolo dell'IVA"*<sup>9</sup>.

27. L'*e-mail* standard inviata in proposito alla clientela indica che *"la nostra policy prevede che le spese pratica siano già comprese nel fee d'agenzia. (...) la spedizione è facoltativa. Se desidera ritirare i biglietti a Sua cura (...), ce lo comunichi e il relativo importo sarà tolto dalla scheda di vendita e rimborsato"*<sup>10</sup>.

28. In sede ispettiva è stato acquisito un file, denominato *"19 aprile fatturato pratiche"*, che contiene un'analisi dettagliata delle entrate di ogni biglietto venduto, vale a dire il prezzo del biglietto, la *fee* di agenzia al 20% richiesta da Jakala, le spese di trasporto rimosse, di solito pari a 40 euro per le diverse province italiane, l'IVA del 21% calcolata anche sulle *fee* d'agenzia e sulle spese di trasporto<sup>11</sup>. Da tale documento risulta che in molti casi i costi di spedizione sono stati pari a zero e da altre *e-mail* acquisite sulle condizioni della prenotazione dei consumatori, risulta che il professionista ha precisato la natura non obbligatoria delle spese di spedizione nei casi in cui il cliente provveda autonomamente al ritiro dei titoli acquistati<sup>12</sup>.

29. E' stata altresì acquisita copia di numerosi bonifici disposti da Jakala da dicembre 2011 in poi anche nei confronti di clienti G&G, per rimborsare le somme non dovute<sup>13</sup>. Come chiarito nell'audizione del 2 ottobre 2012, tali rimborsi

---

<sup>4</sup> [Tali fatti sono stati descritti nel verbale ispettivo della sede operativa di Jakala, doc. 12, sono stati precisati nella memoria del 14 giugno 2012, doc. 49, e trovano conferma in vari documenti contrattuali acquisiti in ispezione, cfr. docc. 14-19. Tra la documentazione allegata alla segnalazione del 5 marzo 2012, vi è anche l'*e-mail* del 28 settembre 2011, inviata da Jakala a tutti i clienti G&G, informandoli di aver ricevuto "con il benestare del CONI e del comitato Organizzatore Londra 2012, l'affidamento in esclusiva della biglietteria per i Giochi Olimpici di Londra 2012 e proseguirà fattivamente i rapporti con i clienti e i tifosi, così come iniziato da G&G, con le stesse modalità e nel pieno rispetto e tutela dei diritti dei clienti. (...) lo staff dedicato ai contatti con il pubblico è rimasto invariato", cfr. all. 9 al doc. 2.]

<sup>5</sup> [Cfr. All. 20 doc. 49.]

<sup>6</sup> [Cfr. All. 5 doc. 49.]

<sup>7</sup> [Cfr. doc. 41.]

<sup>8</sup> [Cfr. All. 13, 16-18 al doc. 2.]

<sup>9</sup> [Cfr. il verbale ispettivo della sede operativa di Jakala, doc. 12.]

<sup>10</sup> [Cfr. doc. 21.]

<sup>11</sup> [Cfr. doc. 44.]

<sup>12</sup> [Cfr., ad esempio, doc. 29.]

<sup>13</sup> [Ad esempio, il 6 dicembre 2011, a seguito dei circostanziati e insistenti reclami del segnalante, Jakala ha dato ordine alla propria banca di effettuare 93 bonifici ad altrettanti clienti (docc. 23 e 24); altrettanto è avvenuto a marzo 2012 (36 rimborsi documentati, docc. 25-26) e ad aprile 2012 (26 bonifici, doc. 27); un altro documento contiene il prospetto delle spese di spedizione e pratica da rimborsare a circa 260 clienti (doc. 31). Il 29 maggio 2012 Jakala ha rimborsato ad altri 29 consumatori i 25 € di "spese di pratica" richieste da G&G, cfr. all. 19 al doc. 49.]

riguardano sia le spese di pratica che le somme a titolo IVA o di spedizione, in relazione a ogni singola posizione riesaminata da Jakala.

## ii) Pratica sub B): la vendita a pacchetto dei biglietti per eventi sportivi "top"

30. Secondo la premessa B) del TSA "dato il significato dei Giochi, le parti riconoscono l'importanza di assicurare che a tutti siano date giuste ed eque opportunità di ottenere i biglietti e di assistere ai Giochi" e l'articolo 12.1 indica che "le parti riconoscono che minimizzare i biglietti invenduti e posti vuoti alle Olimpiadi è di importanza vitale per LOCOG e la reputazione del movimento olimpico nel suo insieme"<sup>14</sup>. Inoltre, in base all'articolo 1 del TSA, i Rivenditori Nazionali Autorizzati possono offrire e vendere alla clientela anche "Servizi aggiuntivi unitamente alla vendita dei biglietti, quali, a titolo esemplificativo, trasporto ai Giochi o soggiorno durante le manifestazioni (su approvazione di LOCOG)". In tal caso, il RNA "garantirà che un numero ragionevole di diverse tipologie di biglietti sia disponibile per l'acquisto di coloro che non desiderano acquistare tali servizi aggiuntivi" (articolo 13.3) e, qualora ricorrano a pacchetti con i biglietti per i loro clienti, devono coordinarsi con LOCOG quando acquistano i servizi aggiuntivi a Londra o nel Regno Unito "in order to avoid competition with the needs of LOCOG" (articolo 19.2). Qualora il RNA dimostri a LOCOG di non riuscire verosimilmente a vendere tutti i biglietti acquistati da LOCOG, esercitando la c.d. *Sale Deadline Option*, LOCOG riceve dal RNA i biglietti invenduti e restituisce a quest'ultimo le somme ricavate dalla vendita, al netto dei costi necessari e "reasonable" a tal fine sostenuti. In tal modo, il rischio dell'invenduto ricade sul RNA (articolo 12 del TSA).

31. Jakala ha precisato che il costo di un "pacchetto" comprende, oltre al prezzo del biglietto, i prezzi dei singoli servizi accessori offerti (volo, hotel, assicurazione, bagaglio), nonché i costi sostenuti per i c.d. servizi logistici (personale di Jakala in loco e *tourleader*), eventuali spese di spedizione, un'ulteriore commissione di agenzia sulla componente "turistica" e/o accessoria del pacchetto (pari al [20-50%]<sup>15</sup> sul prezzo complessivo degli ulteriori servizi turistici offerti) e l'IVA (articolo 74-ter del DPR 633/72) calcolata sul margine tra ricavi e costi sostenuti da Jakala in relazione a tali servizi. La vendita dei "pacchetti" richiede la sottoscrizione di un vero e proprio contratto col cliente, mentre quella dei soli biglietti avviene per via elettronica e si perfeziona con l'invio, da parte del cliente, di copia del bonifico dell'importo dovuto a Jakala, che entro fine giugno ha consegnato/spedito i biglietti acquistati<sup>16</sup>.

32. Per realizzare un pacchetto, Jakala ha sostenuto costi per [150.000-400.000] euro relativi ai fornitori (hotel, ristoranti, accompagnatori, escursioni etc.) e ha realizzato ricavi per [500.000-650.000] euro e un margine netto di [50.000-200.000] euro, nonché un *mark-up* del [10-50%]<sup>17</sup>.

33. Le linee strategiche di *business* e di sviluppo del professionista, acquisite in ispezione, indicano che: "**mercato di riferimento > SPORT EVENTS DESCRIZIONE** Gestione degli eventi delle olimpiadi, per conto del CONI. Il business model prevede la creazione e vendita di pacchetti in esclusiva (...). **CARATTERISTICHE DEL BUSINESS.** Vinta la gara è un monopolio, i contratti sono pluriennali (3-4 anni); il mercato, aggregando gli eventi delle diverse federazioni, vale circa [omissis]B€; i concorrenti più importanti sono: Carlson Wagon L. (>50M), Jumbo Eventi (20-30M), ...; 2011 Federcalcio; 2012 Londra – Giochi Olimpici; 2012 Polonia-Ucraina Campionati Europei di Calcio; 2012 RCS; 2013 RCS; (...)", fino ai Campionati Europei di Calcio – 2016<sup>18</sup>.

34. Nel verbale di ispezione, Jakala ha dichiarato che "in relazione agli eventi, date od orari più richiesti (cerimonie di apertura/chiusura dei Giochi Olimpici, finali, nuoto, ginnastica ritmica e gare serali), la vendita dei biglietti è abbinata alla vendita del biglietto di viaggio, in modo da coprire le spese sostenute per aver ottenuto, prenotando in anticipo, soggiorni a prezzi vantaggiosi"<sup>19</sup>.

35. In occasione della seconda memoria difensiva del 20 novembre u.s., Jakala ha precisato che gli eventi "top" comprendono "una finale o una serie di finali; la partecipazione di un atleta di livello mondiale oppure una competizione ad alto richiamo mediatico (vedi finale atletica 100mt maschili, finale di tennis maschile a Wimbledon etc.); la partecipazione di un atleta oppure di una squadra italiani alle fasi finali della relativa specialità e/o sport (alle fasi finali partecipazione non certa se non a qualificazione raggiunta e/o al raggiungimento della finale di specialità)", fornendo un elenco di eventi "top" per disciplina<sup>20</sup>.

36. Con riferimento ai dati di vendita, una elaborazione interna indica che, al 24 maggio 2012, dei 23.643 biglietti acquistati presso LOCOG, ne erano stati venduti 12.059 (8.163 Jakala + 3.896 G&G), mentre 11.584 erano ancora

<sup>14</sup> [Cfr. All. 5 doc. 49. A tal fine, LOCOG può esercitare la *Sale Option Deadline*]

<sup>15</sup> [Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.]

<sup>16</sup> [Tali diverse modalità di vendita sono più ampiamente descritte nella memoria del 14 giugno 2012, doc. 49.]

<sup>17</sup> [Cfr. doc. 97. In base all. 23 al doc. 100, la produzione di pacchetti sarebbe costata a Jakala [300.000-450.000] euro, con ricavi di [500.000-650.000] euro, un margine netto di [200.000-350.000] euro e un *mark-up* del [50-100%].]

<sup>18</sup> [Cfr. doc. 45.]

<sup>19</sup> [Cfr. il verbale ispettivo della sede operativa di Jakal, doc. 12.]

