



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XX - n. 36

Pubblicato sul sito *www.agcm.it*
il 4 ottobre 2010

SOMMARIO

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE	5
I722 - LOGISTICA INTERNAZIONALE	
<i>Provvedimento n. 21568</i>	5
OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	8
C10129 - INTESA SANPAOLO/CENTROVITA ASSICURAZIONI	
<i>Provvedimento n. 21580</i>	8
C10130 - INTESA SANPAOLO/INTESA VITA	
<i>Provvedimento n. 21581</i>	11
C10714 - VENETO BANCA HOLDING/COFITO-BANCA INTERMOBILIARE DI INVESTIMENTI E GESTIONI	
<i>Provvedimento n. 21582</i>	14
C10717 - OVIESSE/RAMO DI AZIENDA DI BELLAVITA	
<i>Provvedimento n. 21583</i>	18
C10732 - JOHNSON & JOHNSON/MICRUS ENDOVASCULAR	
<i>Provvedimento n. 21584</i>	22
C10736 - THE WALT DISNEY COMPANY/PLAYDOM	
<i>Provvedimento n. 21585</i>	26
C10737 - LOTTOMATICA VIDEOLOT RETE/LOGO	
<i>Provvedimento n. 21586</i>	30
C10738 - EUROSIN PUGLIA/RAMO DI AZIENDA DI NEGOZIANDO	
<i>Provvedimento n. 21587</i>	33
C10742 - EUROSIN PUGLIA/RAMO DI AZIENDA DI ALIGROS	
<i>Provvedimento n. 21588</i>	36
C10744 - TELEROBOT IPA/BTP TECNO	
<i>Provvedimento n. 21589</i>	39
ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA	41
AS759 - MODIFICHE ALLO SCHEMA DI DISEGNO DI LEGGE ANNUALE PER IL MERCATO E LA CONCORRENZA – DISTRIBUZIONE CARBURANTI	41
AS760 - PROCEDURE DI AUTORIZZAZIONE PER L'IMMISSIONE IN COMMERCIO DI FARMACI GENERICI	44
PUBBLICITA' INGANNEVOLE E COMPARATIVA	46
PI6254A - MOBY.DADA.NET-RIDETERMINAZIONE SANZIONE TELECOM	
<i>Provvedimento n. 21590</i>	46
PI6254B - MOBY.DADA.NET-RIDETERMINAZIONE SANZIONE VODAFONE	
<i>Provvedimento n. 21591</i>	50
PI6254C - MOBY.DADA.NET-RIDETERMINAZIONE SANZIONE WIND	
<i>Provvedimento n. 21592</i>	54
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	59
PS457A - 10 SMS GRATIS-RIDETERMINAZIONE SANZIONE ZERO9	
<i>Provvedimento n. 21535</i>	59
PS457B - 10 SMS GRATIS-RIDETERMINAZIONE SANZIONE TELECOM	
<i>Provvedimento n. 21536</i>	61
PS457C - 10 SMS GRATIS-RIDETERMINAZIONE SANZIONE VODAFONE	
<i>Provvedimento n. 21537</i>	63

PS457D - 10 SMS GRATIS-RIDETERMINAZIONE SANZIONE WIND	
<i>Provvedimento n. 21538</i>	65
PS2167 - BNL-CHIUSURA CONTO	
<i>Provvedimento n. 21576</i>	67
PS2736 - MULTIFINITALIA-CARTA REFIL	
<i>Provvedimento n. 21577</i>	75
PS5477 - FRIMMONEY-PUBBLICITÀ FINANZIAMENTO	
<i>Provvedimento n. 21579</i>	84

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

I722 - LOGISTICA INTERNAZIONALE

Provvedimento n. 21568

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 15 settembre 2010;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'articolo 81 del Trattato CE, divenuto ora articolo 101 del Trattato sul funzionamento dell'Unione Europea (di seguito anche art. 101 del TFUE);

