



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XX - n. 30

Pubblicato sul sito *www.agcm.it*
il 16 agosto 2010

SOMMARIO

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	5
C10622 - MONRADIO/QUATTRO IMPIANTI DI RADIODIFFUSIONE E UN IMPIANTO DI COLLEGAMENTO DI LA MADAME	5
<i>Provvedimento n. 21427</i>	5
C10628 - ZODIAK ENTERTAINMENT/RDF MEDIA GROUP HOLDING	9
<i>Provvedimento n. 21428</i>	9
C10676 - ORACLE/PHARSE FORWARD	12
<i>Provvedimento n. 21429</i>	12
C10677 - ERG PETROLI/DUE IMPIANTI DI DISTRIBUZIONE CARBURANTI DI PETROLTERMICA COMAC OLCEA	16
<i>Provvedimento n. 21430</i>	16
C10678 - MANUTENZIONE INSTALLAZIONE ASCENSORI/GL.MA. ASCENSORI	19
<i>Provvedimento n. 21431</i>	19
C10679 - MANUTENZIONE INSTALLAZIONE ASCENSORI/FABBRI ASCENSORI	24
<i>Provvedimento n. 21432</i>	24
C10680 - AIR LIQUIDE ITALIA/COAN COMPRESSO OSSIGENO ACETILENE	29
<i>Provvedimento n. 21433</i>	29
C10681 - INTERNATIONAL BUSINESS MACHINES/COREMETRICS	31
<i>Provvedimento n. 21434</i>	31
C10685 - SISAL SLOT/RAMO DI AZIENDA ZEST GAMING	35
<i>Provvedimento n. 21435</i>	35
C10687 - M.M.C. MINI MARKET COOP/SIMEONE	38
<i>Provvedimento n. 21436</i>	38
C10688 - LOTTOMATICA SCOMMESSE/RAMO DI AZIENDA DI AQUILIA	41
<i>Provvedimento n. 21437</i>	41
C10689 - GENERAL MOTORS AUTOMOTIVE HOLDINGS/GENERAL MOTORS STRASBOURG	45
<i>Provvedimento n. 21438</i>	45
C10691 - EMMECIUNO/IMPIANTO RADIOTELEVISIVO DI MTV ITALIA	48
<i>Provvedimento n. 21439</i>	48
C10695 - RENO RINNOVABILE/RENO SOLAR	50
<i>Provvedimento n. 21440</i>	50
ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA	53
AS736 - RILASCIO AUTORIZZAZIONI PER L'ESERCIZIO DI NOLEGGIO CON CONDUCENTE	53
AS737 - COMUNE DI AVELLINO - SERVIZIO DI DISTRIBUZIONE DEL GAS NATURALE	55
AS738 - SERVIZIO DI ISPEZIONE DEGLI IMPIANTI TERMICI	57
AS739 - COMUNE DI GROMO (BG) - SERVIZIO DI IGIENE AMBIENTALE	59
AS740 - COMUNE DI ZOGNO (BG) - SERVIZIO DI IGIENE URBANA	60
AS741 - NUOVO CODICE DELLA STRADA - REGOLAMENTAZIONE DELL'ATTIVITÀ DELLE AUTOSCUOLE	61
PUBBLICITA' INGANNEVOLE E COMPARATIVA	65
PI5551B - ERREDUE ASSISTENZA INFORTUNISTICA STRADALE-RIDETERMINAZIONE DELLA SANZIONE	65
<i>Provvedimento n. 21441</i>	65

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	67
PS24BA - RIDETERMINAZIONE SANZIONE TELEUNIT (PS24)	67
<i>Provvedimento n. 21404</i>	67
PS24BB - RIDETERMINAZIONE SANZIONE EUTELIA (PS24)	72
<i>Provvedimento n. 21405</i>	72
PS24BC - RIDETERMINAZIONE SANZIONE CSINFO (PS24)	76
<i>Provvedimento n. 21406</i>	76
PS24BD - RIDETERMINAZIONE SANZIONE DRIN TV (PS24)	82
<i>Provvedimento n. 21407</i>	82
PS24BE - RIDETERMINAZIONE SANZIONE ELSACOM (PS24)	86
<i>Provvedimento n. 21408</i>	86
PS24BF - RIDETERMINAZIONE SANZIONE TELEGEST ITALIA (PS24)	92
<i>Provvedimento n. 21409</i>	92
PS24BG - RIDETERMINAZIONE SANZIONE NOATEL (PS24)	96
<i>Provvedimento n. 21410</i>	96
PS195B - ALIXIR-RIDETERMINAZIONE SANZIONE	100
<i>Provvedimento n. 21411</i>	100
PS1750 - UNICREDIT BANCA DI ROMA-OSTRUZIONISMO CHIUSURA C/C	105
<i>Provvedimento n. 21414</i>	105
PS2293B - ARGO PROMOZIONI IMMOBILIARI-RIDETERMINAZIONE SANZIONE	116
<i>Provvedimento n. 21415</i>	116
PS4165 - CASE D'ASTA	120
<i>Provvedimento n. 21416</i>	120
PS5047 - CSL-EDU - THE DOCTORATE	125
<i>Provvedimento n. 21417</i>	125
PS5494 - BCC SANGRO TEATINA-COMMISSIONE MODULO MAV	134
<i>Provvedimento n. 21424</i>	134
PS5546 - CHRISTIE'S	139
<i>Provvedimento n. 21425</i>	139
PS5894 - TI FINANZIA PRESTITI-PUBBLICITÀ FINANZIAMENTI	150
<i>Provvedimento n. 21426</i>	150

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

C10622 - MONRADIO/QUATTRO IMPIANTI DI RADIODIFFUSIONE E UN IMPIANTO DI COLLEGAMENTO DI LA MADAME

Provvedimento n. 21427

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 luglio 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'atto della società Monradio S.r.l., pervenuto in data 3 giugno 2010;

VISTA la richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, inviata in data 22 giugno 2010 ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249;

VISTO il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, pervenuto in data 19 luglio 2010 ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

MONRADIO S.r.l. (di seguito, Monradio) è la società titolare della concessione per l'esercizio dell'attività radiofonica commerciale a livello nazionale attraverso l'emittente "Radio 101". Monradio è interamente controllata dalla società Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. (di seguito AME), attiva nei diversi mercati dell'editoria e dell'informazione. Il capitale sociale di AME è detenuto per il 50,14% dalla società Fininvest Finanziaria d'Investimento S.p.A..

Il fatturato consolidato realizzato da AME nel 2009, quasi interamente in Italia, è stato di circa 2 miliardi di euro, mentre nello stesso anno, Monradio ha registrato un fatturato di poco superiore a 16 milioni di euro, esclusivamente in Italia.

LA MADAME S.r.l. (di seguito, La Madame) è la società titolare di una concessione per l'esercizio dell'attività radiofonica commerciale in ambito locale.

Nel 2008, La Madame ha realizzato un fatturato di circa 300.000 euro, interamente in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame si sostanzia nell'acquisizione da parte di Monradio di un ramo di azienda di proprietà di La Madame costituito da n. 4 impianti di radiodiffusione e delle relative frequenze e da n. 1 impianto di collegamento.

Gli impianti oggetto di acquisizione da parte di Monradio sono i seguenti:

n. 1 impianto di radiodiffusione ubicato in località Cascinare, Fonti di Mare, Porto Sant'Elpidio, provincia di Ascoli Piceno, operante sulla frequenza 93,200 MHz;

- n. 1 impianto di radiodiffusione ubicato in località Monte Conero, Consorzio, provincia di Ancona, operante sulla frequenza 106,800 MHz;
 - n. 1 impianto di radiodiffusione ubicato in località Monte Cucco di Fabriano, provincia di Ancona, operante sulla frequenza 106,900 MHz;
 - n. 1 impianto di radiodiffusione ubicato in località Colbuccaro, provincia di Macerata, operante sulla frequenza 93,200 MHz;
 - n. 1 impianto di collegamento sito in località Monte Conero, provincia di Ancona, operante sulla frequenza di collegamento 2482,400 MHz.
- Attraverso l'operazione in esame, Monradio intende consolidare la propria posizione sul mercato della radiofonia nazionale migliorando la diffusione del proprio segnale nella regione Marche.

III. QUALIFICAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

L'operazione comunicata, avendo ad oggetto l'acquisizione del controllo di parte di impresa, si qualifica come concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*) della legge n. 287/90. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della stessa legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è superiore a 472 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

a) I mercati rilevanti

Ai fini della valutazione dell'operazione in esame, i mercati interessati sono:

1. il mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo radiofonico;
2. il mercato delle infrastrutture per la trasmissione via etere del segnale radiofonico.

L'estensione geografica dei mercati su cui avrà effetto la concentrazione è nazionale, in considerazione dei diversi regimi normativi nazionali che disciplinano le attività in questione, della copertura delle infrastrutture di rete impiegate, nonché, con particolare riferimento al mercato della raccolta pubblicitaria, dell'insieme degli ascoltatori che possono essere raggiunti, considerata la natura di *network* nazionale della società acquirente.

b) Gli effetti dell'operazione oggetto di valutazione

L'operazione in esame non appare idonea a produrre effetti anticoncorrenziali nei mercati rilevanti. Ciò in considerazione di alcuni elementi connessi alla posizione detenuta dalle parti, nonché alla struttura dei mercati interessati.

In primo luogo, si rileva che Monradio è presente nel mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo radiofonico con una quota pari al [1-5%]¹ nel 2009. Gli impianti oggetto di acquisizione saranno destinati a migliorare la diffusione del segnale radiofonico di Monradio nella regione Marche. Inoltre, tale mercato è caratterizzato da un assetto piuttosto concorrenziale, in considerazione della

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

presenza di numerosi e qualificati soggetti che operano con posizioni di rilievo nei diversi mercati che compongono la filiera del settore pubblicitario.

In tale mercato, infatti, sono presenti qualificati operatori quali RAI, Il Gruppo Editoriale l'Espresso, Radio Dimensione Suono, Radio e Reti, ciascuno dei quali detiene una quota di mercato superiore al 10%.

All'esito dell'operazione, per quanto riguarda il mercato delle infrastrutture per la trasmissione via etere del segnale radiofonico, la percentuale di copertura della popolazione si incrementerà dello 0,7% e sarà pari a circa il 91%, mentre, il numero totale degli impianti e delle relative frequenze di proprietà della società sarà pari a 424.

L'operazione in esame non determinerà effetti apprezzabili sul grado di copertura raggiunto da Monradio e, pertanto, non sembra suscettibile di modificare gli assetti concorrenziali del mercato suddetto.

Alla luce della posizione detenuta dalle parti, nonché della struttura concorrenziale dei mercati interessati, la presente operazione non appare idonea a determinare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nei mercati della raccolta pubblicitaria su mezzo radiofonico e delle infrastrutture per la trasmissione via etere del segnale radiofonico.

V. IL PARERE DELL'AUTORITA' PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

Con atto pervenuto in data 19 luglio 2010, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha espresso parere favorevole allo schema di provvedimento dell'Autorità, in cui si rileva che la concentrazione in esame non è suscettibile di determinare, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione di una posizione dominante sui mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza.

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sui mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

C10628 – ZODIAK ENTERTAINMENT/RDF MEDIA GROUP HOLDING*Provvedimento n. 21428*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 luglio 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società De Agostini Communications S.p.A., pervenuta in data 8 giugno 2010;

VISTA la richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, inviata in data 24 giugno 2010 ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249;

VISTO il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, pervenuto in data 19 luglio 2010 ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

DE AGOSTINI COMMUNICATIONS S.p.A. (DeA Communications) è la *subholding* del Gruppo De Agostini che detiene e gestisce le partecipazioni nelle società del suddetto gruppo attive nel settore *Media & Communications*. L'intero capitale sociale di DeA Communications è detenuto da De Agostini S.p.A., società a sua volta soggetta al controllo esclusivo di B&D Holding di Marco Drago e C. S.p.A.

Nel corso del 2009, a livello mondiale, il Gruppo De Agostini ha realizzato un fatturato consolidato di circa 4 miliardi di euro, di cui circa [3-4]¹ miliardi di euro per vendite effettuate nell'Unione Europea e [1-2] miliardi di euro per vendite effettuate in Italia.

RDF MEDIA GROUP HOLDINGS LIMITED (RDF Holdings) è la società veicolo di diritto inglese attraverso la quale Cyrte Investments BV (Cyrte) ha acquisito il controllo esclusivo della società RDF Media Group Limited (RDF)². In particolare, RDF Holdings è soggetta al controllo esclusivo di Dasym Investments III BV (Dasym), società – di cui DeA Communications detiene attualmente la maggioranza del capitale sociale – a sua volta controllata esclusivamente da Cyrte³. L'attività principale di RDF consiste nella produzione e nella distribuzione di programmi televisivi destinati alla trasmissione nel Regno Unito, negli Stati Uniti e in Irlanda. In Italia RDF è attiva esclusivamente nella concessione in licenza ad emittenti televisive di diritti di ritrasmissione (non in prima visione) di programmi per la TV.

Nel corso del 2009 RDF Holdings ha realizzato un fatturato consolidato a livello mondiale di circa 146 milioni di euro, di cui circa [47-100] milioni di euro per vendite nell'Unione Europea e [inferiore a 1 milione di] euro per vendite effettuate in Italia.

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

² Cfr. C9845 – *Cyrte Investments/RDF Media Group*, in Boll. n. 3/09.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione del controllo esclusivo della società RDF Holdings da parte di DeA Communications, per il tramite della propria controllata Zodiak Entertainment S.A.S. (ZEN), società di diritto francese il cui capitale sociale è attualmente detenuto per il 19,4% da persone fisiche e per l'80,6% dalla società lussemburghese Nova Deuxième S.A. (Nova 2), a sua volta interamente controllata da DeA Communications.

In particolare, l'operazione comporta il trasferimento a ZEN, in parte mediante conferimento e in parte mediante vendita da parte degli attuali soci di RDF Holdings, dell'intero capitale sociale di quest'ultima.

All'esito dell'operazione il capitale sociale di ZEN sarà detenuto da Nova 2 (61,7%), da Dasym (18,5%), dai *Managers* di RDF (5%), e da persone fisiche (14,8%) e la società resterà soggetta al controllo esclusivo di DeA Communications per il tramite di Nova 2.

A seguito dell'operazione, dunque, DeA deterrà, tramite la propria controllata ZEN, il controllo esclusivo di RDF Holdings, e quindi di RDF.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo esclusivo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/90.

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato in Italia dalle imprese interessate è stato superiore a 472 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE

RDF opera nei mercati della produzione di programmi televisivi e della concessione in licenza di diritti di trasmissione di programmi per la TV ad emittenti televisive.

L'estensione geografica di tali mercati è nazionale, in quanto i relativi diritti sono di norma concessi per uno specifico Paese o regione linguistica, data l'esistenza di barriere linguistiche e di differenze di gusto da parte dei consumatori.

Ai fini della valutazione della presente operazione si rileva che la società oggetto di acquisizione è attiva nella produzione di programmi televisivi in lingua inglese, destinati al Regno Unito, agli Stati Uniti e alla Repubblica d'Irlanda, mentre in Italia essa opera esclusivamente nella concessione in licenza ad emittenti televisive italiane dei diritti di ritrasmissione televisiva (non in prima visione) dei programmi realizzati per i mercati televisivi di lingua inglese.

Nel mercato italiano della concessione in licenza di diritti di trasmissione di programmi per la TV ad emittenti televisive, sia RDF che DeA Communications detengono una quota inferiore all'1%, a fronte della presenza di un numero significativo di qualificati operatori internazionali, tra i quali NBC Universal International Television, Warner Bros International Television, Buena Vista International Television, Sony International Television e FOX International Television.

³ Cyrté, pur non detenendo la maggioranza del capitale sociale in Dasym, esercita il controllo della società in virtù di un *Management Agreement* stipulato da Cyrté e Dasym.

Alla luce della posizione detenuta dalle parti, nonché della struttura concorrenziale del mercato rilevante, la presente operazione non appare idonea a determinare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante in tale mercato.

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

Con atto pervenuto in data 19 luglio 2010, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha espresso parere favorevole allo schema di provvedimento dell'Autorità, in cui si rileva che la concentrazione in esame non è suscettibile di determinare, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione di una posizione dominante sul mercato interessato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza.

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sul mercato interessato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

C10676 - ORACLE/PHARSE FORWARD

Provvedimento n. 21429

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 luglio 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Oracle Corporation, pervenuta in data 6 luglio 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Oracle Corporation (di seguito, Orcl) è una società di diritto statunitense che sviluppa e commercializza applicazioni *software* (inclusi *middleware*, *database* e servizi connessi) nonché sistemi e servizi di supporto *hardware*.

Orcl è una società quotata sul listino Nasdaq e la sua proprietà è ampiamente diffusa, con nessun soggetto in grado di esercitarne il controllo; i maggiori azionisti sono una persona fisica e altri due soggetti (Capital Research Global Investors e Capital World Investors).

Il fatturato conseguito da Orcl nell'esercizio 2009 è stato complessivamente pari a 26,4 miliardi di euro, di cui [7-8]¹ miliardi di euro e [472-700] milioni di euro per vendite realizzate rispettivamente nell'Unione europea e in Italia.

Phase Forward Incorporated (di seguito, Phf), di diritto statunitense, è una società che fornisce soluzioni *software* per la gestione integrata dei dati per *test* clinici e di sicurezza di farmaci e medicinali.

Phf è una società quotata sul listino Nasdaq e la sua proprietà è ampiamente diffusa, con nessun soggetto in grado di esercitarne il controllo; i maggiori azionisti sono due società (Gamco Investors Inc. e BlackRock Institutional Trust Company).

Nel corso del 2009 Phf ha conseguito, a livello mondiale, un fatturato complessivo pari a 153 milioni di euro, di cui [10-47] milioni di euro e [inferiore a 1 milione di] euro per vendite realizzate rispettivamente nell'Unione europea e in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

La comunicazione in esame riguarda l'acquisizione, da parte di Orcl, del controllo di Phf mediante l'acquisto dell'intero capitale sociale.

In particolare, l'operazione si realizzerà mediante la fusione in Phf di una società veicolo interamente controllata da Orcl, con successiva liquidazione degli azionisti di Phf e conversione di tutte le azioni Orcl del veicolo in azioni di Phf.

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/90. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90 non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge in quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 472 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

Da un punto vista merceologico, il settore interessato dall'operazione in esame è quello dei servizi di *Information technology* (It) dove opera la società Phf oggetto di acquisizione.

All'interno di tale settore la distinzione in mercati più specifici non risulta agevole; questa difficoltà deriva principalmente dalla rapida evoluzione tecnologica che caratterizza il comparto It e dal fatto che le imprese ivi presenti tendono ad offrire una molteplicità di servizi, adattando la propria offerta alla stessa evoluzione tecnologica, alla domanda e alle esigenze della clientela.

Al riguardo, la Commissione europea ha individuato sette segmenti che identificano una pluralità di servizi informatici diretti ad imprese e enti pubblici, tra cui lo sviluppo di *software* (*software development*)². Deve tuttavia rilevarsi una certa sostituibilità dal lato dell'offerta, anche in considerazione del fatto che i fornitori di servizi It offrono generalmente una gamma più o meno ampia di prestazioni diverse in pacchetti che possono interessare tutti o alcuni dei segmenti individuabili.

Anche all'interno dello sviluppo e commercializzazione di programmi *software*, è possibile individuare una pluralità di ambiti, *in primis* a seconda della destinazione finale del prodotto, se a consumatori per uso domestico (*consumer software*) ovvero a imprese e istituzioni per uso professionale (*business software*). A loro volta, i *software* di tipo *business* si possono dividere in programmi per infrastrutture di sistema (i cosiddetti *System infrastructure software*) e programmi applicativi (*application software*) a supporto delle principali funzioni aziendali, quali ad esempio la gestione finanziaria e delle vendite, la logistica, il *marketing*.

Nel caso di specie, l'attività di Phf riguarda lo sviluppo di *software* applicativi aziendali per l'industria delle scienze mediche (*life sciences*), in relazione allo sviluppo di medicinali e dispositivi medici. I clienti sono difatti rappresentati da società farmaceutiche, produttori di biotecnologie, produttori di dispositivi medici, centri medici accademici, organizzazioni di ricerca governative e/o cliniche. Secondo le parti, i *software* sviluppati da Phf sono difficili da classificare in un solo specifico segmento di applicativi aziendali (quali in particolare gli *Enterprise resource management*, il *Supply chain management* e il *Customer relationship management*), in quanto possono essere generalmente inclusi in vari segmenti.

In particolare, i *software* Phf sono finalizzati: all'acquisizione e gestione di dati clinici, ossia di dati da utilizzare in *test* clinici (questi ultimi sono sponsorizzati dai produttori di farmaci e

² Cfr. C10490.

dispositivi medici, ospedali e centri di ricerca per testare l'efficacia e gli eventuali effetti collaterali di nuovi medicinali e/o protocolli di trattamento); all'aggregazione di varie tipologie di dati clinici per analisi statistiche e per la presentazione alle autorità come parte del processo di approvazione dei medicinali; al rilevamento di eventi sfavorevoli (quali ad esempio gli effetti collaterali di un farmaco) in relazione alla sicurezza dei farmaci e alla vigilanza sul loro utilizzo.

Il mercato geografico

Per quel che riguarda la rilevanza geografica, la dimensione del mercato può ritenersi sovranazionale, mondiale ad avviso delle parti³. Si sottolinea infatti l'importanza di diversi elementi quali: la distribuzione su scala mondiale dei *software*; la similitudine dei prezzi a livello internazionale; la comunanza di esigenze e preferenze in termini di sviluppo tra gli utilizzatori indipendentemente dalla loro localizzazione (le configurazioni dei prodotti sono difatti sostanzialmente le medesime e i prodotti stessi vengono consegnati senza particolari necessità di adattamenti a specifiche locali, salva la traduzione del manuale d'uso); l'assenza di particolari barriere linguistiche; la scarsa incidenza dei costi di trasporto.

Oltre alle condizioni di relativa omogeneità della domanda e dell'offerta, l'ipotesi di dimensione sovranazionale trae conferma, tra l'altro: dall'evoluzione a livello globale delle conoscenze tecnologiche e informatiche; dalla circostanza che gli acquirenti non sono soggetti a restrizioni territoriali e selezionano i propri fornitori confrontando operatori internazionali; dal fatto che i principali operatori sono imprese multinazionali che possono servire i mercati esteri senza necessariamente ivi disporre di una presenza fissa, ma agendo attraverso *partners* locali o l'invio *in loco* di proprio personale; infine, dall'assenza di particolari barriere normative, amministrative o commerciali, di carattere tariffario e non, per lo svolgimento dell'attività all'estero.

Quanto in particolare alla facilità di trasporto dei prodotti e con specifico riferimento ai *software*, vale considerare come la loro commercializzazione possa avvenire per il tramite di soluzioni tecnologiche (ad esempio rete *internet* e/o Cd inviato per posta) che ne facilitano la diffusione a livello mondiale, così come in relazione ai servizi di assistenza e manutenzione che vengono generalmente offerti dal fornitore via telefono e/o *internet*.

Effetti dell'operazione

Secondo i dati riportati dalle parti, e relativi allo specifico comparto degli applicativi *software* aziendali per le *life sciences*, a livello mondiale le parti stesse detengono una quota di mercato pari al [5-10%] e al [1-5%] con riferimento, rispettivamente, a Orcl e Phf.

La parte principale del mercato è rappresentata dagli Stati Uniti, dove secondo le parti si concentra il 60% circa della domanda complessiva di applicazioni *life sciences*, in ragione del fatto che le attività di ricerca e sviluppo di farmaci sono ivi maggiormente localizzate. Ad ogni modo, nel contesto nazionale l'incidenza delle parti viene stimata inferiore, o al più pari a quella mondiale in relazione ai ricavi da licenza.

Inoltre, in aggiunta ai prodotti commerciali, vi sono diverse altre opzioni di tipo *open source* che forniscono *software* gratuiti (quali ad esempio l'offerta *open source* OpenClinica) che i clienti possono scaricare gratuitamente senza licenza. Altre alternative all'acquisto di licenze commerciali

³ Cfr. anche C10490.

sono l'internalizzazione, attraverso lo sviluppo di soluzioni personalizzate, e/o il ricorso a servizi di consulenza o centri di ricerca esterni.

Il mercato risulta poi caratterizzato dall'assenza di significative barriere all'ingresso (dati i particolari tassi di dinamicità e innovazione che caratterizzano il settore dell'It, è possibile sviluppare con successo nuovi *software* con tempi e costi ridotti, disponendo della necessaria esperienza, competenza tecnica e *know how*).

Dal lato della domanda, si registra infine un significativo potere contrattuale. I clienti più importanti sono difatti multinazionali del campo farmaceutico, delle scienze naturali e delle biotecnologie (quali ad esempio Merck, Astra Zeneca, Roche, Novartis, Solvay), nonché enti governativi e centri di ricerca pubblici e privati.

Alla luce delle considerazioni che precedono, la concentrazione in esame non appare idonea a modificare significativamente le dinamiche concorrenziali nel mercato rilevante.

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

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

C10677 - ERG PETROLI/DUE IMPIANTI DI DISTRIBUZIONE CARBURANTI DI PETROLTERMICA COMAC OLCEA*Provvedimento n. 21430*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 luglio 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione delle società ERG Petroli S.p.A. in data 6 luglio 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

LE PARTI

ERG Petroli S.p.A. (di seguito, ERG PETROLI) svolge attività di commercializzazione di prodotti petroliferi attraverso una rete di impianti di distribuzione carburanti propri e/o di terzi. ERG PETROLI è controllata al 100% da ERG S.p.A., società al vertice dell'omonimo gruppo, attivo nei settori della raffinazione del greggio e distribuzione di prodotti petroliferi, nonché della produzione di energia elettrica.

Nel 2009 ERG PETROLI ha realizzato in Italia un fatturato di circa 2,9 miliardi di euro, al netto delle accise.

Oggetto della presente operazione è il ramo d'azienda della società Petroltermica Comac Olcea S.p.A. (PETROLTERMICA) costituito da due impianti di distribuzione carburanti (di seguito, Impianti), siti sulla rete stradale ordinaria dei Comuni di Valperga (TO) e Ciriè (TO).

DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'affitto da parte di ERG PETROLI di due impianti di distribuzione carburanti di PETROLTERMICA, per la durata di 10 anni. I punti vendita oggetto dell'operazione sono siti sulla rete stradale ordinaria della provincia di Torino e segnatamente sulla Strada Quassasco nel Comune di Valperga e sulla Strada Provinciale San Maurizio nel Comune di Ciriè (TO).

Le Parti hanno pattuito che PETROLTERMICA si astenga per l'intera durata dell'affitto dallo svolgere attività imprenditoriali, situate nel raggio 5 Km rispetto agli Impianti, che risultino direttamente o indirettamente in concorrenza con quelle svolte negli stessi.

QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo esclusivo di parte di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/90.

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale

realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 472 milioni di euro.

Il patto di non concorrenza a carico dell'affittante, sopra descritto, costituisce una restrizione accessoria all'operazione, in quanto appare strettamente funzionale alla salvaguardia del valore del ramo d'azienda acquisito, a condizione che tale patto abbia una durata limitata nel tempo, non eccedente comunque il periodo di due anni. Al riguardo, occorre osservare che una durata del patto di non concorrenza superiore a due anni risulterebbe eccedere l'esigenza di garantire il trasferimento dell'effettivo valore dell'acquisizione all'affittuario, posto che questo è un primario operatore nel settore della distribuzione carburanti ed è pertanto già a conoscenza del relativo *know-how*¹.

VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato rilevante

Il mercato del prodotto interessato dall'operazione comunicata è quello della distribuzione su rete stradale ordinaria di carburanti per uso autotrazione.

Sulla base delle caratteristiche della domanda e dell'offerta, l'estensione geografica del mercato della distribuzione di carburanti su rete stradale è di tipo locale e coincide, in prima approssimazione, con il territorio della provincia in cui è situato l'impianto oggetto dell'operazione.

Il mercato rilevante, ai fini della presente concentrazione è, pertanto, quello della distribuzione di carburanti in rete stradale nella provincia di Torino.

Effetti dell'operazione

ERG PETROLI detiene nel mercato rilevante della distribuzione carburanti in rete nella provincia di Torino una quota di mercato del 5,7% circa mentre la quota di mercato del ramo d'azienda oggetto di acquisizione è dello 0,4% circa. Data la ridotta dimensione delle quote di mercato delle parti, l'operazione in esame non appare idonea a modificare in maniera sostanziale le condizioni competitive nel mercato rilevante. Tale valutazione resta immutata anche nella prospettiva di una fusione delle attività di ERG PETROLI e Total Italia S.p.A. (di seguito, TOTAL) nei settori della raffinazione e commercializzazione di prodotti petroliferi nell'Italia continentale e in Sardegna²; ciò in considerazione del fatto che la quota di mercato di TOTAL nel mercato rilevante della distribuzione carburanti in rete nella provincia di Torino è all'incirca pari a [1-5%]³.

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

¹ Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (2005/C 56/03), pubblicata nella Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea del 5 marzo 2005, in particolare paragrafo III. A. 20.

² Operazione autorizzata dalla Commissione con decisione del 21 maggio 2010; decisione pubblicata il 2 luglio 2010 (Case COMP/M.5781 — Total Holdings Europe SAS/ERG SPA/JV).

³ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

RITENUTO, altresì, che il patto di non concorrenza intercorso tra le parti è accessorio alla presente operazione nei soli limiti sopra descritti e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove ne sussistano i presupposti, il suddetto patto che si realizzi oltre il tempo ivi indicato;

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

C10678 - MANUTENZIONE INSTALLAZIONE ASCENSORI/GI.MA. ASCENSORI*Provvedimento n. 21431*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 luglio 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Manutenzione Installazione Ascensori S.p.A., pervenuta in data 7 luglio 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Manutenzione Installazione Ascensori S.p.A. (di seguito, Mia), di diritto italiano, è una società del gruppo Manutencoop, attivo principalmente nell'ambito del *facility management* e delle vendite immobiliari. Mia svolge le attività del gruppo riferibili al settore degli ascensori (vendita e installazione, manutenzione e riparazione).

Il controllo di Mia è riconducibile, attraverso la società Manutencoop Facility Management S.p.A., alla capogruppo Manutencoop Società Cooperativa, a sua volta partecipata da un vasto numero di soci (cooperatori e sovventori), nessuno dei quali in grado di esercitare il controllo.

Il fatturato conseguito dal gruppo Manutencoop nell'esercizio 2009 è stato complessivamente pari a [1-2]¹ miliardi di euro, di cui [1-2] miliardi di euro e [10-47] milioni di euro per vendite realizzate rispettivamente in Italia e nel resto dell'Unione europea.

Gi.Ma. Ascensori S.r.l. (di seguito, Gima) è una società italiana attiva nella manutenzione e riparazione di ascensori, nonché più marginalmente nella loro vendita e installazione, essenzialmente nelle province di Catania e Messina.

Il capitale sociale di Gima, che da parte sua non possiede partecipazioni di controllo in alcuna società, è detenuto in parti uguali da due persone fisiche.

Gima ha conseguito, nel corso del 2009 e interamente in Italia, un fatturato pari a [inferiore a 1 milione di] euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

La comunicazione in esame riguarda l'acquisizione, da parte di Mia e quindi del gruppo Manutencoop, del controllo di Gima mediante l'acquisto dell'intero capitale sociale.

L'operazione risponde all'obiettivo del gruppo acquirente, già avviato con la stessa costituzione di Mia, di internalizzare le attività di manutenzione e riparazione di ascensori, nell'ottica del progressivo sviluppo dei servizi di *facility management*, nonché di sviluppare la propria presenza in tale mercato.

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

L'operazione prevede inoltre alcune clausole di non concorrenza e di non sollecitazione. In particolare, i soci venditori si impegnano, per un periodo di cinque anni e relativamente al territorio della regione Sicilia, a non svolgere, direttamente o indirettamente, attività in concorrenza con Mia e Gima, nonché a non sollecitare clienti e personale delle stesse società o di altre società del gruppo Manutencoop.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1 lettera *b*), della legge n. 287/90.

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90 non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge in quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 472 milioni di euro.

I patti di non concorrenza e di non sollecitazione descritti in precedenza possono essere qualificati come accessori alla concentrazione comunicata nella misura in cui contengono restrizioni direttamente connesse alla realizzazione dell'operazione e ad essa necessarie². In particolare, nel caso di specie gli impegni assunti dai venditori vanno a beneficio dell'acquirente e rispondono all'esigenza di garantire a quest'ultimo il trasferimento dell'effettivo valore dell'acquisizione. Tuttavia, per non travalicare i limiti di quanto ragionevolmente richiesto allo scopo, è necessario che la durata sia limitata a massimo due anni, essendo l'acquirente già attivo nei mercati rilevanti, e che la portata geografica e la portata materiale non eccedano l'attuale ambito, rispettivamente territoriale e merceologico, di operatività della società oggetto di acquisizione.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

Da un punto vista merceologico, il settore interessato dall'operazione in esame è quello degli impianti di trasporto orizzontale e verticale in genere (ascensori, montacarichi, scale mobili, tappeti mobili, *loading bridge* per l'imbarco sugli aerei, ecc.) in cui opera la società oggetto di acquisizione; si tratta di beni durevoli con una vita utile variabile tra i 20 e i 60 anni a seconda dell'intensità del loro utilizzo e della collocazione (in edifici pubblici o privati). All'interno di tale settore è possibile distinguere tra (i) vendita e installazione³ di impianti (a loro volta suddivisibili in: ascensori idraulici, elettrici tradizionali, elettrici di tipo Mrl -senza locale macchina-, scale e tappeti mobili, altri) e (ii) manutenzione e riparazione degli stessi; difatti, sebbene sussistano evidenti elementi di continuità tra le due attività, numerosi fattori tendono a far ritenere distinti i relativi mercati⁴.

² Si veda, al riguardo, la Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (G.U.C.E. 2005/C-56/03 del 5 marzo 2005).

³ L'attività di installazione viene spesso svolta da soggetti diversi dal venditore ai quali quest'ultimo subappalta i relativi lavori; ad ogni modo, rimane in capo all'impresa venditrice la responsabilità, nei confronti della clientela, per i difetti dell'impianto venduto e per la sua non corretta installazione. Si ritiene perciò che le due attività di vendita e di installazione rappresentino un unico mercato rilevante.

⁴ Cfr. ad esempio C10603.

Dal lato della domanda, in particolare, i soggetti che richiedono i servizi in questione sono di regola diversi: per quel che riguarda la vendita e l'installazione di nuovi impianti, si tratta in prevalenza dell'impresa edile che ha in carico la costruzione (o la ristrutturazione) dello stabile interessato, mentre nel caso della manutenzione e riparazione di impianti esistenti la domanda origina dai proprietari degli immobili (pubblici e privati) o dagli amministratori di condominio. Nel dettaglio, l'intervento manutentivo -peraltro previsto per legge⁵- può essere di tipo ordinario (in caso di revisione e sostituzione di piccole parti usurate o danneggiate, operazioni effettuate con regolarità al fine di garantire e preservare la sicurezza e la funzionalità degli impianti) ovvero straordinario (ammodernamento e adeguamento degli impianti alle nuove normative fino, eventualmente, alla loro integrale sostituzione).

Anche dal lato dell'offerta esistono sensibili differenze. Il mercato della vendita e installazione è caratterizzato dalla presenza preponderante di multinazionali generalmente integrate verticalmente (lungo una filiera costituita dalle fasi di: produzione di componenti e pezzi di ricambio e loro assemblaggio; vendita e installazione di nuovi impianti; manutenzione e riparazione di impianti esistenti), mentre le altre imprese che non possiedono stabilimenti produttivi possono, in alternativa all'acquisto del prodotto finito, assemblare esse stesse parti e componenti reperibili sul mercato (funi, cabine, guide, pistoni, ecc).

Le stesse imprese produttrici verticalmente integrate (Otis, Kone, Schindler, ThyssenKrupp), tuttavia, realizzano nei propri stabilimenti soltanto una parte dei componenti necessari; i rimanenti, e in particolare quelli di uso comune per i quali risulterebbe troppo oneroso installare una specifica linea di produzione, vengono acquistati sul mercato della componentistica. Gli operatori indipendenti sono invece specializzati nella produzione o di singole parti specifiche o di una pluralità di componenti e di *kit* completi di ascensori.

Nel mercato della manutenzione e riparazione operano anche molte imprese (eventualmente individuali) di piccola e media dimensione attive, generalmente, in un solo segmento della filiera e in un ambito territoriale piuttosto limitato; queste imprese fanno leva sulla flessibilità organizzativa, sulla ridotta incidenza del costo del personale, sull'adattabilità alle esigenze della clientela e sui rapporti personali instaurati con i proprietari o gli amministratori di condominio.

L'elevato numero di imprese, anche di piccola e piccolissima dimensione, che svolgono in particolare attività di manutenzione e riparazione denota l'ampiezza del relativo bacino di utenza, elemento che rappresenta una peculiarità del contesto italiano dove, rispetto ad altri Paesi con una superficie territoriale anche maggiore, il numero di impianti in funzione è sensibilmente superiore. Tra le ragioni è possibile individuare la normativa di settore che, in Italia, prevede l'obbligatorietà non solo della manutenzione periodica, ma anche della stessa presenza di impianti di sollevamento negli edifici con più di tre piani (legge n. 13/89).

Infine, anche l'importanza del fattore prezzo è generalmente diversa. Nel caso dell'installazione, e soprattutto per gli impianti di fascia medio alta, la scelta del fornitore operata dal progettista ingegnere o architetto si basa anche su elementi quali le caratteristiche tecniche, la *performance*, il pregio dei materiali e l'estetica per una maggiore personalizzazione dell'impianto; assumono inoltre rilievo il supporto di consulenza, il marchio aziendale e lo sviluppo di soluzioni

⁵ Ai sensi della normativa in vigore (articolo 15 del D.P.R. n. 162/99), gli ascensori e le scale mobili devono essere sottoposti ad una visita periodica, a cadenza semestrale, da parte di imprese autorizzate e munite di apposito patentino.

tecnologiche avanzate. Nel caso della manutenzione, i condomini risultano generalmente più propensi ad accettare servizi di qualità corrente purché ad un prezzo contenuto.

In generale, le grandi imprese verticalmente integrate privilegiano l'espansione nel mercato della vendita e installazione di impianti e, soprattutto, in quello dei connessi servizi di manutenzione e riparazione (attraverso l'acquisizione di imprese di piccole dimensioni e di rami d'azienda ivi attivi ovvero, in taluni casi, dei soli contratti di manutenzione), piuttosto che nel mercato più a monte della produzione di componenti per gli impianti stessi. Difatti, l'eventuale mancanza di stabilimenti produttivi non pregiudicherebbe, per queste imprese, l'operatività nei due mercati a valle, attesa la possibilità di acquistare i singoli componenti sul mercato per il successivo assemblaggio, situazione peraltro comune a molti operatori concorrenti.

Il mercato geografico

Dal punto di vista della rilevanza geografica i mercati del prodotto *sub* (i) e (ii) hanno dimensioni differenti.

Per quanto attiene alla vendita e installazione di nuovi impianti, il mercato è da ritenersi esteso al territorio regionale, in ragione del fatto che le imprese edili hanno maggiori possibilità di ricercare condizioni di fornitura più vantaggiose a livello regionale senza che la tempestività del servizio assuma una rilevanza essenziale nella scelta. Peraltro, soprattutto le imprese di costruzione di maggiori dimensioni possono rivolgersi, per grandi commesse, a fornitori di regioni diverse da quella di appartenenza.

Diversamente, il mercato della manutenzione e riparazione di impianti esistenti può ritenersi al più di dimensione provinciale. L'economicità e la tempestività dell'intervento rappresentano infatti, in questo caso, fattori competitivi di primaria importanza e, per essere soddisfatti al meglio, richiedono la presenza dell'impresa manutentrice nelle vicinanze degli impianti da servire così da superare, o quantomeno attenuare, eventuali problemi derivanti da fattori esterni (distanze, difficoltà di collegamento, ecc).

Pertanto, alla luce delle zone di operatività dell'impresa oggetto di acquisizione, il mercato geografico rilevante *sub* (i) può essere assunto su scala regionale, corrispondente in particolare alla regione Sicilia, e il mercato geografico rilevante *sub* (ii) può essere assunto su scala provinciale, corrispondente in particolare alle province di Catania e Messina.

Effetti dell'operazione

In nessuno degli ambiti interessati dalla presente operazione si registrano sovrapposizioni tra le attività delle parti.

In particolare, per quel che riguarda il mercato della vendita e installazione di nuovi impianti nella regione Sicilia, il gruppo Manutencoop non è ivi presente, e peraltro gli impianti venduti da Gima risultano numericamente molto esigui (poche unità all'anno).

Similmente, l'incidenza di Gima nel mercato della manutenzione e riparazione di ascensori è modesta sia in provincia di Catania (pari al [1-5%]) che in quella di Messina (pochi impianti in manutenzione), province dove peraltro il gruppo acquirente non risulta allo stato attivo.

Alla luce delle considerazioni che precedono, la concentrazione in esame non appare idonea a modificare significativamente le dinamiche concorrenziali nei mercati rilevanti.

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

RITENUTO, altresì, che le clausole di non concorrenza e di non sollecitazione pattuite sono accessorie alla presente operazione nei soli limiti sopra precisati, e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove ne sussistano i presupposti, tali clausole nella misura in cui si realizzino oltre la durata e la portata geografica e materiale ivi indicate;

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

C10679 - MANUTENZIONE INSTALLAZIONE ASCENSORI/FABBRI ASCENSORI*Provvedimento n. 21432*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 luglio 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Manutenzione Installazione Ascensori S.p.A., pervenuta in data 7 luglio 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Manutenzione Installazione Ascensori S.p.A. (di seguito, Mia), di diritto italiano, è una società del gruppo Manutencoop, attivo principalmente nell'ambito del *facility management* e delle vendite immobiliari. Mia svolge le attività del gruppo riferibili al settore degli ascensori (vendita e installazione, manutenzione e riparazione).