<sup>20</sup> [Cfr. doc. 100. L'All. 1 a tale documento contiene l'elenco degli eventi "top" per disciplina sportiva: sera del 27 luglio per la cerimonia d'apertura; gare di atletica per le sere del 3-6 e 10 agosto; l'intera giornata del 10 agosto per il basket e del 5 agosto per il tennis; la mattina del 29 luglio e i pomeriggi del 31 luglio e 2 agosto per la ginnastica artistica; sere del 28 luglio – 2 agosto e mattina del 30 luglio e del 1° agosto per il nuoto; intera giornata del 9 agosto e sera del 12 agosto per la pallavolo; sere del 28 luglio, 2 e 3 agosto per la scherma; sere del 5, 7 e 11 agosto per i tuffi.]

disponibili e meno di 1.000 erano opzionati<sup>21</sup>. Secondo un prospetto relativo al venduto ad aprile 2012, a tale data, erano stati venduti 2.882 biglietti al pubblico e 690 "pacchetti"<sup>22</sup>.

37. Confrontando il numero dei biglietti acquistati per ciascun evento con quelli venduti, si evince che, per nessuna specialità, neppure per le discipline "top" (in particolare nuoto, ginnastica artistica, etc.) sono stati venduti tutti i biglietti acquistati<sup>23</sup>.

38. Infine, è stato acquisito l'elenco di 1064 biglietti venduti nell'ambito di pacchetti, comprendenti, come chiarito nelle informazioni pervenute l'11 ottobre 2012, anche i piccoli pacchetti, con singoli servizi accessori (i c.d. "servizi a terra"), non rientranti nella definizione normativa di pacchetto turistico<sup>24</sup>.

39. L'aggiornamento al 31 maggio 2012 della vendita dei pacchetti, che illustra il dettaglio (stato della pratica e contenuto del pacchetto) di 32 pacchetti, evidenzia che tutte le offerte interessate riguardavano gare serali e finali di varie specialità di atletica, le finali di scherma, le finali di nuoto, le finali di tuffi etc.<sup>25</sup>.

40. Agli atti del procedimento è disponibile copia di numerose e-mail nelle quali Jakala invita i consumatori a richiedere i "pacchetti". In particolare, in alcune e-mail scambiate da agosto 2011 con un cliente all'indirizzo e-mail [bigliettilondra2012@jakala.com](mailto:bigliettilondra2012@jakala.com), la società afferma: "Se i biglietti che desidera non sono tra quelli disponibili, può contattare il Signor ..., chiedendo la disponibilità di biglietti+soggiorno per le Olimpiadi (cioè biglietti di ingresso alle gare legati al soggiorno a Londra). I suoi riferimenti sono: ... mail [viaggilondra2012@jakala.com](mailto:viaggilondra2012@jakala.com))"<sup>26</sup>. Da gennaio 2012, nelle e-mail relative a richieste di disponibilità di biglietti per le cerimonie di apertura, chiusura, finali di atletica o nuoto etc. (eventi top), l'e-mail "standard" conteneva generalmente, oltre al precedente, anche l'avviso di poter acquistare biglietti presso rivenditori esteri<sup>27</sup>.

41. Una e-mail di marzo 2012 indica che il CONI voleva avere una "situazione dei biglietti residui per il nuoto divisi tra pacchetti e biglietti al pubblico. Gli dico semplicemente che tutta la biglietteria del nuoto è legata a pacchetti (...) "<sup>28</sup>.

42. In uno scambio di e-mail durato due mesi (marzo-maggio 2012) relativo a una pratica per biglietti di accesso alla finale di tuffi, il consumatore ha chiesto se fosse possibile l'acquisto del solo biglietto scomponendo i "pacchetti" non venduti; Jakala ha risposto affermando che "nuoto, ginnastica artistica, ginnastica ritmica, tennis TUTTO ESAURITO" e che non vi era tale possibilità e ha proposto un preventivo di soggiorno al costo di 590 euro a persona per una notte, opzione che il consumatore ha rifiutato perché "fuori budget"; il consumatore ha chiesto allora il solo biglietto per una gara "a qualsiasi prezzo", ma Jakala ha risposto che per "la ginnastica ritmica abbiamo esaurito tutte le disponibilità, mentre per il nuoto abbiamo ancora qualche biglietto, ma solo in abbinamento al soggiorno" (enfasi aggiunta)<sup>29</sup>.

43. Il 29 maggio 2012 è stata acquisita agli atti del procedimento copia della sezione "Contatti" del sito [www.sport.jakalaevents.com](http://www.sport.jakalaevents.com), nella quale viene indicata l'e-mail [viaggilondra2012@jakala.com](mailto:viaggilondra2012@jakala.com) quale indirizzo al quale rivolgersi per richiedere informazioni sulle Olimpiadi<sup>30</sup>. Non compare più l'altro indirizzo e-mail [bigliettilondra2012@jakala.com](mailto:bigliettilondra2012@jakala.com), presente in alcune e-mail agli atti relative ai primi mesi dell'anno.

44. Jakala ha, poi, prodotto copia dei pacchetti acquistati da 73 clienti, 43 dei quali hanno acquistato un "pacchetto", pagando, oltre al valore nominale del biglietto stesso e alla fee d'agenzia al 20%, anche il costo del soggiorno e/o del volo, l'assicurazione medico/bagaglio, spese varie ["Varie (pranzi/trasporti/etc.)", il "Costo forfetario personale Jakala in loco e costo forfetario staff tourleader in loco", oltre alla fee d'agenzia sugli ulteriori servizi accessori acquistati<sup>31</sup>. A prescindere dal numero e dalla tipologia dei biglietti venduti nell'ambito dei sei pacchetti di seguito analizzati, la tabella

---

<sup>21</sup> [Cfr. docc. 20 e 40. Tali dati sono stati confermati da Jakala nel corso dell'audizione, cfr. verbale doc. 63. Inoltre, nelle informazioni pervenute l'11 ottobre 2012, Jakala ha precisato che tale dato è il frutto di continui aggiustamenti nel corso del rapporto contrattuale, fra biglietti che il RNA acquista e rende al LOCOG, in un'ottica puramente commerciale, in funzione dell'andamento delle vendite, cfr. la comunicazione di Jakala allegata al doc. 64.]

<sup>22</sup> [Cfr. doc. 43.]

<sup>23</sup> [Cfr. doc. 40.]

<sup>24</sup> [Cfr. docc. 28 e 64.]

<sup>25</sup> [Cfr. doc. 91.]

<sup>26</sup> [Cfr., a titolo esemplificativo, i docc. 29, 84 e 86.]

<sup>27</sup> [L'avviso era del seguente tenore: "Può inoltre provare a inoltrare richiesta a un altro rivenditore europeo autorizzato all'interno della Comunità Europea chiedendo la disponibilità dei biglietti che desidera. (...). L'elenco dei rivenditori autorizzati ufficiali è disponibile cliccando [http://www.tickets.london2012.com/eligibility\\_p2.html](http://www.tickets.london2012.com/eligibility_p2.html)", cfr., ad esempio, i docc. 72, 74, 75, 87.]

<sup>28</sup> [Cfr., rispettivamente, doc. 32 e 33.]

<sup>29</sup> [Cfr. doc. 34.]

<sup>30</sup> [Cfr. doc. 46.]

<sup>31</sup> [Cfr. All. 18 al doc. 49. Cfr. All. 18 al doc. 49. Gli altri 30 pacchetti riguardano clienti verosimilmente residenti nel Regno Unito, in quanto le pratiche riguardano persone dal nome inglese. I clienti "inglesi" che hanno acquistato un "pacchetto", principalmente per assistere a gare pomeridiane di ciclismo, hanno pagato, oltre al prezzo del biglietto e alla fee d'agenzia, anche il costo di un pranzo pari a 55 € per persona (da consumare in un hotel a 4 stelle scelto da Jakala) e l'ulteriore fee d'agenzia sui servizi logistici (pari al [20-50%] del costo del pranzo e del costo personale Jakala in loco e tourleader).]



mette a confronto il prezzo che il cliente avrebbe pagato acquistando soltanto i biglietti con quello pagato per l'intero "pacchetto":

	Biglietti in €	Pacchetti in €
Ginnastica artistica	300	4.695
Nuoto serale + Volley	315	830
Volley + Scherma e Nuoto serali	765	3.040
Ginnastica artistica + Tuffi	660	3.180
Equitazione Jumping	195	2.120
Ginnastica artistica pom. + Atletica serale	1.320	8.400

45. Infine, rispetto a un campione di 119 fatture per la vendita di biglietti e di pacchetti di viaggio nel periodo gennaio-maggio 2012, prodotto da Jakala nella sua memoria del 14 giugno u.s., risulta che sono stati venduti numerosissimi pacchetti ad agenzie di viaggio italiane, svizzere e addirittura argentine per importi anche molto considerevoli<sup>32</sup>.

46. Nelle informazioni fornite l'11 ottobre 2012, Jakala ha prodotto un articolo di stampa apparso su *Le parisien* del 23 febbraio 2012, in base al quale alla Francia sono stati allocati circa 95.000 biglietti, di cui alla data di pubblicazione dell'articolo, 30.000 risultavano invenduti, compresi anche gli eventi più richiesti quali la cerimonia d'apertura o la finale maschile dei 100m di nuoto o di atletica, e al netto di quelli riservati alla c.d. "famiglia olimpica". L'articolo individua la causa del fenomeno nel fatto che, *"mentre in Belgio e Svizzera era possibile acquistare biglietti singoli per qualsiasi prova, in Francia venivano offerti pacchetti comprendenti, oltre ai biglietti, l'alloggio e la visita al "Club Francia". (...). Con un biglietto tre volte più caro che a Pechino e l'alloggio a Londra estremamente costoso, i prezzi dei pacchetti sono saliti alle stelle. (...). Presto i pacchetti "à la carte"... da qui a qualche giorno, ci sarà la possibilità di comporre il proprio pacchetto, scegliendo le proprie gare, la durata del soggiorno e il tipo di trasporto. Ciò permetterà già di ridurre la fattura. Una flessibilità non prevista oggi, in quanto il numero delle notti è imposto secondo il tipo di gara scelta. In questo assetto, gli interessati al viaggio saranno tuttavia ancora obbligati ad acquistare un servizio alberghiero. (...). LOCOG vieta alle agenzie ufficiali di fare pubblicità fuori dal proprio territorio, ma il diritto europeo permette ai francesi d'acquistare biglietti all'estero. Una possibilità che necessita di un po' di ricerche, poiché occorre trovare l'agenzia ufficiale in ciascun paese (...)"*<sup>33</sup>.

47. Da maggio 2012, Jakala ha inviato alla clientela una e-mail per informarli che erano *"ancora disponibili gli ultimi biglietti per i Giochi Olimpici 2012 (...)"*<sup>34</sup>.

48. Nell'ambito della seconda ispezione, sono state acquisite varie e-mail di consumatori, in cui Jakala indica che l'acquisto del biglietto per eventi *"top"* è subordinato all'acquisto del soggiorno. A titolo di esempio, si veda l'e-mail di un cliente che, dopo aver ricevuto da Jakala ad agosto 2011, l'e-mail standard per i biglietti singoli esauriti relativamente alla pallavolo femminile ed al nuoto, ha comunicato a novembre 2011 di aver *"trovato una sistemazione da vecchi amici e quindi preferisco rinunciare all'albergo proposto"*; Jakala ha risposto ricordando che *"l'acquisto dei biglietti è subordinato all'acquisto del pacchetto nella sua interezza. Di conseguenza i biglietti non possono essere acquistati singolarmente"* (sottolineatura aggiunta)<sup>35</sup>.

49. Altre e-mail evidenziano l'impossibilità di modificare o scindere i pacchetti legati ai biglietti *"top"* richiesti, secondo le esigenze del cliente, rispetto alla categoria di alloggio o al numero di notti o pranzi previsti nell'albergo incluso nel pacchetto. Ad esempio, a un cliente che ad aprile 2012 ha chiesto disponibilità di biglietti per atletica e tennis, Jakala ha precisato che le gare di tennis, ginnastica artistica e ritmica, nuoto erano tutte esaurite e che anche i biglietti per le semifinali di atletica erano *"sold out"*. Alla richiesta del cliente di biglietti e di un *"soggiorno economico presso: B&B,*

<sup>32</sup> [Cfr. All. 10 al doc. 49.]

<sup>33</sup> [Cfr. All. 5 al doc. 64, traduzione libera.]

<sup>34</sup> [Cfr. Quanto dichiarato in audizione, doc. 63, e l'All. 6 al doc. 64.]

<sup>35</sup> [Cfr. doc. 69. Anche al consumatore che ha richiesto l'offerta per due biglietti per le finali di ginnastica ritmica, Jakala ha risposto, il 28 maggio 2012, che *"i biglietti da lei richiesti sono disponibili solo in abbinamento al soggiorno". Il cliente ha indicato che il preventivo "mi sembra un tantino eccessivo, pensando poi al fatto che il volo non mi sembra incluso. Abbiamo margine di trattativa (...)"* e se *"in un'ottica di riduzione del costo è possibile considerare una sola notte in albergo"*; Jakala ha concluso dicendo che erano disponibili per la ritmica soltanto *"biglietti per la finale. Se fosse interessato, possiamo proporle un pacchetto con biglietti di artistica per il giorno 29 luglio, che quindi sarebbe svincolato dalle 2 notti di soggiorno"*, doc. 81. Nello stesso senso, anche l'offerta di un pacchetto *"piccolo"*, comprendente anche lunch+escursione, in cui il cliente, per limitare i costi, ha chiesto di *"prenotare il viaggio per due persone e avere dieci biglietti"*; Jakala ha risposto *"siamo spiacenti, ma la biglietteria deve corrispondere al numero di persone che partecipano al soggiorno"*, cfr. doc. 78. In un altro caso, in cui il cliente avrebbe voluto acquistare i biglietti e riservarsi di confermare il soggiorno successivamente, Jakala ha risposto che *"entrambe le voci devono essere confermate contemporaneamente"*, doc. 70. Infine, a un'agenzia che il 31 maggio 2012 chiedeva un pacchetto completo per atletica e tuffi, l'8 giugno 2012 Jakala ha risposto che *"purtroppo i biglietti che le avevamo comunicato il 31 maggio non sono più disponibili. Se vuole le inviamo le offerte degli ultimi biglietti che ci sono rimasti tenendo presente che sono legati a un piccolo pacchetto che comprende 1 lunch + escursione"* (sottolineature aggiunte)]

famiglie, appartamenti...", Jakala a maggio 2012 ha proposto un pacchetto comprendente uno degli Hotel a 3 stelle, per 1.840 euro<sup>36</sup>.

50. Inoltre, altre e-mail evidenziano che, a fronte della proposta di pacchetti così congeniati, i consumatori hanno accettato l'acquisto del pacchetto completo, pur non inizialmente richiesto, come nel caso di un'agenzia di viaggi che a marzo 2012 aveva prima richiesto biglietti per la finale di tennis e che poi ha scritto: *"se non mi potete dare solo il tkt il soggiorno sarebbe dal ..."* e che *"il cliente è propenso all'acquisto del tkt e la notte a Londra anche se non utilizzerà il pernottamento"*<sup>37</sup>. Altri consumatori, invece, hanno comunicato la propria rinuncia, in quanto interessati solo ai biglietti o per l'eccessivo costo del soggiorno<sup>38</sup>.

51. A fronte, infine, di richieste di consumatori rispetto alla possibilità di acquistare biglietti da altri RNA esteri, Jakala ha risposto semplicemente inviando la proposta per il soggiorno completo<sup>39</sup> oppure che *"Per quanto concerne la nuova vendita sul sito le indichiamo di seguire la loro procedura per acquistare i biglietti, non possiamo né intervenire, né interferire"*. Infine, nonostante Jakala abbia informato un'agenzia di viaggi a marzo 2012 che i biglietti richiesti per basket o nuoto o scherma erano esauriti e che, oltre alla proposta di pacchetti, potevano essere acquistati i biglietti anche da RNA esteri, il cliente ha acquistato il pacchetto completo offerto da Jakala<sup>40</sup>.

52. È stata acquisita l'e-mail di un consumatore che aveva chiesto a dicembre 2011 informazioni per assistere alle gare di atletica leggera, al quale Jakala ha indicato *"Facciamo pacchetto già con in biglietti dentro! Magari sentiamolo per capire quanti sono, quanti gg....Grazie"*<sup>41</sup>.

53. Il 26 novembre 2012 è stata acquisita copia di un articolo di stampa on-line del 29 luglio 2012, dal titolo *"London 2012 Olympics: 'fiasco' of the 12,000 empty seats"*<sup>42</sup>. L'articolo lamenta il fatto che, a due giorni dall'inizio dei Giochi di Londra, *"più di 12.000 posti per le gare del 28 luglio 2012 sono rimasti vuoti, mentre appassionati di sport e atleti arrabbiati chiedevano agli organizzatori di risolvere il 'fiasco' che sta rapidamente diventando un imbarazzo nazionale (...) Eventi popolari quali ginnastica, tennis e nuoto avevano blocchi di posti vuoti benché al pubblico fosse stato detto che erano esauriti"*.

### **3) Le argomentazioni difensive della Parte**

#### **i) Pratica sub A): La richiesta di somme ulteriori e non dovute**

54. Nel corso dell'audizione, Jakala ha sottolineato che quella per le Olimpiadi di Londra 2012 sarebbe stata la prima esperienza della società nella gestione della biglietteria di eventi sportivi internazionali, affrontata, come detto, "in corso d'opera". Jakala ha evidenziato di essersi attenuta ai principi generali di vendita dei biglietti a persone fisiche (c.d. *general public*) e alla "famiglia Olimpica" (membri del CONI, federazioni e associazioni sportive, sponsor) definiti dal LOCOG stesso, ovvero: i) vendere il numero maggiore possibile di biglietti al *general public*; ii) non forzare la vendita dei servizi a terra (pacchetti); iii) soddisfare la domanda della famiglia Olimpica; iv) evitare *back practices* di rivendita. Jakala ha sottolineato, tuttavia, la necessità di coordinare l'attuazione di tali principi con i propri obiettivi finanziari, avendo sostenuto un investimento iniziale considerevole per l'acquisto degli oltre 20.000 biglietti assegnati da LOCOG, senza avere la certezza di riuscire a venderli tutti. La società avrebbe quindi dato precedenza al *general public* e alla famiglia Olimpica, vendendo successivamente anche ad aziende e ad agenzie di viaggio. Avendo riscontrato, verso il mese di maggio, che la risposta del mercato era più lenta del previsto, in quanto interessata soltanto ad alcuni eventi e tardiva, Jakala avrebbe inviato migliaia di e-mail a coloro che avevano già acquistato biglietti o che avevano semplicemente manifestato interesse per alcuni eventi<sup>43</sup>. Inoltre, la società ha reso a LOCOG oltre 1.000 biglietti, ad esempio legati ad eventi poco interessanti per il consumatore italiano ma molto richiesti da quello inglese (*badminton*). Jakala ha indicato di aver ipotizzato che la vendita dei biglietti legata a servizi a terra sarebbe stata dell'ordine del migliaio, mentre, le vendite al *general public* sono state di 13.308 biglietti, di cui, in

---

<sup>36</sup> [Cfr. doc. 76. Un altro consumatore, che aveva già acquistato presso Jakala i soli biglietti per assistere ad eventi olimpici ha chiesto successivamente un preventivo per il soggiorno corrispondente. Ritenendo l'offerta troppo costosa, ha chiesto informazioni sulla possibilità di prenotare appartamenti, ma Jakala ha risposto che "non abbiamo soluzioni alternative di soggiorno a quelle incluse nella proposta inviata precedentemente", cfr. doc. 88. A una consumatrice che chiedeva biglietti per le semifinali e finali di atletica, Jakala, dopo aver ricevuto una serie di e-mail contenenti la richiesta di uno sconto o soggiorni di una sola notte, ha risposto "in via del tutto eccezionale le abbiamo proposto le 2 notti. Non possiamo offrirle 1 notte di pernottamento", cfr. doc. 72. Infine, al consumatore che ha chiesto disponibilità per biglietti relativi alle gare di tennis, Jakala ha proposto un piccolo pacchetto con lunch+escursione. Alla richiesta del cliente, inviata il 19 giugno 2012, se "l'importo prevede un pranzo per biglietto per giorno? Se sì, è possibile cambiarlo in altra attività o averlo solo per un giorno godendo di un prezzo inferiore?"; Jakala ha risposto che "il pranzo è associato ad ogni biglietto acquistato. (...). Non è possibile variare il pacchetto", cfr. doc. 80.]

<sup>37</sup> [Cfr. doc. 82.]

<sup>38</sup> [Cfr., ad esempio, docc. 71 e 70.]

<sup>39</sup> [Cfr. doc. 73]

<sup>40</sup> [Cfr. doc. 79.]

<sup>41</sup> [Cfr. doc. 90.]