Il controllo di Mia è riconducibile, attraverso la società Manutencoop Facility Management S.p.A., alla capogruppo Manutencoop Società Cooperativa, a sua volta partecipata da un vasto numero di soci (cooperatori e sovventori), nessuno dei quali in grado di esercitare il controllo.

Il fatturato conseguito dal gruppo Manutencoop nell'esercizio 2009 è stato complessivamente pari a [1-2]¹ miliardi di euro, di cui [1-2] miliardi di euro e [10-47] milioni di euro per vendite realizzate rispettivamente in Italia e nel resto dell'Unione europea.

Fabbri Ascensori S.r.l. (di seguito, Fba) è una società italiana di nuova costituzione alla quale viene conferito dalla società Fabbri Gualfredo, Marco e C. S.n.c., attiva altresì nel settore immobiliare, il ramo d'azienda di quest'ultima dedito alle attività di manutenzione e riparazione di ascensori, nonché più marginalmente a quelle della loro vendita e installazione, essenzialmente nelle province di Varese, Como, Milano e Novara.

Fba, che da parte sua non deterrà partecipazioni di controllo in alcuna società, verrà inizialmente costituita dalla società Fabbri Gualfredo, Marco e C. S.n.c., il cui capitale sociale è detenuto in parti uguali da quattro persone fisiche.

Il ramo d'azienda che verrà conferito a Fba ha conseguito, nel corso del 2009 e interamente in Italia, un fatturato pari a [1-10] milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame riguarda l'acquisizione, da parte di Mia e quindi del gruppo Manutencoop, del controllo di Fba mediante l'acquisto dell'intero capitale sociale.

L'operazione risponde all'obiettivo del gruppo acquirente, già avviato con la stessa costituzione di Mia, di internalizzare le attività di manutenzione e riparazione di ascensori, nell'ottica del

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

progressivo sviluppo dei servizi di *facility management*, nonché di sviluppare la propria presenza in tale mercato.

L'operazione prevede inoltre alcune clausole di non concorrenza. In particolare, la società Fabbri Gualfredo, Marco e C. S.n.c. e i soci venditori si impegnano, per un periodo di cinque anni e senza limitazioni geografiche, a non svolgere, direttamente o indirettamente, attività nel settore ascensoristico, nonché a non assumere, direttamente o indirettamente, partecipazioni in soggetti ivi attivi.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/90.

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90 non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge in quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 472 milioni di euro.

I patti di non concorrenza descritti in precedenza possono essere qualificati come accessori alla concentrazione comunicata nella misura in cui contengono restrizioni direttamente connesse alla realizzazione dell'operazione e ad essa necessarie². In particolare, nel caso di specie gli impegni assunti dai venditori vanno a beneficio dell'acquirente e rispondono all'esigenza di garantire a quest'ultimo il trasferimento dell'effettivo valore dell'acquisizione. Tuttavia, per non travalicare i limiti di quanto ragionevolmente richiesto allo scopo, è necessario che la durata sia limitata a massimo due anni, essendo l'acquirente già attivo nei mercati rilevanti, che la portata geografica non ecceda l'attuale ambito territoriale di operatività della società oggetto di acquisizione, e che non risulti preclusa ai venditori la possibilità di effettuare investimenti di natura finanziaria.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

Da un punto vista merceologico, il settore interessato dall'operazione in esame è quello degli impianti di trasporto orizzontale e verticale in genere (ascensori, montacarichi, scale mobili, tappeti mobili, *loading bridge* per l'imbarco sugli aerei, ecc.) in cui opera la società oggetto di acquisizione; si tratta di beni durevoli con una vita utile variabile tra i 20 e i 60 anni a seconda dell'intensità del loro utilizzo e della collocazione (in edifici pubblici o privati). All'interno di tale settore è possibile distinguere tra (i) vendita e installazione³ di impianti (a loro volta suddivisibili in: ascensori idraulici, elettrici tradizionali, elettrici di tipo Mrl -senza locale macchina-, scale e tappeti mobili, altri) e (ii) manutenzione e riparazione degli stessi; difatti, sebbene sussistano

² Si veda, al riguardo, la Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (G.U.C.E. 2005/C-56/03 del 5 marzo 2005).

³ L'attività di installazione viene spesso svolta da soggetti diversi dal venditore ai quali quest'ultimo subappalta i relativi lavori; ad ogni modo, rimane in capo all'impresa venditrice la responsabilità, nei confronti della clientela, per i difetti dell'impianto venduto e per la sua non corretta installazione. Si ritiene perciò che le due attività di vendita e di installazione rappresentino un unico mercato rilevante.

evidenti elementi di continuità tra le due attività, numerosi fattori tendono a far ritenere distinti i relativi mercati⁴.

Dal lato della domanda, in particolare, i soggetti che richiedono i servizi in questione sono di regola diversi: per quel che riguarda la vendita e l'installazione di nuovi impianti, si tratta in prevalenza dell'impresa edile che ha in carico la costruzione (o la ristrutturazione) dello stabile interessato, mentre nel caso della manutenzione e riparazione di impianti esistenti la domanda origina dai proprietari degli immobili (pubblici e privati) o dagli amministratori di condominio. Nel dettaglio, l'intervento manutentivo -peraltro previsto per legge⁵- può essere di tipo ordinario (in caso di revisione e sostituzione di piccole parti usurate o danneggiate, operazioni effettuate con regolarità al fine di garantire e preservare la sicurezza e la funzionalità degli impianti) ovvero straordinario (ammodernamento e adeguamento degli impianti alle nuove normative fino, eventualmente, alla loro integrale sostituzione).

Anche dal lato dell'offerta esistono sensibili differenze. Il mercato della vendita e installazione è caratterizzato dalla presenza preponderante di multinazionali generalmente integrate verticalmente (lungo una filiera costituita dalle fasi di: produzione di componenti e pezzi di ricambio e loro assemblaggio; vendita e installazione di nuovi impianti; manutenzione e riparazione di impianti esistenti), mentre le altre imprese che non possiedono stabilimenti produttivi possono, in alternativa all'acquisto del prodotto finito, assemblare esse stesse parti e componenti reperibili sul mercato (funi, cabine, guide, pistoni, ecc).

Le stesse imprese produttrici verticalmente integrate (Otis, Kone, Schindler, ThyssenKrupp), tuttavia, realizzano nei propri stabilimenti soltanto una parte dei componenti necessari; i rimanenti, e in particolare quelli di uso comune per i quali risulterebbe troppo oneroso installare una specifica linea di produzione, vengono acquistati sul mercato della componentistica. Gli operatori indipendenti sono invece specializzati nella produzione o di singole parti specifiche o di una pluralità di componenti e di *kit* completi di ascensori.

Nel mercato della manutenzione e riparazione operano anche molte imprese (eventualmente individuali) di piccola e media dimensione attive, generalmente, in un solo segmento della filiera e in un ambito territoriale piuttosto limitato; queste imprese fanno leva sulla flessibilità organizzativa, sulla ridotta incidenza del costo del personale, sull'adattabilità alle esigenze della clientela e sui rapporti personali instaurati con i proprietari o gli amministratori di condominio.

L'elevato numero di imprese, anche di piccola e piccolissima dimensione, che svolgono in particolare attività di manutenzione e riparazione denota l'ampiezza del relativo bacino di utenza, elemento che rappresenta una peculiarità del contesto italiano dove, rispetto ad altri Paesi con una superficie territoriale anche maggiore, il numero di impianti in funzione è sensibilmente superiore. Tra le ragioni è possibile individuare la normativa di settore che, in Italia, prevede l'obbligatorietà non solo della manutenzione periodica, ma anche della stessa presenza di impianti di sollevamento negli edifici con più di tre piani (legge n. 13/89).

Infine, anche l'importanza del fattore prezzo è generalmente diversa. Nel caso dell'installazione, e soprattutto per gli impianti di fascia medio alta, la scelta del fornitore operata dal progettista ingegnere o architetto si basa anche su elementi quali le caratteristiche tecniche, la *performance*, il

⁴ Cfr. ad esempio C10603.

⁵ Ai sensi della normativa in vigore (articolo 15 del D.P.R. 162/1999), gli ascensori e le scale mobili devono essere sottoposti ad una visita periodica, a cadenza semestrale, da parte di imprese autorizzate e munite di apposito patentino.

pregio dei materiali e l'estetica per una maggiore personalizzazione dell'impianto; assumono inoltre rilievo il supporto di consulenza, il marchio aziendale e lo sviluppo di soluzioni tecnologiche avanzate. Nel caso della manutenzione, i condomini risultano generalmente più propensi ad accettare servizi di qualità corrente purché ad un prezzo contenuto.

In generale, le grandi imprese verticalmente integrate privilegiano l'espansione nel mercato della vendita e installazione di impianti e, soprattutto, in quello dei connessi servizi di manutenzione e riparazione (attraverso l'acquisizione di imprese di piccole dimensioni e di rami d'azienda ivi attivi ovvero, in taluni casi, dei soli contratti di manutenzione), piuttosto che nel mercato più a monte della produzione di componenti per gli impianti stessi. Difatti, l'eventuale mancanza di stabilimenti produttivi non pregiudicherebbe, per queste imprese, l'operatività nei due mercati a valle, attesa la possibilità di acquistare i singoli componenti sul mercato per il successivo assemblaggio, situazione peraltro comune a molti operatori concorrenti.

Il mercato geografico

Dal punto di vista della rilevanza geografica i mercati del prodotto *sub* (i) e (ii) hanno dimensioni differenti.

Per quanto attiene alla vendita e installazione di nuovi impianti, il mercato è da ritenersi esteso al territorio regionale, in ragione del fatto che le imprese edili hanno maggiori possibilità di ricercare condizioni di fornitura più vantaggiose a livello regionale senza che la tempestività del servizio assuma una rilevanza essenziale nella scelta. Peraltro, soprattutto le imprese di costruzione di maggiori dimensioni possono rivolgersi, per grandi commesse, a fornitori di regioni diverse da quella di appartenenza.

Diversamente, il mercato della manutenzione e riparazione di impianti esistenti può ritenersi al più di dimensione provinciale. L'economicità e la tempestività dell'intervento rappresentano infatti, in questo caso, fattori competitivi di primaria importanza e, per essere soddisfatti al meglio, richiedono la presenza dell'impresa manutentrice nelle vicinanze degli impianti da servire così da superare, o quantomeno attenuare, eventuali problemi derivanti da fattori esterni (distanze, difficoltà di collegamento, ecc).

Pertanto, alla luce delle zone di operatività dell'impresa oggetto di acquisizione, il mercato geografico rilevante *sub* (i) può essere assunto su scala regionale, corrispondente in particolare alla regione Lombardia, e il mercato geografico rilevante *sub* (ii) può essere assunto su scala provinciale, corrispondente in particolare alle province di Varese, Como, Milano e Novara.

Effetti dell'operazione

Solo in uno degli ambiti interessati dalla presente operazione si registrano apprezzabili sovrapposizioni tra le attività delle parti, sebbene comunque di lieve entità. Nel mercato della manutenzione e riparazione di impianti in provincia di Varese, infatti, Mia e Fba detengono una quota stimata rispettivamente pari al [1-5%] e al [5-10%].

In provincia di Novara il gruppo acquirente non è attivo, mentre nei rimanenti ambiti provinciali di Como e Milano l'incidenza delle parti rimane molto contenuta (inferiore all'1%).

Infine, per quel che riguarda il mercato della vendita e installazione di nuovi impianti nella regione Lombardia, tanto il gruppo Manutencoop quanto Fba sono presenti con un numero di impianti venduti che risulta molto esiguo (poche unità all'anno).

Alla luce delle considerazioni che precedono, la concentrazione in esame non appare idonea a modificare significativamente le dinamiche concorrenziali nei mercati rilevanti.

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

RITENUTO, altresì, che le clausole di non concorrenza pattuite sono accessorie alla presente operazione nei soli limiti sopra precisati, e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove ne sussistano i presupposti, tali clausole nella misura in cui si realizzino oltre la durata e la portata ivi indicate;

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

C10680 - AIR LIQUIDE ITALIA/COAN COMPRESSO OSSIGENO ACETILENE*Provvedimento n. 21433*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 luglio 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Air Liquide Italia S.p.A., pervenuta in data 9 luglio 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Air Liquide Italia S.p.A. (di seguito, Ali) è una società italiana, appartenente all'omonimo gruppo francese, attiva nella produzione e distribuzione di gas tecnici, industriali e medicali (ossigeno, azoto, idrogeno, elio, propano, ecc). Il gruppo industriale Air Liquide opera, a livello mondiale, nel settore dei gas tecnici e dei relativi impianti e attrezzature, nonché nell'ambito degli impianti e materiali per la saldatura e il taglio di metalli.

Ali risulta controllata dalla società francese Air Liquide S.a., posta al vertice del gruppo Air Liquide.

Il fatturato conseguito dal gruppo Air Liquide nell'esercizio 2009 è stato complessivamente pari a [10-20]¹ miliardi di euro, di cui [5-6] miliardi di euro e [472-700] milioni di euro per vendite realizzate rispettivamente nell'Unione europea e in Italia.

Coan Compresso Ossigeno Acetilene S.p.A. (di seguito, Coan) è una società italiana attiva, nella regione Campania, nella produzione, distribuzione e vendita di gas industriali e medicali, nonché nella fornitura (da parte di una controllata e essenzialmente in favore delle imprese madri) di servizi di manutenzione e collaudo delle bombole destinate a contenere gas tecnici.

Il capitale sociale di Coan è allo stato detenuto, per il 48% circa, dalla stessa Ali e, per la frazione rimanente, da due persone fisiche (con, altresì, azioni proprie della società).

Coan ha conseguito, nel corso del 2009 e interamente in Italia, un fatturato complessivo pari a [inferiore a 1 milione di] euro (interamente derivanti dai canoni di affitto, corrisposti dalla stessa Ali a partire dal 2000, relativi ai rami d'azienda dediti alla produzione e vendita di gas industriali e medicali).

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame riguarda l'acquisizione, da parte di Ali e quindi del gruppo Air Liquide, di una partecipazione finanziaria in Coan pari ad un ulteriore 48% del relativo capitale sociale. Ad esito dell'operazione, Ali arriverà così a detenere il 96% circa del capitale di Coan.

Ali risulta già affittuaria dei rami d'azienda di Coan relativi alla produzione e vendita di gas industriali e medicali, che costituiscono l'attività della stessa Coan.

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata non comporta l'acquisizione del controllo di un'impresa, e dunque non costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1 lettera *b*), della legge n. 287/90. Il controllo di Coan da parte di Ali può, difatti, ritenersi già sussistente in ragione dei suddetti contratti di affitto di rami d'azienda.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non è soggetta ad obbligo di comunicazione preventiva;

DELIBERA

che non vi è luogo a provvedere.

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

C10681 - INTERNATIONAL BUSINESS MACHINES/COREMETRICS*Provvedimento n. 21434*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 luglio 2010;

SENTITO il Relatore Presidente Antonio Catricalà;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società International Business Machines Corporation, pervenuta in data 12 luglio 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

International Business Machines Corporation (di seguito, Ibm) è una società di diritto statunitense attiva a livello mondiale nello sviluppo, nella produzione e nella commercializzazione di un'ampia gamma di soluzioni informatiche quali *software*, sistemi e servizi.

Ibm è quotata alla borsa valori di New York e presenta un azionariato diffuso con nessuno dei soci in grado di esercitare, individualmente o collettivamente, un'influenza determinante.

Il fatturato conseguito da Ibm nell'esercizio 2009 è stato complessivamente pari a 68,6 miliardi di euro, di cui [20-30]¹ miliardi di euro e [2-3] miliardi di euro per vendite realizzate rispettivamente nell'Unione europea e in Italia.

Coremetrics Inc. (di seguito, Crmt) è una società di diritto statunitense che offre applicazioni *software* per il *marketing* digitale e interattivo (utilizzando il cosiddetto modello *software as a service*, attraverso cui si sviluppano e gestiscono applicazioni *web* messe a disposizione via *internet*). Tali applicazioni consentono alle società clienti di seguire il comportamento del consumatore, ottimizzando la pianificazione delle campagne di *marketing*.

Crmt non risulta controllata da alcun soggetto; i principali azionisti, con una frazione superiore al 10% del capitale, sono quattro (Highland Capital Partners V, Accel VII Lp, Financial Technology Ventures II (Q) Lp, W Capital Partners II Lp).

Nel corso del 2009 Crmt ha conseguito, a livello mondiale, un fatturato complessivo pari a 36,8 milioni di euro, di cui [1-10] milioni di euro e [inferiore a 1 milione di] euro per vendite realizzate rispettivamente nell'Unione europea e in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame riguarda l'acquisizione, da parte di Ibm, del controllo di Crmt mediante l'acquisto dell'intero capitale sociale.

L'operazione prevede inoltre alcune clausole di non concorrenza. In particolare, alcuni tra gli attuali principali azionisti/dipendenti di Crmt sottoscriveranno una serie di accordi in ciascuno dei quali essi si impegnano, per un periodo di due anni e con limitazioni geografiche in funzione delle

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

rispettive passate responsabilità di lavoro, a non svolgere attività in concorrenza con quelle sinora svolte da Crmt.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1 lettera b), della legge n. 287/90.

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90 non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge in quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 472 milioni di euro.

I patti di non concorrenza descritti in precedenza possono essere qualificati come accessori alla concentrazione comunicata nella misura in cui contengono restrizioni direttamente connesse alla realizzazione dell'operazione e ad essa necessarie². In particolare, nel caso di specie gli impegni assunti dai venditori vanno a beneficio dell'acquirente e rispondono all'esigenza di garantire a quest'ultimo il trasferimento dell'effettivo valore dell'acquisizione.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

Da un punto vista merceologico, il settore interessato dall'operazione in esame è quello dei servizi di *Information technology* (It) dove opera la società Crmt oggetto di acquisizione.

All'interno di tale settore la distinzione in mercati più specifici non risulta agevole; questa difficoltà deriva principalmente dalla rapida evoluzione tecnologica che caratterizza il comparto It e dal fatto che le imprese ivi presenti tendono ad offrire una molteplicità di servizi, adattando la propria offerta alla stessa evoluzione tecnologica, alla domanda e alle esigenze della clientela.

Al riguardo, la Commissione europea ha individuato sette segmenti che identificano una pluralità di servizi informatici diretti ad imprese e enti pubblici, tra cui lo sviluppo di *software* (*software development*)³. Deve tuttavia rilevarsi una certa sostituibilità dal lato dell'offerta, anche in considerazione del fatto che i fornitori di servizi It offrono generalmente una gamma più o meno ampia di prestazioni diverse in pacchetti che possono interessare tutti o alcuni dei segmenti individuabili.

Anche all'interno dello sviluppo e commercializzazione di programmi *software*, è possibile individuare una pluralità di ambiti, *in primis* a seconda della destinazione finale del prodotto, se a consumatori per uso domestico (*consumer software*) ovvero a imprese e istituzioni per uso professionale (*business software*). A loro volta, i *software* di tipo *business* si possono dividere in programmi per infrastrutture di sistema (i cosiddetti *System infrastructure software*) e programmi applicativi (*application software*) a supporto delle principali funzioni aziendali, quali ad esempio la gestione finanziaria e delle vendite, la logistica, il *marketing*.

² Si veda, al riguardo, la Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (G.U.C.E. 2005/C-56/03 del 5 marzo 2005).

³ Cfr. C10490.

Nel caso di specie, l'attività di Crmt riguarda lo sviluppo di soluzioni *software* per le attività di *marketing* delle imprese, finalizzate -con analisi statistiche e osservazione di comportamenti- a presentare i risultati in forma intuitiva e con un formato grafico, aggiornando con continuità l'analisi e fornendo i relativi suggerimenti programmatici. In particolare, ad esempio, i *software* Crmt consentono di anticipare le preferenze del consumatore, automatizzare le campagne di *marketing*, registrare il comportamento dei consumatori, analizzare l'efficacia dei programmi di *marketing*.

Secondo la classificazione di fonte Idc (International Data Corporation) fornita dalle parti, le attività interessano l'area delle *Applications*; in particolare, le soluzioni *Marketing* costituiscono un sottosegmento del segmento denominato *Customer relationship management applications*.

Tale segmento include applicazioni che rendono automatici alcuni processi aziendali di gestione della clientela (vendite, *marketing*, assistenza clienti, ecc), gestendo così l'intero ciclo di vita di un cliente. Il sub-segmento *Marketing*, in particolare, consta di soluzioni che consentono di automatizzare una serie di attività richieste nelle varie fasi dei processi di *marketing* (gestione di spazi pubblicitari, campagne promozionali, cataloghi elettronici, eventi ed esposizioni, relazioni con i mezzi di comunicazione, sondaggi, pubblicità su *internet*, ecc).

Il mercato geografico

Per quel che riguarda la rilevanza geografica, la dimensione del mercato può ritenersi sovranazionale, mondiale ad avviso delle parti⁴. Queste sottolineano infatti l'importanza di diversi elementi quali: la distribuzione su scala mondiale dei *software*; la similitudine dei prezzi a livello internazionale; la comunanza di esigenze e preferenze in termini di sviluppo tra gli utilizzatori indipendentemente dalla loro localizzazione (le configurazioni dei prodotti sono difatti sostanzialmente le medesime e i prodotti stessi vengono consegnati senza particolari necessità di adattamenti a specifiche locali, salva la traduzione del manuale d'uso); la scarsa incidenza dei costi di trasporto.

Oltre alle condizioni di relativa omogeneità della domanda e dell'offerta, l'ipotesi di dimensione sovranazionale trae conferma, tra l'altro: dall'evoluzione a livello globale delle conoscenze tecnologiche e informatiche; dalla circostanza che gli acquirenti non sono soggetti a restrizioni territoriali e selezionano i propri fornitori confrontando operatori internazionali; dal fatto che i principali operatori sono imprese multinazionali che possono servire i mercati esteri senza necessariamente ivi disporre di una presenza fissa, ma agendo attraverso *partners* locali o l'invio *in loco* di proprio personale; dall'assenza di particolari barriere normative, amministrative o commerciali, di carattere tariffario e non, per lo svolgimento dell'attività all'estero; infine, dall'assenza di particolari barriere linguistiche (essendo l'inglese la lingua più comunemente utilizzata, ed esistendo anche versioni dei programmi nelle altre lingue).

Quanto in particolare alla facilità di trasporto dei prodotti e con specifico riferimento ai *software*, vale considerare come la loro commercializzazione possa avvenire per il tramite di soluzioni tecnologiche (ad esempio rete *internet* e/o CD inviato per posta) che ne facilitano la diffusione a livello mondiale, così come in relazione ai servizi di assistenza e manutenzione che vengono generalmente offerti dal fornitore via telefono e/o *internet*.

⁴ Cfr. anche C10490.

Effetti dell'operazione

Svolgendo l'analisi al dettaglio dei sub-segmenti, e secondo i dati di fonte Idc (International Data Corporation) forniti dalle parti, l'incidenza delle stesse parti risulta di modesta entità, tanto a livello mondiale (1,4 e 1,8% rispettivamente per Ibm e Crmt) quanto nel più ristretto ambito geografico Emea comprendente Europa, Medio Oriente e Africa (1,7 e 0,4% rispettivamente per Ibm e Crmt) ⁵.

Il mercato in esame risulta inoltre caratterizzato dalla presenza di numerosi e qualificati concorrenti (Adobe, Sas, Sap, Oracle, Google, Microsoft, ecc), nonché dall'assenza di significative barriere all'ingresso (dati i particolari tassi di dinamicità e innovazione che caratterizzano il settore dell'It, è possibile sviluppare con successo nuovi *software* con tempi e costi ridotti, disponendo della necessaria esperienza, competenza tecnica e *know how*).

Alla luce delle considerazioni che precedono, la concentrazione in esame non appare idonea a modificare significativamente le dinamiche concorrenziali nel mercato rilevante.

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

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

⁵ Secondo le parti, non vi è motivo di ritenere che le quote a livello nazionale si discostino significativamente dai valori Emea.

C10685 - SISAL SLOT/RAMO DI AZIENDA ZEST GAMING*Provvedimento n. 21435*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 luglio 2010;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione effettuata dalla società Sisal Slot S.p.A., pervenuta in data 14 luglio 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Sisal Slot S.p.A. (di seguito, Sisal Slot) è una società concessionaria del Ministero dell'Economia – Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato (AAMS) per l'attivazione e conduzione operativa della rete per la gestione telematica degli apparecchi da divertimento e intrattenimento (c.d. videolotterie o *new slot*).

Sisal Slot è interamente controllata da Sisal S.p.A. (di seguito, Sisal), la quale svolge attività di organizzazione e gestione di giochi e scommesse (tra cui, Superenalotto, concorsi pronostici, scommesse ipiche e sportive).

Sisal è controllata da Sisal Holding Finanziaria S.p.A., *holding* di partecipazione del gruppo Sisal, a sua volta soggetta al controllo congiunto di Apax Partners LLP, Permira Europe III Fund e Clessidra SGR S.p.A..

Nel 2008 Sisal Holding Finanziaria S.p.A. ha realizzato un fatturato di circa 335 milioni di euro. Nello stesso anno i soggetti che controllano Sisal hanno realizzato in Italia fatturati che, complessivamente, ammontano a circa 1.967 milioni di euro.

Oggetto di acquisizione è il ramo d'azienda di Zest Gaming S.p.A. (di seguito Zest) che consiste nel titolo di accreditamento presso AAMS per l'esercizio dell'attività di produzione e omologazione di apparecchi da intrattenimento (di seguito anche "ADI") di cui all'art. 110, comma 6 a), del TULPS.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame ha ad oggetto l'acquisizione da parte di Sisal Slot del ramo d'azienda di Zest sopra definito. L'acquisizione è realizzata mediante la cessione da parte della società Zest del ramo d'azienda costituito da tutti i beni materiali, immateriali ed i contratti stipulati con terze parti per l'esercizio della attività di produzione degli ADI.

Con l'operazione, Sisal Slot si propone di acquistare la titolarità del suddetto ramo d'azienda allo scopo di internalizzare l'attività di ricondizionamento (o *retrofit*) e sostituzione delle schede di gioco per gli ADI prodotti da Zest ed in possesso della stessa Sisal Slot.

Infatti, in base alla normativa tecnica di derivazione AAMS solo il produttore dell'ADI e della scheda di gioco può intervenire sull'apparecchio per la manutenzione straordinaria, nonché per la

sostituzione delle schede di gioco. Successivamente ad ogni sostituzione di scheda di gioco l'ADI deve essere sottoposto ad una nuova omologazione e solo il produttore accreditato presso AAMS può procedere a detta certificazione.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parte di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/90.

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 472 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

L'operazione interessa l'attività di produzione e omologazione di apparecchi da intrattenimento; la normativa che regola l'esercizio degli ADI è contenuta nell'articolo 110 (commi 3 e seguenti) del Testo Unico delle Leggi di Pubblica Sicurezza (TULPS). Le caratteristiche dell'ADI, note come "news slot", sono definite nei commi 6 e 6A del medesimo articolo 110 del TULPS. Si tratta di congegni elettronici che si attivano solo con l'introduzione di moneta metallica e per i quali lo sviluppo del gioco è caratterizzato dalla preponderanza di abilità ed intrattenimento rispetto ad elementi di aleatorietà¹.

Gli ADI sono installabili in una varietà di locali pubblici sempre caratterizzati dalla presenza di una licenza di Pubblica Sicurezza, rilasciata ai sensi dell'articolo 88 (locali che accettano scommesse, oppure locali adibiti a sala giochi) ovvero dell'articolo 86 (somministrazione di bevande alcoliche) del TULPS.

In ogni caso, tenuto conto della specifica natura dell'operazione, nel caso di specie non è necessario addivenire ad una più precisa delimitazione merceologica del mercato, attesa la mancanza di sovrapposizione orizzontale tra le attività delle parti.

Infatti, soltanto Zest è un produttore di ADI accreditato presso AAMS ed in possesso delle certificazioni necessarie per svolgere i processi aziendali relativi alla produzione, *retrofit* e manutenzione degli ADI. L'attività di SISAL SLOT consiste, invece, nella gestione degli ADI², disponendo di un parco macchine di proprietà pari a circa 9.350 ADI, di cui 6.450 unità prodotte da Zest.

Atteso che SISAL SLOT prevede di dover, a breve termine, effettuare diverse attività di ricondizionamento e sostituzione di schede gioco su ADI del suo parco macchine ma prodotti da Zest, attraverso l'operazione in esame SISAL SLOT si propone di internalizzare tutta l'attività di sostituzione delle schede di gioco e manutenzione degli ADI, in conformità con la succitata

¹ Tra le altre cose, è previsto che il costo della partita non possa superare 1 euro (per gli ADI aventi le caratteristiche di cui al comma 6A dell'articolo 110 del TULPS), ciascuna vincita non possa superare 100 volte il costo della partita e debba essere erogata dalla macchina stessa in monete metalliche.

² La gestione di tali apparecchi comporta l'installazione degli stessi nei punti vendita, la manutenzione periodica e, talora, la raccolta del denaro immesso negli apparecchi.

normativa tecnica di derivazione AAMS, in modo da addivenire ad una riduzione dei costi di effettuazione di dette operazioni finora svolte da Zest sugli ADI di sua produzione.

Pertanto, alla luce di quanto sopra, l'operazione non dà luogo alla creazione o al rafforzamento di una posizione dominante nel mercato degli ADI, ciò in ragione dell'assenza di SISAL SLOT dal mercato rilevante e dell'attuale posizione di mercato detenuta dalla stessa SISAL SLOT sul mercato a valle della gestione degli ADI, la cui quota nazionale risulta attestarsi intorno al 9%.

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

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

C10687 - M.M.C. MINI MARKET COOP/SIMEONE

Provvedimento n. 21436

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 luglio 2010;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società COOP Centro Italia Società Cooperativa, pervenuta in data 15 luglio 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

M.M.C. Mini Market COOP S.r.l. (di seguito, MMC) è una società attiva nel commercio al dettaglio dei prodotti di vendita della distribuzione moderna di prodotti alimentari e non alimentari di largo e generale consumo.

MMC è controllata in via esclusiva da COOP Centro Italia S.C. (di seguito, COOP CI), società quest'ultima che opera nella distribuzione commerciale al dettaglio di prodotti alimentari e di altri beni di largo consumo, organizzata su due canali: ipermercati e supermercati. In particolare, COOP CI aderisce al consorzio Coop Italia e le sue aree geografiche di attività risultano essere le regioni Toscana, Umbria, Lazio e Abruzzo, dove opera con le insegne Ipercoop, Coop e InCOOP.

COOP CI esercita, inoltre, una attività di distribuzione all'ingrosso esclusivamente per la propria rete di vendita e controlla altre società, oltre MMC, attive in settori differenti da quello in analisi.

Nel 2009 il fatturato consolidato di COOP CI, ottenuto interamente in Italia, è stato pari a circa 639 milioni di euro. Nello stesso anno, il fatturato di MMC è stato di circa 54 milioni di euro.

Oggetto di acquisizione è la società Simeone S.r.l. (di seguito, SIMEONE), attiva nella vendita al minuto di generi alimentari e non alimentari con l'insegna DESPAR. Il punto vendita è situato nella provincia di Perugia e ha una superficie pari a circa 650 m2.

Nel 2009 il fatturato realizzato da SIMEONE è stato pari a circa 3,9 milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisto da parte di COOP CI, attraverso la propria controllata MMC, della società SIMEONE che, a seguito dell'operazione, eserciterà direttamente l'attività commerciale sotto insegna COOP.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parte di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/90.

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva di cui all'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale,

realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate, è stato superiore a 472 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

Il settore interessato dalla concentrazione in esame è quello della distribuzione moderna di prodotti alimentari e non alimentari di largo e generale consumo.

All'interno della distribuzione moderna possono distinguersi diverse categorie di punti vendita (ipermercati, supermercati, *superette* e *discount*), che si differenziano in base a caratteristiche quali la dimensione della superficie di vendita, il posizionamento di prezzo, l'ampiezza e la profondità della gamma di prodotti offerti, le caratteristiche espositive, la presenza di banchi per i prodotti freschi, la disponibilità di parcheggi. Secondo quanto stabilito dall'Autorità,¹ la diversità nella qualità e nel livello di servizi offerti dalle varie tipologie di punto vendita ne rende piuttosto deboli i rapporti di sostituibilità reciproci, che risultano sostanzialmente limitati alle categorie immediatamente contigue. Ai fini dell'individuazione del mercato rilevante dal punto di vista del prodotto occorre, pertanto, partire da ciascuna tipologia di punto vendita e affiancare ad essa le categorie di punti vendita con le quali sussistano forti relazioni di sostituibilità.

Nel caso in esame, considerato che l'operazione di acquisizione risulta finalizzata all'apertura di un nuovo punto vendita con una superficie di vendita di 650 mq, il mercato rilevante risulta essere quello dei supermercati, composto di *superette*, supermercati e ipermercati, ossia comprensivo di tutti i punti vendita della distribuzione moderna.

Il mercato geografico

Dal punto di vista geografico, il mercato ha dimensione locale, in considerazione dei comportamenti di acquisto dei consumatori e dell'importanza da questi attribuita alla prossimità dei punti vendita. L'esatta delimitazione della dimensione geografica dei mercati deve essere effettuata caso per caso, sulla base della dimensione dei bacini di utenza dei singoli punti vendita delle imprese interessate e del loro livello di sovrapposizione. In prima approssimazione, essa può essere circoscritta ai confini amministrativi provinciali.

Nel caso in esame, considerato che il punto vendita è localizzato nella provincia di Perugia, quest'ultima rappresenta l'ambito geografico di riferimento ai fini della valutazione dell'operazione comunicata.

Gli effetti dell'operazione

Con riguardo alla provincia di Perugia, nel settore in esame, COOP CI detiene nel 2009 una quota di mercato di circa il 27% (ivi inclusa quella della controllata MMC); la quota attribuibile al punto vendita oggetto di acquisizione risulta inferiore all'1%.²

Pertanto, COOP CI - pur risultando il principale operatore del mercato rilevante considerato - conseguirebbe, a seguito della concentrazione, un modesto rafforzamento della propria posizione;

¹ Cfr., ex multis, provvedimento dell'Autorità n. 6113 del 18 giugno 1998, SCHEMAVENTUNO-PROMODES/GRUPPO GS, in Boll. n. 25/98.

² Elaborazioni fornite della Parte notificante su dati Nielsen.

sullo stesso mercato, inoltre, sono presenti numerosi e qualificati concorrenti, tra cui il gruppo Conad e il gruppo Selex, entrambi con una quota di circa il 23% circa.

L'operazione in esame, pertanto, non appare in grado di restringere in modo significativo la concorrenza nel mercato interessato.

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

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

C10688 - LOTTOMATICA SCOMMESSE/RAMO DI AZIENDA DI AQUILIA*Provvedimento n. 21437*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 luglio 2010;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Lottomatica Scommesse S.r.l., pervenuta in data 15 luglio 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Lottomatica Scommesse S.r.l. (di seguito, Lottomatica Scommesse) è una società di diritto italiano che svolge attività derivanti dalle concessioni per l'affidamento dell'esercizio di giochi pubblici, anche attraverso la raccolta a distanza (*on line*, o telematica, o da remoto) delle puntate, ossia via *internet*, telefono, televisione.

Il capitale sociale di Lottomatica Scommesse è interamente riconducibile a Lottomatica S.p.A., a sua volta soggetta al controllo della società De Agostini S.p.A..

Il gruppo Lottomatica opera, in Italia e all'estero, nel mercato dei giochi e delle scommesse (oltre che nel campo dei servizi automatizzati rivolti a persone fisiche e giuridiche); in particolare, in Italia organizza e gestisce, sulla base di titoli autorizzatori pubblici, diversi giochi, su base esclusiva (lotto e lotterie sia istantanee che tradizionali) e non (concorsi pronostici, scommesse a totalizzatore e a quota fissa, apparecchi *new slot machines* con vincita in denaro).

Il fatturato complessivamente conseguito dal gruppo De Agostini nell'esercizio 2008 è stato pari a 4,1 miliardi di euro, di cui 1,5 miliardi di euro per vendite realizzate in Italia¹.

Oggetto di acquisizione è un ramo d'azienda di proprietà della società Aquilia S.r.l., consistente in una concessione per la raccolta di scommesse sportive e in una concessione per la raccolta delle scommesse ippiche.

Entrambe le concessioni, rilasciate dall'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato, hanno scadenza al 30 giugno 2012.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame ha ad oggetto l'acquisizione da parte di Lottomatica Scommesse del ramo d'azienda sopra descritto. L'attività di raccolta di scommesse è esercitata attraverso un punto vendita sito nel Comune di Tremestieri Etneo (CT).

¹ Il dato relativo all'esercizio 2009 non è ancora nella disponibilità della parte notificante.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parte di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/90.

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge in quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 472 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

L'operazione in esame riguarda il mercato della raccolta di giochi e scommesse. Questi ultimi sono stati ritenuti appartenere al medesimo mercato in ragione delle caratteristiche dei prodotti, dell'elasticità della domanda e della sostituibilità sul versante dell'offerta. Le diverse tipologie di giochi e scommesse esistenti, infatti, si presentano allo scommettitore come variazioni del medesimo servizio che, pur dotate di specificità, si dispongono sostanzialmente in un "*continuum*", al quale risulta impossibile applicare rigide compartimentazioni².

Sotto il profilo geografico, il mercato dei giochi e delle scommesse, sulla scorta dei precedenti dell'Autorità, ha dimensione nazionale, in ragione della omogeneità delle condizioni di concorrenza dal lato dell'offerta, in particolare per quanto attiene all'ambito di validità territoriale dei titoli concessori, valido anche per il gioco a distanza che, in base alla regolamentazione di AAMS, può essere offerto dai concessionari solo ai residenti in Italia.

Nel 2009 i giochi pubblici hanno fatto registrare in Italia una raccolta pari a circa 54,4 miliardi di euro, con un incremento significativo rispetto all'anno precedente. Con particolare riferimento alla raccolta di scommesse ippiche e sportive, nel corso del 2009 il valore complessivo è ammontato a circa 6,1 miliardi di euro³.

In tale contesto, sul mercato nazionale dei giochi e delle scommesse Lottomatica attualmente detiene una quota in valore pari al 37,3% circa, mentre all'azienda oggetto di acquisizione è attribuibile una quota del tutto trascurabile; sullo stesso mercato sono presenti operatori di grandi dimensioni come Sisal, con l'11,6% circa, e SNAI, presente con il 10,3%: il mercato è poi caratterizzato dalla presenza di numerosi altri operatori nazionali ed internazionali attivi in Italia.

Con specifico riferimento alla raccolta di scommesse ippiche e sportive, Lottomatica attualmente detiene una quota pari a circa il 12%⁴, mentre la quota attribuibile alle concessioni oggetto di acquisizione è trascurabile.

Quanto ai canali distributivi, il settore in esame è stato recentemente interessato da significative modifiche, per effetto delle previsioni di cui all'articolo 38 del decreto legge n. 223/06, convertito dalla legge n. 248/06 (c.d. decreto Bersani), che hanno condotto, in particolare, all'ampliamento delle reti di raccolta di scommesse ippiche e sportive in capo ai diversi operatori del mercato.

² Cfr., tra gli altri, C10460, in Boll. 7/10, e i provvedimenti e le sentenze ivi richiamati. Questa posizione è stata confermata anche in occasione di attività di segnalazione (AS403, in Boll. 25/07), laddove si evidenzia come l'Autorità abbia già provveduto a ricostruire i rapporti di sostituibilità dei giochi e delle scommesse sia dal lato della domanda che da quello dell'offerta, giungendo alla conclusione che i giochi e le scommesse appartengono ad un unico mercato del prodotto.

³ Il dato include i concorsi pronostici; dati forniti dalla parte notificante.

⁴ Tale quota include anche i concorsi pronostici e la raccolta delle scommesse a distanza (c.d. scommesse on line).

Sulla base di tale previsione normativa, l'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato (AAMS) ha bandito procedure per l'affidamento in concessione dell'attività di raccolta di "gioco pubblico su base ippica e sportiva", da effettuarsi presso gli specifici punti vendita indicati nella medesima concessione di gioco⁵.

Per tale motivo, attesa la scarsa mobilità dal lato della domanda, rappresentata da scommettitori che ragionevolmente ritengono sostituibili punti di raccolta dislocati in ambiti territoriali non molto distanti dal loro, si ritiene che sotto il profilo distributivo i mercati interessati dall'operazione in esame potrebbero avere un'estensione locale, tendenzialmente coincidente con i confini della provincia interessata.

Con riferimento al caso in esame, la provincia interessata è quella di Catania, posto che nella stessa ha sede il punto di raccolta di scommesse inerente la concessione nella titolarità di Aquilia S.r.l..

La seguente tabella mostra gli effetti dell'operazione in funzione del numero di punti vendita detenuti dalle parti rispetto al totale di punti vendita presenti nella provincia di Catania:

<i>Punti raccolta Lottomatica</i>	<i>Punti vendita Aquila</i>	<i>Punti raccolta complessivi</i>	<i>Quota Lottomatica a seguito dell'operazione</i>	<i>Variazione quota Lottomatica</i>
32	1	316	10,4%	< 1%

Dalla tabella che precede emerge come nell'unica provincia interessata Lottomatica incrementerà il suo numero di punti vendita in maniera del tutto marginale rispetto al totale dei punti vendita complessivamente presenti nella stessa provincia.