<sup>42</sup> [L'articolo è stato tratto dall'indirizzo web [www.telegraph.co.uk/sport/olympics/news/9437316/London-2012-Olympics-fia](http://www.telegraph.co.uk/sport/olympics/news/9437316/London-2012-Olympics-fia), cfr. doc. 101, liberamente tradotto nel testo.]

<sup>43</sup> [Cfr. la lettera standard di "richiamo", prodotta come all. 6 al doc. 64, in cui invita i consumatori a partecipare alla sessione per l'assegnazione, in ordine temporale di richieste confermate dal cliente, degli ultimi biglietti disponibili.]

particolare, 529 nell'ambito di pacchetti di 240 ad agenzia di viaggi, nella maggior parte dei casi con servizi a terra e 243 ad aziende nell'ambito di pacchetti. Tuttavia, benché le *e-mail* "di richiamo" abbiano aiutato Jakala a vendere qualche biglietto in più, oltre al reso LOCOG, che dovrebbe verosimilmente effettuare una nota di credito relativa al solo valore facciale dei biglietti effettivamente da questo venduti, sarebbe rimasto a carico di Jakala un invenduto di 1.164 biglietti. Infine, Jakala ha sottolineato di aver costantemente informato il LOCOG sulla propria politica di vendita.

55. Nella prima memoria del 14 giugno 2012, Jakala ha ribadito la piena conformità della propria politica di vendita alle condizioni generali del LOCOG, agli accordi intercorsi con il CONI nonché al Codice del Consumo<sup>44</sup>.

56. Secondo Jakala, si potrebbero individuare tre periodi: quello della gestione esclusiva della biglietteria da parte di G&G, con il supporto di Jakala sui pacchetti turistici (di seguito, "Periodo G&G"); quello di due-tre mesi di prenotazioni effettuate con G&G e di vendite tramite Jakala (di seguito, anche "Periodo di Transizione"); quello della gestione esclusiva di Jakala (di seguito, anche "Periodo Jakala"). I fatti segnalati si sarebbero verificati nei primi due periodi.

57. Il prezzo dei biglietti individuali venduti a privati, come risulterebbe dall'elenco dei biglietti venduti<sup>45</sup>, integrato fino al 31 maggio 2012 da un apposito elenco, dalle conferme d'ordine e dalle fatture relative a ciascuna pratica<sup>46</sup>, sarebbe stato *"così composto: il costo facciale del biglietto; la fee d'agenzia; le spese di spedizione; l' I.V.A. e solo durante il Periodo G&G e quello di Transizione le spese di pratica"*.

58. Analizzando ciascuna voce, Jakala ha osservato, riguardo al costo facciale del biglietto, che, trattandosi di biglietti erogati dal LOCOG, che è una organizzazione di diritto inglese, il loro acquisto è avvenuto in sterline. Effettuando la vendita sul territorio italiano, quindi, come prima operazione contabile, G&G e Jakala avrebbero provveduto a convertire detti importi in euro<sup>47</sup>.

59. Quanto alla *fee* d'agenzia, Jakala ha sottolineato che, in tutti e tre i Periodi di riferimento, sarebbe stata calcolata in misura del 20% del costo facciale dei biglietti, così come previsto dalle Condizioni Generali LOCOG e come risulta dimostrato dalla disamina dei dati contenuti nell'elenco dei biglietti (doc. 44).

60. Jakala ha sostenuto, poi, che, durante il c.d. Periodo Transitorio, non avrebbe chiaramente indicato ai propri clienti la natura facoltativa della voce di costo rappresentata dalle spese di spedizione, ma di aver modificato la propria *policy*, a seguito della singola contestazione del segnalante, evidenziando già dal primo contatto il carattere non obbligatorio di tale servizio. Per i biglietti che erano già stati venduti a quella data, durante il Periodo Transitorio e per quelli venduti direttamente da G&G, nel Periodo G&G, Jakala avrebbe inviato a tutti i clienti una apposita informativa<sup>48</sup> e provveduto ai relativi rimborsi legati allo scorporo delle spese di spedizione. Analogamente, sarebbe avvenuto rispetto alle spese di pratica, tutte rimborsate anche con riferimento ai clienti del c.d. Periodo G&G e all'IVA, inizialmente calcolata anche sulla commissione d'agenzia e sulle spese di pratica<sup>49</sup>.

61. Rispetto all'unica segnalazione ricevuta, all'origine del presente procedimento, Jakala ha evidenziato che, come risulterebbe chiaramente dalla documentazione allegata alla stessa segnalazione<sup>50</sup>, G&G si sarebbe limitata a fornire al consumatore un elenco dei biglietti disponibili a quella data e dei relativi costi facciali. Nessun accordo si sarebbe mai perfezionato, tanto che lo stesso segnalante, nel prenotare i biglietti, indicandone il loro valore nominale, avrebbe aggiunto la dicitura *" + eventuali spese di spedizione ecc."* e, dopo aver ricevuto da Jakala la scheda di vendita, avrebbe indicato *"mi riservo di considerare se intendo proseguire con l'acquisto"*.

62. La vicenda, peraltro, si sarebbe verificata durante il c.d. Periodo di Transizione, ma, nonostante il potenziale pregiudizio iniziale, Jakala, attraverso la modifica della propria *policy* e i rimborsi effettuati, avrebbe da ultimo richiesto il pagamento di un prezzo complessivo corretto.

63. A giugno 2012, Jakala avrebbe ricevuto soltanto una trentina di reclami, oltre a quello del segnalante<sup>51</sup>, consistenti in solleciti del rimborso che Jakala si era impegnata a riconoscere nei confronti dei consumatori per le spese di spedizione e di pratica. Pertanto, l'indebito versato sarebbe stato prontamente restituito, senza pregiudizio economico per i consumatori.

<sup>44</sup> [Cfr. doc. 49.]

<sup>45</sup> [Cfr. doc. 44.]

<sup>46</sup> [Cfr. all. 11-13 al doc. 49.]

<sup>47</sup> [In particolare, nello stabilire il prezzo complessivo da applicare nella vendita dei Biglietti, il LOCOG richiede che il valore facciale dei biglietti sia convertito nelle moneta locale, secondo i tassi di conversione pubblicati sui maggiori quotidiani nazionali e internazionali del proprio territorio di riferimento, che non deve eccedere il massimo valore di conversione vigente nel periodo considerato. Jakala ha prodotto l'elenco dei tassi di conversione tra i due periodi considerati, nell'arco dei quali i tassi di conversione sarebbero oscillati fra l'1,05 e l'1,25, mentre quello applicato si sarebbe sempre assestato tra 1,20 e 1,22, come richiesto dall'art. 13, lettera c), e 1, alle voci "Allocation Confirmation Date" (il 28 febbraio 2011) e "Final Allocation Confirmation Date" (il 14 maggio 2012), del TSA, cfr. all. 6 e 15 al doc. 49.]

<sup>48</sup> [Cfr. doc. 21.]

<sup>49</sup> [Cfr., rispettivamente, docc. 24-27, nonché all. 16 al doc. 49 e doc. 31, comprendenti l'elenco dei rimborsi già effettuati e quanto dichiarato in audizione, secondo cui la pratica di rimborso sarebbe ancora in corso, non disponendo ancora dei dati di tutti i consumatori, doc. 63. Quanto all'IVA, la nuova modalità di calcolo seguita sarebbe conforme a quanto previsto dall'art. 7-sexies, primo comma, lettera a), della Legge 633/72 e della Circolare Ministeriale n. 37/E del 29/7/2011, paragrafo 3.2.1.]

<sup>50</sup> [Cfr. doc. 2.]

<sup>51</sup> [All. 19 al doc. 49.]



64. Jakala ha infine sottolineato che tali modifiche sarebbero state adottate, anche a favore della clientela G&G, sulla base di una sola segnalazione e ben prima dell'avvio del presente procedimento. Ciò imporrebbe di ritenere corretta la pratica commerciale. Se, infatti, *mutatis mutandis*, gli impegni presentati da un professionista nell'ambito di un procedimento ai sensi dell'articolo 9 del Regolamento, sono idonei a far venir meno i profili di illegittimità di una pratica, comportandone la chiusura senza l'accertamento dell'infrazione, allo stesso modo, il medesimo comportamento tenuto prima dell'avvio del procedimento dovrebbe comportare l'accertamento della correttezza della pratica commerciale.

65. Nella memoria del 20 novembre 2012, Jakala ha svolto alcune considerazioni su un prospetto ad uso interno finalizzato a imputare costi e ricavi agli elementi essenziali dei pacchetti, acquisito nel corso dell'ultima ispezione (descritto al § 34). Tale prospetto, infatti, riferendo dei costi e dei ricavi limitatamente alle due principali voci dei pacchetti (camere d'albergo e biglietti), senza considerare anche i significativi costi specifici sostenuti per offrire alla clientela i servizi richiesti (costo del personale dedicato, c.d. *tour leader*, sia a titolo di corrispettivo per il tempo dedicato sia a copertura dei costi di trasferta, come viaggio, pernottamento, trasporti in loco, vitto, ecc. ...) condurrebbe a conclusioni e imputazioni erronee. Come avrebbe rilevato, tra l'altro, Jakala, nell'e-mail del 14 novembre 2012<sup>52</sup>, considerando anche tali voci, il bilancio di costi e ricavi sarebbe ben diverso da quello ipotizzato dall'addetto, con margini alla vendita dei biglietti che risultano mediamente del [10-15%] e quindi di gran lunga inferiori a quelli consentiti dal contratto con il LOCOG. Tale nuovo prospetto sarebbe comunque incompleto, a sfavore di Jakala, perché non considera altri costi, non certo secondari, come quelli telefonici, quelli delle postazioni dedicate all'esecuzione dei pacchetti (a Milano come a Londra), quelli organizzativi, etc..

#### **ii) Pratica sub B): la vendita a pacchetto dei biglietti per eventi sportivi "top"**

66. Nella memoria del 14 giugno 2012, Jakala ha precisato che, nella transazione relativa alla vendita dei biglietti nell'ambito di un "pacchetto", l'IVA applicata alla componente "turistica" del pacchetto sarebbe stata quella prevista dall'articolo 74-ter del D.P.R. 633/72, sulla base del margine lordo di un pacchetto, determinato dalla differenza tra i ricavi e i costi diretti del pacchetto stesso: il valore dell'IVA si ottiene, quindi, scorpendo dal margine lordo la percentuale ordinaria dell'imposta (all'epoca il 21%). Ne consegue che il margine effettivo netto sarebbe dato dal margine lordo ridotto dall'imposta scorporata.

67. In occasione delle informazioni fornite l'11 ottobre 2012 a valle dell'audizione, Jakala ha sottolineato che il citato articolo apparso sul quotidiano "*Le Parisien*" il 23 marzo 2012 evidenzerebbe che il RNA francese, "*esattamente come Jakala*", si sarebbe trovato ad affrontare il problema di gestire un elevato numero di biglietti rimasti invenduti in prossimità delle Olimpiadi. Jakala ha, inoltre, precisato le sorti dei biglietti resi al LOCOG al 16 aprile 2012, ricordando che i dati di nuova allocazione e dei resi hanno subito vari aggiornamenti nel corso delle vendite e che il LOCOG dovrebbe fornire a Jakala, così come agli altri rivenditori ufficiali, la rendicontazione finale, comprendente anche i resi<sup>53</sup>.

68. Jakala ha altresì prodotto copia di e-mail di alcuni consumatori a dimostrazione del fatto che l'offerta di un pacchetto completo rispondeva a loro specifiche richieste<sup>54</sup>.

69. Nella dinamica dell'allocazione/resi dei biglietti, Jakala, sul totale allocato a G&G, nel dicembre 2011, in conformità a quanto previsto dall'articolo 8.5 del "TSA", avrebbe deciso di renderne 3569 al LOCOG, ritenendo, da un lato, che l'allocazione originaria fosse eccessiva e volendo, dall'altro, ridurre l'importo finale da versare al LOCOG. Successivamente, nel febbraio 2012, Jakala avrebbe richiesto la riassegnazione di 345 biglietti, arrivando così ad acquistare definitivamente n. 23.643 biglietti<sup>55</sup>. Poiché alla data del 24 luglio 2012, Jakala non era ancora riuscita a vendere tutti i biglietti acquistati, avrebbe chiesto al LOCOG di poter effettuare dei resi, in conformità a quanto previsto dal TSA. All'esito di tale ultima operazione, i resi ammonterebbero complessivamente a 1.421, al netto dell'erronea inclusione in tale cifra di biglietti soltanto opzionati, ma mai consegnati a Jakala.

70. Considerando i pacchetti turistici veri e propri, Jakala sottolinea che la vendita di biglietti abbinata avrebbe riguardato 529 pacchetti venduti a privati e 243 ad aziende, per un totale di 772 biglietti e che i biglietti venduti nell'ambito dei pacchetti sarebbero di qualsivoglia natura (gare di tennis, nuoto, ginnastica, nuoto sincronizzato, beach volley, volley, basket, wrestling, gare equestre, etc.) e, salvo rarissimi casi, slegati dalla cerimonia di inaugurazione o di chiusura<sup>56</sup>.

---

<sup>52</sup> [All. 13 e 14 al doc. 100 e all. 18 al doc. 49.]

<sup>53</sup> [Cfr. doc. 64.]

<sup>54</sup> [Cfr. All. 12-16 al doc. 64. In particolare, le e-mail dei Sigg.ri [omissis] riguardano eventi "top", mentre quella del Sig. [omissis] riguarda le gare di basket, tennis, ciclismo, calcio, pallavolo e hockey che non rientrano in tale categoria di eventi. Inoltre, il Sig. [omissis] aveva richiesto "due biglietti per le manifestazioni in oggetto. Vorrei sapere se ci sono offerte al riguardo" e ha ricevuto da Jakala la proposta di "Pacchetto Olimpiadi Londra 2012".]

<sup>55</sup> [Jakala ha sottolineato che tale dato è coerente con quanto dichiarato nel corso della audizione, con i docc. 20 e 35 e con i file contenuti nella Piattaforma Locog indicanti rispettivamente il numero dei biglietti oggetto della nuova allocazione e l'elenco dei biglietti definitivi (all. 8 e 9 al doc. 64).]

<sup>56</sup> [Jakala richiama il doc. 28.]

71. Nella seconda memoria del 20 novembre 2012, Jakala ha segnalato che l'estensione dell'istruttoria non avrebbe tenuto conto dei documenti prodotti da Jakala nel prosieguo del Procedimento, pur a seguito di specifiche richieste di chiarimento.

72. Nello specifico, i reali dati di vendita complessivi riferibili a Jakala sarebbero quelli presenti in altri documenti e ribaditi nel corso dell'audizione, ovvero, su un totale di 23.643 biglietti inizialmente assegnati dal LOCOG, ne sarebbero stati venduti complessivamente 13.308, di cui soltanto 772 nell'ambito di pacchetti (529 a privati e 243 ad aziende)<sup>57</sup>. La situazione non cambierebbe neppure contando anche i pacchetti comprendenti singoli servizi a terra, per un totale di 1.064.

73. Jakala ha sottolineato, inoltre, che la vendita di pacchetti per eventi "top" avrebbe riguardato, come visto, soltanto 263 pratiche su 772<sup>58</sup>. Anche il doc. 28 proverebbe che i biglietti legati ai pacchetti e/o ai c.d. "servizi a terra" sarebbero di qualsiasi tipo e non unicamente e/o prevalentemente associati ad eventi "top".

74. Jakala ha ribadito di non aver privilegiato la vendita di pacchetti a scapito di quella di biglietti singoli, richiamando anche la circostanza che i pacchetti venduti avrebbero interessato per la maggior parte eventi non "top" e che le pratiche intercorse con i consumatori dimostrerebbero, sia che i pacchetti o i singoli servizi sono stati venduti da Jakala su sollecitazione di questi ultimi e in nessun caso imposti (cfr. all. 12-16 al doc. 64), sia che in alcuni casi sarebbero stati i consumatori a richiedere servizi accessori e/o Jakala a proporre soltanto biglietti singoli (all. 3-12 al doc. 100)<sup>59</sup>.

75. A riprova di ciò, Jakala ha richiamato alcuni documenti acquisiti nel corso dell'ultima ispezione e, in particolare la corrispondenza intercorsa con altri consumatori<sup>60</sup>.

76. In ogni caso, come risulterebbe dalle altre pratiche acquisite nel corso dell'ultima ispezione, Jakala avrebbe sempre lasciato ai consumatori la facoltà di acquistare il solo biglietto singolo, indicando loro la sezione del sito del LOCOG ove era rinvenibile la lista degli altri rivenditori ufficiali<sup>61</sup>.

77. Infine, Jakala ha sottolineato che le vendite di pacchetti rappresenterebbero una minima parte rispetto al totale dei biglietti venduti (772 vs. 19.761) e che, soprattutto, le vendite di pacchetti in relazione ad eventi "top" costituirebbe un numero ancor meno significativo (243 vs. 772).

78. Tutti questi elementi confermerebbero che il sistema di vendita di Jakala sarebbe rivolto alla vendita dei biglietti e soltanto in singoli casi sarebbe stato esteso all'offerta, alternativa, dei pacchetti. Eventuali eccessi sarebbero quindi da considerare episodici e andrebbero imputati alle condotte individuali dei singoli venditori e in nessun caso potrebbero essere elevati a sistema.

79. Anche l'assunto per cui Jakala avrebbe preferito vendere pacchetti tramite agenzie anziché biglietti ai consumatori confonderebbe il sistema con l'eccezione, come dimostrerebbe il residuale numero di biglietti venduto tramite agenzie (complessivamente 240 vs. 13.308 biglietti venduti singolarmente). Il ricorso a tale modalità di vendita sarebbe stato dettato dalla richiesta degli acquirenti di fruire di servizi a terra che Jakala non offriva o non poteva offrire secondo le modalità richieste.

80. Tutte le argomentazioni sopra descritte e riguardanti entrambe le pratiche commerciali individuate sono state ripercorse e riprese da Jakala nella memoria conclusiva dell'11 dicembre 2012<sup>62</sup>.

#### IV. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

81. Il presente procedimento riguarda due pratiche commerciali poste in essere da Jakala nella vendita di biglietti per accedere alle Olimpiadi di Londra 2012, distinte in funzione della diversa natura della condotta e della diversa modalità di vendita attuate.

---

<sup>57</sup> [Ciò troverebbe conferma nei docc. 20, 35, negli all. 8 e 9 al doc. 49, nonché al § 3 della memoria di cui al doc. 64.]

<sup>58</sup> [Cfr. all. 11 al doc. 64 e all. 2 al doc. 100.]

<sup>59</sup> [In particolare, gli all. 3-12 al doc. 100 riguardano richieste di biglietti per: gare di pallavolo del 10-11 agosto (all. 3); gara pomeridiana di tuffi del 29 luglio (all. 4); gare di tennis del 29 luglio (all. 5); gare di tennis da tavolo e atletica richieste da consumatori che disponevano già di pernottamento e volo e che hanno ribadito nell'e-mail del 2 aprile 2012 "non sono in grado di accettare la vostra proposta di pacchetto soggiorno+tkts" (all. 6); gare in più discipline e in più date, senza avere traccia della opzione finale scelta dal consumatore (all. 7, 8, 10 e 12); pallavolo femminile del 30 luglio 2012 (all. 9); atletica (AT008) e tuffi (DV007), quest'ultimo figurante nell'elenco di eventi "top" (all. 11). Le e-mail prodotte, relative al periodo novembre 2011 – 6 luglio 2012, descrivono le condizioni di vendita precisando il costo del biglietto (valore facciale + fee al 20%), spese postali di 40€ facoltative, possibilità di richiedere pacchetti per gli eventi non disponibili singolarmente presso la sezione viaggi@londra2012@jakala.com. ]

<sup>60</sup> [Secondo Jakala, da una prima e-mail, risulterebbe che Jakala avrebbe proposto indistintamente biglietti singoli o un pacchetto con un soggiorno breve di 1 o 2 notti; dalla seconda e-mail, emergerebbe che, dopo aver acquistato dei biglietti singoli, il consumatore avrebbe successivamente richiesto anche alcuni c.d. "servizi a terra"; la terza e-mail indicherebbe che il cliente ha chiesto ed acquistato solo biglietti singoli per le gare di canottaggio. ]

<sup>61</sup> [Jakala fa notare che, nelle pratiche di cui ai docc. 73-76, 78-82, 84, 85 e 87, in chiusura della prima e-mail di risposta di Jakala sarebbe sempre presente la seguente specifica "Può inoltre provare ad inoltrare richiesta cid un altro rivenditore europeo autorizzato all'interno della Comunità Europea chiedendo la disponibilità dei biglietti che desidera. All'interno della CEE i cittadini europei hanno uguali diritti di acquisto. L'elenco dei rivenditori autorizzati ufficiali è disponibile cliccando: [http://www.tickets.london2012.com/eligibility\\_p2.html](http://www.tickets.london2012.com/eligibility_p2.html)".]