Pertanto, in considerazione del fatto che all'impresa oggetto di acquisizione è attribuibile una quota del tutto marginale a livello nazionale e del trascurabile impatto dell'operazione in termini di punti vendita a livello locale, l'operazione in esame non appare idonea ad alterare significativamente le condizioni concorrenziali attualmente esistenti né sul mercato nazionale dei giochi e delle scommesse né, a livello distributivo, nella provincia interessata.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sul mercato interessato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

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

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

⁵ In particolare, oggetto di gara sono stati diritti per "negozi di gioco" e per "punti di gioco". Per "negozio di gioco" si intende il punto vendita che esercita come attività principale l'offerta di giochi e scommesse, mentre i "punti di gioco" costituiscono spazi attrezzati per l'offerta di giochi e scommesse in esercizi che hanno come attività principale l'offerta di prodotti e servizi diversi dai giochi (bar, supermercati, ecc.).

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

C10689 - GENERAL MOTORS AUTOMOTIVE HOLDINGS/GENERAL MOTORS STRASBOURG*Provvedimento n. 21438*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 luglio 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società General Motors Automotive Holdings S.L., pervenuta in data 16 luglio 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

General Motors Automotive Holdings S.L. (di seguito, GMAH) è una società di diritto spagnolo la cui attività consiste nell'acquisto, detenzione ed amministrazione di partecipazioni societarie.

GMAH è interamente controllata da General Motors Company, società costituita in base alle leggi del Delaware (U.S.A.) ed operante nel settore automobilistico.

In particolare, a seguito ed in conseguenza della procedura fallimentare americana denominata "Chapter 11", General Motors Corporation è stata rinominata Motors Liquidation Company (di seguito, MLC). In data 10 luglio 2009 la maggior parte delle attività, nonché alcune passività, di MLC sono state vendute ad una nuova società denominata General Motors Company (di seguito, GM).

GM è la società capogruppo del Gruppo General Motors, produttore mondiale di autoveicoli attivo nella progettazione, produzione e assemblaggio di automobili e autocarri, nonché nell'offerta dei relativi servizi.

Il fatturato consolidato realizzato a livello mondiale dal Gruppo General Motors nel 2009 è stato di circa [70-80]¹ miliardi di euro, di cui circa [1-2] miliardi di euro realizzati in Italia².

General Motors Strasbourg S.A.S. (di seguito, GMS) è una società di diritto francese attiva nel settore dello sviluppo e produzione di sistemi di trasmissione automatica per automobili di lusso ed aventi prestazioni elevate e relativi pezzi di ricambio. In particolare, GMS produce due versioni del cambio automatico a trazione anteriore a 6 marce denominate 6L45 e 6L50.

GMS è interamente controllata da MLC.

Il fatturato realizzato a livello mondiale da GMS nel 2009 è stato di circa [100-472] milioni di euro, di cui circa [47-100] milioni di euro realizzati in Italia.

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto sono ritenute sussistenti ragioni di riservatezza o segretezza delle informazioni.

² In particolare, i dati relativi al primo semestre del 2009 (dal 1° gennaio al 9 luglio 2009) fanno riferimento al fatturato della società General Motors Corporation mentre i dati relativi al secondo semestre del 2009 (dal 10 luglio al 31 dicembre 2009) riguardano il gruppo GM.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione, da parte di GMAH, della totalità del capitale sociale di GMS.

L'operazione consentirà a GM l'espansione della propria presenza nel mercato delle trasmissioni automatiche.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, lettera b), della legge n. 287/90.

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 472 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Le parti ritengono che il mercato del prodotto rilevante sia il mercato delle trasmissioni automatiche per autoveicoli e veicoli commerciali leggeri ("VCL") venduti a soggetti terzi³.

In merito, si può ritenere che il mercato rilevante debba essere suddiviso tenendo in considerazione sia la distinzione intercorrente tra trasmissioni automatiche e manuali sia tra trasmissioni per automobili e VCL e trasmissioni per camion e altri veicoli pesanti, ciò in ragione delle differenze nelle preferenze dei consumatori, nella sostituibilità dal lato dell'offerta e nella tecnologia utilizzata per la produzione del prodotto finale⁴.

Dal punto di vista geografico, alla luce dell'evoluzione del mercato del prodotto di riferimento, caratterizzato dalla crescente globalizzazione delle imprese ivi operanti, si può ritenere che il mercato delle trasmissioni automatiche per autoveicoli e VCL abbia dimensione sopranazionale e, nello specifico, coincida con lo Spazio Economico Europeo⁵.

In ogni caso, ai fini della valutazione della presente operazione non è necessario procedere ad un'esatta definizione del mercato geografico rilevante, in quanto, qualunque sia la definizione di mercato geografico adottata, anche nell'ipotesi più restrittiva, la valutazione dell'impatto concorrenziale dell'operazione stessa non muterebbe.

Infatti, sulla base dei dati forniti dalla parte notificante, risulta che nel 2009, con riferimento alla sola attività di produzione di trasmissioni automatiche per autoveicoli e VCL, GM deteneva, in termini di pezzi prodotti, una quota pari al [1-5%] circa della produzione complessiva in Europa, mentre GMS deteneva una quota pari al [5-10%] del mercato. Inoltre, le parti stimano che le proprie quote aggregate relative alle vendite nel più ampio mercato delle trasmissioni automatiche nello SEE siano comprese tra il 10 e il 15%.

³ Cfr., tra gli altri, Decisione della Commissione Europea, caso COMP/M.5518 — *Fiat/Chrysler*, del 24 luglio 2009.

⁴ Cfr. caso COMP/M.5518 cit.

⁵ Cfr. caso COMP/M.5518 cit. e C4713 - *GRAZIANO TRASMISSIONI/DEMM OFFICINE MECCANICHE-DELFO SUD*, in Boll. n. 30/01.

Alla luce di quanto sopra, l'operazione non appare suscettibile di produrre effetti significativi sul mercato interessato.

Pertanto, si consideri che il mercato europeo delle trasmissioni automatiche per autoveicoli e VCL è in rapida espansione, in quanto le case produttrici di autoveicoli richiedono con sempre maggiore frequenza tecnologie di trasmissione avanzate al fine ottimizzare i consumi e diminuire le emissioni inquinanti nonché al fine di migliorare le prestazioni degli autoveicoli da queste prodotti.

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

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

C10691 - EMMECIUNO/IMPIANTO RADIOTELEVISIVO DI MTV ITALIA*Provvedimento n. 21439*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 luglio 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società MTV ITALIA S.r.l., pervenuta in data 16 luglio 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

EMMECIUNO S.r.l. (di seguito, Emmeciuno) è una società che opera nel settore della radiodiffusione televisiva in ambito locale. Il fatturato realizzato da Emmeciuno nel 2009, interamente in Italia, è stato di circa 650.000 euro.

Oggetto di acquisizione è il ramo d'azienda, attualmente di proprietà di MTV Italia S.r.l. (di seguito, MTV), costituito dall'impianto di trasmissione radiotelevisiva, sito nel comune di San Colombano (MI), abilitato all'uso del canale CH 24 UHF, nonché dai diritti e i titoli abilitativi presupposti, connessi, collegati e necessari, in base alle leggi vigenti, all'esercizio degli stessi.

MTV è la società concessionaria per la radiodiffusione televisiva privata su frequenze terrestri in ambito nazionale con il marchio "MTV: Music Television", nonché abilitata alle trasmissioni in tecnica digitale terrestre.

MTV è controllata da Telecom Italia Media S.p.A. (di seguito TI Media), società che ha incorporato per fusione, con effetto dal 1° gennaio 2006, la società La7 Televisioni S.p.A.; TI Media è controllata da Telecom Italia S.p.A. (di seguito TI), attualmente controllata dalla newco Telco, che ne detiene il 23,6% del capitale sociale. A sua volta, Telco è partecipata da Telefonica per il 42,3%, Generali (28,1%), Mediobanca (10,6%), Intesa Sanpaolo (10,6%) e gruppo Benetton (8,4%).

Il fatturato del ramo d'azienda è assimilabile, secondo MTV, al valore della transazione, il quale ammonta a *[inferiore a 1 milione di]*¹ euro.

Il fatturato complessivo di MTV a livello mondiale nel 2009 è stato di circa 83 milioni di euro, di cui circa 22 milioni di euro per vendite nell'Unione Europea e circa 57 milioni di euro per vendite in Italia. Nello stesso esercizio, TI ha realizzato un fatturato complessivo a livello mondiale di circa 27 miliardi di euro, di cui circa 22 miliardi per vendite in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione, da parte di Emmeciuno, del ramo d'azienda, attualmente di proprietà di MTV, costituito dall'impianto, sito nel comune di San Colombano (MI), abilitato all'uso del canale CH 24 UHF. Formano parte dell'impianto radiotelevisivo

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

l'impianto stesso nonché i diritti e i titoli abilitativi presupposti, connessi, collegati e necessari, in base alle leggi vigenti, all'esercizio degli stessi.

III. QUALIFICAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parte di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/90.

Tuttavia, essa non rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90 non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 16, comma 1, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato inferiore a 472 milioni di euro e in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dalla parte d'impresa di cui è prevista l'acquisizione è stato inferiore a 47 milioni di euro.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione di concentrazione in esame non è soggetta ad obbligo di comunicazione preventiva;

DELIBERA

che non vi è luogo a provvedere.

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

C10695 - RENO RINNOVABILE/RENO SOLAR*Provvedimento n. 21440*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 luglio 2010

SENTITO il Relatore Presidente Antonio Catricalà;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Terna S.p.A., pervenuta in data 22 luglio 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Rete Rinnovabile S.r.l. (di seguito, RTR) è una società attiva nella produzione di energia da fonti rinnovabili, ed in particolare da impianti fotovoltaici. La quota a livello nazionale detenuta da RTR nel settore dell'energia da fonti rinnovabili, in termini di volumi prodotti, è stata nel 2009 ampiamente inferiore al punto percentuale.

RTR è controllata, per il tramite di Suntergrid S.p.A., da TERNAL – Rete Elettrica Nazionale S.p.A. (di seguito, TERNAL). TERNAL è il gestore della rete elettrica nazionale di trasmissione (RTN) ad alta ed altissima tensione della quale possiede circa il 98,5%. TERNAL è attiva principalmente nella trasmissione e dispacciamento dell'energia elettrica a livello nazionale e nella gestione unificata della rete di trasmissione nazionale, inclusiva delle linee di trasporto e delle stazioni di trasformazione. TERNAL è controllata da Cassa Depositi e Prestiti S.p.A., con una quota azionaria pari al 30% circa del capitale sociale.

Nel 2009 TERNAL ha realizzato un fatturato consolidato a livello mondiale di circa 1,317 miliardi di euro, di cui [1-2]¹ miliardi di euro in Italia.

Reno Solar S.r.l. (di seguito, Reno Solar) è una società di recente costituzione, titolare esclusivamente di un'autorizzazione per la realizzazione di un progetto relativo alla costruzione di un impianto fotovoltaico di potenza complessivamente pari a 36,2 MW ubicato nel Comune di Alfonsine, in provincia di Ravenna. Il capitale sociale di Reno Solar è interamente detenuto dalla società Tozzi Renewable Energy (di seguito, TRE), società che realizza e gestisce impianti di produzione di energia elettrica da fonti rinnovabili.

Nel 2009 Reno Solar non ha realizzato fatturato.

II. DESCRIZIONE DELL' OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione da parte di TERNAL, tramite la propria controllata RTR, dell'intero capitale sociale di Reno Solar. L'operazione ha l'obiettivo di acquisire un progetto per lo sviluppo di un impianto fotovoltaico contiguo con la futura stazione elettrica di Alfonsine di TERNAL.

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

L'impianto fotovoltaico, oggetto dell'operazione in esame, si inserisce nell'ambito di un progetto, avviato da RTR, relativo all'installazione e gestione di impianti fotovoltaici siti su terreni posti all'interno delle stazioni elettriche di proprietà di TERNA ovvero di terreni adiacenti al perimetro delle stazioni elettriche.

L'operazione in esame rientra all'interno di un più ampio processo volto alla massimizzazione del valore degli *asset* societari di RTR nella prospettiva di una cessione sul mercato dell'intera partecipazione detenuta da TERNA, non costituendo l'attività nel settore fotovoltaico una declinazione del suo *core business*.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo esclusivo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/90.

L'operazione rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 472 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

I mercati rilevanti

L'operazione in esame riguarda l'attività di generazione di energia elettrica da fonti rinnovabili, in particolare da fonte solare, che rientra nell'ambito del più ampio settore della generazione di energia elettrica da fonti sia tradizionali sia rinnovabili. L'energia elettrica generata in Italia e quella importata definiscono, dal lato merceologico, l'offerta all'ingrosso di energia destinata alla copertura del fabbisogno nazionale e quindi il mercato dell'approvvigionamento all'ingrosso.

Dal punto di vista geografico, il mercato dell'approvvigionamento all'ingrosso di energia elettrica è di dimensioni sovranazionali, sulla base di una suddivisione in macrozone (Nord, Sud, Sicilia e Sardegna) dettata sia da vincoli di trasmissione che da differenze nella struttura dell'offerta, che si riflettono in differenze stabili nei prezzi di vendita dell'energia elettrica². Dato che l'impianto fotovoltaico progettato da Reno Solar sarà localizzato in Emilia Romagna, la zona interessata dall'operazione in esame è la macrozona Nord.

Effetti dell'operazione

TERNA non ha alcuna partecipazione in società o progetti titolari di attività o impianti già attivi nella macrozona Nord. In prospettiva, la capacità installata di impianti fotovoltaici nella titolarità di RTR nella macrozona Nord sarà pari a 43,44 MW, una quota largamente inferiore all'1% della capacità complessivamente installata nella suddetta macrozona. Con l'operazione in esame, la quota di RTR nella macrozona Nord si manterrà ampiamente al di sotto del punto percentuale.

Per quanto detto e considerato l'operazione in oggetto non appare idonea ad alterare in maniera significativa le condizioni concorrenziali sul mercato rilevante.

² Indagine conoscitiva sullo stato della liberalizzazione dei settori dell'energia elettrica e del gas naturale, febbraio 2005, in Boll. n. 6/05.

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

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

AS736 – RILASCIO AUTORIZZAZIONI PER L'ESERCIZIO DI NOLEGGIO CON CONDUCENTE

Roma, 4 agosto 2010

Presidente della Regione Lazio

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ha esaminato, nell'adunanza del 28 luglio 2010, una segnalazione relativa a distorsioni della concorrenza attribuibili all'applicazione della disciplina del servizio di noleggio con conducente di cui alla legge della Regione Lazio n. 58 del 26 ottobre 1993.

Ai sensi di quanto previsto dall'art. 16, comma 1, della suddetta legge, l'iscrizione nel ruolo formato per ciascuna provincia del Lazio costituisce requisito indispensabile per il rilascio, da parte delle Amministrazioni comunali competenti, dell'autorizzazione per l'esercizio di noleggio con conducente.

Il successivo articolo 22, comma 6, così come modificato dalla legge della Regione Lazio n. 7 del 14 febbraio 2005, prevede che in caso di trasferimento dell'iscrizione da un ruolo di una provincia ad un'altra, nell'ambito della regione Lazio, per i titolari dell'autorizzazione per lo svolgimento del servizio di noleggio con conducente sia necessario il superamento dell'esame che attesti una conoscenza geografica e toponomastica relativo al territorio provinciale in cui si chiede la nuova iscrizione. Tale disposizione stabilisce altresì che il trasferimento dell'iscrizione a ruolo comporta, conseguentemente, la cancellazione dal ruolo di provenienza.

Ciò premesso, l'Autorità intende ribadire quanto già osservato in precedenti segnalazioni¹ evidenziando, in conformità al proprio orientamento consolidato, che prevedere come requisito indispensabile per lo svolgimento dell'attività l'iscrizione ad un ruolo provinciale e stabilire, al contempo, in caso di trasferimento, la necessaria cancellazione dal ruolo provinciale di provenienza, costituiscano dei vincoli eccessivamente stringenti, che possono comportare uno svantaggio nei confronti di titolari di autorizzazioni rilasciate da comuni appartenenti ad una provincia diversa. In particolare tale regolamentazione non appare funzionale, né proporzionale,

¹ AS 501 "Disciplina dell'attività di noleggio con conducente (disegno di legge di conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 30 dicembre 2008, n. 207)", in Boll. AGCM n. 7/09, e AS 683 "Disciplina dell'attività di noleggio con conducente", in Boll. AGCM n. 16/10.

alle eventuali esigenze dei singoli comuni, soprattutto di quelli ad alta densità abitativa, di assicurare un servizio quantitativamente sufficiente nelle aree a traffico limitato.

In proposito, l'Autorità sottolinea che la norma regionale in questione è suscettibile di conferire alla disciplina che regola il servizio di noleggio con conducente notevoli elementi di rigidità determinando, in particolare, una compartimentazione territoriale idonea a limitare il numero di operatori presenti in alcuni comuni appartenenti ad una determinata provincia e, conseguentemente, una riduzione non proporzionale né giustificata dell'offerta del servizio di trasporto con conducente a danno dell'utenza finale.

Si osserva, pertanto, come ai fini dell'esercizio del servizio di noleggio con conducente - ferma restando la piena discrezionalità dell'Amministrazione comunale nell'accertare i requisiti e le competenze necessari ai fini del rilascio dell'autorizzazione - dovrebbe essere richiesta esclusivamente l'iscrizione a ruolo dei conducenti di cui all'art. 6 della legge nazionale n. 21 del 15 gennaio 1992 o, in alternativa, l'iscrizione in un elenco analogo di altro Stato appartenente all'Unione Europea.

A conclusione di quanto precede, l'Autorità auspica che le considerazioni suddette possano costituire oggetto di riflessione da parte degli organi regionali competenti in sede di riesame della materia.

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

AS737 - COMUNE DI AVELLINO - SERVIZIO DI DISTRIBUZIONE DEL GAS NATURALE

Roma, 1 luglio 2010

Vice Sindaco
Comune di Avellino

Oggetto: richiesta di parere in materia di concessioni del servizio di distribuzione del gas naturale.

In relazione alla richiesta di parere pervenuta in data 7 giugno 2010 e relativa alla scadenza della convenzione per il servizio di distribuzione del gas intercorrente con Sidigas S.p.A, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, ai sensi dell'art. 22 della legge n. 287/1990, così come deliberato nell'adunanza del 23 giugno 2010, esprime le seguenti considerazioni.

Giova premettere che esula dai compiti di questa istituzione fornire un'interpretazione autentica delle norme vigenti o entrare nel merito di casi specifici sui quali è chiamata ad esprimersi la giurisprudenza amministrativa.

Pertanto, impregiudicata ogni valutazione circa i presupposti di legittimità a fondamento della concessione della proroga, di stretta competenza del giudice amministrativo, l'Autorità osserva preliminarmente che la distribuzione del gas non rientra nell'ambito di applicazione dell'art. 23 bis della legge n. 133/2008, in ragione prima dell'intervento operato dalla legge 23 luglio 2009, n. 99 (*"Disposizioni per lo sviluppo e l'internazionalizzazione delle imprese nonché in materia di energia"*) che, all'art. 30, comma 26, ha modificato il comma 1 dell'articolo 23-bis del decreto-legge 25 giugno 2008, n. 112, convertito, con modificazioni, dalla legge 6 agosto 2008, n. 133, facendo esplicitamente salve le disposizioni in materia di distribuzione di gas naturale¹ e poi anche dell'introduzione dell'art. 15, comma 1 lett. a) della legge 20 novembre 2009 n. 166², che ha delimitato l'ambito di applicazione dell'art. 23 bis annoverando nel regime delle esclusioni settoriali il servizio di distribuzione del gas naturale.

Poiché la distribuzione del gas naturale è stata esplicitamente esclusa dall'applicazione dell'art. 23 bis della legge n. 133/2008, restano in vigore le norme relative al periodo transitorio già contenute nella normativa di settore e non si applicano le previsioni sui regimi transitori degli affidamenti dei servizi pubblici locali di cui alla legge n. 133/2008.

¹ Ovvero le disposizioni del decreto legislativo 23 maggio 2000, n. 164, e dell'articolo 46-bis del decreto-legge 1° ottobre 2007, n. 159, convertito, con modificazioni, dalla legge 29 novembre 2007, n. 222.

² Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 25 settembre 2009, n. 135, recante disposizioni urgenti per l'attuazione di obblighi comunitari e per l'esecuzione di sentenze della Corte di giustizia delle Comunità europee.

Pertanto, laddove ve ne siano i presupposti, possono trovare applicazione le norme contenute nella disciplina speciale del periodo transitorio per gli affidamenti e le concessioni dei servizi di distribuzione del gas naturale rientranti nell'ambito di applicazione della normativa in materia di metanizzazione del Mezzogiorno (art. 23, comma 4, del D.L. n. 273/2005, convertito nella L. n. 51/2006).

Al riguardo, si osserva che ai sensi dell'art. 23, comma 4 del decreto legge n. 273/2005, convertito in legge n. 51/2006, le concessioni e gli affidamenti per la realizzazione delle reti e la gestione della distribuzione delle aree che hanno ricevuto finanziamenti statali per la metanizzazione (leggi n. 784/1980 e n. 266/1997), in ragione della necessità di tener conto del tempo necessario alla costruzione delle reti, sono sottoposti ad una disciplina speciale del periodo transitorio, nel contesto della disciplina generale del periodo transitorio prevista per l'attività di distribuzione del gas naturale (art. 15 del d.lgs n. 164/2000), prevedendosi una scadenza della concessione nel 2012³. Tale normativa speciale, che consente che gli impianti siano gestiti per almeno dodici anni dagli stessi soggetti che li hanno realizzati, ha un carattere del tutto eccezionale e, in quanto tale, non confligge con la disciplina generale prevista dall'art. 15 del Decreto legislativo n. 164 del 2000 e successive modificazioni e integrazioni.

Pertanto, con le cautele rese necessarie dal fatto che il quadro normativo risulta di non agevole lettura e che mancano consolidati orientamenti giurisprudenziali cui far riferimento, può ritenersi, in via generale, che la normativa speciale che ha prorogato al 2012 le concessioni e gli affidamenti per la realizzazione delle reti e la gestione della distribuzione delle aree che hanno ricevuto finanziamenti statali per la metanizzazione, laddove sussistano i legittimi presupposti, non sindacabili da questa Autorità, sia tuttora applicabile.

Il presente parere sarà pubblicato sul Bollettino di cui all'art. 26 della legge n. 287/90. Eventuali esigenze di riservatezza dovranno essere manifestate all'Autorità entro trenta giorni dal ricevimento del presente parere, precisandone i motivi.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

³ La norma dispone infatti che *"I termini di durata delle concessioni e degli affidamenti per la realizzazione delle reti e la gestione della distribuzione di gas naturale ai sensi dell'articolo 11 della legge 28 novembre 1980, n. 784, e dell'articolo 9 della legge 7 agosto 1997, n. 266, sono prorogati fino al dodicesimo anno decorrente dalla data di entrata in vigore del decreto legislativo 23 maggio 2000, n. 164, oppure, se successiva, dalla data di entrata in vigore del decreto del Ministero dell'economia e delle finanze di approvazione delle risultanze finali dell'intervento"*.

La norma consente quindi ai beneficiari di proseguire nella gestione del servizio fino al 21 giugno 2012, ossia fino alla scadenza del dodicesimo anno decorrente dalla data di entrata in vigore del D.lgs n. 164/2000 pubblicato sulla G.U.R.I. n. 142 del 20 giugno 2000 ed entrato in vigore il giorno successivo. Il comma 4 prevede anche un termine di decorrenza alternativo, facendo riferimento al dodicesimo anno successivo alla data di entrata in vigore del D.M. recante l'approvazione delle risultanze finali dell'intervento ex leggi n. 784/1980 e n. 266/1997. Tale disposizione, tuttavia, è stata considerata dal giudice amministrativo irragionevole e configgente con il diritto comunitario in quanto la scadenza del periodo transitorio viene subordinata ad un adempimento burocratico di competenza dell'esecutivo che potrebbe anche essere ritardato ad arte per favorire i gestori uscenti (cfr. Sentenza del TAR Puglia, Lecce n. 1825/2006).

AS738 - SERVIZIO DI ISPEZIONE DEGLI IMPIANTI TERMICI

Roma, 7 luglio 2010

Provincia di Potenza
Presidente

Oggetto: richiesta di parere in relazione alla qualifica da attribuire al servizio di ispezione degli impianti termici.

In relazione alla richiesta di parere pervenuta in data 9 giugno 2010 e relativa alla qualifica da attribuire al servizio di ispezione degli impianti termici, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, ai sensi dell'art. 22 della legge n. 287/1990, così come deliberato nell'adunanza del 30 giugno 2010, esprime le seguenti considerazioni.

Considerate le caratteristiche dell'attività in questione¹ e le disposizioni di legge che impongono al Comune e alla Provincia di procedere alle attività di verifica della funzionalità degli impianti termici e di corretta osservanza delle norme relative al rendimento di combustione, sembra maggiormente corretto ritenere che la società APEA operi essenzialmente per la pubblica amministrazione e svolga un'attività finalizzata alla produzione di beni e servizi da erogare per lo svolgimento di funzioni amministrative di natura pubblicistica, di cui resta titolare l'ente di riferimento e con cui lo stesso ente provvede al perseguimento dei propri fini istituzionali².

In altri termini, si tratta della creazione di un modello organizzativo per gestire direttamente servizi di pertinenza dell'ente socio (la verifica della corretta funzionalità degli impianti termici), distinta dalla creazione di società per la gestione dei servizi pubblici locali, che mirano invece a soddisfare direttamente ed in via immediata bisogni essenziali di una platea indifferenziata di utenti e le cui prestazioni possono essere da chiunque richieste.

Pertanto, l'Autorità ritiene che il servizio di ispezione degli impianti termici sia riconducibile alla categoria dei servizi strumentali e non alla categoria dei servizi pubblici locali a rilevanza economica disciplinati dalla legge n. 133/2008.

¹ Cfr. Sentenza della Corte di Cassazione del 16 marzo 2007 n. 6074.

² Cfr. TAR Lombardia (sentenza dell'11/01/2010 n. 8) che ha ritenuto che il servizio di controllo degli impianti termici non sia un servizio pubblico locale, ma un'attività svolta in favore della pubblica amministrazione.

Il presente parere sarà pubblicato sul Bollettino di cui all'art. 26 della legge n. 287/90. Eventuali esigenze di riservatezza dovranno essere manifestate all'Autorità entro trenta giorni dal ricevimento del presente parere, precisandone i motivi.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

AS739 - COMUNE DI GROMO (BG) - SERVIZIO DI IGIENE AMBIENTALE

Roma, 8 luglio 2010

Comune di Gromo

Oggetto: *Richiesta di parere relativa all'affidamento, ai sensi dell'art. 23 bis, comma 3, del Decreto Legge 25 giugno 2008, n. 112, convertito in Legge 6 agosto 2008, n. 133, del servizio di igiene ambientale.*

Con riferimento alla richiesta in oggetto, l'Autorità Garante della Concorrenza, nella sua adunanza del 23 giugno 2010, ha preso atto delle informazioni fornite dall'ente richiedente per la valutazione del caso e, sulla base delle medesime, esprime le seguenti considerazioni, ai sensi dell'art. 23-bis, comma 4, del DL n. 112/2008, convertito in L. n. 133/2008.

La normativa citata ha stabilito che il conferimento della gestione dei servizi pubblici locali debba avvenire, in via ordinaria, a favore di soggetti individuati mediante procedure competitive ad evidenza pubblica. La stessa norma, tuttavia, ha previsto che a tale principio generale si possa derogare in presenza di peculiari caratteristiche economiche, sociali, ambientali e geomorfologiche del contesto territoriale di riferimento.

Nel caso di specie, si ritiene che l'amministrazione Comunale non abbia dimostrato la sussistenza di tali peculiarità e, in particolare, delle ragioni che non permettono un efficace e utile ricorso al mercato per l'affidamento della gestione del servizio di igiene ambientale, essendosi limitata a produrre due preventivi superiori a quello proposto dalla SETCO e ad affermare che l'offerta avanzata da quest'ultima è migliore in quanto la stessa non è animata dalla finalità lucrativa che caratterizza le società a capitale privato. Tale constatazione, tuttavia, sarebbe dovuta derivare ad esito di una consultazione del mercato finalizzata a verificare l'eventuale presenza o meno di operatori in grado di rispondere alle esigenze dell'Amministrazione.

La presente decisione sarà pubblicata sul bollettino di cui all'art. 26 della legge n. 287/90. Eventuali esigenze di riservatezza dovranno essere manifestate all'Autorità entro trenta giorni dal ricevimento della presente, precisandone i motivi.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

AS740 - COMUNE DI ZOGNO (BG) - SERVIZIO DI IGIENE URBANA

Roma, 6 luglio 2010

Comune di Zogno

Oggetto: Richiesta di parere relativa all'affidamento, ai sensi dell'art. 23 bis, comma 3, del Decreto Legge 25 giugno 2008, n. 112, convertito in Legge 6 agosto 2008, n. 133, del servizio di igiene urbana.

Con riferimento alla richiesta in oggetto, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella sua adunanza del 30 giugno 2010, ha preso atto delle informazioni fornite dall'ente richiedente per la valutazione del caso e, sulla base delle medesime, esprime le seguenti considerazioni, ai sensi dell'articolo 23 bis, comma 4, del D.L. n. 112/2008, convertito in L. n. 133/2008.

La normativa citata ha stabilito che il conferimento della gestione dei servizi pubblici locali debba avvenire, in via ordinaria, a favore di soggetti individuati mediante procedure competitive ad evidenza pubblica. La stessa norma ha tuttavia previsto che a tale principio generale si possa derogare, nel rispetto dei principi della disciplina comunitaria, qualora - in presenza di peculiari caratteristiche economiche, sociali, ambientali e geomorfologiche del contesto territoriale di riferimento - non sia possibile un efficace ed utile ricorso al mercato.

Nel caso in esame, si ritiene che l'Amministrazione Comunale non abbia dimostrato la sussistenza di tali peculiarità e, quindi, delle ragioni che non permettono un efficace e utile ricorso al mercato per l'affidamento del servizio di igiene urbana: in particolare, la circostanza che più di una delle imprese interpellate abbia manifestato la disponibilità ad effettuare il servizio dimostra l'effettiva possibilità di ricorrere ad ordinaria procedura ad evidenza pubblica.

La presente decisione sarà pubblicata sul bollettino di cui all'art. 26 della legge n. 287/90. Eventuali esigenze di riservatezza dovranno essere manifestate all'Autorità entro trenta giorni dal ricevimento della presente, precisandone i motivi.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

**AS741 - NUOVO CODICE DELLA STRADA - REGOLAMENTAZIONE
DELL'ATTIVITÀ DELLE AUTOSCUOLE**

Roma, 6 agosto 2010

Presidente del Senato della Repubblica
Presidente della Camera dei Deputati
Presidente del Consiglio dei Ministri
Ministro delle Infrastrutture e dei Trasporti

Con il presente atto, adottato ai sensi degli artt. 21 e 22 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato intende richiamare l'attenzione sulle distorsioni della concorrenza e del corretto funzionamento del mercato delle autoscuole derivanti rispettivamente dall'art. 123 del Codice della Strada, come modificato dall'art. 20 della legge 29 luglio 2010, n. 120 e dalle bozze di provvedimenti redatti dal Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti relative alla regolamentazione dell'attività delle autoscuole.

Per quanto concerne l'attività di autoscuola, si evidenzia, in via preliminare, che essa deve essere valutata alla luce dei principi di liberalizzazione e di promozione della concorrenza contenuti nella normativa di cui all'art. 10 del D.L. 31 gennaio 2007, n. 7, convertito in legge, con modificazioni, dall'art. 1 della legge 2 aprile 2007, n. 40¹ e, da ultimo, nella Direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno, recepita a livello nazionale con il decreto legislativo 26 marzo 2010, n. 59², *“l'accesso e l'esercizio delle attività di servizi costituiscono espressione della libertà di iniziativa economica e non possono essere sottoposti a limitazioni non giustificate o discriminatorie”* (c.d. Direttiva servizi).

Questa Autorità intende segnalare alcune previsioni di natura normativa, già approvate, ed altre di natura regolamentare, in corso di approvazione, suscettibili di reintrodurre di fatto ostacoli all'ingresso nel mercato delle autoscuole, ponendosi in contrasto con i principi di liberalizzazione e concorrenza nazionali e comunitari.

Nello specifico, in merito all'obbligo per le autoscuole di svolgere corsi per il conseguimento di tutte le categorie di patente di guida, introdotto per i nuovi operatori dall'art. 20 della legge n. 120/10 e previsto anche in una delle citate bozze di regolamento ministeriale, l'Autorità rileva che tale previsione, quand'anche ispirata dallo scopo di *“offrire all'utenza un servizio più completo e*

¹ Recante *“Misure urgenti per la tutela dei consumatori, la promozione della concorrenza, lo sviluppo di attività economiche, la nascita di nuove imprese, la valorizzazione dell'istruzione tecnico-professionale e la rottamazione di autoveicoli”* (in Gazz. Uff. S.O. 2 aprile 2007, n. 77).

qualificato”, costituisca a tutti gli effetti un’importante barriera amministrativa all’accesso nel mercato in esame. I numerosi esposti pervenuti in merito alle difficoltà di accesso dei nuovi entranti ai consorzi fra autoscuole a tale fine costituiti, evidenziano, infatti, come la norma in esame obblighi i nuovi titolari delle autoscuole a dotarsi di tutti gli automezzi necessari per l’istruzione di guida (autovetture, motocicli, autocarri, autobus, etc.) e di fatto li escluda dal novero dei soggetti a tal fine associati, costituiti dalle autoscuole già attive sul mercato, che non avrebbero alcun interesse a condividere i costi di acquisto e manutenzione di tali automezzi con nuove imprese concorrenti.

Tale previsione, in quanto idonea a determinare un’accentuata limitazione delle possibilità concorrenziali nell’organizzazione economica dell’attività di autoscuola, si pone in contrasto con i principi di liberalizzazione e concorrenza nazionali e comunitari in materia di servizi.

Pertanto, alla luce delle considerazioni svolte, l’Autorità auspica l’eliminazione delle disposizioni che escludono la possibilità per le autoscuole di limitare la propria attività solo alla preparazione per il conseguimento delle patenti A e B.

Quanto alle previsioni contenute nelle bozze di regolamento richiamate in epigrafe, in relazione alle quali l’Autorità, in data 25 luglio 2008, ha chiesto chiarimenti al Ministero competente, si tratta, in particolare di previsioni contenute:

- in una bozza di regolamento (da approvare tramite decreto del Ministro) che elimina la possibilità per le autoscuole di limitare la propria attività solo alla preparazione per il conseguimento delle patenti A e B e le obbliga a dotarsi di locali ed attrezzature specificamente identificate;
- in una bozza di regolamento (da approvare tramite decreto del Ministro) relativa ai corsi di formazione propedeutici all’esame di abilitazione all’insegnamento nelle autoscuole;
- in una bozza di provvedimento (da approvare tramite decreto del Presidente della Repubblica) che stabilisce che l’esperienza biennale dei docenti di autoscuola si possa conseguire solo comprovando almeno 24 mesi di esperienza lavorativa presso una o più autoscuole.

Con nota di riscontro del 6 aprile 2010 il Ministero interessato, precisando che le bozze degli atti in questione non sono ancora state perfezionate e che la nuova disciplina è ancora in fase di elaborazione, evidenziava la *ratio* giuridico-economica delle previsioni in esame.

Nello specifico, in ordine a quanto evidenziato dal Ministero circa le modalità di svolgimento dell’esame per l’abilitazione di insegnante e di istruttore di autoscuola, l’Autorità prende favorevolmente atto della circostanza per cui, a seguito di un parere del Consiglio di Stato, la composizione della relativa commissione non preveda più la presenza di un *“appartenente alle associazioni di categoria delle autoscuole maggiormente rappresentative in ambito nazionale”*, ma di un *“esperto nelle materia d’esame, anche su designazione della Regione”*, oltre ad un rappresentante *“del Dipartimento Trasporti Terrestri del Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti”*. Ciò a condizione, tuttavia, che il non meglio definito *“esperto nelle materia d’esame”* non sia designato dalla Regione competente fra le *“associazioni di categoria delle autoscuole maggiormente rappresentative in ambito nazionale”*. In tale ipotesi, infatti, si riproporrebbe in capo a tale soggetto la contestuale condizione di potenziale concorrente e di esaminatore

² Pubblicata nella Gazzetta ufficiale serie generale n. 94 del 23 aprile 2010.

dell'aspirante titolare di autoscuola, del tutto incompatibile con l'esigenza di garantire condotte ispirate a criteri di terzietà e trasparenza nel contesto del processo valutativo del candidato.

Circa l'obbligo, in capo all'aspirante titolare di autoscuola, di comprovare almeno 24 mesi di esperienza presso una o più autoscuole, non può non evidenziarsi come tale previsione regolamentare (peraltro ben più circostanziata di quanto genericamente stabilito dalla fonte normativa del Codice della Strada, che prescrive solo una "*abilitazione quale insegnante di teoria e istruttore di guida con almeno un'esperienza biennale*", prescrivendo che, a tal fine, il Ministro competente stabilisca "*i corsi di formazione iniziale e periodica, con i relativi programmi, degli insegnanti e degli istruttori*"³), appaia costituire una barriera amministrativa all'accesso per lo svolgimento dell'attività in parola. Infatti, l'eventuale conseguimento dell'abilitazione all'attività stessa è in tal guisa dipendente non da requisiti professionali acquisiti dall'aspirante titolare attraverso "*corsi di formazione*" appositamente realizzati da soggetti terzi di natura istituzionale (come appare suggerire la previsione di cui all'art. 123, comma 10, del Codice della strada), ma dall'aver prestato una sorta di "tirocinio" presso una o più autoscuole attive sul mercato, le quali non avranno ragionevolmente alcun interesse ad assumere ed a formare professionalmente i propri futuri concorrenti.

Si rileva, comunque, che la suddetta previsione appare in evidente contrasto con il testo della norma del Codice della Strada in questione, così come modificato dalla citata legge n. 120/10, il quale prescrive che "*I corsi di formazione degli insegnanti e degli istruttori delle autoscuole, di cui al comma 10, sono organizzati*" non solo dalle autoscuole e dai centri di istruzione automobilistica, ma anche "*da soggetti accreditati dalle regioni o dalle province autonome di Trento e di Bolzano [...]*".

Analoghe considerazioni possono essere svolte in merito all'obbligo per gli aspiranti titolari di autoscuole di seguire, ai fini della propria abilitazione, esclusivamente corsi organizzati presso le autoscuole già presenti sul territorio.

Per quanto concerne, poi, la previsione dell'obbligo, per l'aspirante titolare di autoscuola, di dotarsi di locali ed attrezzature specificamente identificate quanto a dimensioni ed arredamento, l'Autorità rileva che non risulta comprensibile per quale motivo tali ambienti debbano rispondere a caratteristiche talmente circostanziate da non rendere certamente agevole l'accesso a tale settore e, quindi, l'effettivo svolgimento dell'attività in questione anche da parte di qualificati professionisti; nessuna delle previsioni in parola, infatti, costituisce di per sé una garanzia che colui che svolge l'attività in parola nel rispetto di tali parametri offra servizi qualitativamente adeguati.

³ Cfr. art. 123, commi 5 e 10 del Codice della strada.

L'Autorità, pertanto, auspica che le considerazioni sopra svolte conducano ad una revisione in senso pro-concorrenziale delle disposizioni contenute nella richiamata nuova norma del Codice della strada e nelle citate bozze di regolamenti ministeriali.

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

PUBBLICITA' INGANNEVOLE E COMPARATIVA

PI5551B - ERREDUE ASSISTENZA INFORTUNISTICA STRADALE- RIDETERMINAZIONE DELLA SANZIONE

Provvedimento n. 21441

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 luglio 2010;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "Codice del consumo", nella versione vigente prima dell'entrata in vigore dei Decreti Legislativi 2 agosto 2007, n. 145 e n. 146;

VISTO il proprio provvedimento n. 16904 del 28 maggio 2007, adottato a conclusione del procedimento istruttorio relativo al caso PI5551 - "*Erredue Assistenza Infortunistica*", con il quale è stato deliberato: *i)* che la società Studio Erre Due S.n.c. di Gianella Angela e Stoppa Roberto ha posto in essere una fattispecie di pubblicità ingannevole, ai sensi degli articoli 19, 20 e 21, lettera *a)*, del Decreto Legislativo n. 206/05, consistente nell'aver diffuso messaggi pubblicitari relativi alla promozione del servizio di consulenza e assistenza legale a seguito di infortuni stradali; *ii)* di irrogare una sanzione amministrativa pecuniaria di 11.100 euro, nei confronti della società Studio Erre Due S.n.c. di Gianella Angela e Stoppa Roberto.