<sup>62</sup> [Cfr. doc. 106.]

82. In particolare, la prima pratica commerciale riguarda l'iniziale applicazione di somme non dovute (a titolo di spese di pratica, spese di spedizione obbligatorie e base di calcolo dell'IVA). Come specificato da Jakala, l'acquisto del biglietto avveniva tramite semplice scambio di *e-mail* e invio di copia del bonifico seguito dall'emissione della fattura e dalla consegna dei biglietti da parte di Jakala.

83. La seconda pratica commerciale esaminata riguarda invece una condotta diversa e indipendente dalla prima e consiste nella vendita di biglietti per eventi "*top*" nell'ambito di un ben più oneroso pacchetto comprendente servizi accessori o il soggiorno. In relazione a tale componente economicamente prevalente della transazione, Jakala richiede la sottoscrizione di un vero e proprio contratto con il cliente.

84. E' significativo anche il fatto che il punto di contatto fornito dal professionista per la vendita dei biglietti singoli corrisponda all'indirizzo *e-mail* [bigliettilondra2012@jakala.com](mailto:bigliettilondra2012@jakala.com) e quello per la vendita di pacchetti sia l'indirizzo [viaggilondra2012@jakala.com](mailto:viaggilondra2012@jakala.com).

85. Alla luce di ciò, pertanto, è possibile individuare due distinte pratiche commerciali, in quanto rispondenti ai requisiti di autonomia strutturale e funzionale richiesti dalla giurisprudenza<sup>63</sup>.

#### ***i) Pratica sub A): la richiesta di somme ulteriori e non dovute***

86. Con riguardo a tale pratica contestata nella comunicazione di avvio del procedimento, la documentazione agli atti e le stesse dichiarazioni di Jakala evidenziano che, almeno nel c.d. Periodo Transitorio, da settembre a novembre 2011, quando Jakala è subentrata a G&G nella stessa gestione della biglietteria e fino a quando non ha provveduto a correggere la *policy* mutuata da G&G, sono state effettivamente applicate "spese di pratica" non previste dalle Condizioni generali LOCOG, spese di spedizione obbligatorie ed è stata calcolata l'IVA sull'insieme di tali voci e senza scorporare quella "inglese" già compresa nel prezzo facciale del biglietto.

87. In particolare, oltre che da quanto ammesso dalla stessa Jakala nella memoria del 14 giugno 2012 e nel corso dell'audizione<sup>64</sup>, ciò risulta provato anche dalle *e-mail* inviate al segnalante in cui Jakala riconosce quale sia "*la pratica di vendita corretta*" e la possibilità di scorporare le spese di spedizione, nonché dall'*e-mail* standard inviata alla clientela sulla nuova *policy* e la possibilità di richiedere il rimborso di quanto indebitamente pagato nonché dai numerosi bonifici in tal senso effettivamente disposti da Jakala.

88. Tuttavia, considerando che Jakala ha prontamente modificato la propria *policy* sulla base di una sola segnalazione, tale condotta è riconducibile alla mera mancanza di diligenza del professionista e alla violazione dell'articolo 20 del Codice del Consumo, per non aver verificato le condizioni generali LOCOG appena subentrata nella gestione e non a seguito della successiva, eventuale e insistente lamentela di un consumatore.

89. Né, in proposito, può essere condiviso il parallelo effettuato da Jakala nella sua prima memoria, tra l'eliminazione della violazione operata dal professionista prima dell'avvio del procedimento - che, nella fattispecie, imporrebbe di accertare la correttezza della condotta - e la chiusura di un procedimento senza accertare l'infrazione, per effetto di impegni assunti dal professionista nel corso di esso e resi obbligatori dall'Autorità.

90. E' di tutta evidenza che, in base all'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo l'istituto degli impegni riguarda pratiche in corso e non, come nella fattispecie, pratiche cessate, rispetto alle quali, l'Autorità mantiene il proprio potere di accertamento a tutela dell'interesse generale a che siano rispettati i principi generali di correttezza e buona fede nel settore di attività del professionista. Ciò, evidentemente, al fine di evitare il reiterarsi della condotta in occasione della gestione dei futuri eventi sportivi internazionali di cui Jakala risultasse aggiudicataria<sup>65</sup>.

91. Infine, irrilevante appare la tesi difensiva incentrata sull'unicità della segnalazione e sull'assenza di reale pregiudizio economico in conseguenza dei rimborsi, in virtù di un consolidato orientamento del giudice amministrativo, secondo cui per l'accertamento della scorrettezza non è necessario dimostrare che una pratica commerciale abbia avuto una concreta attuazione pregiudizievole per le ragioni dei consumatori essendo sufficiente la potenziale lesività che consente di ascriverla nel quadro dell'illecito di mero pericolo<sup>66</sup>. Inoltre, quanto segnalato ha trovato riscontro in ampia e varia documentazione, proveniente anche dallo stesso professionista, e il numero elevato dei rimborsi effettuati evidenzia che la pratica è stata posta in essere nei confronti di un numero altrettanto elevato di consumatori, "*in quanto espressione di una determinata organizzazione*"<sup>67</sup>. Infine, nel caso di specie, deve comunque ritenersi sussistente un pregiudizio economico, nella misura in cui il consumatore abbia dovuto richiedere il rimborso e, come dimostrato dai reclami prodotti dallo stesso professionista, attendere alcuni mesi prima di rientrare in possesso delle somme indebitamente pagate.

---

<sup>63</sup> [Cfr. sentenze Consiglio di Stato, sez. VI, n. 4391 del 20 luglio 2011, *Mediamarket consegna prodotti* e n. 3897 del 30 giugno 2011, *Bluexpress Commissioni non chiare*.]

<sup>64</sup> [Cfr. docc. 49 e 63. ]

<sup>65</sup> [Cfr. doc. 45.]

<sup>66</sup> [Cfr., da ultimo, la sentenza del TAR Lazio, 9 marzo 2012, n. 2387, *FMR ART'E' e la giurisprudenza ivi richiamata*.]

<sup>67</sup> [Cfr. Tar del Lazio, sez. I, sentenza n. 33668 del 19 novembre 2010, *Passante di Mestre*.]

**ii) Pratica sub B): la vendita a pacchetto dei biglietti per eventi sportivi "top"**

92. L'istruttoria ha confermato l'ipotesi formulata nella comunicazione di ampliamento dell'oggetto del procedimento, secondo cui Jakala ha legato i biglietti per gli eventi "top" alla vendita dei ben più costosi "pacchetti".

93. In primo luogo, la descrizione e l'elenco degli eventi "top" forniti da Jakala nella memoria del 20 novembre 2012<sup>68</sup> dimostrano l'esistenza di tale categoria di eventi, usati dalla società come leva commerciale per rientrare dei propri investimenti.

94. Tuttavia, numerose evidenze acquisite convergono nel dimostrare che l'attuazione di un obiettivo commerciale legittimo per il professionista è avvenuta con modalità pregiudizievoli per il consumatore e che, contrariamente a quanto più volte sostenuto, il professionista ha "spinto" per la vendita di biglietti per eventi "top" unitamente a un pacchetto.

95. Si pensi alle dichiarazioni rese in tal senso da Jakala nel corso della prima ispezione, in base alle quali *"in relazione agli eventi, date od orari più richiesti (cerimonie di apertura/chiusura dei Giochi Olimpici, finali, nuoto, ginnastica ritmica e gare serali), la vendita dei biglietti è abbinata alla vendita del biglietto di viaggio"* (enfasi aggiunta)<sup>69</sup> o all'e-mail interna in cui, a fronte della mera richiesta di informazioni sui biglietti per le gare di atletica leggera, Jakala ha deciso di fare un *"pacchetto già con i biglietti dentro! Magari sentiamolo per capire quanti sono, quanti gg..."*<sup>70</sup>. Si pensi altresì alle 43 schede di vendita relative a pacchetti, prodotte da Jakala, che riguardano proprio eventi serali o gare relative al nuoto, alla ginnastica artistica, alle semifinali etc. e, dunque, eventi "top", come pure a tutti gli altri eventi interessati dagli ulteriori 32 pacchetti analizzati<sup>71</sup>. Si pensi, ancora, alla e-mail standard in cui risultavano *"sold out"* i biglietti singoli per tali eventi e veniva sempre indicata la possibilità di richiedere biglietti abbinati a pacchetti, rivolgendosi alla competente sezione di Jakala<sup>72</sup>. Si pensi ancora alle numerose e-mail agli atti dalle quali risulta che Jakala ha negato l'acquisto di biglietti singoli per eventi "top", specificando che il loro acquisto *"è subordinato all'acquisto del pacchetto nella sua interezza"* indicato (§ 48). Si pensi, infine, ai 240 biglietti/pacchetti venduti, pur nell'imminente avvio dei Giochi Olimpici, ad agenzie di viaggio che, diversamente da quanto sostenuto, risultano clienti e non fornitori di Jakala<sup>73</sup>.

96. Tale complesso di elementi rende priva di pregio la tesi difensiva prospettata nella memoria del 20 novembre 2012, secondo cui la eventuale "eccessiva" vendita dei biglietti legati a pacchetti sarebbe imputabile all'iniziativa dei singoli venditori. Per giurisprudenza costante, infatti, nella misura in cui il rapporto di consumo riguarda, come indubbiamente nella fattispecie, prodotti del professionista, questo rimane responsabile, per il semplice fatto di essersi appropriato del risultato dell'attività svolta<sup>74</sup>.

97. Inconferente è anche la tesi secondo cui i biglietti venduti nell'ambito dei pacchetti comprenderebbero tutti gli eventi e non solo quelli di maggior interesse e che sarebbero stati offerti soltanto su sollecitazione dei clienti e non loro imposti.

98. Quanto al primo profilo, è ovvio, infatti, che Jakala si sia avvalsa di una possibilità, peraltro remunerativa come vendere biglietti unitamente a servizi accessori, contemplata dalle stesse condizioni generali LOCOG. Tuttavia, la contestazione non riguarda la vendita in sé dei pacchetti, quanto il fatto di aver sottratto una intera categoria di biglietti (quelli legati a eventi "top") alla possibilità di vendita singola.