VISTA la sentenza del TAR del Lazio, sez. I, n. 3287 del 24 febbraio 2010, depositata in data 3 marzo 2010, con la quale è stato accolto parzialmente il ricorso della società Studio Erre Due S.n.c. di Gianella Angela e Stoppa Roberto avverso il suddetto provvedimento, con conseguente annullamento della decisione dell'Autorità nella parte relativa alla quantificazione della sanzione;

VISTA, in particolare, la motivazione della sentenza con cui il TAR ha annullato la sanzione irrogata dall'Autorità;

VISTO altresì, che il TAR ha rimesso all'Autorità il compito di procedere alla rideterminazione della sanzione irrogata alla società, tenendo conto che i parametri individuati per la valutazione della gravità dell'infrazione – la capacità di penetrazione del mezzo di diffusione del messaggio e la durata dell'infrazione stessa – devono formare oggetto di specifico apprezzamento;

CONSIDERATO che la rideterminazione della sanzione da comminare alla società Studio Erre Due S.n.c., per la violazione accertata con provvedimento n. 16904 del 28 maggio 2007, deve avvenire in contraddittorio con la Parte;

CONSIDERATO che la presente rideterminazione è eseguita in ottemperanza alla sentenza del TAR;

RITENUTA, pertanto, in ottemperanza alla suddetta sentenza del TAR, la necessità di disporre l'avvio di un'istruttoria al fine di procedere alla rideterminazione della sanzione;

DELIBERA

- a) l'avvio del procedimento nei confronti della società Studio Erre Due S.n.c. di Gianella Angela e Stoppa Roberto;
- b) che la Parte può presentare memorie scritte e documenti entro venti giorni dal ricevimento della comunicazione del presente provvedimento;
- c) che il responsabile del procedimento è la dott.ssa M. Caterina Catanzariti;
- d) che l'ufficio presso cui le Parti possono accedere agli atti del procedimento, previa richiesta scritta e contatto telefonico per stabilire le modalità dell'accesso, è la Direzione Servizi della Direzione Generale per la Tutela del Consumatore (tel. 06/85821513). L'accesso potrà essere effettuato direttamente dalle Parti o da persona delegata per iscritto;
- e) che il procedimento si concluderà entro novanta giorni dalla data di protocollo della comunicazione del presente provvedimento.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

PS24BA - RIDETERMINAZIONE SANZIONE TELEUNIT (PS24)

Provvedimento n. 21404

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 luglio 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*", come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146 (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il proprio provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008, adottato a conclusione del procedimento istruttorio relativo al caso PS24 - "*Telecom – fatturazione per chiamate satellitari e/o a numerazioni speciali*", con il quale è stato deliberato:

- i) che la società Teleunit S.p.A. ha posto in essere una pratica scorretta ex artt. 20, comma 2, 24 e 25 del Codice del Consumo, consistente nella "*pretesa di pagamento relativa alla fornitura di servizi di comunicazione elettronica non richiesti in modo consapevole dagli utenti*";
- ii) che in ragione della gravità e durata della violazione accertata poteva ritenersi congrua, a carico della società Teleunit S.p.A. l'irrogazione di una sanzione amministrativa pecuniaria determinata in 180.000 euro;

VISTA la sentenza del TAR del Lazio, sez. I, n. 5629/09, depositata in data 15 giugno 2009, con la quale è stato accolto parzialmente il ricorso di Teleunit, limitatamente al capo del provvedimento impugnato che ha qualificato anche "aggressiva", oltre che ingannevole, la pratica commerciale posta in essere dalla società, con conseguente annullamento del provvedimento dell'Autorità nella parte relativa alla quantificazione della suddetta sanzione;

VISTO, altresì, che il TAR ha rimesso alla stessa Autorità il compito di rideterminare la sanzione irrogata alla società Teleunit S.p.A., evidenziando, per la pratica di cui al punto i), che non è possibile addebitare a Teleunit S.p.A. una pratica aggressiva¹, "*in quanto, come chiarito nel corso del procedimento, è l'operatore di accesso ad avere un rapporto diretto di utenza con i destinatari finali dei servizi prestati attraverso le NNG assegnate agli OLO, per conto dei quali, in virtù di obblighi regolamentari, gestisce il servizio di fatturazione e recupero crediti. Appare allora dubbio che, nel caso in esame, tale forma di "pressione" possa essere esercitata da parte di operatori che non hanno rapporti diretti di utenza con il consumatore finale. Né appare verosimile che forme di "indebito condizionamento" siano concretamente esercitabili nei confronti dell'operatore di telefonia in posizione dominante sul mercato italiano. In tale ottica, la mera richiesta di pagamento da parte degli OLO della quota di pertinenza della tariffa praticata da Telecom ai*

¹ L'Autorità ha ravvisato siffatto profilo di "scorrettezza" nella circostanza che l'operatore abbia richiesto la fatturazione del traffico alla società Telecom "indiscriminatamente", omettendo di adottare gli accorgimenti necessari per tutelare i consumatori "vittime" inconsapevoli dei dialers auto-installanti.

consumatori, non appare una condotta autonomamente rilevante, o comunque avente profili di maggiore gravità, rispetto a quella, parimenti stigmatizzata dall'Autorità, relativa all'omissione degli accorgimenti necessari per tutelare i consumatori "vittime" inconsapevoli dei dialers auto-installanti".

VISTO il proprio provvedimento n. 21006 del 14 aprile 2010, con cui l'Autorità ha avviato un nuovo procedimento per la rideterminazione della sanzione da irrogare alla società Teleunit S.p.A., per la violazione accertata con provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008, in contraddittorio con la Parte;

VISTI tutti gli atti del procedimento;

CONSIDERATO che la presente rideterminazione è eseguita in ottemperanza alla citata sentenza del TAR, ma non costituisce atto di acquiescenza ad essa da parte dell'Autorità;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LA PARTE

1. Teleunit S.p.A. (di seguito anche Teleunit), in qualità di società assegnataria della numerazione speciale 899354552. Nel 2009, il fatturato complessivo realizzato da Teleunit è stato pari a circa 36.958.000 euro, con un risultato negativo pari a circa 7.000.000 di euro.

II. L'AVVIO DEL PROCEDIMENTO

2. A seguito della sentenza del TAR del Lazio, sez. I, n. 5629/09, depositata in data 15 giugno 2009, l'Autorità ha avviato il procedimento PS24BA - "*Rideterminazione sanzione PS24 Teleunit*", al fine di provvedere alla rideterminazione della sanzione irrogata alla società Teleunit con il provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008, sulla base dei criteri indicati nella citata sentenza del TAR.

3. In particolare, sulla base di quanto rilevato nella sentenza del TAR del Lazio, sez. I, n. 5920/09, nel provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008 è stato indicato che non era possibile addebitare, per i motivi su indicati, a Teleunit una pratica aggressiva.

III. LE ARGOMENTAZIONI DIFENSIVE DELLA PARTE

4. La Parte, con memoria pervenuta in data 31 maggio 2010, ha rappresentato quanto segue:

– in via preliminare, la Parte ha fatto presente di aver proposto appello innanzi al Consiglio di Stato per l'accoglimento dei motivi di gravame respinti dal TAR con la sentenza del TAR del Lazio, sez. I, n. n. 5629/09, nella parte in cui confermano la violazione dell'articolo 20 del Codice del Consumo accertata dall'Autorità con il provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008;

– per quanto concerne la rideterminazione della sanzione, secondo la Parte, si dovrebbe procedere ad una diminuzione dell'importo applicato nel provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008. In particolare, la pronuncia del TAR Lazio si basa sul presupposto che l'Autorità abbia condotto due autonomi accertamenti relativi alla violazione rispettivamente dell'articolo 20 del Codice del Consumo, da un lato, e degli articoli 24 e ss. in tema di pratiche commerciali aggressive, dall'altro. Pertanto, caduta la seconda contestazione, si dovrebbe procedere ad una più che sensibile diminuzione della sanzione;

– la Parte ha rilevato che in sede di rideterminazione dovrebbero essere considerati ulteriori elementi. In particolare, si tratta di attività intraprese da Teleunit per l'attenuazione o l'eliminazione delle conseguenze della presunta violazione, che costituisce parametro rilevante ai fini della determinazione della sanzione ai sensi dell'articolo 11 della Legge n. 689/81. Al riguardo, la Parte riferisce di aver implementato una nuova procedura antifrode per ridurre al minimo il rischio di abusi a danno dei clienti finali in relazione all'uso di numerazioni non geografiche che impediscono agli utenti di superare soglie giornaliere e mensili di chiamate attraverso il blocco automatico rispettivamente di 24 ore e di trenta giorni, oltre che un sistema automatico di segnalazione personale attraverso l'invio di una *mail*. Procedure di verifica del traffico anomalo sono state richieste anche ai centri servizi. Per quanto attiene al profilo della gravità della condotta imputabile a Teleunit, la Parte ha sottolineato l'esigenza di operare una distinzione tra le varie società coinvolte nel procedimento PS24 laddove la condotta ascrivibile a Teleunit appare limitata. Al riguardo, verrebbe in rilievo la circostanza che la durata dell'infrazione oggetto di contestazione è stata pari a circa una settimana. Infine, la Parte ha evidenziato di versare in una difficile situazione economico-finanziaria già al tempo del procedimento istruttorio, non presa in adeguata considerazione da parte dell'Autorità.

IV. VALUTAZIONI GIURIDICHE

5. Occorre premettere che con la predetta sentenza n. 5629/09, il TAR Lazio ha confermato la legittimità della valutazione effettuata dall'Autorità in merito alla scorrettezza della pratica commerciale oggetto del provvedimento impugnato, salvo che per il profilo dell'aggressività della pratica stessa.

6. L'ambito del presente provvedimento è quindi circoscritto alla quantificazione della suddetta sanzione pecuniaria che va ad essere rideterminata sulla scorta delle valutazioni effettuate dai giudici amministrativi in riferimento alla sola gravità della violazione del Codice del Consumo come accertata in capo al professionista.

7. Nessun rilievo è stato sollevato in merito alla durata della pratica commerciale ai fini della determinazione della sanzione.

8. Analoghe considerazioni valgono con riferimento all'assenza di rilevanza attribuita dall'Autorità nel provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008 all'opera svolta da Teleunit per eliminare o attenuare l'infrazione nonché alle altre circostanze prospettate dal professionista nell'ambito della memoria del 31 maggio 2010 al fine di ottenere ulteriori riduzioni, fra cui le difficili condizioni economiche in cui essa verserebbe. Al riguardo si osserva che la mancata valutazione di tali circostanze non è stato oggetto di censura da parte del TAR Lazio nella sentenza 5629/09. Più in generale, in considerazione della natura del presente procedimento, volto unicamente a dare ottemperanza alla citata sentenza del TAR Lazio senza procedere ad un riesame in via di autotutela amministrativa delle valutazioni svolte nel provvedimento di merito, si ritiene che le circostanze prospettate dalla Parte nelle proprie difese tese ad ottenere ulteriori riduzioni per circostanze nuove o diverse rispetto a quelle prese in considerazione dal citato provvedimento dell'Autorità non possano avere rilievo in questa sede di mera rideterminazione delle sanzioni in stretta ottemperanza alla sentenza del TAR Lazio.

9. Tutto ciò premesso, posto che non è possibile addebitare a Teleunit S.p.A. una pratica aggressiva nei termini prospettati nella sentenza del TAR Lazio n. 5920/09, si ritiene di rideterminare la sanzione, già irrogata a Teleunit S.p.A. con delibera n. 19051 del 30 ottobre 2008, nei seguenti termini:

Si ridetermina l'importo base della sanzione in 110.000 euro rispetto ai 220.000 euro precedentemente indicati nel provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008.

10. Rispetto all'importo base come sopra rideterminato, va operata la medesima riduzione effettuata nel provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008, pari a 40.000 euro per perdite di bilancio. Alla luce di tali elementi, l'importo rideterminato della sanzione è pari a 70.000 € (settantamila euro).

Tutto ciò premesso e considerato;

DELIBERA

che la sanzione amministrativa pecuniaria da applicare alla società Teleunit S.p.A. per i comportamenti alla stessa ascritti nel provvedimento dell'Autorità n. 19051 del 30 ottobre 2008, venga rideterminata nella misura di 70.000 € (settantamila euro) salvo conguaglio ad esito del giudizio di appello.

Le sanzione amministrativa di cui sopra deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, con versamento diretto al Concessionario del Servizio della riscossione oppure mediante delega alla banca o alle Poste Italiane, presentando il modello allegato al presente provvedimento, così come previsto dal Decreto Legislativo 9 luglio 1997, n. 237.

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

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 27, comma 13, del Codice del Consumo, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

PS24BB - RIDETERMINAZIONE SANZIONE EUTELIA (PS24)

Provvedimento n. 21405

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 luglio 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*", come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146 (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il proprio provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008, adottato a conclusione del procedimento istruttorio relativo al caso PS24 - "*Telecom – fatturazione per chiamate satellitari e/o a numerazioni speciali*", con il quale è stato deliberato:

- i) che la società Eutelia S.p.A. ha posto in essere una pratica scorretta ex artt. 20, comma 2, 24 e 25 del Codice del Consumo, consistente nella "*pretesa di pagamento relativa alla fornitura di servizi di comunicazione elettronica non richiesti in modo consapevole dagli utenti*";
- ii) che in ragione della gravità e durata della violazione accertata poteva ritenersi congrua, a carico della società Eutelia S.p.A. l'irrogazione di una sanzione amministrativa pecuniaria determinata in 215.000 euro;

VISTA la sentenza del TAR del Lazio, sez. I, n. 5627/09, depositata in data 15 giugno 2009, con la quale è stato accolto parzialmente il ricorso di Eutelia S.p.A., limitatamente al capo del provvedimento impugnato che ha qualificato anche "aggressiva", oltre che ingannevole, la pratica commerciale posta in essere dalla società, con conseguente annullamento del provvedimento dell'Autorità nella parte relativa alla quantificazione della suddetta sanzione;

VISTO, altresì, che il TAR ha rimesso alla stessa Autorità il compito di rideterminare la sanzione irrogata alla società Eutelia S.p.A., evidenziando, per la pratica di cui al punto i), che non è possibile addebitare a Eutelia S.p.A. una pratica aggressiva¹, "*in quanto, come chiarito nel corso del procedimento, è l'operatore di accesso ad avere un rapporto diretto di utenza con i destinatari finali dei servizi prestati attraverso le NNG assegnate agli OLO, per conto dei quali, in virtù di obblighi regolamentari, gestisce il servizio di fatturazione e recupero crediti. Appare allora dubbio che, nel caso in esame, tale forma di "pressione" possa essere esercitata da parte di operatori che non hanno rapporti diretti di utenza con il consumatore finale. Né appare verosimile che forme di "indebito condizionamento" siano concretamente esercitabili nei confronti dell'operatore di telefonia in posizione dominante sul mercato italiano. In tale ottica, la mera richiesta di pagamento da parte degli OLO della quota di pertinenza della tariffa praticata da Telecom ai consumatori, non appare una condotta autonomamente rilevante, o comunque avente profili di maggiore gravità, rispetto a quella, parimenti stigmatizzata dall'Autorità, relativa all'omissione degli accorgimenti necessari per tutelare i consumatori "vittime" inconsapevoli dei dialers auto-installanti*";

¹ L'Autorità ha ravvisato siffatto profilo di "scorrettezza" nella circostanza che l'operatore abbia richiesto la fatturazione del traffico alla società Telecom "indiscriminatamente", omettendo di adottare gli accorgimenti necessari per tutelare i consumatori "vittime" inconsapevoli dei dialers auto-installanti.

VISTO il proprio provvedimento n. 21003 del 14 aprile 2010, con cui l'Autorità ha avviato un nuovo procedimento per la rideterminazione della sanzione da irrogare alla società Eutelia S.p.A., per la violazione accertata con provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008, in contraddittorio con la Parte;

VISTI tutti gli atti del procedimento;

CONSIDERATO che la presente rideterminazione è eseguita in ottemperanza alla sentenza del TAR, ma non costituisce atto di acquiescenza ad essa da parte dell'Autorità;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LA PARTE

1. Eutelia S.p.A. (di seguito anche Eutelia), in qualità di società assegnataria della numerazione speciale 1784402342. Nel 2008, il fatturato complessivo realizzato da Eutelia è stato pari a circa 390.514.000 euro, con un risultato negativo pari a circa 178.492.000 euro.

II. L'AVVIO DEL PROCEDIMENTO

2. A seguito della sentenza del TAR del Lazio, sez. I, n. 5627/09, depositata in data 15 giugno 2009, l'Autorità ha avviato il procedimento PS24BB - "*Rideterminazione sanzione PS24 Eutelia*", al fine di provvedere alla rideterminazione della sanzione irrogata alla società Eutelia con il provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008, sulla base dei criteri indicati nella citata sentenza del TAR.

3. In particolare, sulla base di quanto rilevato nella sentenza del TAR del Lazio, sez. I, n. 5627/09, nel provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008 è stato indicato che non era possibile addebitare, per i motivi suindicati, a Eutelia una pratica aggressiva.

III. LE ARGOMENTAZIONI DIFENSIVE DELLA PARTE

4. La Parte, con memoria pervenuta in data 25 giugno 2010, ha rappresentato quanto segue:

– Eutelia ha rappresentato che nel merito non sarebbe configurabile la condotta oggetto di censura da parte dell'Autorità e che allo stato è pendente ricorso innanzi al Consiglio di Stato per l'integrale accoglimento dei motivi di gravame oggetto di ricorso al TAR Lazio;

– la Parte ha rappresentato alcuni elementi che dovrebbero portare all'annullamento della sanzione inflitta o, in subordine, all'applicazione di una sanzione simbolica o radicalmente ridimensionata. In primo luogo, sarebbe necessario che l'Autorità consideri che, con la sentenza del TAR del Lazio, sez. I, n. 5627/09, è venuta meno la principale contestazione sollevata nei confronti di Eutelia, quella relativa alla sussistenza di una pratica aggressiva. Inoltre, andrebbe operata una distinzione tra le varie società coinvolte nel procedimento di merito PS24 - "*Telecom-Fatturazione per chiamate satellitari e/o a numerazioni speciali*". Con particolare riferimento alla posizione di Eutelia, andrebbe tenuta in considerazione la circostanza che le numerazioni interessate dal predetto procedimento non sono mai state utilizzate per la fornitura di servizi a sovrapprezzo né sono state oggetto di altri procedimenti amministrativi volti a contestare fattispecie analoghe a quelle oggetto del procedimento PS24. Eutelia ha altresì adottato spontaneamente una serie di misure preventive atte a contrastare eventuali utilizzi illeciti delle numerazioni. Infatti, pur non

essendovi tenuta su tutti gli archi di numerazione 178 e 199 di propria titolarità, Eutelia riferisce di aver inserito un messaggio preliminare che informa gli utenti sul prezzo del servizio, evitando in tal modo che le numerazioni possano essere utilizzate per traffico dati in banda fonica (inclusi i *dialers*) all'insaputa della società. Infine, la Parte ha evidenziato condizioni economiche di difficoltà che si sono ulteriormente aggravate rispetto a quanto prospettato nell'ambito del procedimento PS24 e già oggetto di valutazione da parte dell'Autorità nel provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008. Al riguardo, è stata prodotta copia della sentenza del Tribunale di Arezzo del 1° giugno 2010 con cui è stato dichiarato lo stato di insolvenza di Eutelia.

IV. VALUTAZIONI GIURIDICHE

5. Occorre premettere che con la predetta sentenza n. 5627/09, il TAR Lazio ha confermato la legittimità della valutazione effettuata dall'Autorità in merito alla scorrettezza della pratica commerciale oggetto del provvedimento impugnato, salvo che per il profilo dell'aggressività della pratica stessa.

6. In ottemperanza alla predetta sentenza la quantificazione della suddetta sanzione pecuniaria va ad essere rideterminata sulla scorta delle valutazioni effettuate dai giudici amministrativi in riferimento alla sola gravità della violazione del Codice del Consumo come accertata in capo al professionista.

7. Nessun rilievo è stato sollevato in merito alla durata della pratica commerciale ai fini della determinazione della sanzione.

8. Posto che non è possibile addebitare a Eutelia S.p.A. una pratica aggressiva nei termini prospettati nella sentenza del TAR Lazio n. 5627/09, si ritiene di rideterminare la sanzione, già irrogata a Eutelia S.p.A. con delibera n. 19051 del 30 ottobre 2008, nei seguenti termini:

Si ridetermina l'importo base della sanzione in 122.500 euro rispetto ai 255.000 euro precedentemente indicati nel provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008.

9. Rispetto all'importo base come sopra rideterminato, va operata la medesima riduzione effettuata nel provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008, pari a 40.000 euro per perdite di bilancio. Alla luce di tali elementi, l'importo rideterminato della sanzione è pari a 82.500 € (ottantaduemilacinquecento euro).

10. L'importo della sanzione all'esito della rideterminazione è pari a € 82.500. In considerazione del fatto che la situazione di difficoltà economica successivamente alla sentenza del TAR Lazio n. 5627/09 si è sensibilmente aggravata, come documentato dalla Parte attraverso la produzione della copia della sentenza del Tribunale di Arezzo del 1° giugno 2010 con cui è stato dichiarato lo stato di insolvenza di Eutelia, l'Autorità ritiene di procedere ad un'ulteriore riduzione, per un importo pari € 40.000. Pertanto, l'importo della sanzione è stabilito in 42.500 € (quarantaduemilacinquecento euro)

Tutto ciò premesso e considerato;

DELIBERA

che la sanzione amministrativa pecuniaria da applicare alla società Eutelia S.p.A. per i comportamenti alla stessa ascritti nel provvedimento dell'Autorità n. 19051 del 30 ottobre 2008,

venga rideterminata nella misura di 42.500 € (quarantaduemilacinquecento euro) salvo conguaglio ad esito del giudizio di appello.

Le sanzione amministrativa di cui sopra deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, con versamento diretto al Concessionario del Servizio della riscossione oppure mediante delega alla banca o alle Poste Italiane, presentando il modello allegato al presente provvedimento, così come previsto dal Decreto Legislativo 9 luglio 1997, n. 237.

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

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 27, comma 13, del Codice del Consumo, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

PS24BC - RIDETERMINAZIONE SANZIONE CSINFO (PS24)

Provvedimento n. 21406

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 luglio 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*", come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146 (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il proprio provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008, adottato a conclusione del procedimento istruttorio relativo al caso PS24 - "*Telecom – fatturazione per chiamate satellitari e/o a numerazioni speciali*", con il quale è stato deliberato:

- i) che la società CSINFO S.p.A. ha posto in essere una pratica scorretta ex artt. 20, comma 2, 24 e 25 del Codice del Consumo, consistente nella "*pretesa di pagamento relativa alla fornitura di servizi di comunicazione elettronica non richiesti in modo consapevole dagli utenti*";
- ii) che in ragione della gravità e durata della violazione accertata poteva ritenersi congrua, a carico della società CSINFO S.p.A., l'irrogazione di una sanzione amministrativa pecuniaria determinata in 255.000 euro;

VISTA la sentenza del TAR del Lazio, sez. I, n. 6455/09, depositata in data 6 luglio 2009, con la quale è stato accolto parzialmente il ricorso di CSINFO S.p.A., avverso il suddetto provvedimento, con conseguente annullamento del provvedimento dell'Autorità nella parte relativa alla quantificazione della suddetta sanzione;

VISTO, altresì, che il TAR ha rimesso alla stessa Autorità il compito di rideterminare la sanzione irrogata alla società CSINFO S.p.A., evidenziando, per la pratica di cui al punto i), che non è possibile addebitare a CSINFO S.p.A. una pratica aggressiva¹, "*in quanto, come chiarito nel corso del procedimento, è l'operatore di accesso ad avere un rapporto diretto di utenza con i destinatari finali dei servizi prestati attraverso le NNG assegnate agli OLO, per conto dei quali, in virtù di obblighi regolamentari, gestisce il servizio di fatturazione e recupero crediti. Appare allora dubbio che, nel caso in esame, tale forma di "pressione" possa essere esercitata da parte di operatori che non hanno rapporti diretti di utenza con il consumatore finale. Né appare verosimile che forme di "indebito condizionamento" siano concretamente esercitabili nei confronti dell'operatore di telefonia in posizione dominante sul mercato italiano. In tale ottica, la mera richiesta di pagamento da parte degli OLO della quota di pertinenza della tariffa praticata da Telecom ai consumatori, non appare una condotta autonomamente rilevante, o comunque avente profili di maggiore gravità, rispetto a quella, parimenti stigmatizzata dall'Autorità, relativa all'omissione degli accorgimenti necessari per tutelare i consumatori "vittime" inconsapevoli dei dialers auto-installanti [...]. Alla ricorrente è stata irrogata una sanzione di 255.000 € (duecentocinquantacinquemila euro), di meno di 100.000 eur[o] inferiore a quella irrogata a*

¹ L'Autorità ha ravvisato siffatto profilo di "scorrettezza" nella circostanza che l'operatore abbia richiesto la fatturazione del traffico alla società Telecom "indiscriminatamente", omettendo di adottare gli accorgimenti necessari per tutelare i consumatori "vittime" inconsapevoli dei dialers auto-installanti.

Telecom, la quale tuttavia ha avuto un ruolo estremamente più importante e centrale in tutta la vicenda. Si evidenzia, per questo motivo, una vistosa disparità di trattamento. [...] L'autorità ha valutato la gravità della violazione tenendo conto dalla violazione degli specifici obblighi previsti dalla normativa settoriale (D.M. n. 145/06). Tuttavia, già nel corso del procedimento amministrativo era emerso — come si è visto nel paragrafo 2.1. — che il richiamo al DM 145/2006 va inteso in senso lato, come indice della diligenza professionale richiesta agli operatori in un settore particolarmente delicato e caratterizzato da gravi asimmetrie informative, non potendosi esso applicare direttamente in quanto concernente unicamente le numerazioni per la fornitura di servizi a sovrapprezzo. Per tali ragioni la valutazione di gravità della sanzione va ridimensionata, così come la correlativa sanzione. Infine, la situazione recente di difficoltà economiche in capo alla ricorrente non risulta essere stata presa in adeguata considerazione nella determinazione della sanzione. Anche per questa ragione, la sanzione, nella riedizione del procedimento all'esito del presente giudizio, deve essere ulteriormente diminuita”;

VISTO il proprio provvedimento n. 21000 del 14 aprile 2010, con cui l'Autorità ha avviato un nuovo procedimento per la rideterminazione della sanzione da irrogare alla società CSINFO S.p.A., per la violazione accertata con provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008, in contraddittorio con la Parte;

VISTI tutti gli atti del procedimento;

CONSIDERATO che la presente rideterminazione è eseguita in ottemperanza alla citata sentenza del TAR, ma non costituisce atto di acquiescenza ad essa da parte dell'Autorità;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LA PARTE

1. CSINFO S.p.A. (di seguito anche CSINFO), in qualità di società assegnataria delle numerazioni speciali 1782072003 e 199259002. Nel 2008, il fatturato complessivo realizzato da CSINFO è stato pari a circa 5.931.000 euro, con un risultato negativo pari a circa 43.517 euro.

II. L'AVVIO DEL PROCEDIMENTO

2. A seguito della sentenza del TAR del Lazio, sez. I, n. 6455/09, depositata in data 6 luglio 2009, l'Autorità ha avviato il procedimento PS24BC - “*Rideterminazione sanzione PS24 CSINFO*”, al fine di provvedere alla rideterminazione della sanzione irrogata alla società CSINFO con il provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008, sulla base dei criteri indicati nella citata sentenza del TAR.

3. In particolare, sulla base di quanto rilevato nella sentenza del TAR del Lazio, sez. I, n. 6455/09, nel provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008 è stato indicato che non era possibile addebitare, per i motivi suindicati, a CSINFO una pratica aggressiva. Inoltre, il TAR Lazio ha rilevato che la sanzione doveva essere ben più inferiore a quella irrogata alla società Telecom Italia S.p.A. e che non poteva operarsi un riferimento alla violazione degli specifici obblighi previsti dalla normativa settoriale (D.M. n. 145/06). Infine, andava considerata adeguatamente la situazione di recente difficoltà economica di CSINFO.

III. LE ARGOMENTAZIONI DIFENSIVE DELLA PARTE

4. La Parte, con memoria pervenuta in data 31 maggio 2010, ha rappresentato quanto segue:

- in via preliminare, la Parte ha fatto presente di aver proposto ricorso in appello innanzi al Consiglio di Stato per l'accoglimento dei motivi di gravame respinti dal TAR con la sentenza del TAR del Lazio, sez. I, n. 6455/09, nella parte in cui confermano la violazione dell'articolo 20 del *Codice del Consumo* accertata dall'Autorità con il provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008, e, in via subordinata, per una rideterminazione dell'importo della sanzione applicata. La Parte ha ripercorso l'iter valutativo della predetta sentenza, rilevando che sono stati accolti in parte il primo e il terzo motivo di ricorso di CSINFO, mentre il TAR Lazio avrebbe invece omesso di pronunciarsi sulle censure rivolte contro l'accertamento della seconda pratica, rispetto alla quale CSINFO aveva fatto valere l'assenza di qualsiasi elemento rilevante a proprio carico posto che il Decreto Ministeriale n. 145/2006 sui servizi a sovrapprezzo non si sarebbe dovuto applicare a CSINFO che non gestisce tale tipologia di servizi;
- per quanto concerne la rideterminazione della sanzione, la Parte ha rilevato che nel provvedimento di avvio n. 21000 del 14 aprile 2010 del presente procedimento non sono stati menzionati due passaggi argomentativi della sentenza del TAR del Lazio n. 6455/09, che dovrebbero invece essere presi in considerazione al fine di diminuire la sanzione. In particolare, si tratta del riferimento ad una disparità di trattamento con la sanzione irrogata a Telecom² e del richiamo alla normativa di settore dettata dal Decreto Ministeriale n. 145/2006 operato nel provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008 nella specifica sezione dedicata alla quantificazione della sanzione applicata a CSINFO³. Ad avviso della Parte, anche tali elementi devono essere tenuti in considerazione in sede di chiusura del presente procedimento;
- la Parte ha, infine, rilevato che in sede di rideterminazione debbano essere considerati elementi non noti al momento in cui fu irrogata la sanzione. In particolare, si tratta di attività intraprese da CSINFO per l'attenuazione o l'eliminazione delle conseguenze della presunta violazione. Essi costituiscono parametro rilevante ai fini della determinazione della sanzione ai sensi dell'articolo 11 della Legge n. 689/81. Al riguardo, la Parte ha depositato copia di una comunicazione inviata a Plus Production Film di Lucci Andrea in data 11 giugno 2008 circa un uso non conforme della numerazione 178 con cui si comunica di “*procedere a scopo cautelativo alla disabilitazione dei codici 178 e 198*” a seguito di una segnalazione ricevuta dal Ministero dello Sviluppo Economico – Dipartimento Comunicazioni – Direzione Generale per i Servizi di Comunicazione elettronica e di Radiodiffusione – Ufficio IV con Protocollo del 6 giugno 2008. Inoltre, la Parte ha evidenziato

² Al riguardo, il TAR Lazio ha rilevato che “Alla ricorrente è stata irrogata una sanzione di 255.000 € (duecentocinquantacinquemila euro), di meno di 100.000 eur[o] inferiore a quella irrogata a Telecom, la quale tuttavia ha avuto ruolo estremamente più importante e centrale in tutta la vicenda. Si evidenzia, per questo motivo, una vistosa disparità di trattamento”.

³ Sul punto, il giudice amministrativo ha osservato che “L'autorità ha valutato la gravità della violazione tenendo conto dalla violazione degli specifici obblighi previsti dalla normativa settoriale (D.M. n. 145/06). Tuttavia, già nel corso del procedimento amministrativo era emerso — come si è visto nel paragrafo 2.1. — che il richiamo al DM 145/2006 va inteso in senso lato, come indice della diligenza professionale richiesta agli operatori in un settore particolarmente delicato e caratterizzato da gravi asimmetrie informative, non potendosi esso applicare direttamente in quanto concernente unicamente le numerazioni per la fornitura di servizi a sovrapprezzo. Per tali ragioni la valutazione di gravità della sanzione va ridimensionata, così come la correlativa sanzione”.

di aver partecipato alla definizione con gli operatori interessati di una nuova procedura antifrode per ridurre al minimo il rischio di abusi a danno dei clienti finali in relazione all'uso di numerazioni non geografiche. La procedura è stata avviata nel febbraio 2008 ed è stata conclusa nel corso del 2010.

IV. VALUTAZIONI GIURIDICHE

5. Occorre premettere che con la predetta sentenza n. 6455/09, il TAR Lazio ha confermato la legittimità della valutazione effettuata dall'Autorità in merito alla scorrettezza della pratica commerciale oggetto del provvedimento impugnato, salvo che per il profilo dell'aggressività della pratica stessa.

6. L'ambito del presente provvedimento è quindi circoscritto alla quantificazione della suddetta sanzione pecuniaria che va ad essere rideterminata sulla scorta delle valutazioni effettuate dai giudici amministrativi.

7. Nessun rilievo è stato sollevato in merito alla durata della pratica commerciale ai fini della determinazione della sanzione.

8. Analoghe considerazioni valgono con riferimento all'assenza di rilevanza attribuita dall'Autorità nel provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008 all'opera svolta da CSINFO per eliminare o attenuare l'infrazione nonché alle altre circostanze prospettate dal professionista nell'ambito della memoria del 31 maggio 2010 al fine di ottenere ulteriori riduzioni. Al riguardo si osserva che la mancata valutazione di tali circostanze non è stato oggetto di censura da parte del TAR Lazio nella sentenza 6455/09. Più in generale, in considerazione della natura del presente procedimento, volto unicamente a dare ottemperanza alla citata sentenza del TAR Lazio senza procedere ad un riesame in via di autotutela amministrativa delle valutazioni svolte nel provvedimento di merito, si ritiene che le circostanze prospettate dalla Parte nelle proprie difese tese ad ottenere ulteriori riduzioni per circostanze nuove o diverse rispetto a quelle prese in considerazione dal citato provvedimento dell'Autorità non possano avere rilievo in questa sede di mera rideterminazione delle sanzioni in stretta ottemperanza alla sentenza del TAR Lazio.

9. Tutto ciò premesso, alla luce delle censure accolte nella sentenza del TAR Lazio 6455/09 resa a seguito del ricorso della società CSINFO S.p.A., nella rideterminazione si procede come segue:

a) non è possibile addebitare a CSINFO S.p.A. una pratica aggressiva nei termini prospettati nella sentenza del TAR Lazio n. 6455/09;

b) la sanzione deve essere ben più inferiore a quella irrogata alla società Telecom Italia S.p.A.. Inoltre, in sede di valutazione della gravità, non può operarsi un riferimento alla violazione degli specifici obblighi previsti dalla normativa settoriale (D.M. n. 145/06); si ritiene di rideterminare l'ammenda, già irrogata a CSINFO S.p.A. con delibera n. 19051 del 30 ottobre 2008, nei seguenti termini.

Si ridetermina l'importo base della sanzione in 122.500 euro rispetto ai 255.000 euro precedentemente indicati; si applica un'ulteriore riduzione della sanzione pari a 40.000 euro per irrogare una sanzione inferiore a quella applicata a Telecom Italia S.p.A. e di ulteriori 20.000 euro per tener conto della mancata violazione degli specifici obblighi previsti dalla normativa settoriale (D.M. n. 145/06).

Alla luce di tali elementi, l'importo base della sanzione è pari a 62.500 euro.

Infine, si applica una riduzione del 20% per le difficoltà economiche rilevate dal TAR Lazio nella sentenza 6455/09. Pertanto, si fissa l'importo della sanzione in 50.000 € (cinquantamila euro);

Tutto ciò premesso e considerato;

DELIBERA

che la sanzione amministrativa pecuniaria da applicare alla società CSINFO S.p.A. per i comportamenti alla stessa ascritti nel provvedimento dell'Autorità n. 19051 del 30 ottobre 2008, venga rideterminata nella misura di 50.000 € (cinquantamila euro) salvo conguaglio ad esito del giudizio di appello.

Le sanzione amministrativa di cui sopra deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, con versamento diretto al Concessionario del Servizio della riscossione oppure mediante delega alla banca o alle Poste Italiane, presentando il modello allegato al presente provvedimento, così come previsto dal Decreto Legislativo 9 luglio 1997, n. 237.

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

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 27, comma 13, del Codice del Consumo, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

PS24BD - RIDETERMINAZIONE SANZIONE DRIN TV (PS24)

Provvedimento n. 21407

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 luglio 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*", come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146 (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il proprio provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008, adottato a conclusione del procedimento istruttorio relativo al caso PS24 - "*Telecom – fatturazione per chiamate satellitari e/o a numerazioni speciali*", con il quale è stato deliberato:

- i) che la società Drin TV S.r.l. in liquidazione - in qualità di cessionaria d'uso delle numerazioni satellitari e non geografiche - ha posto in essere una pratica scorretta ex artt. 20, comma 2, 24 e 25 del Codice del Consumo, consistente nella "*pretesa di pagamento relativa alla fornitura di servizi di comunicazione elettronica non richiesti in modo consapevole dagli utenti*";
- ii) che in ragione della gravità e durata della violazione accertata poteva ritenersi congrua, a carico della società Drin TV S.r.l. in liquidazione l'irrogazione di una sanzione amministrativa pecuniaria determinata in 115.000 euro;

VISTA la sentenza del TAR del Lazio, sez. I, n. 6447/09, depositata in data 3 luglio 2009, con la quale è stato accolto parzialmente il ricorso della società Drin TV S.r.l. in liquidazione avverso il suddetto provvedimento, con conseguente annullamento della decisione dell'Autorità nella parte relativa alla quantificazione della sanzione;

VISTO, altresì, che il TAR ha rimesso alla stessa Autorità il compito di rideterminare la sanzione irrogata alla società Drin TV S.r.l. in liquidazione, evidenziando, per la pratica di cui al punto i), che non è possibile addebitare a Drin TV S.r.l. in liquidazione una pratica aggressiva¹, "*sulla base di un duplice ordine di argomentazioni: perché appare, in astratto, discutibile che l'indebita pressione sul consumatore finale, nella quale deve tradursi la condotta illecita tipica, possa essere realizzata da un professionista che, come la società in oggetto, non intrattenga rapporti di utenza direttamente con il consumatore medesimo; perché, in ogni caso, non consta che la società abbia, anche in forma indiretta, effettuato richieste di pagamento della quota di propria pertinenza della tariffa praticata dall'operatore di accesso, sulla cui determinazione relativa alla quantificazione del corrispettivo e alle modalità di riscossione essa, peraltro, non aveva la possibilità di influire [...]. Come chiarito nel corso del procedimento, è l'operatore di accesso ad avere un rapporto diretto di utenza con i destinatari finali dei servizi prestati attraverso le NNG assegnate agli OLO, per conto dei quali, in virtù di obblighi regolamentari, gestisce il servizio di fatturazione e recupero crediti. Appare allora dubbio che, nel caso in esame, tale forma di "pressione" possa essere esercitata da parte di operatori che non hanno rapporti diretti di utenza con il consumatore*

¹ L'Autorità ha ravvisato siffatto profilo di "scorrettezza" nella circostanza che l'operatore abbia richiesto la fatturazione del traffico alla società Telecom "indiscriminatamente", omettendo di adottare gli accorgimenti necessari per tutelare i consumatori "vittime" inconsapevoli dei dialers auto-installanti.

finale. Né appare verosimile che forme di "indebito condizionamento" siano concretamente esercitabili nei confronti dell'operatore di telefonia in posizione dominante sul mercato italiano tanto più che non risulta che Drin TV abbia fatto richieste di pagamento direttamente a Telecom, ma solo che abbia emesso fatture nei confronti di Elsacom in forza degli accordi contrattuali; inoltre è provato che non aveva contatti diretti con l'operatore di accesso ma solo con Elsacom";

VISTO il proprio provvedimento n. 21001 del 14 aprile 2010, con cui l'Autorità ha avviato un nuovo procedimento per la rideterminazione della sanzione da irrogare alla società Drin TV S.r.l. in liquidazione, per la violazione accertata con provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008, in contraddittorio con la Parte;

VISTI tutti gli atti del procedimento;

CONSIDERATO che la presente rideterminazione è eseguita in ottemperanza alla citata sentenza del TAR, ma non costituisce atto di acquiescenza ad essa da parte dell'Autorità;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LA PARTE

1. Drin TV S.r.l. in liquidazione (di seguito anche DRINTV), in qualità di cessionaria delle numerazioni internazionali satellitari gestite in Italia dalla società Elsacom, 00881939112150, 00881939100505 e 00881939130001.

II. L'AVVIO DEL PROCEDIMENTO

2. A seguito della sentenza del TAR del Lazio, sez. I, n. 6447/09, depositata in data 3 luglio 2009, l'Autorità ha avviato il procedimento PS24BD - "*Rideterminazione sanzione PS24 Drin TV*", al fine di provvedere alla rideterminazione della sanzione irrogata alla società Drin TV con il provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008, sulla base dei criteri indicati nella citata sentenza del TAR.

3. In particolare, sulla base di quanto rilevato nella sentenza del TAR del Lazio, sez. I, n. 6447/09, nel provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008 è stato indicato che non era possibile addebitare, per i motivi suindicati, a Drin TV una pratica aggressiva.

III. LE ARGOMENTAZIONI DIFENSIVE DELLA PARTE

4. La Parte, con memoria pervenuta in data 20 maggio 2010, ha articolato alcune argomentazioni volte a considerare nel merito insussistente la violazione dell'articolo 20 del Codice del Consumo prospettata nel provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008. In sintesi, la Parte ha osservato che: *i)* non sussiste una relazione diretta fra Drin TV e il consumatore destinatario della pratica e, pertanto, non è rinvenibile uno dei presupposti soggettivi necessari per poter rinvenire una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 18 e ss. del Codice del Consumo intrattenendo i suoi rapporti esclusivamente con Elsacom titolare delle numerazioni 00881939112150, 00881939100505 e 00881939130001. Nessuna richiesta di pagamento per telefonate asseritamene mai effettuate è mai stata rivolta nei confronti dell'utente finale ; *ii)* la condotta di Drin TV è stata conforme ai canoni di diligenza professionale sottesi alla disposizione di cui all'articolo 20 del

Codice del Consumo come evincibile dall'adozione di una serie di sistemi di monitoraggio implementati nell'interesse dei consumatori.

Ai fini della rideterminazione della sanzione, la Parte ha osservato che è necessario tener conto delle condizioni economiche di Drin TV attualmente in liquidazione a causa del mancato pagamento delle fatture a carico di Elsacom dal 2007 al 2008. Essa non dispone delle provviste liquide per poter procedere al pagamento della sanzione.

IV. VALUTAZIONI GIURIDICHE

5. Occorre premettere che con la predetta sentenza n. 6447/09, il TAR Lazio ha confermato la legittimità della valutazione effettuata dall'Autorità in merito alla scorrettezza della pratica commerciale oggetto del provvedimento impugnato, salvo che per il profilo dell'aggressività della pratica stessa.

6. L'ambito del presente provvedimento è quindi circoscritto alla quantificazione della suddetta sanzione pecuniaria che va ad essere rideterminata sulla scorta delle valutazioni effettuate dai giudici amministrativi in riferimento alla sola gravità della violazione del Codice del Consumo come accertata in capo al professionista.

7. Nessun rilievo è stato sollevato in merito alla durata della pratica commerciale ai fini della determinazione della sanzione.

8. Analoghe considerazioni valgono con riferimento all'assenza di rilevanza attribuita dall'Autorità nel provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008 all'opera svolta da Drin TV per eliminare o attenuare l'infrazione nonché alle altre circostanze prospettate dal professionista nell'ambito della memoria del 20 maggio 2010 al fine di ottenere ulteriori riduzioni, fra cui le difficili condizioni economiche in cui essa verserebbe. Al riguardo si osserva che la mancata valutazione degli elementi prospettati dalla Parte non è stato oggetto di censura da parte del TAR Lazio nella sentenza 6447/09. Più in generale, in considerazione della natura del presente procedimento, volto unicamente a dare ottemperanza alla citata sentenza del TAR Lazio senza procedere ad un riesame in via di autotutela amministrativa delle valutazioni svolte nel provvedimento di merito, si ritiene che le circostanze prospettate dalla Parte nelle proprie difese tese ad ottenere ulteriori riduzioni per circostanze nuove o diverse rispetto a quelle coperte dal provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008 rispetto a quelle prese in considerazione dal citato provvedimento dell'Autorità non possano avere rilievo in questa sede di mera rideterminazione delle sanzioni in stretta ottemperanza alla sentenza del TAR Lazio.

9. Tutto ciò premesso, posto che non è possibile addebitare a Drin TV S.r.l. in liquidazione una pratica aggressiva nei termini prospettati nella sentenza del TAR Lazio n. 6447/09, si ritiene di rideterminare l'ammenda, già irrogata a Drin TV S.r.l. in liquidazione con delibera n. 19051 del 30 ottobre 2008, nei seguenti termini:

Si ridetermina l'importo base della sanzione in 57.500 euro rispetto ai 115.000 euro precedentemente indicati nel provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008. Alla luce di tali elementi, l'importo rideterminato della sanzione è pari a 57.500 € (cinquantasettemilacinquecento euro).

Tutto ciò premesso e considerato;

DELIBERA

che la sanzione amministrativa pecuniaria da applicare alla società Drin TV S.r.l. in liquidazione per i comportamenti alla stessa ascritti nel provvedimento dell'Autorità n. 19051 del 30 ottobre 2008, venga rideterminata nella misura di 57.500 € (cinquantasettemilacinquecento euro) salvo conguaglio ad esito del giudizio di appello.

Le sanzione amministrativa di cui sopra deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, con versamento diretto al Concessionario del Servizio della riscossione oppure mediante delega alla banca o alle Poste Italiane, presentando il modello allegato al presente provvedimento, così come previsto dal Decreto Legislativo 9 luglio 1997, n. 237.

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

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 27, comma 13, del Codice del Consumo, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

PS24BE - RIDETERMINAZIONE SANZIONE ELSACOM (PS24)*Provvedimento n. 21408*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 luglio 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*", come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146 (di seguito, *Codice del Consumo*);

VISTO il proprio provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008, adottato a conclusione del procedimento istruttorio relativo al caso PS24 - "*Telecom – fatturazione per chiamate satellitari e/o a numerazioni speciali*", con il quale è stato deliberato:

- i) che la società Elsacom S.p.A. ha posto in essere una pratica scorretta ex artt. 20, comma 2, 24 e 25 del Codice del Consumo, consistente nella "*pretesa di pagamento relativa alla fornitura di servizi di comunicazione elettronica non richiesti in modo consapevole dagli utenti*";
- ii) che in ragione della gravità e durata della violazione accertata poteva ritenersi congrua, a carico della società Elsacom S.p.A. l'irrogazione di una sanzione amministrativa pecuniaria determinata in 270.000 euro;

VISTA la sentenza del TAR del Lazio, sez. I, n. 6446/09, depositata in data 3 luglio 2009, con la quale è stato accolto parzialmente il ricorso della società Elsacom S.p.A. avverso il suddetto provvedimento, con conseguente annullamento della decisione dell'Autorità nella parte relativa alla quantificazione della sanzione;

VISTO, altresì, che il TAR ha rimesso alla stessa Autorità il compito di rideterminare la sanzione irrogata alla società Elsacom S.p.A., evidenziando, per la pratica di cui al punto i), che non è possibile addebitare a Elsacom una pratica aggressiva¹, "*sulla base di un duplice ordine di argomentazioni: perché appare, in astratto, discutibile che l'indebita pressione sul consumatore finale, nella quale deve tradursi la condotta illecita tipica, possa essere realizzata da un professionista che, come la società in oggetto, non intrattenga rapporti di utenza direttamente con il consumatore medesimo; perché, in ogni caso, non consta che la società abbia, anche in forma indiretta, effettuato richieste di pagamento della quota di propria pertinenza della tariffa praticata dall'operatore di accesso, sulla cui determinazione relativa alla quantificazione del corrispettivo e alle modalità di riscossione essa, peraltro, non aveva la possibilità di influire [...]. Come chiarito nel corso del procedimento, è l'operatore di accesso ad avere un rapporto diretto di utenza con i destinatari finali dei servizi prestati attraverso le NNG assegnate agli OLO, per conto dei quali, in virtù di obblighi regolamentari, gestisce il servizio di fatturazione e recupero crediti. Appare allora dubbio che, nel caso in esame, tale forma di "pressione" possa essere esercitata da parte di operatori che non hanno rapporti diretti di utenza con il consumatore finale. Né appare verosimile che forme di "indebito condizionamento" siano concretamente esercitabili nei confronti*

¹ L'Autorità ha ravvisato siffatto profilo di "scorrettezza" nella circostanza che l'operatore abbia richiesto la fatturazione del traffico alla società Telecom "indiscriminatamente", omettendo di adottare gli accorgimenti necessari per tutelare i consumatori "vittime" inconsapevoli dei dialers auto-installanti.

dell'operatore di telefonia in posizione dominante sul mercato italiano tanto più che Elsacom invece non risulta aver mai fatto richieste di pagamento, anzi è invece provato che Elsacom non poteva influire sulle decisioni di Telecom Italia e degli altri operatori di accesso circa la determinazione del corrispettivo e delle modalità di riscossione, non avendo mai avuto contatti diretti con l'operatore di accesso”.

VISTO il proprio provvedimento n. 21002 del 14 aprile 2010, con cui l'Autorità ha avviato un nuovo procedimento per la rideterminazione della sanzione da irrogare alla società Elsacom S.p.A., per la violazione accertata con provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008, in contraddittorio con la Parte;

VISTI tutti gli atti del procedimento;

CONSIDERATO che la presente rideterminazione è eseguita in ottemperanza alla citata sentenza del TAR, ma non costituisce atto di acquiescenza ad essa da parte dell'Autorità;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LA PARTE

1. Elsacom S.p.A. (di seguito anche Elsacom), in qualità di società che gestisce in Italia numerazioni “satellitari internazionali” (00881939112150, 00881939180087, 00881939100505 e 008819130001). Nel 2009, il fatturato complessivo realizzato da Elsacom è stato pari a circa 2.350.000 euro, con un risultato negativo pari a circa 2.129.000 euro.

II. L'AVVIO DEL PROCEDIMENTO

2. A seguito della sentenza del TAR del Lazio, sez. I, n. 6446/09, depositata in data 3 luglio 2009, l'Autorità ha avviato il procedimento PS24BE – “*Rideterminazione sanzione PS24 Elsacom*”, al fine di provvedere alla rideterminazione della sanzione irrogata alla società Elsacom con il provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008, sulla base dei criteri indicati nella citata sentenza del TAR.

3. In particolare, sulla base di quanto rilevato nella sentenza del TAR del Lazio, sez. I, n. 6446/09, nel provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008 è stato indicato che non era possibile addebitare, per i motivi suindicati, a Elsacom una pratica aggressiva.

III. LE ARGOMENTAZIONI DIFENSIVE DELLA PARTE

4. La Parte, con memoria pervenuta in data 20 maggio 2010, ha rappresentato quanto segue:

– in via preliminare, la Parte ha fatto presente di aver proposto ricorso innanzi al Consiglio di Stato per l'accoglimento dei motivi di gravame respinti dal TAR nella parte in cui confermano la violazione dell'articolo 20 del Codice del Consumo accertata dall'Autorità con il provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008. Ai fini del procedimento in esame, la Parte ha rilevato che, per la rideterminazione della sanzione, è imprescindibile procedere ad un nuovo accertamento istruttorio volto a verificare l'effettiva sussistenza della predetta violazione, sospendendo il presente procedimento in attesa del definitivo pronunciamento del Consiglio di Stato. Una diversa valutazione significherebbe una sorta di convalida di un provvedimento amministrativo illegittimo

in contrasto con i principi di economicità e buon andamento dell'azione amministrativa sanciti dall'articolo 97 Cost. e 6 della Legge n. 249/1968;

– la Parte ha articolato alcune argomentazioni volte a considerare nel merito insussistente la violazione dell'articolo 20 del Codice del Consumo prospettata nel provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008. In sintesi, la Parte ha osservato che: *i)* non sussiste una relazione diretta fra Elsacom e il consumatore destinatario della pratica e, pertanto, non è rinvenibile uno dei presupposti soggettivi necessari per poter rinvenire una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 18 e ss. del Codice del Consumo; *ii)* rappresenta un assunto indimostrato la connessione fra la cessione delle numerazioni a soggetti terzi, oggetto di censura da parte dell'Autorità, e l'indebito utilizzo delle numerazioni da parte di ignoti soggetti terzi (c.d. *hackers* illeciti). In generale, nel Decreto Ministeriale n. 145/2006 richiamato dall'Autorità nel proprio provvedimento, non vi è alcuna disposizione che configura una posizione di vigilanza o di garanzia dell'operatore titolare della numerazione rispetto al centro servizi, unico soggetto tenuto a rispettare il divieto di cessione a terzi; *iii)* la condotta di Elsacom è stata conforme ai canoni di diligenza professionale sottesi alla disposizione di cui all'articolo 20 del Codice del Consumo come evincibile dalla previsione nel contratto con il centro servizi del divieto di cessione della numerazione, dalla sospensione spontanea della commercializzazione delle numerazioni 008818 e 008819 per il loro abusivo utilizzo e dall'adozione di una serie di sistemi di monitoraggio implementati nell'interesse dei consumatori;

– per quanto concerne la rideterminazione della sanzione, la Parte ha prospettato alcune considerazioni volte a configurare progressive riduzioni della sanzione tali da attestare l'importo finale nella misura del minimo edittale.

Innanzitutto, si dovrebbe procedere ad una diminuzione dell'importo applicato nel provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008 pari al 50%. In particolare, la pronuncia del TAR Lazio sez. I, n. 6446/09, si basa sul presupposto che l'Autorità abbia condotto due autonomi accertamenti relativi alla violazione rispettivamente dell'articolo 20 del Codice del Consumo, da un lato, e degli articoli 24 e ss. in tema di pratiche commerciali aggressive, dall'altro. Pertanto, caduta la seconda delle violazioni descritte a seguito del pronunciamento del giudice amministrativo, l'importo andrebbe diminuito della metà.

A tale prima decurtazione, andrebbero poi applicate ulteriori riduzioni in considerazione del fatto che a venir meno è una pratica aggressiva, infrazione ben più grave della mera violazione dell'articolo 20 del Codice del Consumo. Infine, riprendendo argomentazioni svolte per prospettare l'insussistenza dell'infrazione, andrebbero prese in considerazione i seguenti elementi: *a)* il carattere non grave dell'infrazione, posto che Elsacom ha posto in essere tutti i comportamenti necessari per evitare la condotta contestata dall'Autorità; *b)* l'atteggiamento collaborativo di Elsacom S.p.A. che si è tradotto in una serie di iniziative spontanee a tutela degli utenti; *c)* gli effetti trascurabili della condotta posto che, sul totale delle denunce rilevanti, la quota di addebiti per traffico verso numerazioni 008818 e 008819 è pari soltanto al $[0-20\%]^2$ pari a circa $[5.000-15.000]$ euro del fatturato di Elsacom di cui solo $[5.000-10.000]$ euro riferibili a traffico effettuato dopo il 21 settembre, data di inizio della presunta pratica commerciale in questione. In via connessa anche il vantaggio economico tratto dalla pratica appare ridotto; *d)* la circostanza che

l'infrazione è stata di breve durata; e) le condizioni economiche di difficoltà in cui versa Elsacom attestata da una perdita di bilancio pari a 2.129 euro, dalla chiusura definitiva della commercializzazione delle numerazioni 008818 e 008819 e dalla procedura di Cassa Integrazione per i dipendenti con decorrenza 2 novembre 2009.

IV. VALUTAZIONI GIURIDICHE

5. Occorre premettere che con la predetta sentenza n. 6446/09, il TAR Lazio ha confermato la legittimità della valutazione effettuata dall'Autorità in merito alla scorrettezza della pratica commerciale oggetto del provvedimento impugnato, salvo che per il profilo dell'aggressività della pratica stessa.

6. L'ambito del presente provvedimento è quindi circoscritto alla quantificazione della suddetta sanzione pecuniaria che va ad essere rideterminata sulla scorta delle valutazioni effettuate dai giudici amministrativi in riferimento alla sola gravità della violazione del Codice del Consumo come accertata in capo al professionista.

7. Nessun rilievo è stato sollevato in merito alla durata della pratica commerciale ai fini della determinazione della sanzione.

8. Analoghe considerazioni valgono con riferimento alle circostanze prospettate dal professionista nell'ambito della memoria del 20 maggio 2010 al fine di ottenere ulteriori riduzioni, fra cui le difficili condizioni economiche in cui essa verserebbe. Al riguardo si osserva che la mancata valutazione degli elementi prospettati dalla Parte non è stato oggetto di censura da parte del TAR Lazio nella sentenza 6n. 446/09. Più in generale, in considerazione della natura del presente procedimento, volto unicamente a dare ottemperanza alla citata sentenza del TAR Lazio senza procedere ad un riesame in via di autotutela amministrativa delle valutazioni svolte nel provvedimento di merito, si ritiene che le circostanze prospettate dalla Parte nelle proprie difese tese ad ottenere ulteriori riduzioni per circostanze nuove o diverse rispetto a quelle coperte dal provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008 rispetto a quelle prese in considerazione dal citato provvedimento dell'Autorità non possano avere rilievo in questa sede di mera rideterminazione delle sanzioni in stretta ottemperanza alla sentenza del TAR Lazio.

9. Tutto ciò premesso, posto che non è possibile addebitare a Elsacom S.p.A. una pratica aggressiva nei termini prospettati nella sentenza del TAR Lazio n. 6446/09, si ritiene di rideterminare l'ammenda, già irrogata a Elsacom S.p.A. con delibera n. 19051 del 30 ottobre 2008, nei seguenti termini:

Si ridetermina l'importo base della sanzione in 170.000 euro rispetto ai 340.000 euro precedentemente indicati nel provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008.

10. Rispetto all'importo base come sopra determinato, va condotta la valutazione di eventuali circostanze aggravanti e attenuanti. Nel caso di specie, così come effettuato nel provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008, si tiene conto *"dell'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare l'infrazione"*³, applicando un'ulteriore riduzione pari a 30.000 euro, così come effettuato

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

³ Elsacom, subito dopo l'apertura del procedimento ossia dal 26 febbraio 2008 ha sospeso in via cautelativa l'utilizzo di tutte le numerazioni con prefisso 008818 e 008819. Inoltre, Elsacom ha assunto iniziative ulteriori rispetto al

nel provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008. Alla luce di tali elementi, l'importo della sanzione è pari a 140.000 euro.

Rispetto all'importo come sopra rideterminato, va operata la medesima riduzione effettuata nel provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008, pari a 40.000 euro per perdite di bilancio.

Alla luce di tali elementi, l'importo rideterminato della sanzione è pari a 100.000 € (centomila euro).

Tutto ciò premesso e considerato;

DELIBERA

che la sanzione amministrativa pecuniaria da applicare alla società Elsacom S.p.A. per i comportamenti alla stessa ascritti nel provvedimento dell'Autorità n. 19051 del 30 ottobre 2008, venga rideterminata nella misura di 100.000 € (centomila euro) salvo conguaglio ad esito del giudizio di appello.

Le sanzione amministrativa di cui sopra deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, con versamento diretto al Concessionario del Servizio della riscossione oppure mediante delega alla banca o alle Poste Italiane, presentando il modello allegato al presente provvedimento, così come previsto dal Decreto Legislativo 9 luglio 1997, n. 237.

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

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 27, comma 13, del Codice del Consumo, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

provvedimento cautelare del 27 marzo 2008, provvedendo a sospendere la riscossione dei pagamenti delle somme relative e chiamate/conessioni effettuate a partire dal 1 dicembre 2007 ed oggetto di reclami.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

PS24BF - RIDETERMINAZIONE SANZIONE TELEGEST ITALIA (PS24)*Provvedimento n. 21409*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 luglio 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*", come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146 (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il proprio provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008, adottato a conclusione del procedimento istruttorio relativo al caso PS24 - "*Telecom – fatturazione per chiamate satellitari e/o a numerazioni speciali*", con il quale è stato deliberato:

- i) che la società Telegest Italia S.r.l. in liquidazione - in qualità di cessionaria d'uso delle numerazioni satellitari e non geografiche - ha posto in essere una pratica scorretta ex artt. 20, comma 2, 24 e 25 del Codice del Consumo, consistente nella "*pretesa di pagamento relativa alla fornitura di servizi di comunicazione elettronica non richiesti in modo consapevole dagli utenti*";
- ii) che in ragione della gravità e durata della violazione accertata poteva ritenersi congrua, a carico della società Telegest Italia S.r.l. in liquidazione l'irrogazione di una sanzione amministrativa pecuniaria determinata in 115.000 euro;

VISTA la sentenza del TAR del Lazio, sez. I, n. 6456/09, depositata in data 6 luglio 2009, con la quale è stato accolto parzialmente il ricorso di Telegest Italia S.r.l. in liquidazione, limitatamente al capo del provvedimento impugnato che ha qualificato anche "aggressiva", oltre che ingannevole, la pratica commerciale posta in essere dalla società, con conseguente annullamento del provvedimento dell'Autorità nella parte relativa alla quantificazione della suddetta sanzione;

VISTO, altresì, che il TAR ha rimesso alla stessa Autorità il compito di rideterminare la sanzione irrogata alla società Telegest Italia S.r.l. in liquidazione, evidenziando, per la pratica di cui al punto i), che non è possibile addebitare a Telegest Italia S.r.l. in liquidazione una pratica aggressiva¹, "*in quanto, come chiarito nel corso del procedimento, è l'operatore di accesso ad avere un rapporto diretto di utenza con i destinatari finali dei servizi prestati attraverso le NNG assegnate agli OLO, per conto dei quali, in virtù di obblighi regolamentari, gestisce il servizio di fatturazione e recupero crediti. Appare allora dubbio che, nel caso in esame, tale forma di "pressione" possa essere esercitata da parte di operatori che non hanno rapporti diretti di utenza con il consumatore finale. Né appare verosimile che forme di "indebito condizionamento" siano concretamente esercitabili nei confronti dell'operatore di telefonia in posizione dominante sul mercato italiano. In tale ottica, la mera richiesta di pagamento da parte degli OLO della quota di pertinenza della tariffa praticata da Telecom ai consumatori, non appare una condotta autonomamente rilevante, o comunque avente profili di maggiore gravità, rispetto a quella, parimenti stigmatizzata*

¹ L'Autorità ha ravvisato siffatto profilo di "scorrettezza" nella circostanza che l'operatore abbia richiesto la fatturazione del traffico alla società Telecom "indiscriminatamente", omettendo di adottare gli accorgimenti necessari per tutelare i consumatori "vittime" inconsapevoli dei dialers auto-installanti.

dall'Autorità, relativa all'omissione degli accorgimenti necessari per tutelare i consumatori "vittime" inconsapevoli dei dialers auto-installanti";

VISTO il proprio provvedimento n. 21005 del 14 aprile 2010, con cui l'Autorità ha avviato un nuovo procedimento per la rideterminazione della sanzione da irrogare alla società Telegest Italia S.r.l. in liquidazione, per la violazione accertata con provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008, in contraddittorio con la Parte;

VISTI tutti gli atti del procedimento;

CONSIDERATO che la presente rideterminazione è eseguita in ottemperanza alla citata sentenza del TAR, ma non costituisce atto di acquiescenza ad essa da parte dell'Autorità;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LA PARTE

1. Telegest Italia S.r.l. in liquidazione (di seguito anche Telegest), in qualità di cessionaria della numerazione speciale 89223370.

II. L'AVVIO DEL PROCEDIMENTO

2. A seguito della sentenza del TAR del Lazio, sez. I, n. 6456/09, depositata in data 6 luglio 2009, l'Autorità ha avviato il procedimento PS24BF "*Rideterminazione sanzione PS24Telegest Italia*", al fine di provvedere alla rideterminazione della sanzione irrogata alla società Telegest con il provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008, sulla base dei criteri indicati nella citata sentenza del TAR.

3. In particolare, sulla base di quanto rilevato nella sentenza del TAR del Lazio, sez. I, n. 6456/09, nel provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008 è stato indicato che non era possibile addebitare, per i motivi suindicati, a Telegest una pratica aggressiva.

III. LE ARGOMENTAZIONI DIFENSIVE DELLA PARTE

4. La Parte, cui il provvedimento di avvio del procedimento n. 21003 del 14 aprile 2010 risulta notificato in data 4 maggio 2010, non ha prodotto alcuna nota di difesa.

IV. VALUTAZIONI GIURIDICHE

5. Occorre premettere che con la predetta sentenza n. 6456/09, il TAR Lazio ha confermato la legittimità della valutazione effettuata dall'Autorità in merito alla scorrettezza della pratica commerciale oggetto del provvedimento impugnato, salvo che per il profilo dell'aggressività della pratica stessa.

6. L'ambito del presente provvedimento è quindi circoscritto alla quantificazione della suddetta sanzione pecuniaria che va ad essere rideterminata sulla scorta delle valutazioni effettuate dai giudici amministrativi in riferimento alla sola gravità della violazione del Codice del Consumo come accertata in capo al professionista.

7. Nessun rilievo è stato sollevato in merito alla durata della pratica commerciale ai fini della determinazione della sanzione.

8. Tutto ciò premesso, posto che non è possibile addebitare a Telegest Italia S.r.l. in liquidazione una pratica aggressiva nei termini prospettati nella sentenza del TAR Lazio n. 6447/09, si ritiene di rideterminare l'ammenda, già irrogata a Telegest Italia S.r.l. in liquidazione con delibera n. 19051 del 30 ottobre 2008, nei seguenti termini.

Si ridetermina l'importo base della sanzione in 57.500 euro rispetto ai 115.000 euro precedentemente indicati nel provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008. Alla luce di tali elementi, l'importo rideterminato della sanzione è pari a 57.500 € (cinquantasettemilacinquecento euro).

Tutto ciò premesso e considerato;

DELIBERA

che la sanzione amministrativa pecuniaria da applicare alla società Telegest Italia S.r.l. in liquidazione per i comportamenti alla stessa ascritti nel provvedimento dell'Autorità n. 19051 del 30 ottobre 2008, venga rideterminata nella misura di 57.500 € (cinquantasettemilacinquecento euro) salvo conguaglio ad esito del giudizio di appello.

Le sanzione amministrativa di cui sopra deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, con versamento diretto al Concessionario del Servizio della riscossione oppure mediante delega alla banca o alle Poste Italiane, presentando il modello allegato al presente provvedimento, così come previsto dal Decreto Legislativo 9 luglio 1997, n. 237.

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

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 27, comma 13, del Codice del Consumo, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

PS24BG - RIDETERMINAZIONE SANZIONE NOATEL (PS24)*Provvedimento n. 21410*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 luglio 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante “*Codice del Consumo*”, come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146 (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il proprio provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008, adottato a conclusione del procedimento istruttorio relativo al caso PS24 - “*Telecom – fatturazione per chiamate satellitari e/o a numerazioni speciali*”, con il quale è stato deliberato:

- i) che la società Noatel S.p.A. già Karupa S.p.A. ha posto in essere una pratica scorretta ex artt. 20, comma 2, 24 e 25 del Codice del Consumo, consistente nella “*pretesa di pagamento relativa alla fornitura di servizi di comunicazione elettronica non richiesti in modo consapevole dagli utenti*”;
- ii) che in ragione della gravità e durata della violazione accertata poteva ritenersi congrua, a carico della società NOATEL S.p.A. l'irrogazione di una sanzione amministrativa pecuniaria determinata in 255.000 euro;

VISTA la sentenza del TAR del Lazio, sez. I, n. 6457/09, depositata in data 6 luglio 2009, con la quale è stato accolto parzialmente il ricorso di NOATEL S.p.A., limitatamente al capo del provvedimento impugnato che ha qualificato anche “*aggressiva*”, oltre che ingannevole, la pratica commerciale posta in essere dalla società, con conseguente annullamento del provvedimento dell'Autorità nella parte relativa alla quantificazione della suddetta sanzione;

VISTO, altresì, che il TAR ha rimesso alla stessa Autorità il compito di rideterminare la sanzione irrogata alla società NOATEL S.p.A., evidenziando, per la pratica di cui al punto i), che non è possibile addebitare a NOATEL S.p.A. una pratica aggressiva¹, “*sulla base di un duplice ordine di argomentazioni: perché appare, in astratto, discutibile che l'indebita pressione sul consumatore finale, nella quale deve tradursi la condotta illecita tipica, possa essere realizzata da un professionista che, come la società in oggetto, non intrattenga rapporti di utenza direttamente con il consumatore medesimo; perché, in ogni caso, la mera richiesta di pagamento della quota di propria pertinenza della tariffa praticata dall'operatore telefonico non realizzerebbe detta condotta illecita*”[...]. Come chiarito nel corso del procedimento, è l'operatore di accesso ad avere un rapporto diretto di utenza con i destinatari finali dei servizi prestati attraverso le NNG assegnate agli OLO, per conto dei quali, in virtù di obblighi regolamentari, gestisce il servizio di fatturazione e recupero crediti. Appare allora dubbio che, nel caso in esame, tale forma di “*pressione*” possa essere esercitata da parte di operatori che non hanno rapporti diretti di utenza con il consumatore finale. Né appare verosimile che forme di “*indebito condizionamento*” siano

¹ L'Autorità ha ravvisato siffatto profilo di “*scorrettezza*” nella circostanza che l'operatore abbia richiesto la fatturazione del traffico alla società Telecom “*indiscriminatamente*”, omettendo di adottare gli accorgimenti necessari per tutelare i consumatori “*vittime*” inconsapevoli dei dialers auto-installanti.

concretamente esercitabili nei confronti dell'operatore di telefonia in posizione dominante sul mercato italiano";

VISTO il proprio provvedimento n. 21004 del 14 aprile 2010, con cui l'Autorità ha avviato un nuovo procedimento per la rideterminazione della sanzione da irrogare alla società NOATEL S.p.A., per la violazione accertata con provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008, in contraddittorio con la Parte;

VISTI tutti gli atti del procedimento;

CONSIDERATO che la presente rideterminazione è eseguita in ottemperanza alla citata sentenza del TAR, ma non costituisce atto di acquiescenza ad essa da parte dell'Autorità;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LA PARTE

1. Noatel S.p.A. già Karupa S.p.A.² (di seguito anche Noatel), in qualità di società assegnataria della numerazione speciale 89223370. Nel 2008, il fatturato complessivo realizzato da Noatel è stato pari a circa 12.349.000 euro, con un risultato negativo pari a circa 144.464 euro.

II. L'AVVIO DEL PROCEDIMENTO

2. A seguito della sentenza del TAR del Lazio, sez. I n. 6457/09, depositata in data 6 luglio 2009, l'Autorità ha avviato il procedimento PS24BG "*Rideterminazione sanzione PS24 Noatel*", al fine di provvedere alla rideterminazione della sanzione irrogata alla società Noatel con il provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008, sulla base dei criteri indicati nella citata sentenza del TAR.

3. In particolare, sulla base di quanto rilevato nella sentenza del TAR del Lazio, sez. I, n. 6457/09, nel provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008 è stato indicato che non era possibile addebitare, per i motivi suindicati, a Noatel una pratica aggressiva.

III. LE ARGOMENTAZIONI DIFENSIVE DELLA PARTE

4. La Parte, cui il provvedimento di avvio del procedimento n. 21004 del 14 aprile 2010 risulta notificato in data 5 maggio 2010, non ha prodotto alcuna nota di difesa.

IV. VALUTAZIONI GIURIDICHE

5. Occorre premettere che con la predetta sentenza n. 6457/09, il TAR Lazio ha confermato la legittimità della valutazione effettuata dall'Autorità in merito alla scorrettezza della pratica commerciale oggetto del provvedimento impugnato, salvo che per il profilo dell'aggressività della pratica stessa.

6. L'ambito del presente provvedimento è quindi circoscritto alla quantificazione della suddetta sanzione pecuniaria che va ad essere rideterminata sulla scorta delle valutazioni effettuate dai

² In data 24 febbraio 2009, la società Karupa S.p.A. ha cambiato denominazione sociale in NOATEL S.p.A. (fonte Cerved).

giudici amministrativi in riferimento alla sola gravità della violazione del Codice del Consumo come accertata in capo al professionista.

7. Nessun rilievo è stato sollevato in merito alla durata della pratica commerciale ai fini della determinazione della sanzione.

8. Tutto ciò premesso, posto che non è possibile addebitare a Noatel S.p.A. in liquidazione una pratica aggressiva nei termini prospettati nella sentenza del TAR Lazio n. 6457/09, si ritiene di rideterminare l'ammenda, già irrogata a Noatel S.p.A. con delibera n. 19051 del 30 ottobre 2008, nei seguenti termini.

Si ridetermina l'importo base della sanzione in 127.500 euro rispetto ai 255.000 euro precedentemente indicati nel provvedimento n. 19051 del 30 ottobre 2008. Alla luce di tali elementi, l'importo rideterminato della sanzione è pari a 127.500 € (centoventisettemilacinquecento euro).

Tutto ciò premesso e considerato;

DELIBERA

che la sanzione amministrativa pecuniaria da applicare alla società Noatel S.p.A. per i comportamenti alla stessa ascritti nel provvedimento dell'Autorità n. 19051 del 30 ottobre 2008, venga rideterminata nella misura di 127.500 € (centoventisettemilacinquecento euro), salvo conguaglio ad esito del giudizio d'appello.

Le sanzione amministrativa di cui sopra deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, con versamento diretto al Concessionario del Servizio della riscossione oppure mediante delega alla banca o alle Poste Italiane, presentando il modello allegato al presente provvedimento, così come previsto dal Decreto Legislativo 9 luglio 1997, n. 237.

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

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 27, comma 13, del Codice del Consumo, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8, comma 2, del Decreto del Presidente della

Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

PS195B – ALIXIR-RIDETERMINAZIONE SANZIONE

Provvedimento n. 21411

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 luglio 2010;

SENTITO il Relatore Presidente Antonio Catricalà;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*", come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146 (di seguito, *Codice del Consumo*);

VISTO il proprio provvedimento n. 18721 del 7 agosto 2008, adottato a conclusione del procedimento istruttorio relativo al caso PS195 - *Alixir* - *vivi al meglio*, con il quale è stato deliberato: *i)* che la società Barilla G. e R. Fratelli S.p.A. (di seguito, anche Barilla) ha posto in essere una pratica scorretta *ex artt.* 20 e 21 del *Codice del Consumo*, consistente nella pubblicizzazione dei prodotti della linea "*Alixir*" attraverso le confezioni nonché con una campagna pubblicitaria realizzata a partire dal mese di settembre 2007 fino al mese di giugno 2008; *ii)* che in ragione della gravità e durata della violazione accertata poteva ritenersi congrua, a carico della società Barilla, l'irrogazione di una sanzione amministrativa pecuniaria determinata in 200.000 euro;

VISTA la sentenza del TAR del Lazio, sez. I, n. 314/2010, depositata in data 18 gennaio 2010, con la quale è stato accolto parzialmente il ricorso della società Barilla avverso il suddetto provvedimento, con conseguente annullamento della decisione dell'Autorità nella parte relativa alla quantificazione della sanzione;

VISTA, in particolare, la motivazione di tale sentenza del TAR del Lazio, che, in parziale accoglimento del ricorso presentato dalla società Barilla, ha affermato: "*la sanzione irrogata alla ricorrente, oggettivamente elevata, appare sproporzionata ed incongrua in quanto, da un lato, la gravità delle violazioni risulta inferiore a quella ipotizzata all'avvio del procedimento, dall'altro, che la linea Alixir, nell'ambito della complessiva produzione della Barilla, non sembra avere un rilievo preponderante*";

VISTO altresì, che il TAR del Lazio ha rimesso all'Autorità il compito di procedere alla rideterminazione della sanzione irrogata alla società Barilla, alla luce dei seguenti criteri: considerazione della minore gravità delle violazioni riscontrate con il provvedimento n. 18721 del 7 agosto 2008, rispetto alla condotta ipotizzata all'avvio del procedimento; considerazione dell'incidenza della linea "*Alixir*" nell'ambito della produzione complessiva di Barilla;

VISTO il proprio provvedimento n. 21139 del 19 maggio 2010, con cui l'Autorità ha avviato un nuovo procedimento per la rideterminazione della sanzione da irrogare alla società Barilla, per la violazione accertata con provvedimento n. 18721 del 7 agosto 2008, in contraddittorio con la Parte;

VISTI tutti gli atti del procedimento;

CONSIDERATO che la presente rideterminazione è eseguita in ottemperanza alla sentenza del TAR, ma non costituisce atto di acquiescenza ad essa da parte dell'Autorità;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LA PARTE

1. La società Barilla G. e R. Fratelli S.p.A. opera nel settore della produzione e commercializzazione di prodotti alimentari. Nell'esercizio relativo all'anno 2008 ha realizzato ricavi pari a circa 2,4 miliardi di euro.

II. L'AVVIO DEL PROCEDIMENTO

2. A seguito della sentenza del TAR del Lazio, sez. I, n. 314/2010, depositata in data 18 gennaio 2010, l'Autorità ha avviato, con provvedimento del 19 maggio 2010¹, il procedimento PS195B - *Alixir - rideterminazione sanzione*, al fine di provvedere alla rideterminazione della sanzione irrogata alla società Barilla con il provvedimento n. 18721 del 7 agosto 2008², sulla base dei criteri indicati nella citata sentenza del TAR del Lazio. In particolare, nel provvedimento di avvio è stato indicato che l'Autorità avrebbe proceduto alla rideterminazione della sanzione alla luce sei seguenti criteri:

- considerazione della minore gravità delle violazioni riscontrate con il provvedimento n. 18721 del 7 agosto 2008, rispetto alla condotta ipotizzata all'avvio del procedimento;
- considerazione dell'incidenza della linea *Alixir* nell'ambito della produzione complessiva di Barilla.

III. LE ARGOMENTAZIONI DELLA PARTE

3. La Parte, con memoria pervenuta in data 30 giugno 2010, ha rappresentato, relativamente al primo dei due criteri per la rideterminazione della sanzione, che la pratica ritenuta scorretta a conclusione del procedimento PS195 costituisce un'infrazione notevolmente meno grave rispetto a quanto era stato ipotizzato con l'atto di avvio del procedimento stesso. È risultata insussistente, infatti, la seconda ipotesi di pratica scorretta, quella della pubblicità non trasparente.

4. Quanto al secondo criterio da applicare a seguito della sentenza, Barilla ha rappresentato che vanno presi in considerazione, ai fini della rideterminazione della sanzione, i dati di fatturato della linea *Alixir* negli anni 2007 e 2008, nei quali è stata diffusa la pubblicità oggetto del provvedimento adottato dall'Autorità a conclusione del procedimento PS195.

Più specificamente, secondo Barilla dovrebbero valere i dati del solo primo semestre dell'anno, in quanto il provvedimento dell'Autorità del 7 agosto 2008 ha preso in considerazione, come termine finale della diffusione della pubblicità, il giugno 2008 e successivamente a tale provvedimento Barilla ha immediatamente adeguato la sua comunicazione alle prescrizioni in esso contenute. Poiché per Barilla non è possibile estrapolare i dati relativi al solo primo semestre 2008, devono essere ridotti tendenzialmente alla metà, secondo la Società, i dati del 2008.

Premesso quanto sopra, il valore della produzione della linea *Alixir* è stato nel 2007, anno di prima immissione di tale linea sul mercato, pari a [1-10]³ milioni di euro e nel 2008 pari a [1-10] milioni

¹ Pubblicato nel Bollettino dell'Autorità n. 21/2010.

² Pubblicato nel Bollettino dell'Autorità n. 31/2008.

³ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

di euro. In tal modo, i prodotti *Alixir* rappresentano una parte marginale del fatturato della società, in particolare *[meno dell'1%]*.

In ragione della misura limitata delle vendite dei prodotti *Alixir*, sono scarsi, secondo Barilla, gli effetti della comunicazione pubblicitaria ritenuta ingannevole dall'Autorità.

Barilla ha inoltre fatto presente che la linea *Alixir* è stata in forte perdita nel 2007 e nel 2008, in quanto i relativi costi di produzione sono stati pari a *[omissis]*.

IV. VALUTAZIONI GIURIDICHE

5. Occorre premettere che con la predetta sentenza n. 314/10, il TAR Lazio ha confermato la legittimità della valutazione effettuata dall'Autorità in merito alla scorrettezza della pratica commerciale oggetto del provvedimento impugnato, accogliendo talune censure avanzate da parte ricorrente solo al fine di una diversa quantificazione della sanzione già irrogata.

6. L'ambito del presente provvedimento è quindi circoscritto alla quantificazione della suddetta sanzione pecuniaria che va ad essere rideterminata sulla base delle valutazioni effettuate dal giudice amministrativo in riferimento alla sola gravità della violazione del Codice del Consumo come accertata in capo al professionista.

7. Ciò premesso, in ordine alla quantificazione della sanzione, alla luce delle indicazioni fornite dal giudice amministrativo, occorre tenere conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'art. 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'art. 27, comma 13, del Codice del Consumo, in particolare, della gravità della violazione, dell'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare l'infrazione, della personalità dell'agente, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

8. Con la menzionata sentenza, il TAR Lazio non ha formulato rilievi in merito alle singole considerazioni contenute nel provvedimento dell'Autorità ai fini della quantificazione della sanzione, riguardanti: la dimensione dell'impresa autrice dell'infrazione; l'ampiezza e la durata della campagna promozionale costituente l'accertata pratica commerciale scorretta; la durata della diffusione delle confezioni recanti diciture ingannevoli; la natura dei prodotti - di largo consumo - e la non ancora intervenuta approvazione di un elenco di *claim* assentito a livello comunitario, circostanza che richiede una particolare attenzione ed una maggiore cautela da parte delle imprese alimentari.

9. Il TAR Lazio ha invece censurato la mancanza, nel provvedimento dell'Autorità, di due ulteriori elementi di valutazione ai fini della sanzione.

10. Tutto ciò premesso, si ritiene di rideterminare l'ammenda, già irrogata a Barilla S.p.A., applicando due riduzioni all'importo di 200.000 € determinato con il provvedimento n. 18721 del 7 agosto 2008.

11. Ai fini della prima riduzione, si osserva che il procedimento *PSI95* ha avuto un duplice oggetto, individuato nella comunicazione di avvio del 14 febbraio 2008: a) l'eventuale natura commerciale di una presunta fattispecie di pubblicità non trasparente, rappresentata dai contenuti di un articolo pubblicato sul periodico *Panorama* il 4 ottobre 2007, in possibile violazione degli articoli 19, 20, 21, 22 e 23, comma 1, lettera *m*), del Codice del Consumo; b) l'eventuale scorrettezza della pratica commerciale consistente nella pubblicizzazione dei prodotti della linea *Alixir* attraverso le confezioni nonché con una campagna pubblicitaria a partire dalla fine di

settembre 2007 fino a giugno 2008, in possibile violazione degli articoli 19, 20, 21 22 e 23 del Codice del Consumo.

L'ipotesi di pubblicità non trasparente sub a) non ha trovato riscontri a conclusione del procedimento, mentre sono stati accertati profili di ingannevolezza relativamente all'oggetto sub b), in violazione degli articoli 20 e 21 del Codice del Consumo (a fronte di una contestazione che nell'atto di avvio del procedimento, come sopra riportato, faceva riferimento anche agli articoli 19, 22 e 23).

12. In proposito non può essere condiviso quanto rappresentato da Barilla, secondo cui avrebbe avuto maggiore rilevanza l'ipotesi - che non ha trovato riscontro - di pubblicità non trasparente. La pratica scorretta accertata, infatti, era stata realizzata dal professionista attraverso una vasta ed articolata campagna pubblicitaria per lanciare la nuova linea di prodotti *Alixir*, nell'ambito della quale le accertate violazioni degli articoli 20 e 21 del Codice del Consumo hanno avuto un ruolo rilevante.

13. Tenuto conto di quanto precede, e di quanto indicato dal TAR Lazio nella sentenza n. 314/10, viene quantificata una riduzione di 40.000 euro sull'importo della sanzione di cui al citato provvedimento del 7 agosto 2008.