99. In proposito, occorre rilevare che, da un lato, Jakala non ha fornito la prova che anche per gli eventi "top" sono stati venduti biglietti singoli, in quanto le e-mail a tal fine allegate riguardano richieste generiche per più eventi o al contrario proprio eventi "top" (quali finali, atletica, nuoto, ginnastica artistica e ritmica etc.) oppure ancora eventi non inclusi nell'elenco degli eventi "top" definito dal professionista<sup>75</sup>. Dall'altro lato, sempre nell'ottica di garantire la più ampia partecipazione possibile del pubblico ai Giochi, le condizioni generali LOCOG imponevano al RNA di garantire, in caso di vendita a pacchetto, *"che un numero ragionevole di diverse tipologie di biglietti sia disponibile per l'acquisto di coloro che non desiderano acquistare tali servizi aggiuntivi"* (articolo 13.3 del TSA). In altre parole, pur consentendo al RNA di offrire biglietti legati a servizi aggiuntivi nell'ambito di un pacchetto, il LOCOG richiedeva che il consumatore avesse comunque la possibilità di acquistare biglietti singoli. Realizzare tale obiettivo avrebbe richiesto al

---

<sup>68</sup> [Cfr. la memoria difensiva e l'all. 1 al doc. 100.]

<sup>69</sup> [Cfr. il verbale ispettivo della sede operativa di Jakala, doc. 12.]

<sup>70</sup> [Cfr. doc. 90.]

<sup>71</sup> [Cfr. All. 18 al doc. 49 e doc. 91.]

<sup>72</sup> [Cfr. docc. 29, 69.]

<sup>73</sup> [Cfr. All. 10 al doc. 49.]

<sup>74</sup> [Da ultimo, cfr. la sentenza del TAR Lazio n. 2387/2012, cit., secondo cui consolidati orientamenti del giudice amministrativo chiariscono, al riguardo, che "anche quando non viene in rilievo un profilo di responsabilità diretta della società, assume consistenza, ai fini perseguiti dal codice, il mancato impiego della diligenza ordinariamente pretendibile da parte dell'operatore commerciale, in eligendo ed in vigilando, la cui attuazione deve riguardare non soltanto le condotte direttamente poste in essere da quest'ultimo, ma anche le attività che siano state demandate ad altri e che vengano, conseguentemente, nell'immediato interesse del mandante".]

<sup>75</sup> [Cfr. all. 12-16 al doc. 64, § 50, all. 3-12 al doc. 100, § 85, e le e-mail descritte al §86.]

professionista, quanto meno, di creare pacchetti flessibili, al fine di garantire comunque l'acquisto di biglietti singoli in ordine a tali eventi.

100. Invece, sono state acquisite numerose *e-mail* che denotano la rigidità della proposta a pacchetto per eventi "*top*" e l'impossibilità di scomporlo, come quella relativa al CONI, in cui si legge che "*tutta la biglietteria del nuoto è legata a pacchetti*"<sup>76</sup>; quelle in cui, al cliente che ha rifiutato la proposta di un pacchetto perché "*fuori budget*" offrendo in alternativa di acquistare "*a qualsiasi prezzo*" un biglietto prelevato da un pacchetto invenduto, Jakala ha risposto che "*per il nuoto abbiamo ancora qualche biglietto, ma solo in abbinamento al soggiorno*" e che non esisteva tale possibilità<sup>77</sup>. Inoltre, a chi ha chiesto biglietti per il nuoto rinunciando al soggiorno per aver trovato sistemazione da amici, Jakala ha risposto che "*l'acquisto dei biglietti è subordinato all'acquisto del pacchetto nella sua interezza*"<sup>78</sup>. In altre *e-mail*, rispettivamente, Jakala ha offerto un soggiorno di 2 notti in via del tutto eccezionale perché "*non possiamo offrirle 1 notte di pernottamento*" o uno degli Hotel a 3 stelle bloccati in anticipo al cliente che aveva chiesto "*un soggiorno economico in B&B, famiglie, appartamenti*" oppure indica che "*non abbiamo soluzioni alternative di soggiorno a quelle incluse nella proposta*" o ancora che "*la biglietteria deve corrispondere al numero di persone che partecipano al soggiorno*", o, infine, al cliente di un pacchetto con *lunch*+escursione che chiedeva di cambiarlo in altre attività o di usufruirne un giorno soltanto a un prezzo inferiore, Jakala ha risposto che "*il pranzo è associato ad ogni biglietto acquistato. (...) Non è possibile variare il pacchetto*"<sup>79</sup>. In altre *e-mail* ancora, risulta l'impossibilità di ridurre a due sole notti il pernottamento previsto in un pacchetto legato ai biglietti per la finale di ginnastica ritmica, possibilità accordata invece in relazione al pacchetto per un evento diverso (non "*top*") della stessa disciplina<sup>80</sup> (enfasi aggiunta).

101. Tali elementi rendono privo di pregio il secondo profilo sollevato da Jakala, di aver proposto pacchetti a seguito di precise sollecitazioni dei consumatori. Inoltre, la prima *e-mail* richiamata in tal senso da Jakala riguarda una generica richiesta di "offerte" per assistere a determinati eventi da parte del consumatore, seguita dal mero invio del Pacchetto Olimpiadi Londra da parte del Professionista, senza una espressa richiesta in tal senso del consumatore; la seconda *e-mail*, in cui il consumatore aveva già acquistato il biglietto singolo e poi richiesto un soggiorno, non precisa quale sia l'evento corrispondente ai biglietti acquistati e deve, pertanto, considerarsi in maniera neutrale; la terza *e-mail*, infine, non riguarda eventi "*top*"<sup>81</sup>.

102. In questo quadro, occorre altresì considerare che, mentre le *e-mail* che presentano gli eventi "*top*" come "*esauriti (SOLD OUT)*" sono state inviate fin da agosto 2011, quando peraltro dal prospetto aggiornato a maggio 2012 che confronta i biglietti acquistati con quelli venduti, risulta che per tutte le specialità, anche per quelle "*top*", vi erano ancora disponibilità<sup>82</sup>, l'avviso di potersi rivolgere a RNA esteri è apparso soltanto da gennaio 2012<sup>83</sup>. "*Esattamente come Jakala*", poi, il RNA francese ha dovuto gestire un elevato numero di biglietti invenduti, ma l'articolo prodotto da Jakala imputa la causa di ciò alla politica di vendere pacchetti rigidamente legati ai biglietti e, dunque troppo costosi<sup>84</sup>.

103. La scelta di creare pacchetti più o meno articolati e completi ma rigidamente legati ai biglietti per eventi "*top*" trova una sua razionalità economica, in ragione della ulteriore e consistente *fee* applicabile su tale componente e del *mark-up* significativo realizzato dal professionista.

104. In proposito, Jakala ha ripetutamente sottolineato che i dati contenuti in tale documento sarebbero il frutto della elaborazione errata di un dipendente e dunque, fuorvianti. In realtà, anche seguendo la corretta imputazione dei costi nel senso prospettato da Jakala nell'all. 23 al doc. 100 (seconda memoria), si conferma il dato positivo comunque realizzato, in quanto a fronte di costi invariati, i ricavi e il margine netto realizzati sarebbero più elevati di quelli "erroneamente" calcolati dal dipendente, con un *mark-up* addirittura superiore. Peraltro, l'*e-mail* del 14 novembre che smentirebbe l'iniziale imputazione dei costi/ricavi appare poco significativa, in quanto inviata dopo aver comunicato alla Parte l'estensione dell'oggetto dell'istruttoria.

105. Peraltro confrontando quanto dichiarato nell'audizione del 2 ottobre 2012, con il dato di 1064 pacchetti venduti<sup>85</sup>, risulta che Jakala ha dunque raggiunto l'obiettivo iniziale di vendere "*un migliaio*" di pacchetti, più o meno completi. Tale considerazione appare idonea a superare l'obiezione circa il fatto che il numero maggiore di vendite è stato realizzato sui biglietti singoli, che, in ogni caso, diversamente dai pacchetti, non hanno per il RNA importanti costi

---

<sup>76</sup> [Cfr. docc. 32 e 33.]

<sup>77</sup> [Cfr. doc. 34.]

<sup>78</sup> [Cfr. doc. 69. Analoga risposta è stata data rispetto a una richiesta riguardante lo shooting trap femminile, doc. 70. ]

<sup>79</sup> [Cfr., rispettivamente, docc. 72, 76, 78 e 80.]

<sup>80</sup> [Cfr. doc. 81.]

<sup>81</sup> [Cfr., rispettivamente, docc. 86, 88 e 91. ]

<sup>82</sup> [Cfr. doc. 40. Benché dal documento non si evinca il dato esatto dell'invenduto, la sua esistenza è chiaramente evincibile in quanto la prima cifra di nessun dato della relativa colonna è uguale o superiore alla prima cifra del dato relativo ai biglietti acquistati. ]

<sup>83</sup> [Cfr., ad esempio, doc. 72.]

<sup>84</sup> [Cfr. doc. 564 e l'all. 5 a tale documento.]

<sup>85</sup> [Cfr. docc. 28 e 64.]



ulteriori da remunerare. Vale aggiungere, poi, che il minor numero di pacchetti legati ad eventi "top" è correlato al minor numero di eventi olimpici interessati, che non sono tutti quelli disponibili, ma soltanto quelli di maggior interesse per il consumatore italiano nel senso sopra visto.

106. Visti i prezzi sensibilmente più elevati dell'acquisto del pacchetto rispetto al biglietto singolo evidenziati nella precedente Tabella (§ 44), emerge che la pratica commerciale in esame era idonea a porre i clienti interessati, anche con largo anticipo, ad eventi "top", nell'alternativa tra acquistare l'intero pacchetto offerto o rinunciare all'evento. Ciò risulta essere effettivamente avvenuto al consumatore propenso ad acquistare il biglietto *"e la notte a Londra, anche se non utilizzerà il pernottamento"*<sup>86</sup> o, al contrario, al consumatore interessato ad alcune sessioni di atletica, che ha rinunciato al pacchetto perché *"interessato solo ai biglietti"*<sup>87</sup> e a quello che ha rinunciato *"perché il prezzo del soggiorno è un po' troppo esagerato"*<sup>88</sup>.