14. Quanto al secondo elemento di riduzione della sanzione, si osserva che, come sopra riportato, il valore della produzione della linea *Alixir* è stato nel 2007 pari a [1-10] milioni di euro e nel 2008 pari a [1-10] milioni di euro.

Tali dati, di entità non trascurabile come valore assoluto, rappresentano una percentuale limitata, del fatturato totale e del fatturato italiano di Barilla.

15. Contrariamente a quanto sostenuto da Barilla nella memoria pervenuta in data 30 giugno 2010, gli stessi dati relativi alla linea *Alixir* non possono essere ritenuti tali da far escludere l'idoneità della pratica scorretta a produrre rilevanti effetti nei confronti dei consumatori, in quanto l'illecito in questione è un illecito di pericolo e va correttamente parametrato all'ampiezza e diffusione della pratica e quindi alla capacità prospettica di indurre in errore i consumatori. In particolare, non si tiene specificamente conto della perdita evidenziata da Barilla relativamente alla linea *Alixir* in quanto non figura tra i criteri di rideterminazione indicati nella sentenza del TAR Lazio.

16. Considerato quanto sopra, ed alla luce della necessità di assicurare comunque un'efficacia deterrente alla sanzione considerata la dimensione economica dell'impresa responsabile dell'infrazione, così come indicato dal TAR Lazio nella sentenza n. 314/10, la seconda riduzione della sanzione viene quantificata in ulteriori 40.000 euro.

17. La riduzione complessiva dell'importo della sanzione, rispetto al provvedimento del 7 agosto 2008, è, pertanto, di 80.000 euro.

L'importo della sanzione è, dunque, di 120.000 euro, salvo conguaglio all'esito della decisione del Consiglio di Stato.

Tutto ciò premesso e considerato;

DELIBERA

che la sanzione amministrativa pecuniaria da applicare alla Parte per i comportamenti alla stessa ascritti nel provvedimento dell'Autorità n. 18721 del 7 agosto 2008, è rideterminata nella misura di 120.000 € (centoventimila euro).

La sanzione amministrativa di cui sopra deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, con versamento diretto al Concessionario del Servizio della riscossione oppure mediante delega alla banca o alle Poste Italiane, presentando il modello allegato al presente provvedimento, così come previsto dal Decreto Legislativo 9 luglio 1997, n. 237.

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

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 27, comma 13, del Codice del Consumo, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

PS1750 - UNICREDIT BANCA DI ROMA-OSTRUZIONISMO CHIUSURA C/C*Provvedimento n. 21414*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 luglio 2010;

SENTITO il Relatore Presidente Antonio Catricalà;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*", come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146 (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette*", adottato con delibera dell'Autorità del 15 novembre 2007, pubblicata nella G.U. n. 283 del 5 dicembre 2007, ed entrato in vigore il 6 dicembre 2007 (di seguito, Regolamento);

VISTO il proprio provvedimento del 4 febbraio 2010, con il quale è stato disposto l'accertamento ispettivo, ai sensi dell'art. 27, commi 2 e 3, del Codice del Consumo, presso la sede di UniCredit Banca di Roma S.p.A.;

VISTO il proprio provvedimento del 28 aprile 2010, con il quale, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per particolari esigenze istruttorie;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1.UniCredit Banca di Roma S.p.A. (di seguito anche "UCBR" o "la Banca"), in qualità di professionista ai sensi dell'art. 18, lettera b), del Codice del Consumo. La società, appartenente al Gruppo Bancario UniCredit, esercita l'attività di banca commerciale e ha realizzato nel 2008 un fatturato, calcolato applicando in via analogica i criteri utilizzati in materia di comunicazione delle concentrazioni nel settore bancario di cui all'art. 16, comma 2, della legge n. 287/90, pari a circa 4,2 miliardi di euro e un utile netto di circa 40 milioni di euro.

2.Consorzio PattiChiari (di seguito anche "PattiChiari" o "il Consorzio"), consorzio di banche avente quale finalità statutaria la promozione della qualità e dell'efficienza nei rapporti banca-cliente e l'educazione finanziaria, a seguito di istanza di partecipazione al procedimento accolta in data 6 maggio 2010.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

3.Il presente procedimento concerne il comportamento che sarebbe stato posto in essere da UCBR nell'ambito delle operazioni di estinzione dei rapporti di conto corrente, consistente:

a)nel non aver dato pronto seguito alle richieste di chiusura presentate dai consumatori, omettendo altresì di comunicare tempestivamente eventuali circostanze ostative all'esecuzione di dette disposizioni e, al tempo stesso, continuando ad addebitare le spese connesse alla tenuta del conto (es. canone, imposta di bollo);

b) nell'impedire, ai correntisti intestatari di un rapporto di finanziamento le cui rate di rimborso sono regolate con addebito permanente sul conto corrente, di estinguere il conto mantenendo in essere il rapporto di finanziamento;

c) nel mancato rispetto dell'“Impegno per la Qualità” assunto nell'ambito del Consorzio PattiChiari e denominato “Monitoraggio dei tempi medi di chiusura dei conti correnti” (di seguito, “l'Impegno”), in quanto, per le richieste di estinzione ricevute in forma diversa dalla presentazione allo sportello, la rilevazione del tempo di chiusura conto sarebbe stata effettuata in modalità non conforme a quanto previsto dall'Impegno.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

4. Sulla base di informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo e delle segnalazioni di alcuni consumatori, relative alle tempistiche lunghe e incerte con cui UCBR dava seguito alle richieste di estinzione dei conti correnti, in data 8 febbraio 2010 è stato comunicato al professionista l'avvio del procedimento istruttorio n. PS1750, in relazione alla condotta descritta al precedente paragrafo II sub a), per presunta violazione degli artt. 20, 24 e 25, comma 1, lettera d), del Codice del Consumo.

5. Nella medesima data, è stato svolto un accertamento ispettivo presso la sede legale del professionista, a seguito del quale sono state acquisite al fascicolo informazioni e documentazione inerenti le procedure interne in materia nonché l'elenco dei reclami pervenuti da parte dei consumatori.

6. In data 23 febbraio e 16 aprile 2010, sulla base degli elementi acquisiti nel corso dell'istruttoria, l'oggetto del procedimento è stato esteso ai due ulteriori profili della condotta posta in essere dalla Banca, descritti al precedente paragrafo II sub b) e sub c), rispettivamente per presunta violazione degli artt. 20, 24 e 25, comma 1, lettera d), e dell'art. 21, comma 2, lettera b), del Codice del Consumo.

7. In data 24 marzo e 23 aprile 2010 sono state inviate due richieste di informazioni a UCBR.

8. La Banca ha depositato memorie difensive in data 24 febbraio, 10 e 19 marzo, 3 e 24 maggio e 30 giugno 2010.

9. In data 1° aprile 2010 il professionista è stato sentito in audizione.

10. In data 6 maggio 2010 è stata accolta l'istanza di partecipazione al procedimento presentata dal Consorzio PattiChiari in data 5 maggio 2010.

11. In data 5 luglio 2010 il Consorzio ha depositato una propria memoria.

12. In data 22 giugno 2010 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

2) Le evidenze acquisite

I tempi di estinzione dei conti correnti

13. Le operazioni di estinzione di conti correnti effettuate dal mese di settembre 2007 al 10 febbraio 2010 ammontano a circa *[alcune centinaia di migliaia]*¹.

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

14. Tuttavia, a causa delle modalità di archiviazione informatica della Banca, che mantengono traccia della data di richiesta di estinzione solo per un anno, i tempi di estinzione dei conti correnti sono ricavabili solo con riferimento a circa *[il 40% delle posizioni]*, di cui è stata richiesta la chiusura successivamente al 12 febbraio 2009.

15. I tempi medi, calcolati sui dati forniti dalla Banca su tale sottoinsieme di conti correnti estinti, risultano pari a 0,84 giorni solari. Nell'86% dei casi il conto risulta estinto il medesimo giorno della richiesta.

16. Invero, dalla documentazione afferente i reclami agli atti è emerso che, in un numero cospicuo di casi, la data di richiesta estinzione presente sui sistemi informatici della Banca risultava successiva, talvolta di gran lunga, a quella di ricezione della richiesta dei consumatori. Tale discrasia è stata motivata dalla Banca con la circostanza che l'applicazione informatica "WPS", attiva dal luglio 2009 per facilitare l'operatore di sportello nell'attività di estinzione dei conti correnti tramite un apposito *workflow*, è stata concepita per gestire le richieste effettuate in filiale e che, *"in caso di comunicazione inviata per posta, la data di richiesta risulta quella di avvio della lavorazione, ovvero di inserimento nella procedura "WPS" da parte dell'operatore"*² (che può pertanto essere successiva a quella di effettiva ricezione).

17. Da un riscontro puntuale effettuato sulle evidenze effettivamente disponibili su un campione di conti correnti estinti³, i tempi medi di chiusura ammontano a 9 giorni solari; il 52% dei rapporti risulta estinto il giorno stesso della richiesta.

Le condizioni contrattuali

18. I modelli di contratti di conto corrente ordinario in uso presso UCB⁴, nelle versioni del settembre 2007 e del luglio 2008, prevedevano il diritto del correntista e della Banca a recedere in qualsiasi momento dal contratto, dandone comunicazione per iscritto a mezzo raccomandata a.r. e con preavviso di 15 giorni di calendario; il recesso dal contratto determina la chiusura del conto. Nelle successive versioni dei contratti i termini per l'esercizio del recesso sono stati modificati, accorciando il preavviso ad un solo giorno. Dal gennaio 2010, fermi restando tali nuovi termini, a seguito dell'emanazione da parte della Banca d'Italia delle nuove *"Disposizioni in materia di trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari. Correttezza delle relazioni tra intermediari e clienti"*, è stato aggiunto alle norme che regolano i conti correnti di corrispondenza ed i servizi connessi un paragrafo recante *"Tempi massimi di chiusura del rapporto contrattuale"*. Esso prevede specificatamente che il cliente, ai fini dell'estinzione del rapporto, debba consegnare alla Banca la materialità relativa al conto ovvero ai servizi accessori ad esso collegati. Da tale momento, i tempi massimi di estinzione sono pari a 2 giorni lavorativi, aumentati di 1 giorno lavorativo in presenza di addebito di utenze e RID, di 4 giorni lavorativi in presenza di carte di debito, dei giorni lavorativi necessari per il ricevimento dell'ultimo rendiconto in presenza di carta di credito e dei giorni lavorativi necessari per il ricevimento del rendiconto successivo alla chiusura dei servizi Telepass e Viacard. In caso di ulteriori servizi collegati al conto corrente (es.

² Dichiarazione della Banca in audizione (doc. 51).

³ Rispetto al campione di 247 conti correnti estinti (selezionati casualmente nell'elenco dei conti estinti nel periodo considerato) su cui sono state chieste informazioni puntuali tramite la produzione di evidenze giustificative, le elaborazioni si riferiscono a 138 c/c su cui è stata prodotta la documentazione attestante la data di ricezione della richiesta di estinzione. Non sono stati considerati 79 conti per i quali la Banca non è riuscita a reperire la richiesta di chiusura conto presentata dal cliente e 30 conti estinti per iniziativa della Banca.

⁴ All. 1 al doc. 51.

conto deposito titoli) i tempi devono essere aumentati dei giorni lavorativi necessari per l'estinzione di questi ulteriori servizi. Si precisa infine che l'estinzione può essere effettuata solo a seguito del pagamento da parte del cliente di tutto quanto dovuto.

19. Nella pratica, gli effetti per il cliente che ha richiesto l'estinzione (*in primis* la cessazione della maturazione di bolli e spese fisse legate alla tenuta del conto) si producono “*al momento dell'estinzione contabile del conto corrente, ovvero quando, al termine del workflow di estinzione del conto corrente contenuto nella procedura “WPS”, il conto corrente viene estinto nella procedura “ERA”*”^{5,6}.

Le circostanze ostative all'estinzione dei conti correnti

20. Esistono alcune circostanze che impediscono alla Banca di dare corso a una richiesta di estinzione di un conto corrente, che sono: la necessità di attendere la contabilizzazione di addebiti relativi ad operazioni eseguite; la presenza di servizi accessori collegati al c/c (es. RID, Telepass, ordini continuativi di bonifico, ecc.), la cui disattivazione o trasferimento si pongono come preliminari alla chiusura del conto; la presenza di un saldo a debito per il cliente; la mancata restituzione, da parte del cliente, della materialità inerente i servizi collegati al conto corrente (es. assegni, carte di pagamento, etc.).

21. In presenza di una circostanza ostativa alla chiusura del rapporto, il conto, indipendentemente dalla sua utilizzazione, continua ad essere operativo e ad essere soggetto ai costi di gestione contrattualmente previsti⁷.

22. Nel caso si verifichi una di tali circostanze, il cliente viene informato per le vie brevi: *de visu* nel caso si rechi personalmente in agenzia per richiedere l'estinzione del conto, via telefono se la richiesta di estinzione viene trasmessa per posta o se la causa ostativa sopraggiunga successivamente alla presentazione della richiesta. Non è prevista un'informativa per iscritto, salvo casi di situazioni debitorie particolarmente gravi. Nello specifico caso di esistenza di un saldo debitore, come attestato anche dalle risposte ad alcuni reclami agli atti, la Banca ritiene comunque sufficiente, quale comunicazione della presenza di detta causa ostativa all'estinzione del rapporto, l'invio dell'estratto conto trimestrale, che palesa al consumatore la sussistenza di una situazione debitoria.

L'estinzione del conto corrente in presenza di finanziamento

23. Le procedure operative della Banca in materia di estinzione dei conti correnti non presentano peculiarità nel caso di cliente titolare di un rapporto di finanziamento regolato sul conto. Per il pagamento delle rate dei finanziamenti sono infatti disponibili modalità alternative dall'addebito in c/c, quali il pagamento “per cassa” presso un qualunque sportello italiano del Gruppo UniCredit e, dal novembre 2007, l'attivazione di un RID su un c/c intrattenuto presso un'altra banca⁸.

L'Impegno PattiChiari

24. Il Consorzio PattiChiari ha deliberato nell'ottobre 2008 il sistema degli “Impegni per la Qualità”, consistenti in 30 iniziative ad adozione obbligatoria per le banche consorziate riguardanti

⁵ Al buon esito di tutte le fasi del workflow, la procedura WPS produce un codice che deve essere utilizzato per estinguere contabilmente il c/c nella procedura ERA (Estinzione RAporti).

⁶ Dichiarazione della Banca in audizione (doc. 51).

⁷ Cfr. doc. 8.

⁸ Cfr. doc. 45 all. 11, 12 e 13.

la semplicità e la chiarezza dell'informazione, la mobilità, la qualità e l'accessibilità dei servizi, la sicurezza. Tra questi rientra l'impegno denominato "Monitoraggio dei tempi di chiusura del conto corrente", operativo dal marzo 2009, in base al quale *"tutte le operazioni di chiusura del conto corrente sono sottoposte a tracciatura e monitoraggio, rilevando così su base periodica il tempo impiegato dalla banca per svolgere le operazioni di chiusura"*. Rientrano nel perimetro dell'iniziativa tutti i prodotti di conto corrente in euro, con operatività destinata alla clientela privata, che presentano un saldo non negativo al termine del processo di estinzione. Sono esclusi dalla rilevazione i c/c chiusi per il trasferimento ad altra filiale della stessa banca.

25.L'Impegno prevede, in particolare, che la banca predisponga un sistema di monitoraggio per la rilevazione e misurazione dei tempi di chiusura dei c/c, aggregati in 4 classi definite in funzione dei servizi regolati sul conto⁹. Per ciascuna delle tipologie, i tempi medi di chiusura devono essere calcolati *"come medie semplici dei dati elementari relativi alle singole posizioni individuate"*. Il tempo di chiusura del conto corrente viene espressamente definito nell'Impegno come *"il numero dei giorni lavorativi intercorrenti tra la data di richiesta di chiusura con completa restituzione da parte del cliente dei materiali afferenti i servizi regolati sul conto (carta di debito, assegni, carta di credito, ...) e la data di riconoscimento al cliente del saldo residuo o la data di estinzione del c/c se successiva"*.

26.I tempi medi semestralmente rilevati dalle Banche sono oggetto di pubblicazione¹⁰ sul sito Internet del Consorzio, nonché su un prospetto informativo che la Banca deve consegnare al cliente su richiesta e in ogni caso al momento della domanda di chiusura del conto corrente.

27.Lo statuto del Consorzio assegna al Comitato di Consultazione, ovvero un organo terzo indipendente, le funzioni di controllo degli Impegni, prevedendo che esso elabori un modello completo ed integrato per il monitoraggio del rispetto degli "Impegni per la Qualità" da parte delle banche consorziate. Il modello di monitoraggio è attualmente in fase di predisposizione: la sua entrata in vigore è ipotizzata per il primo semestre del 2011.

⁹ Tipo 1: conto corrente con carta Bancomat per utilizzo nazionale

Tipo 2: conto corrente con altri servizi di pagamento, esclusi carta di credito, servizi Viacard e Telepass e dossier titoli

Tipo 3: conto corrente con dossier titoli, esclusi carta di credito e servizi Viacard e Telepass

Tipo 4: conto corrente con carta di credito e/o servizi Viacard e Telepass.

¹⁰ Le attività inerenti alla pubblicazione dei tempi medi sono contenute in un altro Impegno per la Qualità, denominato "Pubblicazione dei tempi medi di chiusura del conto corrente".

28. Di seguito si riportano i tempi medi di estinzione dei conti correnti¹¹ dichiarati e pubblicati dalla Banca nell'ambito dell'Impegno a partire dall'avvio dell'iniziativa:

	1° semestre 2009	2° semestre 2009
c/c tipologia 1	4	1
c/c tipologia 2	5	1
c/c tipologia 3	9	2
c/c tipologia 4	7	1

29. UCBR, per la rilevazione dei tempi di chiusura ai fini Patti Chiari, utilizza i dati memorizzati nella procedura "WPS", e in particolare i campi relativi alla "data di richiesta estinzione" e "alla data di estinzione"; tuttavia, la "data di richiesta estinzione" memorizzata dalla procedura fa riferimento alla data di inizio lavorazione da parte dell'operatore di sportello (e non a quella di effettiva ricezione della comunicazione del cliente). Da una verifica puntuale su un campione di conti correnti estinti¹², è emerso che in circa il 45% dei casi la data di richiesta di estinzione registrata sui sistemi informatici della Banca è successiva¹³ a quella effettiva risultante dal ricezione della richiesta del cliente, attestata dalla data del timbro della Banca, apposto sulla corrispondenza in ingresso, o dal timbro postale di ricezione.

3) *Le argomentazioni delle Parti*

UCBR

30. Nelle proprie memorie, UCBR ha sottolineato, preliminarmente, il carattere sporadico degli episodi in cui si sarebbe verificato un considerevole ritardo, imputabile alla Banca, nel processo di estinzione del conto corrente. Sia i reclami scritti, sia i reclami formulati oralmente (e registrati mediante la procedura "Q48") in cui si lamenta una tardiva estinzione del conto rappresenterebbero una percentuale estremamente ridotta delle estinzioni totali. I rari casi di ritardi più consistenti non sarebbero riconducibili a una politica commerciale consapevolmente adottata dalla Banca, bensì a singoli ed occasionali comportamenti, difforni da quelli standard, adottati da taluni dipendenti della Banca. Tale ultima considerazione sarebbe altresì valida per la contestazione relativa agli asseriti ostacoli all'estinzione del conto corrente in presenza di un rapporto di finanziamento: gli episodici casi in cui la Banca ha opposto un diniego sarebbero imputabili a errori dei singoli, in palese contrasto con le normative aziendali.

31. Negli ultimi anni la Banca avrebbe posto in essere numerose iniziative tese a semplificare e velocizzare, nell'interesse del cliente, il processo di estinzione del conto corrente. D'altro canto, la

¹¹ Misurati in giorni lavorativi.

¹² L'elaborazione è stata effettuata su 95 c/c ovvero la parte del predetto campione di 247 conti estinti per i quali la Banca ha rinvenuto la richiesta scritta del cliente e che in astratto rientrano nel perimetro dell'iniziativa.

¹³ Lo scostamento medio, nei casi in cui è stata rilevata la difformità descritta, risulta di 18 giorni solari.

Banca non avrebbe alcun interesse economico a mantenere in vita rapporti inattivi o per i quali sia stata richiesta l'estinzione, in quanto, anche in virtù delle scelte effettuate in merito alla definizione degli obiettivi commerciali, essi costituirebbero un onere più che una fonte di reddito, impattando altresì negativamente sulle rilevazioni relative al monitoraggio dei rischi.

32. Il disappunto del cliente nella fase di chiusura originerebbe dall'aspettativa di un'estinzione immediata a seguito della propria richiesta, che non sempre può essere soddisfatta, laddove ricorrano circostanze ostative o movimentazioni del conto successive alla richiesta di estinzione. Tali impedimenti risponderebbero ad una logica operativa necessaria e sarebbero comunque contrattualmente previsti.

33. Circa il rispetto dell'Impegno assunto dalla Banca in ambito PattiChiari, la concreta determinazione della data di richiesta di chiusura del conto, ovvero il primo termine che concorre a determinare il tempo impiegato per l'estinzione, dovrebbe essere effettuata tenendo conto del fatto che la Banca, a seguito della richiesta, deve in ogni caso verificare che non sussistano circostanze ostative all'estinzione. Ad ogni modo, ad avviso del professionista le informazioni rilevate per il monitoraggio dei tempi medi di chiusura dei conti correnti, pur rilevanti, non sarebbero per il consumatore determinanti al punto di incidere sulle sue scelte commerciali e, quindi, non sarebbero tali da indurlo a prendere decisioni di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso.

Consorzio PattiChiari

34. Nella propria memoria, PattiChiari ha rappresentato che *“le iniziative di autoregolamentazione, oltre a comportare un notevole sforzo finanziario da parte delle banche aderenti per la necessità di semplificare, automatizzare e standardizzare procedure nuove ed estranee alla struttura pre-esistente nelle diverse banche, hanno quale obiettivo la messa a disposizione della clientela di strumenti che agevolano una effettiva concorrenza tra gli operatori e il miglioramento della trasparenza dell'informazione al mercato”*. Pertanto, l'adesione al Consorzio – e conseguentemente agli Impegni – di per sé testimonierebbe una tensione al miglioramento delle banche che ne fanno parte, nel primario interesse del cliente.

35. Per una corretta valutazione dell'eventuale sussistenza di una pratica commerciale scorretta, dovrebbe essere opportunamente considerata l'attuale fase di *start-up* della nuova autoregolamentazione di settore, nonché il processo accelerato di adozione di nuovi standard di comportamento verso la propria clientela che i consorziati hanno avviato e stanno realizzando.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

36. Le condotte contestate a UCBR consistono nell'adozione di comportamenti ostruzionistici e contrari alla diligenza professionale nelle operazioni di estinzione dei conti correnti, nonché nel mancato rispetto dell'Impegno sul monitoraggio dei tempi di chiusura dei c/c assunto nell'ambito del Consorzio PattiChiari.

37. Le risultanze istruttorie hanno evidenziato tempistiche mediamente accettabili nelle estinzioni dei conti correnti. Pur sussistendo casi di consistente ritardo nel dar seguito alla richiesta del consumatore recedente, essi appaiono ascrivibili a eventi sporadici, tali da non qualificare la condotta tenuta dal professionista come illecita ai sensi del Codice del Consumo. L'istruttoria non ha altresì evidenziato profili di scorrettezza nella condotta della Banca relativa all'estinzione del

conto corrente in presenza di un finanziamento su di esso regolato. Le procedure interne della Banca prodotte in atti attestano, infatti, la possibilità per il titolare di finanziamento che decida di estinguere il conto di disporre una variazione della modalità di pagamento delle rate, scegliendo il pagamento in contanti presso un qualunque sportello in Italia delle banche del Gruppo UniCredit o l'addebito tramite RID su un conto intrattenuto presso un altro Istituto. Non è stato pertanto ravvisato alcun ostacolo, per i correntisti intestatari di un rapporto di finanziamento le cui rate di rimborso sono regolate con addebito permanente sul conto corrente, all'estinzione del conto corrente in presenza di un rapporto di finanziamento.

38. Risulta invece censurabile la condotta tenuta da UCBR consistente nel non comunicare adeguatamente ai consumatori le motivazioni per cui la Banca non può evadere le disposizioni di chiusura dei conti correnti. A fronte di una richiesta la cui forma scritta è contrattualmente prevista, non appare dotata di pari forma e valore la modalità definita dalla Banca per comunicare al cliente l'impossibilità di darvi seguito. Sebbene la comunicazione per le vie brevi consenta la celere definizione di situazioni di non particolare complessità, essa non può essere considerata l'unica forma di risposta a una istanza scritta del cliente di esercizio del diritto di recesso, soprattutto ove non risolutiva della problematica emersa.

39. Parimenti, non può ritenersi sufficiente il mero invio dell'estratto conto periodico per comunicare al cliente la presenza di un saldo debitore che non permette la chiusura del conto: in caso di impossibilità a procedere all'estinzione, è ragionevole che il cliente si attenda un riscontro tempestivo della Banca, che chiarisca espressamente le motivazioni che non consentono di dare seguito alla richiesta e lo ponga nelle condizioni di attivarsi prontamente al fine di rimuovere l'impedimento. La semplice ricezione dell'estratto conto, come attestato da numerosi reclami agli atti, informa implicitamente il consumatore della persistenza del rapporto, ma non gli dà contezza delle motivazioni della mancata estinzione, inducendolo a ritenere che la stessa dipenda esclusivamente da un disservizio della Banca.

40. Dall'istruttoria emerge altresì che il consumatore recedente patisca l'addebito dei costi connessi alla tenuta del conto corrente fino alla data di estinzione contabile del rapporto, nonostante le condizioni contrattuali¹⁴ prevedano che il recesso sia efficace dal giorno successivo alla comunicazione scritta. Il protrarsi di tali addebiti risulta ingiustificato, in quanto essi costituiscono il corrispettivo di un servizio di cui il cliente ha espressamente richiesto la cessazione e di cui non può in ogni caso fruire pienamente, essendo tenuto a restituire i supporti per l'utilizzo dei servizi di pagamento (es. assegni, carte) contestualmente alla richiesta di chiusura.

41. Contrariamente all'ordinaria diligenza ragionevolmente esigibile in base ai generali principi di correttezza e buona fede, la Banca non ha posto in essere procedure idonee ad informare il cliente dell'impossibilità di dare corso alla richiesta di estinzione del conto corrente e ha continuato ad addebitare, nell'arco temporale intercorrente tra la data in cui si producono gli effetti della richiesta di recesso e l'effettiva estinzione contabile del conto, i costi relativi a un servizio di cui il consumatore ha deciso di non voler più fruire o di voler fruire tramite altro operatore. Tale condotta è certamente in grado di pregiudicare il comportamento economico del consumatore, dal momento che questi, non adeguatamente reso edotto delle circostanze che impediscono l'estinzione del rapporto, si trova vincolato a un servizio di cui ha deciso di non voler più fruire o

¹⁴ Introdotte successivamente al luglio 2008.

di voler fruire tramite altro operatore. Inoltre, anche laddove l'estinzione non presenti impedimenti, il consumatore subisce l'addebito dei costi connessi alla tenuta del conto anche oltre la data di efficacia del recesso contrattualmente prevista. Per quanto concerne i profili sopra descritti, deve pertanto ritenersi che la condotta integri una violazione dell'art. 20, comma 2, del Codice del Consumo, in quanto non conforme al parametro della diligenza professionale e idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore.

42. Riguardo al mancato rispetto dell'Impegno, cui il professionista si è vincolato nell'ambito del Consorzio PattiChiari, le risultanze istruttorie hanno messo in luce che i tempi di chiusura conto, utilizzati per il calcolo dei tempi medi pubblicati, sono misurati con modalità difformi da quanto espressamente previsto dall'Impegno. In particolare, la Banca ha considerato quale "data di richiesta chiusura" non quella di ricezione della richiesta del cliente corredata dalla restituzione della materialità afferente i servizi regolati sul conto, bensì la data di avvio da parte dell'operatore della procedura estintiva nell'applicazione "WPS"; ciò ha generato discrasie ricorrenti e talvolta cospicue tra quanto rilevato dalla Banca e quanto percepito dal cliente / richiesto dall'Impegno. In proposito, non può ritenersi condivisibile la considerazione della Banca circa l'opportunità di fissare il momento della data di richiesta – ovvero il primo termine che concorre a determinare il tempo impiegato per l'estinzione – a valle dei controlli che la Banca stessa deve operare, in via preliminare, per verificare che non sussistano circostanze ostative all'estinzione. L'esperimento di tali controlli costituisce, infatti, una delle fasi del processo che vede come momento iniziale la ricezione della richiesta del cliente; pertanto, il lasso temporale impiegato in siffatte verifiche contribuisce a pieno titolo a determinare il tempo complessivo di estinzione del rapporto, come peraltro espressamente previsto dall'Impegno.

43. I dati sui tempi medi di chiusura dei conti correnti pubblicati da UCBB non risultano, quindi, in possesso delle caratteristiche di affidabilità richieste dall'Impegno che il professionista si è vincolato a rispettare e appaiono altresì idonei a falsare il comportamento economico del consumatore medio, in quanto questi, facendo affidamento e confrontando i tempi medi di chiusura dei c/c resi noti dalle varie banche aderenti all'Impegno, può essere indotto ad assumere una decisione di natura commerciale che altrimenti non avrebbe preso in relazione alla scelta della Banca presso la quale intrattenere un rapporto di conto corrente. Pertanto, la condotta contestata deve ritenersi ingannevole ai sensi dell'art. 21, comma 2, lettera b), del Codice del Consumo.

44. Per una compiuta valutazione della condotta in questione, è tuttavia opportuno considerare che essa risulta circoscritta alla fase di *start-up* di un'iniziativa di autoregolamentazione caratterizzata da particolare complessità. L'adesione all'Impegno ha effettivamente richiesto alla Banca la realizzazione di interventi di portata non trascurabile sia sulle procedure organizzative sia sulle piattaforme applicative, cui principalmente sono riconducibili le problematiche occorse nel raggiungimento della piena operatività dell'Impegno stesso. Parimenti, rileva notare che il sistema di monitoraggio sull'attuazione degli Impegni per la Qualità, che il Consorzio ha statutariamente previsto allo scopo di valutare il rispetto del codice di autoregolamentazione da parte dei singoli consorziati, non è ancora pienamente operativo.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

45. Ai sensi dell'art. 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 500.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

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

47. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto, nella fattispecie in esame, dell'entità del pregiudizio potenziale per i consumatori nonché della dimensione economica del professionista. Viene in rilievo, inoltre, il grado di diffusione della pratica, che ha riguardato il bacino di utenza del professionista, riconducibile all'intero territorio nazionale fino al 31 ottobre 2008 e all'area del Centro Sud Italia a partire dal 1° novembre 2008.

48. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti si ritiene di considerare un periodo che va dal 21 settembre 2007 al gennaio 2010.

49. Con specifico riferimento al profilo di scorrettezza relativo al mancato rispetto dell'Impegno assunto con l'adesione al Consorzio PattiChiari, ai fini della determinazione della sanzione nell'ambito del presente procedimento si ritiene di non tenere conto della violazione accertata, attesa la sua breve durata temporale e l'intrinseca complessità della fase di avvio dell'iniziativa.

50. In considerazione di tali elementi, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria a UCBR nella misura di 50.000 € (cinquantamila euro).

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta in quanto UCBR, agendo in contrasto con il requisito dell'ordinaria diligenza professionale, non ha adeguatamente comunicato ai consumatori l'esistenza di impedimenti all'estinzione dei conti correnti, ha addebitato i costi relativi alla tenuta del rapporto successivamente alla data di efficacia del recesso e non ha rispettato l'Impegno "Monitoraggio dei tempi di chiusura del conto corrente" assunto nell'ambito del Consorzio PattiChiari;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al paragrafo II del presente provvedimento, posta in essere da UniCredit Banca di Roma S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20 e 21, comma 2, lettera *b)* del Codice del Consumo, e ne vieta l'ulteriore diffusione;

b) che a UniCredit Banca di Roma S.p.A. sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 50.000 € (cinquantamila euro).

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera *b)* deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, con versamento diretto al concessionario del servizio della riscossione oppure mediante delega alla banca o alle Poste

Italiane, presentando il modello allegato al presente provvedimento, così come previsto dal Decreto Legislativo 9 luglio 1997, n. 237.

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

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

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 150.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 27, comma 13, del Codice del Consumo, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

PS2293B - ARGO PROMOZIONI IMMOBILIARI-RIDETERMINAZIONE SANZIONE*Provvedimento n. 21415*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 luglio 2010;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*", come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146 (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il proprio provvedimento n. 19787 del 23 aprile 2009, adottato a conclusione del procedimento istruttorio relativo al caso PS/2293 – "ARGO PROMOZIONI IMMOBILIARI – omessa indicazione tan e taeg", con il quale è stato deliberato: *i)* che la società Argo Promozioni Immobiliari S.r.l. ha posto in essere una pratica scorretta ex art. 20 e 22 del Codice del Consumo, consistente nella diffusione di un messaggio pubblicitario ingannevole; *ii)* che in ragione della gravità e durata della violazione accertata poteva ritenersi congrua, a carico della società Argo Promozioni Immobiliari S.r.l., l'irrogazione di una sanzione amministrativa pecuniaria determinata in 48.500 € (quarantottomilacinquecento euro);

VISTA la sentenza del TAR del Lazio, sez. I, n. 1947/2010, depositata in data 11 febbraio 2010, con la quale è stato accolto parzialmente il ricorso della società Argo Promozioni Immobiliari S.r.l. avverso il suddetto provvedimento, con conseguente annullamento della decisione dell'Autorità nella parte relativa alla quantificazione della sanzione;

VISTA, in particolare, la motivazione di tale sentenza del TAR, che, in parziale accoglimento del ricorso presentato dalla società Argo Promozioni Immobiliari S.r.l., ha affermato che "*il messaggio è stato diffuso su un periodico a tiratura verosimilmente modesta e territorialmente circoscritta, per cui, essendo la sua capacità di penetrazione molto limitata, occorre ritenere che la valutazione dell'infrazione in termini di gravità non sia stata correttamente condotta dall'Autorità*";

VISTO altresì, che il TAR ha rimesso all'Autorità il compito di procedere alla rideterminazione della sanzione irrogata alla società Argo Promozioni Immobiliari S.r.l., alla luce dei seguenti criteri: la capacità di penetrazione del messaggio deve ritenersi molto limitata in considerazione del fatto che il messaggio è stato diffuso su un periodico a tiratura verosimilmente modesta e territorialmente circoscritta.

VISTO il proprio provvedimento n. 21143 del 19 maggio 2010, con cui l'Autorità ha avviato un nuovo procedimento per la rideterminazione della sanzione da irrogare alla società Argo Promozioni Immobiliari S.r.l., per la violazione accertata con provvedimento n. 19787 del 23 aprile 2009, in contraddittorio con la Parte;

VISTI tutti gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LA PARTE

1. Argo Promozioni Immobiliari S.r.l., in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera b), del Codice del Consumo. La società, nell'esercizio chiuso il 31 dicembre 2009, ha realizzato una perdita d'esercizio pari a 6.618 euro.

II. L'AVVIO DEL PROCEDIMENTO

2. A seguito della sentenza del TAR, sez. I, n. 1947/2010, depositata in data 11 febbraio 2010, l'Autorità ha avviato il procedimento PS2293B - *ARGO PROMOZIONI IMMOBILIARI – RIDETERMINAZIONE SANZIONE*, al fine di provvedere alla rideterminazione della sanzione irrogata alla società Argo Promozioni Immobiliari S.r.l. con il provvedimento n. 19787 del 23 aprile 2009, sulla base dei criteri indicati nella citata sentenza del TAR. In particolare, nel provvedimento di avvio è stato indicato che l'Autorità avrebbe proceduto alla rideterminazione della sanzione alla luce dei seguenti criteri: la capacità di penetrazione del messaggio deve ritenersi molto limitata in considerazione del fatto che il messaggio è stato diffuso su un periodico a tiratura verosimilmente modesta e territorialmente circoscritta.

III. LE ARGOMENTAZIONI DIFENSIVE DELLA PARTE

3. La Parte, con memoria pervenuta in data 17 giugno 2010, ha rappresentato, in via principale, che la sentenza ha ritenuto insussistente il principale e decisivo presupposto del giudizio compiuto dall'Autorità, ossia la capacità del messaggio di raggiungere un ampio numero di consumatori e, conseguentemente, che la sanzione andrà rideterminata considerando che la violazione non ha affatto assunto i connotati della gravità.

IV. VALUTAZIONI GIURIDICHE

a) Gravità dell'infrazione accertata

4. In merito alla gravità della pratica accertata, si rileva che la sentenza del TAR, sez. I, n. 1947/2010, depositata in data 11 febbraio 2010, ha indicato che la capacità di penetrazione del messaggio deve ritenersi molto limitata in considerazione del fatto che il messaggio è stato diffuso su un periodico a tiratura verosimilmente modesta e territorialmente circoscritta.

b) Quantificazione della sanzione

5. In ottemperanza alla citata sentenza del TAR Lazio e ferme restando tutte le altre valutazioni effettuate nel provvedimento del 23 aprile 2009 n. 19787 non censurate dal giudice amministrativo, ai fini della quantificazione della sanzione applicabile nel caso in esame si ritiene di dover rideterminare l'importo della stessa alla luce del limitato impatto quantitativo sul mercato della pratica commerciale ritenuta scorretta, pur senza eliminare la finalità dissuasiva e deterrente della sanzione stessa.

6. Si ritiene di rideterminare l'ammenda, già irrogata alla Argo Promozioni Immobiliari S.r.l. con delibera n. 19787 del 23 aprile 2009, nei seguenti termini: l'importo base della sanzione viene rideterminato in 33.500 euro rispetto ai 63.500 euro precedentemente indicati nel provvedimento n. 19787 del 23 aprile 2009 in considerazione del fatto che la capacità di penetrazione del

messaggio deve ritenersi molto limitata in quanto il messaggio è stato diffuso su un periodico a tiratura verosimilmente modesta e territorialmente circoscritta. Nel caso di specie, inoltre, così come effettuato nel provvedimento n. 19787 del 23 aprile 2009, si applica una riduzione di 15.000 euro in quanto la società Argo Promozioni Immobiliari S.r.l., dai dati di bilancio del 2009, risulta abbia registrato delle perdite. Alla luce di tali elementi, l'importo rideterminato della sanzione è pari a 18.500 € (diciottomilacinquecento euro).

Tutto ciò premesso e considerato;

DELIBERA

che la sanzione amministrativa pecuniaria da applicare alla società Argo Promozioni Immobiliari S.r.l. per i comportamenti alla stessa ascritti nel provvedimento dell'Autorità n. 19787 del 23 aprile 2009, venga rideterminata nella misura di 18.500 € (diciottomilacinquecento euro).

La sanzione amministrativa di cui sopra deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, con versamento diretto al Concessionario del Servizio della riscossione oppure mediante delega alla banca o alle Poste Italiane, presentando il modello allegato al presente provvedimento, così come previsto dal Decreto Legislativo 9 luglio 1997, n. 237.

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

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 27, comma 13, del Codice del Consumo, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

PS4165 - CASE D'ASTA*Provvedimento n. 21416*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 luglio 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*", come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146 (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette*", adottato con delibera dell'Autorità del 15 novembre 2007, pubblicata nella G.U. n. 283 del 5 dicembre 2007, ed entrato in vigore il 6 dicembre 2007 (di seguito, Regolamento);

VISTA la comunicazione, pervenuta in data 6 aprile 2010, con la quale la società Sotheby's Italia S.r.l. ha presentato impegni ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 8 del Regolamento;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. La società Sotheby's Italia S.r.l. (di seguito, anche STH), in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società è attiva nel settore della vendita di beni usati, oggetti d'arte, d'antiquariato o da collezione mediante aste aperte al pubblico. Il bilancio della società, relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2008, presenta ricavi per 496.845.319 euro.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dal professionista, consistente nel fornire ai consumatori nella modulistica di partecipazione alle proprie aste¹ (disponibile anche sul sito www.sothebys.com) indicazioni incomplete e fuorvianti riguardanti il soggetto tenuto al pagamento del c.d. Diritto di seguito (in prosieguo, DDS) - ovvero del diritto dell'autore di opere d'arte figurativa e manoscritti a percepire una percentuale sul prezzo di vendita degli originali delle proprie opere in occasione di vendite successive alla prima -, nonché le conseguenze per il venditore dell'eventuale inadempimento dell'aggiudicatario.

¹ Si vedano per esempio le "Informazioni importanti per gli acquirenti" e le "Condizioni di vendita" riportate in fondo ai cataloghi d'asta; l'"Absentee bid form", da utilizzarsi da coloro che facciano un'offerta avvalendosi di mezzi di comunicazione a distanza; il "Paddle", ossia la scheda che deve essere compilata da ogni partecipante all'asta (fisicamente presente) in qualità di potenziale acquirente; il "Mandato a vendere" che deve essere compilato dal venditore.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO: LA PRESENTAZIONE DEGLI IMPEGNI

1) *L'iter del procedimento*

3. Sulla base di informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo, è stato comunicato al professionista, in data 3 marzo 2010, l'avvio del procedimento istruttorio PS4165. In tale sede è stato ipotizzato che la condotta della società STH fosse suscettibile di integrare una violazione degli articoli 20, 21, comma 1, lettera *d*), e 22 del Codice del Consumo, in quanto l'acquirente potrebbe essere indotto a ritenere che la normativa vigente ponga a suo carico l'onere relativo al versamento del diritto di seguito, mentre ai sensi dell'art. 152, comma 1, della legge n. 633/1941 tale obbligo grava sul venditore. Al tempo stesso, il venditore non sarebbe adeguatamente informato del fatto che, qualora l'acquirente non provvedesse a corrispondere alla casa d'asta il DDS, egli continuerebbe ad essere obbligato *ex lege* al pagamento dell'importo dovuto alla SIAE a tale titolo.

4. In data 23 marzo 2010, la parte è stata sentita in audizione.

5. In data 7 giugno 2010, è stata comunicata alla parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

6. Con comunicazione del 26 maggio 2010, l'Autorità ha assegnato a STH un termine di 20 giorni dal ricevimento della stessa per l'integrazione degli impegni proposti ai sensi dell'art. 8, comma 2, lettera *b*), del Regolamento.

7. Con comunicazione pervenuta in data 14 giugno 2010, STH ha illustrato le misure adottate al fine di dare attuazione alla richiesta di integrazione degli impegni proposti, fornendo anche copia della documentazione contrattuale a tal fine modificata.

8. In data 22 luglio 2010 è pervenuto il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.

2) *Le evidenze acquisite e gli impegni del professionista*

9. Con nota pervenuta in data 6 aprile 2010, il professionista ha presentato una proposta definitiva di impegni, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 8 del Regolamento.

10. Gli impegni hanno ad oggetto l'adozione di misure volte ad accrescere la chiarezza e trasparenza delle informazioni relative al DDS presenti nelle "*Informazioni Importanti per gli Acquirenti*" e nelle "*Condizioni di vendita*" (riportate in fondo al catalogo predisposto per ogni asta), nell'"*absentee bid form*" (ovvero nel modulo utilizzato da chi intende fare un'offerta senza essere fisicamente presente all'asta), nel "*paddle*" (cioè nella scheda che ogni potenziale acquirente che parteciperà fisicamente all'asta deve compilare) e nella dichiarazione del venditore riportata nel Mandato a vendere. Nella nuova versione proposta, tali documenti informano l'acquirente che questi "*si impegna a pagare il "diritto di seguito", che l'art. 152, I comma, Legge 22 aprile 1941, n. 633 pone a carico del venditore*". Nel Mandato a vendere, si aggiunge l'ulteriore precisazione a beneficio del venditore che "*nel caso di mancato pagamento dello stesso [DDS] da parte dell'Acquirente, STH mi terrà indenne e manlevato da qualunque conseguenza possa a me derivare da tale mancato pagamento*".

Tali modifiche sono state inserite anche nella versione inglese dei suddetti documenti.

11. STH ha sottolineato che la modifica relativa al Mandato a vendere è in vigore dal 12 aprile 2010, mentre le modifiche relative agli altri documenti contrattuali sono state adottate a partire

dall'asta che si è svolta a Milano nei giorni 26 e 27 maggio 2010, il cui catalogo è stato stampato entro il 19 aprile 2010.

12. Nella comunicazione del 26 maggio 2010, l'Autorità ha ritenuto che tali misure fossero soltanto parzialmente idonee a rimuovere gli effetti delle condotte contestate, ritenendo che il mero riferimento alla disposizione di legge, ancorché corretto sul piano formale, potrebbe non rendere immediatamente accorto l'acquirente che sta acconsentendo a traslare su di sé un onere che per legge spetterebbe al venditore pagare. Pertanto, l'Autorità ha assegnato alla Parte un termine di 20 giorni per integrare gli impegni proposti, precisando che *“l'acquirente si impegna a pagare il DDS che spetterebbe al venditore pagare in base all'art. 152, comma 1, Legge 22 aprile 1941, n. 633”*.

13. In data 14 giugno 2010, la Parte ha presentato una memoria, corredata dalla pertinente documentazione, dalla quale risulta che STH, già dal 10 giugno 2010, ha adottato le integrazioni richieste con riferimento ai suddetti documenti contrattuali e che l'Asta STH in programma a Milano il giorno 16 giugno 2010 si è svolta sulla base di tale nuovo set informativo.

14. Poiché le *“Informazioni Importanti per gli Acquirenti”*, le *“Condizioni di vendita”* e il *“Paddle Form”* erano stati stampati prima che l'Autorità inviasse la richiesta di integrazione, STH ha illustrato le misure correttive adottate per dare comunque diffusione alle integrazioni apportate fin dalla stessa asta del 16 giugno 2010.

In particolare, STH ha precisato di aver esposto dal giorno 12 giugno 2010 tale informativa nella c.d. *Sale Room Notice*, dove, come in uso nel settore, i potenziali offerenti possono prendere visione per alcuni giorni prima dell'Asta di interesse delle ultime variazioni riguardanti i lotti in vendita o le condizioni di vendita applicabili all'asta stessa. Tali variazioni sono anche consegnate a coloro che intendano sottoscrivere il *“Paddle Form”* per l'Asta o inviate per fax o e-mail a coloro che invieranno offerte tramite tali mezzi. Quanto al *“Paddle Form”*, STH ha precisato di avervi applicato una etichetta biadesiva con la nuova formulazione delle informazioni sul DDS.

15. La versione definitivamente modificata delle *“Informazioni Importanti per gli Acquirenti”*, delle *“Condizioni di vendita”* e dell'*“absentee bid form”* sono state altresì inserite, sempre dal 10 giugno 2010, sulle pagine del sito internet www.sotheby's.com relative all'asta del 16 giugno 2010 e saranno inserite direttamente nel catalogo che sarà predisposto per la prossima asta STH, in programma nel mese di ottobre 2010, e che sarà stampato, come di norma, circa 20 giorni prima dell'asta stessa, quando il numero e la composizione dei lotti saranno definiti.

IV. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

16. L'Autorità ritiene che gli impegni proposti dal professionista siano idonei a sanare i possibili profili di illegittimità della pratica commerciale contestati nella comunicazione di avvio del 3 marzo 2010, laddove prevedono l'introduzione di informazioni chiare e trasparenti, relative al DDS, nelle *“Informazioni Importanti per gli Acquirenti”*, nelle *“Condizioni di vendita”* (riportate in fondo al catalogo predisposto per ogni asta), nell'*“absentee bid form”* (ovvero nel modulo utilizzato da chi intende fare un'offerta senza essere fisicamente presente all'asta), nel *“paddle”* (cioè nella scheda che ogni potenziale acquirente che parteciperà fisicamente all'asta deve compilare) e nella dichiarazione del venditore riportata nel Mandato a vendere.

17. In particolare, si ritiene che il complesso delle misure proposte relativamente alle informazioni contenute nelle sezioni dei documenti contrattuali riguardanti il soggetto tenuto a pagare il DDS e

le conseguenze dell'eventuale inadempimento siano idonee a sanare i profili di possibile scorrettezza oggetto di contestazione nella comunicazione di avvio del 3 marzo 2010, in quanto forniscono in maniera chiara le informazioni inizialmente carenti.

18. Alla luce delle suesposte considerazioni, si ritiene che gli impegni presentati soddisfino i requisiti previsti dall'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo.

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati dalla società Sotheby's Italia S.r.l., nei termini sopra esposti, siano ammissibili nonché idonei a far venir meno i possibili profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di istruttoria;

RITENUTO, inoltre, di disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni nei confronti della società Sotheby's Italia S.r.l.;

RITENUTO, pertanto, di poter chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione;

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti della società Sotheby's Italia S.r.l., ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 8, comma 2, lettera a), del Regolamento, gli impegni dalla stessa società proposti, in data 6 aprile 2010, come integrati in data 14 giugno 2010, nei termini sopra descritti;

b) di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 8, comma 2, lettera a), del Regolamento;

c) che la società Sotheby's Italia S.r.l., entro sessanta giorni dalla data di notifica della presente delibera, informi l'Autorità delle modalità di attuazione degli impegni.

Ai sensi dell'articolo 8, comma 3, del Regolamento, il procedimento potrà essere riaperto d'ufficio, laddove:

- a) il professionista non dia attuazione agli impegni;
- b) si modifichi la situazione di fatto rispetto ad uno o più elementi su cui si fonda la decisione;
- c) la decisione di accettazione di impegni si fondi su informazioni trasmesse dalle parti che siano incomplete, inesatte o fuorvianti.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 150.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

PS5047 - CSL-EDU - THE DOCTORATE*Provvedimento n. 21417*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 luglio 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*", come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146 (di seguito, *Codice del Consumo*);

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette*", adottato con delibera dell'Autorità del 15 novembre 2007, pubblicata nella G.U. n. 283 del 5 dicembre 2007, ed entrato in vigore il 6 dicembre 2007 (di seguito, *Regolamento*);

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Il Sig. Luigi Saporito, titolare dell'impresa individuale CSL, in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. Il professionista è attivo nell'ambito della consulenza per la formazione accademica.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dal professionista nella promozione a mezzo internet, attraverso il sito *www.csl-edu.it*, di servizi di formazione, con particolare riferimento alla prospettata possibilità di conseguire titoli accademici denominati *Doctorate* e *Honorary Degree* ovvero *Doctorate ad Honorem*.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO**1) L'iter del procedimento**

3. A seguito delle informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo e della segnalazione di un consumatore pervenuta il 19 ottobre 2009, in data 5 marzo 2010 è stato comunicato al professionista, ai sensi dell'art. 6 del Regolamento, l'avvio del procedimento istruttorio PS 5047, diretto a verificare, in rapporto alla pratica commerciale descritta al punto II, la possibile violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del Consumo conseguente alla diffusione di informazioni idonee a indurre in errore i destinatari sulle caratteristiche essenziali dei servizi promossi, finalizzati al conseguimento di titoli accademici esteri.

4. Contestualmente all'avvio del procedimento è stato richiesto al professionista di fornire una serie di informazioni utili alla valutazione della pratica commerciale sopra illustrata. In sostanza, è stato richiesto alla Parte di circostanziare il tipo di attività svolta nell'ambito del conferimento dei titoli di *Doctorate* ed *Honorary Degree* pubblicizzati, di specificare la validità e la spendibilità degli stessi nel territorio italiano e nel Paese in cui vengono rilasciati oltre ad indicarne le condizioni di conseguimento.

5. In data 25 marzo 2010 la Parte ha presentato una memoria.
6. In assenza di un puntuale riscontro da parte del professionista alla richiesta di informazioni contenuta nella comunicazione di avvio, in data 18 maggio 2010 è stato richiesto a quest'ultimo, ai sensi dell'art. 27, comma 5, del Codice del Consumo, e dell'art. 15, del Regolamento, di fornire prove sull'esattezza materiale dei dati di fatto connessi alla pratica commerciale oggetto di istruttoria.
7. In data 10 giugno 2010 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.
8. La Parte non ha presentato memorie conclusive, né ha dato riscontro alla comunicazione di attribuzione dell'onere della prova.

2) *Le evidenze acquisite*

9. Il Sig. Luigi Saporito, titolare dell'impresa individuale CSL, promuove i propri servizi di formazione e segnatamente il rilascio di titoli accademici denominati Doctorate o Honorary Degree (Doctorate ad Honorem) americani, attraverso il sito internet www.csl-edu.it.
10. La *homepage* di tale sito, oggetto di rilevazione in data 5 e 17 febbraio 2010, recita: "*IL DOCTORATE - Il titolo viene regolarmente rilasciato da una Non traditional Universities, con sede negli Stati Uniti d'America - Per il conseguimento del Doctorate non occorrono spostamenti all'estero in quanto il percorso didattico si svolge a distanza senza nulla togliere all'alto valore di preparazione professionale*". Nella medesima pagina, centralmente, si legge che: "*IL TITOLO RILASCIATO NON È EQUIPOLLENTE ALLE LAUREE ITALIANE*".
11. Nel riquadro a destra della pagina in esame viene indicato che: "*COLLABORIAMO CON SETTE UNIVERSITY AMERICANE E ISTITUTI SCOLASTICI ITALIANI - DIAMO LA POSSIBILITÀ DI OTTENERE IN TEMPI BREVI, TITOLI AMERICANI, SENZA DOVER SOTTRARRE MOLTO TEMPO AL PROPRIO LAVORO, IMPEGNI FAMILIARI O ATTIVITÀ SOCIALI*".
12. Inoltre, nella pagina dedicata ai "*The Honorary Degree*", accessibile dal link "*Titoli Ad Honorem*" posto sempre a destra della *homepage*, è precisato che: "*Nell'Ambito degli scambi culturali i Consigli Accademici di alcune University Americane innovative, ufficialmente riconosciute - Deliberano annualmente e limitatamente il conferimento di "Honorary Degree" per meriti professionali, sociali e morali, ad un ristretto numero di imprenditori, professionisti, dirigenti e titolari d'azienda che si siano distinti nei vari settori di attività. - Tale prestigioso titolo onorifico non è equipollente alla Laurea Italiana, ma estremamente utile per valorizzare l'immagine e la professionalità di chi opera nel mondo del lavoro, per potersi fregiare a pieno merito del titolo di DOCTOR (Dr.) - "The Doctorate Ad Honorem" conferita da queste University non ha alcun valore accademico o amministrativo, essa non autorizza il destinatario a presiedere ad Esami di Stato o ad iscriversi ad albi professionali. - Rappresenta un titolo di grande prestigio, un riconoscimento dei meriti, di validi individui, un effigie di "DOCTOR" a pieno titolo. - Dal Trattato di Amicizia tra Italia e U.S.A. del 2 febbraio 1948, ratificato con la Legge del 18 giugno 1949 n. 385 (Supplemento Ordinario "Gazzetta Ufficiale" italiana n. 157 del 12 luglio 1949) art. 2 "... ed il loro status giuridico sarà riconosciuto entro i territori dell'altra Altra Parte ..."*".
13. Nella sezione dedicata all'uso del titolo di "Dr", accessibile dal corrispondente link, viene illustrato che: "*A consegna del Doctorate a mezzo crediti di studio E in base al TRATTATO DI*

AMICIZIA fra Italia e Stati Uniti (Roma 02 febbraio 1948) esecutivo dalla Legge del 18 giugno 1949 n°385 LEI POTRA' USARE IL TITOLO Doctor oppure (abbreviato) Dr. : • Su BIGLIETTI da visita • Su CARTA intestata • Su TARGHE interne / esterne • Su ELENCO telefonico • E qualsiasi altra stampa personale • SI Può FIRMARE con il titolo Doctor oppure (abbreviato) Dr. • Può FARSI CHIAMARE nella traduzione locale, con il titolo "Dottore" Nella corrispondenza chi le scrive può usare il titolo "Dottore" - Con il raggiungimento di un Doctorate, può richiedere nel comune di residenza LA VARIAZIONE SULLA SCHEDA ANAGRAFICA DEL TITOLO DI STUDIO IN "LAUREATO/A" presentando auto-certifica e copia della documentazione tradotta in italiano, inerente al Doctorate conseguito con una delle nostre University. Si precisa che il titolo rilasciato, NON è equipollente alla laurea italiana".

14. Nella sezione relativa ai metodi di studio, con riferimento alla formazione a distanza, si legge che: *"La formazione a distanza è dunque diventata in USA una valida alternativa alla formazione in aula, sia a livello universitario, sia per quanto riguarda l'erogazione di corsi professionali. Gli strumenti che la moderna tecnologia offrono oggi, permettono in particolare agli adulti di ottenere una laurea universitaria che certifichi l'approfondimento delle proprie competenze, senza spostarsi da casa. I diplomi universitari ottenuti con lo studio a distanza presso le Università Americane che offrono questo tipo di percorso accademico, permettono l'utilizzo del titolo di Doctor o Dr., in base al Trattato di Amicizia tra Italia e USA concluso a Roma il 2 febbraio 1948 (Legge n. 385 del 18/06/1949). I titoli ottenuti, pur non essendo equipollenti alla laurea italiana, permettono comunque di fregiarsi pubblicamente del titolo. Nella medesima pagina le "Università non tradizionali" vengono definite come istituti che non richiedono la frequenza ai corsi.*

15. Nella predetta pagina viene, inoltre, descritta la struttura dei corsi per il conseguimento di "Doctorate", specificando che: *"[...] Tempi di conseguimento del Doctorate: il tempo medio dedicato allo studio varia molto a seconda delle disponibilità, della formazione culturale di ogni studente e del numero di unità eventualmente accordate agli studenti già in possesso di titolo di studio nell'area d'interesse o con esperienza professionale equivalente. Per il conseguimento del titolo si può ipotizzare un periodo di 3 mesi ad un massimo di 12. lingua ufficiale dei corsi: Italiano, a richiesta, inglese".*

16. Infine, nella pagina *de qua*, con riferimento ai titoli onorifici, viene indicato che: *"Che cos'è un dottorato Honoris Causa? - Le lauree honoris causa sono titoli onorifici rilasciate dalle università per meriti acquisiti dal beneficiario in campo economico, sociale, politico, scolastico, sportivo: essi vanno documentati con un curriculum vitae, compilato dall'interessato con l'intervento di un ns. incaricato. Non vengono perciò richiesti impegni di studio o esami o viaggi all'estero. - L'università che conferirà la laurea è una non-traditional university americana, con sede internazionale negli U.S.A. - Come tutte le lauree straniere ed honoris causa, la laurea non è abilitante, cioè non consente di esercitare la professione o di venir presentata nei concorsi: essa consente di fregiarsi del titolo di "DOCTOR", abbreviabile "DR.", che può essere utilizzato a fini d'immagine sui biglietti da visita, sulla corrispondenza, sulle targhe, in tutti i rapporti interpersonali e di pubbliche relazioni, in tutta la documentazione esclusi gli atti pubblici [...] A conferma la pergamena di laurea rilasciata in lingua inglese è accompagnata da un certificato di autenticità di un notaio americano e postilla del segretario di stato. Perché possa avere validità anche in Italia, tutta la documentazione verrà tradotta ed asseverata, con dichiarazione giurata, presso un tribunale italiano. - Il dottorato Honoris Causa garantito da*

queste università rappresenta un riconoscimento di grande prestigio, che può portare successo e prestigio alle persone, garantendo pieni diritti per l'ottenimento del titolo di "Doctor" (Dr.) - Questi dottorati non hanno valore accademico o amministrativo e non abilitano allo svolgimento di una attività professionale".

17. Il sito, nella versione sopra descritta, è stato diffuso perlomeno a partire dal mese di febbraio 2010 e fino al 9 marzo 2010. In una versione precedente e graficamente diversa, ma contenente affermazioni del medesimo tenore, il sito risultava in diffusione a partire dal mese di ottobre 2009.

3) Le argomentazioni difensive della Parte

18. La Parte ha dichiarato di svolgere unicamente attività di consulenza e di non potersi configurare a suo carico alcuna responsabilità per l'attività prestata dagli istituti che rilasciano i titoli promossi, in quanto il proprio operato si limiterebbe a orientare l'utente interessato che decide autonomamente le propria iscrizione ai predetti istituti.

19. La Parte ha, inoltre, evidenziato di aver prontamente modificato il proprio sito internet a seguito della ricezione della comunicazione di avvio del presente procedimento. La versione attualmente in diffusione contiene unicamente un modulo per la richiesta di contatto da parte dei soggetti interessati, oltre ai recapiti del professionista.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

20. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo internet, in data 23 giugno 2010 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

Con parere pervenuto in data 22 luglio 2010, la suddetta Autorità ha ritenuto che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 21 e 22, del Codice del Consumo, in quanto, non avendo il professionista dato alcun riscontro alla comunicazione di attribuzione dell'onere della prova, non risulta dimostrata la veridicità delle affermazioni contenute nel messaggio pubblicitario di cui si discute, le quali devono considerarsi, pertanto, inesatte.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

21. Il messaggio pubblicitario oggetto di contestazione in sede di avvio del procedimento, e al quale si farà esclusivo riferimento nel prosieguo del provvedimento, è la versione del sito *www.csl-edu.it* diffusa da febbraio 2010 al 9 marzo 2010.

22. Dagli elementi in atti risulta che la condotta del professionista, per le ragioni di seguito esposte, deve ritenersi scorretta in quanto idonea a indurre in errore il consumatore su caratteristiche essenziali dei servizi offerti e a fargli conseguentemente assumere una decisione economica che non avrebbe altrimenti adottato.

23. Vale, *in limine*, ricordare che con riferimento ai titoli accademici vige nel nostro ordinamento il principio di tipicità. Difatti, l'art. 1 della legge n. 262/58 e l'art. 1 della legge n. 341/90 stabiliscono che i titoli di studio universitari e le qualifiche accademiche sono soltanto quelli previsti dalla legge e possono essere conferiti, con le modalità e nei casi indicati dalla legge stessa, esclusivamente dalle istituzioni universitarie statali e non statali autorizzate a rilasciare titoli aventi valore legale. L'art. 1 della legge n. 341/1990 individua quattro tipologie di titoli accademici, tra cui il dottorato di ricerca.

24. Per quanto concerne il riconoscimento in Italia dei titoli di Dottorato conseguiti in un paese straniero a seguito di studi e ricerche a livello universitario avanzato ¹, l'art. 74 del DPR 11 luglio 1980, n. 382 stabilisce che gli stessi possono essere legalmente riconosciuti come equipollenti a un Dottorato di Ricerca italiano dalla competente autorità solo in presenza di determinate condizioni, tra cui (i) il previo possesso di una Laurea italiana (o di un titolo universitario straniero di cui sia stata già ottenuta l'equipollenza con una Laurea italiana) e (ii) documentazione ufficiale che il Dottorato straniero è stato conferito dopo un periodo minimo di studi e ricerche della durata di tre anni².

25. Infine, la legge 13 marzo 1958, n. 262, recante “*Conferimento ed uso di titoli accademici, professionali e simili*” prevede all’articolo 3 che sono passibili di pena “*i cittadini italiani che fanno uso di titoli accademici conseguiti all'estero e non riconosciuti in Italia*”.

26. Con riferimento al messaggio pubblicitario oggetto del procedimento, deve in primo luogo osservarsi che le informazioni fornite in merito ai titoli di Doctorate e Honorary Degree, pur in presenza della specificazione che tali titoli non sono equipollenti alle lauree italiane, nel loro complesso inducono i destinatari a ritenere, contrariamente al vero, che detti titoli siano spendibili in Italia, senza che venga precisata l'indefettibile condizione del riconoscimento - ove tali titoli ne presentassero i requisiti - da parte della competente autorità e omettendo, al riguardo, di menzionare l'illiceità dell'eventuale uso di titoli non riconosciuti³.

27. Nel messaggio *de quo*, difatti, viene ripetutamente ed enfaticamente prospettata la possibilità, una volta conseguito uno dei titoli pubblicizzati, di fregiarsi della qualifica di Doctor, ovvero Dr nella forma abbreviata, in svariati ambiti, tra cui la corrispondenza, gli elenchi telefonici, targhe, e persino nella traduzione “Laureato/a”, ottenendo la variazione sulla scheda anagrafica del proprio titolo di studio. Ulteriore fonte di ambiguità è la specificazione, in netta contraddizione con l'enfasi e l'assertività delle predette affermazioni, che i titoli pubblicizzati non sono abilitanti all'esercizio della professione, né spendibili in atti pubblici.

28. Sotto tale profilo, allo stesso modo capziosa e suggestivamente ingannevole è la citazione, a sostegno del messaggio promozionale, dell'utilizzabilità del titolo sulla base delle disposizioni del Trattato di amicizia, commercio e navigazione fra l'Italia e gli Stati Uniti d'America, ratificato con legge 18 giugno 1949, n. 385 (G.U. n. 157 del 12 luglio 1949). Il richiamo è infatti idoneo ad evocare in maniera decettiva l'idea di un riconoscimento automatico in Italia dei titoli esteri di cui si discute ⁴.

29. Altrettanto ingannevoli sono le affermazioni relative alle postille di cui alla Convenzione dell'Aja del 1961 e al giudizio di asseveramento da parte di un tribunale, che pur attestandone la conformità all'originale e la traduzione certificata, nulla provano in merito alla validità del titolo e, soprattutto, non comportano il suo riconoscimento in Italia ⁵.

30. Inoltre, per quanto concerne l'effettivo valore legale e la spendibilità nel Paese di rilascio dei titoli promossi, pur prospettando nella propria comunicazione commerciale il rilascio di “titoli

¹ Vale, inoltre, ricordare che l'art. 170 del R.D. del 31 agosto 1933, n. 1592, stabilisce che i titoli accademici conseguiti all'estero non hanno valore legale salvo il caso di legge speciale.

² Dal sito del Ministero dell'istruzione, dell'Università e della Ricerca disponibile all'indirizzo <http://www.istruzione.it>.

³ V., *ex multis*, Prov. n. 20184 del 6 agosto 2009 - “CSI - titoli universitari” - in Boll. 33/09.

⁴ Detto Trattato, per la parte che ivi rileva, si limita ad affermare i principi del “trattamento nazionale” e della “nazione più favorita” a vantaggio dei cittadini di una Parte contraente che vogliano svolgere determinate attività nel territorio dell'altra Parte contraente, pur nel rispetto delle leggi e dei regolamenti vigenti nel territorio di quest'ultima.

americani” che abilitano all’uso dell’appellativo “Doctor”, “Dr”, nella traduzione italiana “Dottore” o “Laureato” e pur definendo gli stessi “Lauree” “diplomi universitari” e “dottorati”, il professionista, non fornendo riscontro alla comunicazione di attribuzione dell’onere della prova, non ha dimostrato l’esattezza materiale di tali affermazioni contenute nel sito oggetto di valutazione. Pertanto, non può ritenersi che i titoli pubblicizzati abbiano valore legale e reale spendibilità nel Paese in cui gli stessi vengono rilasciati.

31. Peraltro, sotto tale profilo - e prescindendo dal mancato assolvimento dell’incombente istruttorio dell’onere della prova - non può non rilevarsi la manifesta decettività delle informazioni fornite. Difatti, l’utilizzo ripetuto nelle comunicazioni commerciali di cui trattasi dei termini Doctorate, Doctorate ad Honorem, titolo di Doctor ovvero Dr, unitamente alla prospettazione dell’utilizzo degli stessi nella traduzione italiana di Laureato ovvero Dottore, in assenza di chiare specificazioni circa la natura e l’effettivo valore legale e la conseguente spendibilità nel Paese di rilascio di detti titoli, possono indurre i destinatari a ritenere, contrariamente al vero, che si tratti di titoli americani equiparabili al Dottorato di Ricerca italiano, conseguibili, normalmente, a seguito di studi e ricerche a livello universitario avanzato.

32. Deve, invece, ricordarsi che secondo il sistema universitario americano, il Doctoral degree o Doctor of Philosophy (Ph. D.) degree è il più alto grado accademico conferito da una università agli studenti che abbiano completato almeno tre anni di studio dopo il conseguimento del titolo Bachelor e/o Master e abbiano dimostrato le loro capacità accademiche in sede di esame, nonché attraverso la produzione di una ricerca originale in forma di tesi.

33. I requisiti di base per l’ammissione ai corsi universitari avanzati (post-graduate) prevedono il possesso del titolo di laurea, la conoscenza della lingua inglese attestata dal TOEFL (Test of English as a Foreign Language), nonché il sostenimento di un ulteriore test: GRE (Graduate Record Examinations) o GMAT (Graduate Management Admission Test) ⁶.

34. Nonostante le università americane operino in assoluta autonomia per quanto concerne i requisiti di ammissione ai corsi post-graduate, è comunque sempre necessario il possesso di una laurea.

35. Nel caso di specie, il promesso conseguimento dei titoli in tempi brevissimi compresi tra i 3 e i 12 mesi e sulla sola base dell’esperienza professionale, è tale da ingenerare il ragionevole convincimento di essere in presenza di un’organizzazione del tipo di quelle che il C.I.M.E.A. ⁷ definisce come “fabbriche di diplomi” ⁸.

36. Al riguardo, il C.I.M.E.A. ha evidenziato in un elenco alcuni indicatori di rischio che potrebbero consentire di individuare istituzioni irregolari. Tale lista si sofferma, fra l’altro, su aspetti quali: il rilascio del titolo in tempi rapidi o comunque in un periodo troppo breve rispetto

⁵ Cfr., in tal senso, Provvedimento n. 15629 del 21 giugno 2006, - www.eit-univ.net - in Boll. n. 25/06.

⁶ Fonte: U.S. Department of State - Bureau of educational and cultural affairs (www.educationusa.state.gov).

⁷ Il C.I.M.E.A. è il centro nazionale di informazione sul riconoscimento delle qualifiche, che opera sulla base di una convenzione con il MIUR (Ministero dell’Istruzione, Università e Ricerca) per corrispondere agli impegni assunti dall’Italia con la ratifica della Convenzione di Lisbona sul riconoscimento dei titoli di studio relativi all’insegnamento superiore nella regione europea.

⁸ “Le fabbriche di diplomi sono istituzioni indipendenti dai sistemi nazionali d’istruzione superiore, che rilasciano titoli di studio, solitamente in brevissimo tempo [...], previo pagamento di cifre considerevoli e senza sostenere prove d’esame o seguire percorsi formativi strutturati. La gamma tipologica delle istituzioni che operano in questo settore è ampia e varia: si va dalle vere e proprie istituzioni false, alle agenzie che riproducono o falsificano titoli di studio originali, fino alle istituzioni non accreditate che svolgono attività formative ma i cui titoli non sono riconosciuti istituzionalmente da nessun sistema” Fonte: Centro Informazione sulla Mobilità e le Equipollenze Accademiche - C.I.M.E.A.

alla durata normale di ordinari corsi accademici; l'ottenimento del titolo esclusivamente sulla base dell'esperienza professionale o delle informazioni fornite tramite *curriculum*; il rilascio da parte dell'istituzione di titoli onorifici; l'eccessiva semplificazione dei requisiti richiesti per il conseguimento di un titolo finale; la dichiarazione dell'istituzione di non rilasciare titoli propri, ma di essere il tramite di università straniere riconosciute; l'assenza dell'elenco delle facoltà dell'ateneo e/o dei docenti; l'individuazione della sede attraverso un numero telefonico, una *e-mail* o una casella postale e lo svolgimento delle operazioni amministrative esclusivamente *on-line*⁹.

37. Il messaggio in esame deve inoltre considerarsi ingannevole sotto due ulteriori profili.

38. In primo luogo, il professionista non ha fornito alcun elemento diretto e idoneo a dimostrare l'esattezza materiale delle affermazioni relative alla collaborazione con le "*non traditional universities americane*" per il rilascio dei titoli di cui si discute, pur affermando nel proprio sito "COLLABORIAMO CON SETTE UNIVERSITY AMERICANE E ISTITUTI SCOLASTICI ITALIANI - DIAMO LA POSSIBILITA DI OTTENERE IN TEMPI BREVI, TITOLI AMERICANI". Pertanto, non può ritenersi, contrariamente a quanto affermato nella comunicazione pubblicitaria di cui trattasi, che il professionista abbia instaurato un qualunque tipo di collaborazione con istituti accademici americani che consenta il rilascio dei titoli dallo stesso promossi nel proprio sito internet.

39. In secondo luogo, deve rilevarsi la decettività del messaggio in esame con riferimento alla reale natura dell'attività prestata dal professionista, che per sua stessa ammissione si occupa della mera consulenza nell'ambito della formazione offerta da istituti esteri. Difatti, il complesso delle informazioni presenti sul sito internet *de quo*, in assenza di chiare specificazioni, sembra prospettare un ruolo attivo del professionista nel rilascio di detti titoli, evincibile, peraltro, dalla vantata "collaborazione" tra quest'ultimo e le *non traditional universities americane*.

40. Alla luce delle precedenti considerazioni, il comportamento posto in essere dal professionista mediante la diffusione sul proprio sito internet di un messaggio pubblicitario volto a promuovere il rilascio di titoli di "*Doctorate*" ed "*Honorary Degree*" americani, non risulta peraltro conforme alla diligenza professionale ragionevolmente esigibile dal consumatore nel caso di specie. Il rispetto dei principi di correttezza e buona fede avrebbe infatti richiesto al professionista di astenersi dal comunicare ai consumatori informazioni non veritiere, o comunque dal presentare in modo ambiguo e incomprensibile informazioni rilevanti ai fini di una consapevole determinazione, da parte del consumatore, del proprio comportamento economico in relazione ai servizi offerti.

41. La pratica commerciale in esame deve pertanto ritenersi illecita ai sensi degli artt. 20, comma 2, 21, comma 1, lettera *b*), e 22, commi 1 e 2, del Codice del Consumo, in quanto la comunicazione pubblicitaria fornisce informazioni non veritiere, o quantomeno ambigue e inadeguate, ovvero omette informazioni essenziali di cui il consumatore medio ha bisogno per effettuare una scelta economica pienamente consapevole, inducendolo ad assumere una decisione che non avrebbe altrimenti preso.

⁹ V., in tal senso, Prov. n. 20184 del 6 agosto 2009 - "CSI - titoli universitari" - in Boll. 33/09, Prov. n. 19729 del 9 aprile 2009 - "Diploma center - titoli universitari" in Boll. 15/09, e n. 19604 del 5 marzo 2009 - "Centro Italiano Studi - Diploma di laurea Doctorate" in Boll. 9/09.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

42. Ai sensi dell'art. 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 500.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

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

44. Considerati tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile nei confronti del Sig. Luigi Saporito, titolare dell'impresa individuale CSL, nella misura del minimo edittale.

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, nel suo complesso, a indurre in errore il consumatore medio circa la natura e le caratteristiche essenziali dei servizi promossi dal professionista.

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dal Sig. Luigi Saporito, titolare dell'impresa individuale CSL, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, 21, comma 1, lettera *b)*, e 22, commi 1 e 2, del Codice del Consumo, e ne vieta l'ulteriore diffusione;

b) che al Sig. Luigi Saporito sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 5.000 € (cinquemila euro).

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera *b)* deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, con versamento diretto al concessionario del servizio della riscossione oppure mediante delega alla banca o alle Poste Italiane, presentando il modello allegato al presente provvedimento, così come previsto dal Decreto Legislativo 9 luglio 1997, n. 237.

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

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

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 150.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 27, comma 13, del Codice del Consumo, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

PS5494 - BCC SANGRO TEATINA-COMMISSIONE MODULO MAV

Provvedimento n. 21424

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 luglio 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*", come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146 (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette*", adottato con delibera dell'Autorità del 15 novembre 2007, pubblicata nella G.U. n. 283 del 5 dicembre 2007, ed entrato in vigore il 6 dicembre 2007 (di seguito, Regolamento);

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

Banca di Credito Cooperativo Sangro Teatina Atessa Castiglione Giuliano S.c. a r.l. (di seguito anche "BCC Sangro Teatina" o "la Banca"), società che esercita l'attività di banca commerciale, in qualità di professionista ai sensi dell'art. 18, lettera b) del Codice del Consumo. La Banca ha realizzato nel 2009 un fatturato, calcolato in via analogica applicando i criteri vigenti in materia di comunicazione delle concentrazioni nel settore bancario di cui all'art. 16, comma 2, della legge n. 287/90, pari a circa 26 milioni di euro e un utile netto di circa 800.000 euro. La Banca ha una rete di 12 sportelli operativi nelle province di Chieti e Isernia.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

1. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dalla BCC Sangro Teatina, consistente nell'applicazione di una commissione, addebitata in qualità di banca esattrice, per il pagamento presso i propri sportelli di bollettini MAV (*pagamento Mediante Avviso*).
2. In particolare, la Banca avrebbe applicato condizioni economiche differenti da quelle stabilite nell'ambito degli accordi interbancari sulla procedura MAV – Pagamento Mediante Avviso (di seguito, "procedura MAV") e riportate nei bollettini in possesso dei consumatori, che prevedono che il pagamento possa avvenire presso qualsiasi azienda di credito senza applicazione di commissioni di sorta a carico del versante.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO***1) L'iter del procedimento***

3. Sulla base di informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo e alla luce della segnalazione, pervenuta in data 12 novembre 2009 tramite la Direzione Contact Center, da parte di un consumatore che lamentava l'addebito della commissione di 1 euro per il pagamento di bollettini MAV nonostante la gratuità prospettata sulla lettera di accompagnamento al bollettino in suo possesso, in data 31 marzo 2010 è stato comunicato al professionista l'avvio del procedimento

istruttorio n. PS/5494. In tale sede è stato ipotizzato che la condotta della BCC Sangro Teatina fosse suscettibile di integrare una violazione degli articoli 20 e 21 del Codice del Consumo, in quanto idonea ad indurre in errore il consumatore medio riguardo alle condizioni economiche applicate per l'esecuzione di operazioni di pagamento di bollettini MAV.

4. In data 19 aprile 2010 il professionista ha prodotto una propria memoria difensiva.

5. Ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, e dell'art. 8, del Regolamento, con comunicazione del 30 aprile 2010 e successiva integrazione del 7 maggio 2010, il professionista ha presentato impegni¹ volti a rimuovere i profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di contestazione. L'Autorità, nella sua adunanza del 14 luglio 2010, ne ha disposto il rigetto.

6. In data 4 giugno 2010 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

2) Le evidenze acquisite

7. La procedura interbancaria MAV consente alle banche aderenti, sulla base di un mandato del cliente creditore, di eseguire operazioni di incasso di crediti, direttamente o tramite corrispondente. Il pagamento tramite corrispondente viene effettuato mediante il bollettino di versamento MAV, che la banca del creditore (o banca emittente) invia al debitore. La procedura prevede che il pagamento dei bollettini possa essere effettuato presso gli sportelli della banca emittente o di *“qualsiasi altra Azienda di Credito”* e che l'operazione è *“regolata alle condizioni interbancarie vigenti senza applicazione di commissioni a carico del versante”*. Tale indicazione è riportata sulla modulistica standard del bollettino MAV, le cui specifiche tecniche sono descritte nella Circolare ABI *“Serie Tecnica O”* n. 8 dell'11 febbraio 1988.

8. La BCC Sangro Teatina è aderente alla procedura interbancaria in questione a partire dal 21 giugno 1993.

9. In data 28 agosto 2009 la Banca ha introdotto una commissione per il pagamento dei bollettini MAV, dell'ammontare di 1 euro (sia per i pagamenti in contanti sia con addebito in c/c); la sua applicazione è stata sospesa in data 12 aprile 2010, a seguito della comunicazione di avvio del procedimento istruttorio.

10. Durante il periodo di vigenza della commissione sono state effettuate 2.146 operazioni di pagamento di bollettini MAV, delle quali 1.307 sono state effettivamente gravate dall'applicazione della commissione (generando per la Banca introiti complessivi per 1.307 euro).

11. In data 20 luglio 2010 la BCC Sangro Teatina ha comunicato la propria decisione di dare comunque seguito agli impegni proposti, nonostante il rigetto disposto dall'Autorità: in particolare, entro il 16 agosto 2010 la Banca esporrà nei propri locali aperti al pubblico dei cartelli recanti l'avviso del rimborso della commissione sui pagamenti MAV eseguiti nel periodo di vigenza, a beneficio di coloro i quali abbiano effettuato il pagamento in contanti e non siano altrimenti clienti della Banca, mentre prevede di concludere le operazioni di rimborso diretto sui conti correnti entro il 30 settembre 2010.

¹ La Parte ha sottoposto alla valutazione dell'Autorità impegni consistenti nel “sospendere l'applicazione di commissioni sui pagamenti MAV effettuati presso i propri sportelli, sia in contanti sia in conto corrente (sospensione già operativa a far data dal 12 aprile 2010), e nel rimborsare le commissioni incassate per pagamenti MAV a partire dal 28 agosto 2009, tramite accredito diretto ed immediato sui conti correnti di coloro che abbiano provveduto a pagare MAV con addebito in conto corrente, nonché brevi manu e su presentazione di idonea ricevuta di pagamento a coloro che abbiano provveduto ad effettuare versamenti in contanti e non siano altrimenti clienti della Banca”.

3) Le argomentazioni difensive della Parte

12. Nelle proprie memorie, la Banca ha rappresentato che la commissione è stata introdotta *“al solo scopo di recuperare i costi sostenuti per l’esecuzione dell’operazione e degli adempimenti connessi alla normativa antiriciclaggio e anagrafe dei rapporti, tratta anche in inganno dal raffronto con i fogli informativi predisposti da altri istituti”*.

13. *“In considerazione della misura unitaria della commissione applicata e della buona fede della BCC che supponeva lecita tale applicazione, il danno subito dai consumatori è di lievissima entità”*.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

14. La pratica commerciale oggetto di valutazione riguarda l’applicazione, da parte del professionista, di una commissione per il pagamento di bollettini MAV presso i propri sportelli, nonostante la procedura in questione nonché i bollettini in possesso dei consumatori prevedano espressamente l’esenzione di commissioni a carico del versante.

15. La BCC Sangro Teatina, quale aderente alla procedura MAV, è vincolata al rispetto delle regole e delle condizioni che la disciplinano, definite in sede interbancaria e conosciute e accettate da tutte le banche che vi aderiscono.

16. Contrariamente all’ordinaria diligenza ragionevolmente esigibile, determinata anche in base allo standard procedurale definito dal settore bancario in sede di autoregolamentazione, il professionista ha previsto (e nella maggior parte dei casi ha applicato) condizioni economiche onerose per il pagamento dei MAV, in contrasto con quanto previsto negli accordi interbancari e con la dicitura riportata sullo stesso bollettino MAV. Pertanto, deve ritenersi che la condotta descritta integri una violazione dell’art. 20, comma 2, del Codice del Consumo, in quanto non è conforme al parametro della diligenza professionale ed è idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore, esponendolo a un pregiudizio economico concreto.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

17. Ai sensi dell’art. 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l’Autorità dispone l’applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 500.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

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

19. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame del grado di diffusione della pratica commerciale, che ha raggiunto un numero di destinatari ampio in rapporto al bacino di utenza del professionista, e del pregiudizio economico arrecato ai consumatori, da considerarsi di lieve entità.

20. Per quanto riguarda poi la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere dal 28 agosto 2009 al 12 aprile 2010.

21. Tuttavia, in considerazione del fatto che nel caso di specie, il professionista ha non solo rapidamente sospeso l'applicazione della commissione ma si è altresì impegnato a restituire le commissioni indebitamente incassate, si ritiene di comminare alla società una sanzione amministrativa pari a € 5.000 (cinquemila euro).