107. In proposito, Jakala ha obiettato di aver sempre informato i consumatori della possibilità di acquistare i biglietti da altri RNA europei. Tuttavia, occorre considerare le abitudini di acquisto del consumatore medio italiano, per il quale la necessità di compiere transazioni in una lingua diversa rappresenta notoriamente un ostacolo significativo ad avvalersi in concreto di una teorica alternativa. Del resto, sono agli atti *e-mail* di consumatori che, pur avendo ricevuto tale informativa rispetto a biglietti singoli non disponibili, o hanno acquistato il pacchetto da Jakala o si sono visti rispondere, rispetto ad ulteriori richieste di informazioni su come procedere, attraverso il mero invio della proposta per il Pacchetto Londra 2012 prevista in relazione al biglietto richiesto oppure *"Per quanto concerne la nuova vendita sul sito le indichiamo di seguire la loro procedura per acquistare i biglietti, non possiamo né intervenire, né interferire"*<sup>89</sup>.

108. Sembrano dunque sussistere indizi gravi, precisi e concordanti, che evidenziano l'esistenza di una strategia volta a vincolare i biglietti "top" alla vendita di "pacchetti", che risultano sensibilmente più onerosi per i consumatori rispetto all'acquisto dei soli biglietti. E' di tutta evidenza che, benché Jakala abbia acquistato camere e voli in anticipo per spuntare un prezzo migliore e a vantaggio del consumatore, quest'ultimo avrebbe potuto comunque ulteriormente risparmiare.

109. Tali elementi, quindi, configurano un indebito condizionamento *"idoneo a limitare considerevolmente la libertà di scelta o di comportamento del consumatore medio in relazione al prodotto"*, ai sensi dell'articolo 24 del Codice del Consumo.

110. Infatti, quanto emerso rientra nella giurisprudenza che ravvisa un indebito condizionamento in tutti i casi in cui la pratica commerciale può indurre il consumatore a stipulare il contratto *"pur in presenza di un giudizio negativo sulla sua convenienza"*<sup>90</sup>. Nel fruire di una possibilità riconosciuta dallo stesso LOCOG al RNA (offrire servizi aggiuntivi), Jakala ha adottato una modalità penalizzante per il consumatore, in quanto ha costruito inscindibilmente il "pacchetto" intorno agli eventi "top", ribaltando sul consumatore stesso il rischio di perdite derivanti dall'inventario di servizi turistici (stanze/voli ecc.) già acquistati anticipatamente, pur nell'intento apprezzabile di contenerne i costi.

111. Jakala, invece, avrebbe potuto e dovuto adottare misure più favorevoli al consumatore, avendone la possibilità<sup>91</sup>, come scomporre, a richiesta i "pacchetti" o, meglio ancora, vendere servizi fra loro indipendenti (biglietto, da un lato, e viaggio/soggiorno, dall'altro) e, soprattutto, non avrebbe dovuto privare integralmente i consumatori di intere categorie di biglietti corrispondenti agli eventi "top".

### **iii) Conclusioni**

112. In base al complesso degli elementi sopra descritti, le condotte poste in essere dal Professionista risultano integrare due distinte fattispecie di pratica commerciale scorretta, in quanto contrarie alla diligenza professionale e rispettivamente idonee, mediante la mancanza di diligenza nella iniziale richiesta di somme non dovute, a pregiudicare il comportamento economico dei consumatori e, mediante la rigida offerta di pacchetti più ampi in abbinamento a biglietti per eventi "top", a condizionarne indebitamente la libertà di scelta.

113. Il comportamento di Jakala deve, inoltre, ritenersi contrario al grado di diligenza ragionevolmente esigibile nel caso di specie nello specifico settore di attività. Infatti, atteso sia il ruolo di rivenditore esclusivo per l'Italia svolto da Jakala, sia la peculiarità dell'evento sportivo internazionale in cui si è svolta la propria attività (le Olimpiadi), sia l'obiettivo assegnato di garantire la più ampia partecipazione possibile del pubblico, Jakala avrebbe dovuto perseguire e realizzare il proprio *business* senza privare i consumatori della possibilità di scelta in ordine a intere categorie di eventi.

114. Alla luce di tutto quanto sopra evidenziato si ritiene che le pratiche in esame integrino una violazione dell'articolo 20 del Codice del Consumo e che la seconda pratica commerciale, relativa alla vendita a pacchetto degli eventi "top" integri anche una violazione dell'articolo 24 del Codice del Consumo.

---

<sup>86</sup> [Cfr. doc. 82.]

<sup>87</sup> [Cfr. doc. 71.]

<sup>88</sup> [Cfr. doc. 70.]

<sup>89</sup> [Cfr. doc. 81, § 53, iv) e xi) .]

<sup>90</sup> [Cfr. sentenza CdS n. 3763/11, PS2760 Accord. ]

<sup>91</sup> [Cfr. sentenza CdS, Enel – Energia bolletta gas, n. 720/2011.]

## V. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

115. Ai sensi dell'articolo 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 500.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

116. Inoltre, in caso di procedimento che abbia ad oggetto una pluralità di illeciti amministrativi accertati, la giurisprudenza ha avuto modo di chiarire come l'articolo 8 della legge 24 novembre 1981, n. 689, enunciando principi generali in materia di sanzioni amministrative, sia pienamente applicabile anche alle materie di competenza dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (*Consiglio di Stato, Sezione VI, sentenze 26 del 2007 e 1271 del 2006*).

117. In particolare, la sentenza n. 1271 del 2006 ha precisato che "[...] l'articolo 8, l. n. 689/1981, consente il cumulo giuridico delle sanzioni solo nel caso di <<concorso formale>> di illeciti amministrativi (unica condotta con cui si viola più volte la stessa disposizione normativa, o con cui si viola una pluralità di disposizioni normative), e non anche nel caso di <<concorso materiale>> di illeciti amministrativi (più condotte con cui si viola più volte la stessa disposizione normativa, o con cui si violano più disposizioni normative)" e che "[...] L'articolo 8, co. 2, l. n. 689/1981 consente di tener conto della <<continuazione>> (identità del disegno criminoso), nel caso di <<concorso materiale>> di illeciti amministrativi, solo se si tratta di violazioni amministrative in materia di previdenza e assistenza. L'intento del legislatore è stato quello di non estendere il regime del cumulo giuridico delle sanzioni ad altre tipologie di illeciti amministrativi".

118. Alla luce del quadro giurisprudenziale così delineato, poiché nel presente procedimento sono state accertate distinte pratiche commerciali, ciascuna delle quali dotata di autonomia strutturale, poste in essere con condotte prive del requisito dell'unitarietà, non appare applicabile né l'istituto del concorso formale né quello della continuazione, con conseguente esclusione del regime favorevole del cumulo giuridico e necessaria applicazione del cumulo materiale delle sanzioni.

119. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'articolo 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'articolo 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.

120. Per quanto riguarda la pratica *sub A*), con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto della dimensione economica del professionista *leader* del settore "*MICE*" e venditore esclusivo per l'Italia dei biglietti per le Olimpiadi di Londra 2012, dell'elevato fatturato realizzato nel 2011 (27 milioni di euro), della rilevanza delle voci di costo su cui ha inciso la pratica rispetto al valore complessivo del biglietto e della generalità dei consumatori raggiunti.

121. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere da settembre a novembre 2011.

Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Jakala Events S.p.A. nella misura di 50.000 € (cinquantamila euro).

122. Tuttavia, nel caso di specie, sussiste una circostanza attenuante in quanto il professionista ha corretto la propria *policy* prima dell'avvio del presente procedimento, attivandosi per informarne i consumatori raggiunti dalla pratica e rimborsando gli importi indebitamente pagati anche a coloro che avevano acquistato il biglietto dal precedente esclusivista e occorre considerare la situazione economica del professionista, che presenta condizioni economiche non positive con un bilancio in perdita. Si ritiene, pertanto, congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Jakala Events S.p.A. nella misura di 5.000 € (cinquemila euro).

123. Per quanto riguarda la pratica *sub B*), con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto sempre della dimensione economica del professionista, *leader* del settore "*MICE*" e venditore esclusivo per l'Italia dei biglietti per le Olimpiadi di Londra 2012, dell'elevato fatturato realizzato nel 2011 (27 milioni di euro), dell'entità del pregiudizio economico sofferto dal consumatore che ha accettato di acquistare l'intero pacchetto pur di assistere all'evento "*top*" richiesto o che ha dovuto rinunciare all'acquisto voluto e della generalità dei consumatori raggiunti.

124. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere da settembre ad almeno luglio 2012.

125. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Jakala Events S.p.A. nella misura di 200.000 € (duecentomila euro).

126. Inoltre, in considerazione della situazione economica del professionista, che presenta condizioni economiche non positive con un bilancio in perdita, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Jakala Events S.p.A. nella misura di 150.000 € (centocinquantamila euro).

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale *sub A*) in esame risulta scorretta ai sensi dell'articolo 20 del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante la mancata verifica della rispondenza della politica di vendita del precedente esclusivista alle condizioni generali fissate dall'organizzatore inglese, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione ai prodotti e servizi offerti dal professionista;

RITENUTO, altresì, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale *sub B*) in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20 e 24 del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea,

mediante la vendita di pacchetti legati a biglietti per eventi "top" non flessibili, a limitare la libertà di scelta del consumatore medio in relazione ai prodotti e servizi offerti dal professionista;

#### DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera A), del presente provvedimento, posta in essere dalla società Jakala Events S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi dell'articolo 20 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 dalla società Jakala Events S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20 e 24 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

c) di irrogare alla società Jakala Events S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di 5.000 € (cinquemila euro in relazione alla pratica commerciale descritta al punto II, lettera A), del presente provvedimento;

d) di irrogare alla società Jakala Events S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di 150.000 € (centocinquantamila euro) in relazione alla pratica commerciale descritta al punto II, lettera B), del presente provvedimento.

Le sanzioni amministrative di cui alle precedenti lettere c) e d) devono essere pagate entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando l'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al decreto legislativo n. 241/1997. Tale modello può essere presentato in formato cartaceo presso gli sportelli delle banche, di Poste Italiane S.p.A. e degli Agenti della Riscossione. In alternativa, il modello può essere presentato 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*.

Ai sensi dell'articolo 37, comma 49, del decreto-legge n. 223/2006, i soggetti titolari di partita IVA, sono obbligati a presentare il modello F24 con modalità telematiche.

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.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio di copia del modello attestante il versamento effettuato.

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

Ai sensi del combinato disposto dell'articolo 27, comma 12, del Codice del Consumo e dell'articolo 23, comma 12-*quinqüesdecies*, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, come modificato dalla legge 7 agosto 2012, n. 135, in caso di inottemperanza al provvedimento 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.

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 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*

IL PRESIDENTE

*Giovanni Pitruzzella*