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta in quanto la BCC Sangro Teatina, in contrasto con l'accordo interbancario che regola la procedura MAV nonché con quanto riportato sui bollettini in possesso dei consumatori, ha applicato una commissione per il pagamento di MAV presso i propri sportelli;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al paragrafo II del presente provvedimento, posta in essere da Banca di Credito Cooperativo Sangro Teatina Atesa Castiglione Giuliano S. c. a. r. l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi dell'art. 20, comma 2, del Codice del Consumo, e ne vieta l'ulteriore diffusione;

b) che a Banca di Credito Cooperativo Sangro Teatina Atesa Castiglione Giuliano S. c. a. r. l. sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 5.000 € (cinquemila euro).

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera *b)* deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, con versamento diretto al concessionario del servizio della riscossione oppure mediante delega alla banca o alle Poste Italiane, presentando il modello allegato al presente provvedimento, così come previsto dal Decreto Legislativo 9 luglio 1997, n. 237.

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

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

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 150.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 27, comma 13, del Codice del Consumo, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

PS5546 - CHRISTIE'S*Provvedimento n. 21425*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 luglio 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*", come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146 (di seguito, *Codice del Consumo*);

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette*", adottato con delibera dell'Autorità del 15 novembre 2007, pubblicata nella G.U. n. 283 del 5 dicembre 2007, ed entrato in vigore il 6 dicembre 2007 (di seguito, *Regolamento*);

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

Christie's International S.A. Filiale Italiana (di seguito, CHR Italia), in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. CHR Italia è la filiale italiana della società di diritto svizzero appartenente al gruppo Christie's International, tra le principali case d'asta attive a livello internazionale nei servizi di vendita di beni usati, oggetti d'arte, d'antiquariato o da collezione mediante aste aperte al pubblico. Il bilancio di CHR Italia, relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2008, presenta ricavi per circa [omissis]¹ euro.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

1. Il presente procedimento concerne il comportamento posto in essere da CHR Italia consistente nel fornire ai consumatori – che nel settore sono tanto i potenziali acquirenti quanto i venditori di beni e opere d'arte – informazioni incomplete e fuorvianti circa il soggetto tenuto al pagamento del c.d. Diritto di seguito (in prosieguo, DDS), ovvero del diritto dell'autore di opere d'arte figurativa e manoscritti a percepire una percentuale sul prezzo di vendita degli originali delle proprie opere in occasione di vendite successive alla prima. Il presente procedimento riguarda, inoltre, le conseguenze che derivano al venditore in caso di inadempimento dell'aggiudicatario.

2. In particolare, le note informative contenute nella modulistica predisposta per partecipare alle aste organizzate dal Professionista (disponibile anche sul sito internet www.christies.com) - e segnatamente nella sezione H del "*Modulo Offerte*", nella "*Scheda di partecipazione*" e nelle "*Importanti Avvertenze*" e "*Condizioni di vendita*" che sono riportate in fondo al catalogo predisposto per ogni asta - non renderebbero edotto l'acquirente del fatto che sta accettando convenzionalmente di traslare su di sé un onere, quello relativo al DDS, che l'art. 152, I comma, Legge 22 aprile 1941, n. 633 (di seguito l. n. 633/41) pone a carico del venditore. Al tempo stesso, tali documenti non informerebbero adeguatamente il venditore del fatto che, in caso di

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

inadempimento dell'aggiudicatario-acquirente, questi debba comunque versare il DDS alla casa d'asta, in quanto soggetto individuato dalla normativa citata a sostenere tale onere economico.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

3. Sulla base di informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo, in data 3 marzo 2010, è stato comunicato l'avvio del procedimento istruttorio PS5546 a CHR Italia per presunta violazione degli artt. 20, 21, comma 1, lettera d), e 22, comma 1, del Codice del Consumo, in relazione alla condotta sopra descritta in quanto suscettibile di indurre il consumatore in errore per le ragioni esposte.

4. In data 19 marzo 2010 sono stati acquisiti documenti dal fascicolo del procedimento di concorrenza I705 – Case d'asta, aperto nei confronti di Sotheby's Italia S.r.l. e CHR Italia².

5. In data 12 aprile 2010, la Parte è stata sentita in audizione, in occasione della quale essa ha prodotto, in particolare, delle note in materia di DDS.

6. In data 7 giugno 2010, è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

7. In data 17 giugno 2010, CHR Italia ha presentato una memoria conclusiva nonché, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, e dell'art. 8 del Regolamento, impegni volti a rimuovere i profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di contestazione.

8. L'Autorità, nella sua adunanza del 30 giugno 2010, ha ritenuto gli impegni presentati inadeguati a far venire meno detti profili e ne ha, pertanto, disposto il rigetto.

2) *Le evidenze acquisite*

9. Dal fascicolo istruttorio del citato procedimento di concorrenza sono stati acquisiti i documenti contrattuali predisposti da CHR Italia per partecipare alle aste dalla stessa organizzate, contenenti informazioni sul DDS³.

10. Nella sezione H del "Modulo Offerte" predisposto per i compratori per l'asta svoltasi a Milano il 26 maggio 2008, CHR Italia indica che "Per i lotti contrassegnati con il simbolo λ indicati nel catalogo il compratore si impegna a corrispondere il "Diritto di Seguito" in base alla normativa vigente. Le modalità di determinazione di tale diritto sono riportate nel catalogo alla voce "Importanti Avvertenze".

11. Il paragrafo intitolato "DIRITTO DI SEGUITO ("DROIT DE SUITE"), artt. 144 e ss. della legge n. 633/41, nelle "Importanti Avvertenze" contenute in fondo al catalogo predisposto per l'asta svoltasi a Milano il 26 maggio 2008, e tutt'ora in uso, indica che "E' in vigore dal 9 aprile 2006 in Italia il Diritto di Seguito (Droite de Suite), ossia il diritto dell'autore di opere di arti figurative e di manoscritti vivente o deceduto da meno di 70 anni a percepire una percentuale sul prezzo di vendita degli originali delle proprie opere in occasione delle vendite successive alla prima. I lotti per i quali è prevista l'applicazione di questa legge sono contrassegnati in catalogo dal simbolo λ accanto al numero del lotto. Il diritto di seguito è posto, per conto del Venditore, a

² Con provvedimento n. 20318 del 23 settembre 2009, in Boll. n. 38/09, l'Autorità ha accertato l'insussistenza di intese restrittive della concorrenza ai sensi delle disposizioni nazionali o comunitarie a tutela della concorrenza.

³ Cfr., in particolare, gli allegati al Doc. 3, n. 2.21 e il "Catalogo Arte Moderna e Contemporanea – Lunedì 26 maggio 2008, pagg. 261-269 e 279-280.

carico del Compratore e sarà calcolato sul prezzo di vendita in base percentuale differenziata in relazione ai diversi scaglioni così determinati [...]. Il diritto di seguito addebitato al Compratore sarà versato da Christie's alla SIAE in base a quanto stabilito dalla legge" (enfasi aggiunta).

12. Le "Condizioni di Vendita" si aprono con l'avvertenza che "Le presenti Condizioni di Vendita e le sezioni "Comprare da Christie's", "Importanti Avvertenze" e "Glossario", ove presente nel catalogo, stabiliscono i termini e le condizioni che disciplinano il rapporto tra la Christie's e il venditore nei confronti dell'acquirente. Si invitano i partecipanti all'asta a leggere attentamente le presenti condizioni prima di presentare un'offerta".

13. Il successivo punto 4, lettera b), precisa che "Nel caso in cui sia applicabile il c.d. "diritto di seguito" ai sensi degli art. 144 e ss. della Legge n. 633 del 22 aprile 1941, l'aggiudicatario si impegna a corrispondere a Christie's il relativo importo, nella misura prevista dalla Legge sopra citata; Christie's si impegna verso l'aggiudicatario a corrispondere tale importo al soggetto incaricato della riscossione per conto dell'artista (S.I.A.E). I lotti che rientrano in tale fattispecie sono evidenziati in catalogo con il simbolo λ accanto al numero di lotto (Ulteriori informazioni nella sezione "Importanti Avvertenze")".

14. Nella "Scheda di Partecipazione" è prestampata la dichiarazione del compratore di "conoscere e accettare integralmente le Condizioni di Vendita, le Importanti Avvertenze, Comprare da Christie's e il Glossario, stampati all'interno dei cataloghi". Inoltre, ai sensi degli artt. 1341 e 1342 c.c., è prevista la doppia sottoscrizione di alcune disposizioni delle "Condizioni di Vendita riportate in fondo al catalogo precedentemente letto". L'elenco delle disposizioni delle "Condizioni di Vendita" da approvare specificamente con la doppia sottoscrizione non comprende l'art. 4, lettera b), relativo al DDS.

15. Le informazioni disponibili sul sito internet del Professionista sono di analogo tenore. In particolare, le ultime pagine della versione elettronica dei cataloghi predisposti per ciascuna asta contengono identiche Condizioni di Vendita e Note informative (alla sezione "All you need to know")⁴.

16. Inoltre, in una e-mail interna del 7 marzo 2008, con oggetto "Diritto di Seguito", si legge che "Stavo parlando poco fa con Paolo di questo problema che dobbiamo risolvere perché altrimenti ce lo ritroveremo sempre in mezzo. [Omissis]. È vero che se il cliente firma il modulo di partecipazione o il modulo d'offerta accetta le nostre Condizioni. Ma sappiamo bene che, come sempre, la legge prevede mille spigolature e un avvocato testardo ci porterebbe in causa stabilendo che la nostra clausola è vessatoria. Potremmo vincere o perdere. Ma servirebbero tanto tempo e denaro. (...) "⁵.

3) Le argomentazioni difensive della Parte

17. Nell'audizione del 12 aprile 2010, la Parte ha richiamato integralmente il contenuto della nota sul DDS depositata nel corso dell'audizione stessa, dalla quale risulta che CHR Italia, al pari di altre rinomate case d'asta (Sotheby's, San Marco, Bloomsbury), avrebbe scelto di traslare l'onere relativo al DDS sull'acquirente quale leva competitiva per evitare che il venditore si rivolga a

⁴ Cfr. doc. 19.

⁵ Cfr. allegato n. 7.83.14 al doc. 3.

operatori che, per scelta commerciale o per disposizione di legge⁶, non gli impongono di sostenere tale costo.

18. Sulla base di questa premessa, CHR Italia ha sottolineato che i riferimenti all'onere del pagamento del DDS contenuti nella propria modulistica non conterrebbero alcuna omissione, in quanto il riferimento alla normativa vigente riguarderebbe meramente l'ammontare del DDS e i casi in cui questo è dovuto e non anche la circostanza che la traslazione dell'onere sarebbe effettuata sulla base della "normativa vigente"⁷.

19. Quanto alle specifiche contestazioni mosse nella comunicazione di avvio del procedimento, CHR Italia sostiene che le condizioni generali di contratto, risultanti dal punto 4 delle "*Condizioni di Vendita*", dalle sezioni "*Comprare da Christie's*" e "*Importanti Avvertenze*", tutte richiamate dalla "*Scheda di Partecipazione*" e dal "*Modulo Offerta*", consentirebbero al consumatore-aggiudicatario di comprendere che sta accettando convenzionalmente di sostenere un onere spettante per legge al venditore. In particolare, il richiamo alla legge n. 633/41, presente nel testo della clausola, sarebbe idoneo a informare il compratore, da un lato, che il pagamento del DDS è dovuto soltanto in alcuni casi che sono contrassegnati dal simbolo λ e, dall'altro, che l'importo che l'acquirente si impegna a versare corrisponde a quello stabilito dalla legge e precisato in dettaglio nelle "*Importanti Avvertenze*". La stessa decodifica si ricaverebbe dal riferimento alla normativa vigente contenuto nella sezione H del "*Modulo Offerte*".

20. Le "*Importanti Avvertenze*", inoltre, avvertendo il compratore che pagherà il DDS "*per conto del Venditore*", trasferirebbero anche il messaggio che ciò avverrà su base contrattuale.

21. Infine, CHR Italia ha osservato che il consumatore medio nel mercato delle aste sarebbe rappresentato da un soggetto esperto (spesso un collezionista d'arte o un compratore abituale) che, prima di effettuare un acquisto, tenderebbe ad assumere informazioni sul funzionamento del mercato dell'arte e sulle condizioni di vendita.

22. Quanto al permanere dell'obbligo del venditore nei confronti della SIAE in caso di inadempimento del compratore, CHR Italia ha sostenuto che ciò costituirebbe un effetto naturale derivante dalla legge e non una "informazione rilevante" circa un elemento della transazione, nel senso di cui all'art. 22 del Codice del Consumo. Pertanto, l'omissione nella modulistica contrattuale relativa a tale aspetto non potrebbe essere ritenuta ingannevole.

23. Peraltro, le case d'asta ricevono i mandati a vendere a seguito dell'attenta ponderazione da parte del cliente delle condizioni contrattuali applicate, con anche l'ausilio di consulenti esperti circa la disciplina applicabile.

24. Nella memoria conclusiva pervenuta in data 17 giugno 2010⁸, CHR Italia ha ripercorso sostanzialmente le argomentazioni già svolte nel corso dell'audizione, sottolineando, al contempo, che l'impiego dell'espressione "*l'aggiudicatario si impegna*" al punto 4, lettera b) delle "*Condizioni di Vendita*", come pure l'avviso che il DDS è posto a carico del compratore "*per conto del Venditore*" contenuto nelle "*Importanti Avvertenze*", renderebbero chiaro al compratore-aggiudicatario che sta assumendo contrattualmente l'obbligo di versare alla casa d'asta il DDS che spetterebbe al venditore pagare.

⁶ Negli Stati Uniti, a Hong Kong o in Svizzera, ad esempio, non è richiesto il pagamento del DDS.

⁷ Cfr. doc. 8.

⁸ Cfr. doc. 15.

25. Peraltro, le informazioni contenute nel “*Modulo Offerte*” sarebbero necessariamente stringate in ragione della funzione cui esso assolve. Il rinvio alle “*Condizioni di Vendita*” e alle “*Importanti Avvertenze*” in esso contenuto per avere informazioni più dettagliate e complete consentirebbe al consumatore di acquisire tutti gli elementi per chiarire il significato da attribuire al rinvio alla normativa contenuta nel modulo stesso.

26. Infine, CHR Italia, nel ribadire che la responsabilità sussidiaria del venditore in caso di inadempimento del compratore costituirebbe un effetto naturale del contratto, ha precisato che l’omissione informativa relativa a tale aspetto – e consistente nel non menzionare un effetto giuridico derivante *ex lege* dal perfezionamento di un determinato rapporto giuridico – non sarebbe comunque idonea ad alterare il processo decisionale del consumatore stesso. Peraltro, la Parte ha sottolineato di non avere alcun interesse commerciale a far ricadere sul venditore l’inadempimento del compratore, in quanto, in qualità di intermediario professionale, sarebbe tenuto in solido al pagamento del DDS in base all’art. 154, comma 4, della legge n. 633/41.

27. CHR Italia ha concluso che l’assenza al fascicolo di segnalazioni di consumatori circa l’ingannevolezza informativa dei documenti oggetto del procedimento confermerebbe la bontà delle proprie argomentazioni.

IV. PARERE DELL’AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

28. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa anche attraverso internet, in data 23 giugno 2010 è stato richiesto il parere all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell’art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

29. Con parere pervenuto in data 26 luglio 2010, la suddetta Autorità ha ritenuto che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo, sulla base delle seguenti considerazioni:

- le informazioni contenute nella modulistica disponibile anche sul sito internet *www.christies.com* non indicano in maniera adeguata il venditore quale soggetto tenuto al versamento del compenso connesso all’esercizio del diritto di seguito, di cui all’art. 152, comma 1, della legge n. 633/41;
- la pratica commerciale risulta idonea ad indurre in errore le persone alle quali è raccolta sulle condizioni economiche del servizio pubblicizzato e, a causa della sua scorrettezza, è suscettibile di pregiudicarne il comportamento economico.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

30. La fattispecie oggetto di contestazione nella comunicazione di avvio del presente procedimento consiste nella diffusione, da parte di CHR Italia, nei cataloghi e in alcuni documenti contrattuali predisposti per ciascuna asta dalla stessa organizzata, disponibili anche sul sito internet *www.christies.com*, di informazioni fuorvianti e incomplete circa il soggetto tenuto a versare il DDS e le conseguenze dell’eventuale inadempimento di questi.

31. Ancorché composta di più messaggi, la diffusione degli stessi rientra in un’unica pratica commerciale, in quanto, come risulta dal verbale dell’audizione⁹, tali messaggi fanno parte di un’unica strategia commerciale e sono funzionali al perseguimento di un unico intento¹⁰.

⁹ Cfr. doc. 8.

¹⁰ Cfr. TAR Lazio, 24 novembre 2009, n. 11589, Barclays Bank Estinzione Mutuo.

32. Al fine di valutare la fattispecie, occorre tener conto che la Direttiva comunitaria n. 2001/84/CE¹¹ ha definito una disciplina del DDS per armonizzare le “*disposizioni nazionali che più direttamente si ripercuotono sul funzionamento del mercato interno*” delle opere d’arte, dettando “*disposizioni transitorie, tanto in relazione all’entrata in vigore di tale diritto quanto alla sua disciplina sostanziale, atte a salvaguardare la competitività del mercato europeo*”, in quanto “*l’esistenza o l’inesistenza dell’obbligo di versamento sulla base del diritto sulle successive vendite di opere d’arte deve essere presa in considerazione da chiunque desideri procedere alla vendita di un’opera d’arte. Questo diritto è pertanto uno dei fattori che contribuiscono a falsare la concorrenza e a creare fenomeni di delocalizzazione delle vendite all’interno della Comunità*”¹².

33. Sulla base di queste premesse, la Direttiva prevede che il DDS spetta agli autori di opere d’arte e manoscritti e rappresenta il compenso sul prezzo di ogni vendita successiva alla prima, che sia effettuata da soggetti che operano professionalmente nel mercato dell’arte. Tale diritto è dovuto per tutta la vita dell’autore e per 70 anni dopo la sua morte in relazione ad ogni vendita effettuata a un prezzo non inferiore a 3000€, fino a un massimo di 12.500€, secondo percentuali decrescenti all’aumentare dello scaglione di prezzo in cui si inserisce il prezzo di aggiudicazione realizzato dalla vendita stessa.

34. La Direttiva pone detto compenso a carico del venditore, riconoscendo però agli Stati membri la facoltà di disporre che una delle persone fisiche o giuridiche, diversa dal venditore, che interviene nella vendita quale professionista del mercato dell’arte (come le case d’asta, le gallerie d’arte e, in generale, qualsiasi commerciante di opere d’arte) sia obbligata in via esclusiva o solidale con il venditore al pagamento dei compensi¹³.

35. In attuazione di tale Direttiva, gli artt. 144 ss. della legge n. 633/41 sono stati modificati¹⁴. In particolare, l’art. 152, comma 1, della legge citata pone espressamente l’onere relativo a tale compenso “*a carico del venditore*” che deve versare il relativo importo al professionista intervenuto nella vendita, il quale, a sua volta, provvederà a versarlo alla SIAE. I soggetti intervenuti nella vendita quali acquirenti o intermediari rispondono solidalmente con il venditore del pagamento del compenso da questi dovuto (comma 4).

36. CHR Italia, in ossequio alla politica commerciale definita a livello centrale dalla casa madre, trasferisce l’onere relativo al pagamento del DDS in capo all’acquirente-aggiudicatario.

37. Né la Direttiva, né l’art. 152 della l. n. 633/41 fanno espressamente salva la facoltà delle parti di trasferire l’onere relativo al DDS sul compratore, derogando a tale previsione. Al tempo stesso, la Commissione europea ha informato il Ministero della Giustizia francese, a sua volta sollecitato dalla casa madre, che accordi diversi sono possibili, ma hanno soltanto effetti relativi tra le parti e non anche nei confronti del creditore del DDS, ovvero l’autore di opere d’arte e suoi eredi¹⁵.

38. Tuttavia, il presente procedimento non riguarda la valutazione della possibilità stessa di derogare convenzionalmente alle disposizioni sul DDS derivanti da una direttiva di armonizzazione, quanto l’adeguatezza e completezza delle informazioni che il Professionista offre, da un lato, al potenziale acquirente-aggiudicatario circa il fatto che sosterrà gli oneri relativi al

¹¹ Direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 settembre 2001, relativa al diritto dell’autore di un’opera d’arte sulle successive vendite dell’originale, in GU L 272 del 13 ottobre 2001.

¹² Cfr., rispettivamente, i considerando n. 15, 8 e 9 della citata Direttiva.

¹³ Cfr. il considerando 25 e l’art. 1, commi 2 e 4, della citata Direttiva.

¹⁴ Cfr. il Decreto Legislativo 13 febbraio 2006, n. 118, in GURI 25 marzo 2006, n. 71.

¹⁵ Cfr. all. a doc. 3, n.8.103.

DDS in luogo del venditore e, dall'altro, di quelle che fornisce al venditore sul permanere dell'obbligo di legge in caso di inadempimento del compratore.

39. In proposito, tutti i documenti predisposti da CHR Italia appaiono, in diversa misura, carenti.

40. Rispetto alle informazioni utili al compratore, si osserva che le espressioni "*impegnarsi (...) in base alla normativa vigente*" ("*Modulo Offerte*"), porre il DDS "*per conto del Venditore a carico del Compratore*" o "*addebitato al Compratore*" ("*Importanti Avvertenze*"), e, di nuovo, "*l'aggiudicatario si impegna*" ("*Condizioni di Vendita*") appaiono ambigue e troppo generiche.

41. Nessuna di esse, infatti, è preceduta dall'espressa menzione del fatto che il DDS è posto dall'art. 152, comma 1, della legge n. 633/41 in capo al venditore e, pertanto, l'attenzione del potenziale acquirente-aggiudicatario potrebbe non essere sufficientemente allertata sul fatto che sta accettando qualcosa di diverso da quanto previsto dalla normativa.

42. Anzi, da questo punto di vista, il "*Modulo Offerte*" appare particolarmente fuorviante, nella misura in cui il mero riferimento alla legge, in assenza di qualsiasi elemento idoneo a circostanziarne la decodifica all'entità o ai casi nei quali il DDS è dovuto, potrebbe perfino suggerire l'idea che sia lo stesso impegno del compratore a basarsi sulla normativa vigente.

In questo contesto, pertanto, e contrariamente a quanto sostenuto dalla Parte, non si può ritenere che il mero impiego del termine "*impegnarsi*", non accompagnato da altre informazioni sul soggetto tenuto per legge a sostenere l'onere relativo al DDS né da una particolare evidenza grafica, possa adeguatamente avvertire il compratore che sta assumendo contrattualmente il suddetto onere.

43. Né può ritenersi che affermare, nelle "*Importanti Avvertenze*", di addebitare il DDS "*per conto del venditore*" sia sufficiente a rendere edotto il compratore dell'avvenuta traslazione dell'onere, in quanto tale informazione, relativa proprio all'effetto contrattuale realizzato, è inserita, senza particolare enfasi grafica, in una sezione meramente e lungamente descrittiva della disciplina del DDS su base legale.

44. Quanto alla asserita necessaria stringatezza delle informazioni contenute nel "*Modulo Offerte*", cui secondo CHR Italia sopperirebbe comunque il rinvio alle "*Condizioni di Vendita*" e alle "*Importanti Avvertenze*", premesso che tali documenti offrono una informativa incompleta e parziale, si osserva che, secondo un consolidato orientamento della giurisprudenza amministrativa, la valutazione in merito alla decettività di un messaggio va effettuata tenendo conto esclusivamente del testo di quest'ultimo, a prescindere dalla circostanza che il consumatore, in un momento successivo alla consultazione del singolo messaggio, possa acquisire informazioni ulteriori in merito al contenuto e alle caratteristiche essenziali dell'offerta¹⁶. Ciò è tanto più vero quando, come nel caso di specie, i singoli messaggi sono strutturalmente autonomi tra loro – ancorché inseriti in una medesima strategia commerciale – e, neppure nel sito internet, sono previsti passaggi obbligati da un documento all'altro a garanzia del fatto che il consumatore abbia acquisito tutte le informazioni necessarie prima di sottoscrivere le Condizioni di Vendita e presentare un'offerta.

45. CHR Italia ha sostenuto che anche a voler ritenere omissive le informazioni fornite, esse non sarebbero idonee a falsare la scelta del consumatore che, nel mercato in esame, è rappresentato da un soggetto esperto che si avvale anche di consulenti.

46. Sul punto si osserva che l'art. 20, comma 2, del Codice del consumo, definendo una pratica scorretta in riferimento al comportamento tenuto dal consumatore medio, normalmente accorto e ragionevolmente attento e avveduto, non richiede una specifica perizia o dimestichezza¹⁷. Pertanto, la circostanza che il consumatore possa farsi assistere da consulenti anche in relazione agli aspetti giuridici dell'aggiudicazione o possedere esso stesso la capacità di acquisire tal informazioni, in quanto compratore abituale o professionista del mercato dell'arte, non esime il Professionista dall'onere di fornire informazioni chiare, complete e veritiere circa una componente del prezzo complessivo che il consumatore accetta di corrispondere e non può valere a ribaltare su quest'ultimo l'onere di acquisire informazioni che spetterebbe comunque al Professionista fornire. Si ricorda, in particolare, che, secondo un orientamento costante, la completezza e la comprensibilità delle informazioni fornite individuano un onere minimo del professionista al fine di consentire al consumatore di orientare consapevolmente le proprie scelte¹⁸.

47. Rispetto al venditore, si osserva che la documentazione predisposta da CHR Italia risulta completamente omissiva circa il fatto che questi potrebbe comunque trovarsi a pagare il DDS in caso di inadempimento del compratore.

48. In proposito, non possono essere accolte le argomentazioni secondo cui l'omissione informativa non riguarderebbe un elemento essenziale dell'offerta, ai sensi dell'art. 22 del Codice del Consumo, bensì un elemento naturale del contratto.

49. Infatti, ancorché su base eventuale e in entità variabile secondo le percentuali sul prezzo di aggiudicazione predeterminate dalla legge n. 633/41, l'omissione riguarda comunque una onere che non fa parte del costo del servizio ma che il venditore, unitamente alla commissione di vendita, potrebbe trovarsi a sostenere. Si ravvisa, pertanto, una carenza informativa assimilabile a quella valutata nel consolidato orientamento dell'Autorità che richiede all'operatore di indicare anche l'esistenza di oneri aggiuntivi¹⁹.

50. Quanto, infine, all'osservazione di CHR Italia secondo cui l'assenza di segnalazioni testimonierebbe l'inoffensività e la non ingannevolezza della pratica commerciale in esame, si osserva quanto segue. Secondo un orientamento consolidato del giudice amministrativo, per l'accertamento della scorrettezza *“non è necessario dimostrare che essa abbia avuto una concreta attuazione pregiudizievole (per le ragioni dei consumatori) quanto piuttosto una potenziale lesività ... che consente di ascrivere la condotta nel quadro dell'illecito (non già di danno; ma) di mero pericolo”*²⁰. Infatti, il Codice del Consumo *“non ha la mera funzione di assicurare una reazione alle lesioni arretrate dalle pratiche scorrette agli interessi patrimoniali del consumatore, ma si colloca su un fronte più avanzato di prevenzione, essendo teso a salvaguardare, in primo luogo, la libertà di autodeterminazione e, pertanto, a prevenire indirettamente distorsioni del funzionamento del mercato concorrenziale, sin da una fase ampiamente prodromica, rispetto all'instaurazione del rapporto negoziale”*²¹.

¹⁶ TAR Lazio, sentenze 20 gennaio 2010, n. 633, Blue express- Commissioni non chiare; 21 gennaio 2010, n. 647, Zed sms non richiesti; 29 dicembre 2009, n. 13789, Isoi corso di laurea in omeopatia.

¹⁷ Cfr. TAR Lazio sentenza 14 settembre 2009, n. 8673, Apparati in casa d'utente.

¹⁸ Cfr. TAR Lazio, 16 gennaio 2008, n. 277, Seat Pagine Gialle.

¹⁹ Cfr. TAR Lazio, 16 gennaio 2008, n. 277, Seat Pagine Gialle.

²⁰ TAR Lazio, 9 aprile 2009, n. 3722, Enel Energia / cambio fornitore e 19 maggio 2010, Accordo Italia – Carta Auchan.

²¹ TAR Lazio, 19 maggio 2010, n. 12277, Accord Italia - Carta Auchan; analogamente TAR Lazio n. 5249/2009, Duerre finanziamento lotto pentole.

51. Alla luce di quanto precede, la condotta descritta risulta contraria al canone dell'ordinaria diligenza ragionevolmente esigibile da un professionista operante nel settore delle vendite di opere d'arte e manoscritti mediante aste pubbliche che, in base ai principi di correttezza e buona fede, avrebbe dovuto fornire ai consumatori (potenziale acquirente/aggiudicatario e venditore) informazioni chiare e complete circa il soggetto tenuto al pagamento del DDS e le conseguenze dell'inadempimento del compratore.

52. Giova, infatti, considerare, in primo luogo, che il Professionista risulta a conoscenza della problematicità legata alla previsione di deroghe alla disciplina positiva della legge n. 633/41²². Inoltre, la traslazione dell'onere relativo al DDS sul compratore, convenzionalmente definita da CHR Italia, deroga a una Direttiva di armonizzazione che, come si è visto, espressamente riconosce l'importanza per il venditore di prendere in considerazione l'esistenza o meno del DDS. In questo quadro, quindi, la completezza delle informazioni fornite assume particolare rilievo.

53. Sulla base di quanto sin qui osservato, le comunicazioni in esame devono, pertanto, ritenersi ingannevoli, ai sensi degli articoli 20 e 22 del Codice del Consumo, in quanto presentano in modo oscuro, ambiguo e incompleto informazioni essenziali di cui il consumatore medio ha bisogno per effettuare una scelta economica consapevole e lo inducono, di conseguenza, ad assumere una decisione che non avrebbe altrimenti preso.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

54. Ai sensi dell'art. 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 500.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

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

56. Con riguardo alla gravità della violazione, devono considerarsi, unitamente alla dimensione economica del professionista, le specifiche modalità di diffusione della pratica commerciale che, in virtù della natura e della pluralità dei mezzi di diffusione utilizzati - documenti per partecipare, in qualità di potenziale acquirente-aggiudicatario e venditore, alle aste organizzate dal Professionista e internet - sono suscettibili di raggiungere e condizionare nelle proprie scelte un numero rilevante di consumatori.

57. Per quanto riguarda poi la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere almeno dal maggio 2008 ed è tuttora in essere.

58. Per le considerazioni sopra esposte, tenuto conto della gravità e durata della violazione, si ritiene congruo determinare l'importo base della sanzione amministrativa nella misura di 80.000 € (ottantamila euro).

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta in

²² Cfr. la mail del 7 marzo 2008, descritta alla sezione III.2 del presente provvedimento.

quanto il Professionista ha omesso di fornire ai consumatori informazioni chiare e complete su elementi essenziali del costo del servizio;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere da Christie's International SA Filiale Italiana, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20 e 22, comma 1, del Codice del Consumo, e ne vieta l'ulteriore diffusione;

b) che a Christie's International SA Filiale Italiana sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 80.000 € (ottantamila euro).

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera b) deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, con versamento diretto al concessionario del servizio della riscossione oppure mediante delega alla banca o alle Poste Italiane, presentando il modello allegato al presente provvedimento, così come previsto dal Decreto Legislativo 9 luglio 1997, n. 237.

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

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

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 150.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 27, comma 13, del Codice del Consumo, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8, comma 2, del Decreto del Presidente della

Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

PS5894 - TI FINANZIA PRESTITI-PUBBLICITÀ FINANZIAMENTI

Provvedimento n. 21426

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 luglio 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*", come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146 (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette*", adottato con delibera dell'Autorità del 15 novembre 2007, pubblicata nella G.U. n. 283 del 5 dicembre 2007, ed entrato in vigore il 6 dicembre 2007 (di seguito, Regolamento);

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

Treviso Finanzia S.r.l. (di seguito anche "Treviso Finanzia"), in qualità di professionista ai sensi dell'art. 18, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società esercita attività di mediazione creditizia e nell'esercizio chiuso il 31 dicembre 2009, a fronte di ricavi pari a 511.942 euro, ha conseguito una perdita di 111.160 euro.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

1. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere da Treviso Finanzia, consistente nella diffusione di un messaggio pubblicitario volto a promuovere la propria offerta di prestiti e suscettibile di indurre in errore i destinatari riguardo alla natura dell'attività svolta dal professionista, alle caratteristiche del servizio offerto e alle effettive condizioni economiche dei finanziamenti reclamizzati.

2. In particolare, con comunicazione pervenuta in data 26 gennaio 2010, un consumatore ha segnalato la diffusione da parte del professionista di un volantino pubblicitario nella città di Trieste finalizzato a reclamizzare l'offerta di prestiti con marchio *TIFINANZIA*.

3. Il volantino, oltre al marchio *TIFINANZIA*, riporta alcune informazioni in caratteri di grandi dimensioni indicanti, tra l'altro, la disponibilità nell'ambito dell'offerta commerciale del professionista di prestiti "personalizzati" in favore di dipendenti e pensionati. Nella parte centrale della comunicazione pubblicitaria sono presenti degli esempi con importi erogabili di 30.000, 15.000, o 7.000 euro a fronte del versamento di una rata pari, rispettivamente, a 360, 185, o 88 euro. Più in basso, è ulteriormente specificato che gli esempi prospettati si riferiscono a un'operazione di "*cessione del quinto dello stipendio in 120 mesi ad un dipendente statale con dieci anni di servizio e quaranta anni di età. TAN 4,5% - TAEG min 8% fino al massimo consentito dalla legge*".

In calce al volantino, con caratteri grafici di ridotta dimensione, oltre all'indirizzo della sede legale del professionista viene precisato che: "*Treviso Finanzia srl è agenzia in attività finanziarie*".

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

L'iter del procedimento

4. Con riferimento alla pratica commerciale descritta al precedente punto II, in data 30 aprile 2010 è stato comunicato alla Parte l'avvio del procedimento istruttorio PS5894 nei confronti di Treviso Finanzia, per presunta violazione degli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo.
5. Il professionista ha depositato una memoria difensiva il 24 maggio 2010.
6. In data 7 giugno 2010 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

Le evidenze acquisite

7. Treviso Finanzia ha prodotto copia di sei contratti di finanziamento. Dall'esame della documentazione versata in atti si desume che il vanto pubblicitario concernente l'offerta di prestiti a condizioni personalizzate si riferisce all'applicazione di un TAEG variabile in relazione al settore di attività del soggetto richiedente (privato, statale, pubblico, ecc.).

Dalle evidenze acquisite nel corso del procedimento, risulta, inoltre, che la comunicazione pubblicitaria è stata diffusa nella città di Trieste (quartieri di "Città Vecchia, Barriera Vecchia e San Giacomo") nel mese di novembre 2009, per un periodo di circa 10 giorni.

Le argomentazioni difensive di Treviso Finanzia

8. Il professionista ha fatto presente che il proprio oggetto sociale contempla esclusivamente l'attività di mediazione creditizia - per conto di alcuni intermediari finanziari - consistente nell'acquisizione di potenziali clienti interessati all'erogazione di prestiti personali, come peraltro esplicitato nel volantino pubblicitario che recita: "*Treviso Finanzia srl è agenzia in attività finanziarie*".
9. Il professionista ha inoltre rappresentato che le condizioni economiche di erogazione del credito, oltre ad essere esplicitate nel messaggio pubblicitario, sono indicate in modo puntuale nei contratti stipulati con i consumatori. In particolare, dagli atti negoziali depositati si desumono le condizioni personalizzate (*rectius* la diversa misura del TAEG) dei prestiti concessi a clienti del settore privato, statale o pubblico.

IV. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

10. I profili di scorrettezza oggetto di valutazione con riferimento alla comunicazione pubblicitaria diffusa dalla società Treviso Finanzia riguardano le condizioni economiche dei finanziamenti reclamizzati, le caratteristiche del servizio offerto e la natura dell'attività svolta dallo stesso professionista.

11. In via preliminare, è necessario rilevare come, rispetto al settore finanziario, la valutazione circa la completezza e la correttezza delle informazioni fornite alla clientela si presenta particolarmente rigorosa in considerazione dell'asimmetria informativa esistente tra operatori economici e consumatori, da ricondurre alla complessità della materia e alla scarsa conoscenza del consumatore rispetto ad un servizio cui non si ricorre con frequenza.

12. Il messaggio diffuso dal professionista risulta ingannevole con riferimento alle condizioni economiche alle quali vengono concessi i finanziamenti, in quanto le indicazioni fornite

relativamente ad alcuni esempi di prestiti e alle relative rate di rimborso omettono di indicare chiaramente gli elementi essenziali da cui ricavare con esattezza i costi del finanziamento. Infatti, il TAEG, indicatore che consente al consumatore di valutare e calcolare l'esatto importo dell'intera operazione finanziaria, è menzionato unicamente attraverso la specifica: "(...) TAN 4,5% - TAEG min 8% fino al massimo consentito dalla legge"; in ragione della sua genericità, tale espressione non consente evidentemente al consumatore di calcolare l'entità degli oneri economici conseguenti all'erogazione del prestito e di effettuare un'adeguata valutazione della reale convenienza dell'offerta, perché lo priva della possibilità di avere contezza del costo complessivo dell'operazione, cioè del costo comprensivo degli interessi e di tutti gli oneri da sostenere per utilizzare il credito.

13. Va inoltre evidenziato come la comunicazione commerciale effettuata a fini promozionali esaurisca la sua specifica funzione nell'indurre il destinatario a rivolgersi al professionista; il rinvio del consumatore a ulteriori fonti di informazione (come, nel caso di specie, gli atti negoziali), non può pertanto ritenersi idoneo a sanare l'incompletezza delle informazioni fornite su elementi essenziali dell'offerta, quali le condizioni economiche del servizio pubblicizzato.

14. La pratica in esame risulta inoltre contraria alla diligenza professionale ragionevolmente esigibile in base ai principi di correttezza e buona fede che dovrebbero generalmente informare le comunicazioni commerciali di un operatore dello specifico settore di attività, tenuto anche conto della menzionata asimmetria informativa che caratterizza, in un ambito di tale complessità, i rapporti tra professionisti e consumatori e della corrispondente esigenza di garantire la chiarezza e la completezza delle informazioni fornite alla clientela.

15. La pratica commerciale, costituita dalla diffusione del messaggio pubblicitario descritto, risulta pertanto scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, e 22 del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio cui è destinata con riferimento alle condizioni economiche dei finanziamenti reclamizzati.

16. Diversamente, con riferimento ai profili relativi alle caratteristiche del servizio offerto - quali la disponibilità di condizioni personalizzate sulle specifiche esigenze del cliente che richiede il prestito - e alla natura dell'attività svolta da Treviso Finanzia, non può addivenirsi ad un giudizio in termini di ingannevolezza della comunicazione promozionale. Infatti, per quel che concerne la promessa di offrire prestiti "personalizzati" in relazione alle esigenze rappresentate di volta in volta dalla clientela, si desume dalle risultanze istruttorie che l'individualizzazione del finanziamento è consistita nell'applicazione da parte del professionista di condizioni economiche diverse in relazione alla qualifica soggettiva del consumatore beneficiario del prestito (privato, statale, pubblico, ecc.). Mentre, avuto riguardo alla natura dell'operatore, in calce al volantino pubblicitario, sebbene con caratteri grafici di ridotta dimensione, viene precisato che Treviso Finanzia svolge attività di mediazione creditizia.

V. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

17. Ai sensi dell'art. 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 500.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

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

19. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto, nella fattispecie in esame, della debolezza dei destinatari, soggetti che presumibilmente versano in una situazione di particolare debolezza psicologica dovuta alle proprie condizioni economiche, nonché della dimensione economica del professionista. Rispetto al settore al quale l'offerta si riferisce, inoltre, come rilevato dall'Autorità in numerosi interventi, l'obbligo di completezza e chiarezza delle informazioni veicolate si presenta particolarmente stringente, ciò anche in ragione dell'asimmetria informativa in cui versano i consumatori rispetto agli operatori.

Con riferimento alla diffusione della pratica, si rileva come il messaggio sia stato distribuito in un'area comprendente tre quartieri della città di Trieste.

20. Per quanto riguarda poi la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere nel mese di novembre 2009, per un periodo di circa 10 giorni.

21. In considerazione di tali elementi, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Treviso Finanzia S.r.l. nella misura di 17.000 € (diciassettemila euro).

22. Tuttavia, in considerazione della situazione economica del professionista, che presenta condizioni economiche non positive con un bilancio in perdita, si ritiene di ridurre l'ammontare della sanzione ad un importo pari a 12.000 € (dodicimila euro).

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta in quanto, nel prospettare ai consumatori l'offerta di prestiti, Treviso Finanzia, in contrasto con il requisito dell'ordinaria diligenza professionale, ha fornito indicazioni ingannevoli, perché omissive, riguardo alle condizioni economiche dei finanziamenti reclamizzati;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Treviso Finanzia S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, e 22 del Codice del Consumo, e ne vieta l'ulteriore diffusione.

b) che alla società Treviso Finanzia S.r.l., sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 12.000 € (dodicimila euro).

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera b) deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, con versamento diretto al concessionario del servizio della riscossione oppure mediante delega alla banca o alle Poste Italiane, presentando il modello allegato al presente provvedimento, così come previsto dal Decreto Legislativo 9 luglio 1997, n. 237.

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

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

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 150.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 27, comma 13, del Codice del Consumo, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

*Autorità garante
della concorrenza e del mercato*

Bollettino Settimanale
Anno XX- N. 30 - 2010

Coordinamento redazionale

Giulia Antenucci

Redazione

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

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

Realizzazione grafica

Area Strategic Design