VISTO l'articolo 54 della legge 6 febbraio 1996, n. 52;

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

VISTA la propria delibera del 15 febbraio 2007, n. 16472 e la relativa Comunicazione sulla non imposizione e sulla riduzione delle sanzioni ai sensi dell'articolo 15 della legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO il proprio provvedimento del 18 novembre 2009, con il quale è stata avviata un'istruttoria, ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, per presunta violazione dell'art. 81 del Trattato CE (ora art. 101 del TFUE), nei confronti delle società Agility Logistics S.r.l., Albini & Pitigliani S.p.A., Brigl S.p.A., Cargo Nord S.r.l., DHL Global Forwarding (Italy) S.p.A., Ferrari S.p.A., Francesco Parisi Casa di Spedizioni S.p.A., Gefco Italia S.p.A., Geodis Zust Ambrosetti S.p.A., I-DIKA - S.p.A., Italmondo - Trasporti Internazionali S.p.A., Italsempione - Spedizioni Internazionali S.p.A., ITK Zardini S.r.l., ITX Cargo S.r.l., Rhenus Logistics S.p.A., Saima Avandero S.p.A., Schenker Italiana S.p.A., S.I.T.T.A.M. - Spedizioni Internazionali Trasporti Terrestri Aerei Marittimi S.r.l., Transervice Europa S.r.l. (T.S.E. S.r.l.) e Villanova S.p.A. e dell'Associazione Fedespediti - Federazione Nazionale delle Imprese di Spedizioni Internazionali, al fine di accertare l'eventuale esistenza di un'intesa volta ad alterare le dinamiche competitive nel mercato della spedizione internazionale di merci su strada da e per l'Italia attraverso uno scambio di informazioni commercialmente sensibili ed un coordinamento delle strategie commerciali ed, in particolare, delle politiche di prezzo;

VISTO il proprio provvedimento del 10 febbraio 2010, con il quale l'istruttoria è stata estesa alle società DHL Express S.r.l., Geodis Wilson Italia S.p.A., Alpi Padana S.r.l. e Spedipra S.r.l.;

VISTI gli atti del procedimento;

VISTI gli elementi acquisiti nel corso dell'istruttoria, e in particolare quelli relativi: *i)* alla dichiarazione dell'8 luglio 2010 ad integrazione della segnalazione presentata in data 12 dicembre

2007; *ii*) alla dichiarazione del 21 luglio 2010 ad integrazione della segnalazione presentata in data 23 giugno 2008; *iii*) alla dichiarazione del 9 settembre 2010 ad integrazione della segnalazione presentata in data 12 maggio 2008; *iv*) alle dichiarazioni del 17 maggio 2010; *v*) alle dichiarazioni del 28 maggio 2010; *vi*) alle comunicazioni pervenute il 16 ed il 17 giugno 2010;

CONSIDERATO che dalle informazioni trasmesse risulta emergere che all'intesa oggetto di istruttoria avrebbero partecipato anche le società Armando Vidale S.p.A. Trasporti Internazionali in Liquidazione e UBV Group S.p.A.;

CONSIDERATO che la documentazione in atti lascia quindi presupporre l'esistenza di un'intesa intercorsa, almeno dal 2002 al 2007, tra le società Agility Logistics S.r.l., Albin & Pitigliani S.p.A., Brigl S.p.A., Cargo Nord S.r.l., DHL Global Forwarding (Italy) S.p.A., Ferrari S.p.A., Francesco Parisi Casa di Spedizioni S.p.A., Gefco Italia S.p.A., Geodis Zust Ambrosetti S.p.A., I-DIKA - S.p.A., Italmondo - Trasporti Internazionali S.p.A., Italsempione - Spedizioni Internazionali S.p.A., ITK Zardini S.r.l., ITX Cargo S.r.l., Rhenus Logistics S.p.A., Saima Avandero S.p.A., Schenker Italiana S.p.A., S.I.T.T.A.M. - Spedizioni Internazionali Trasporti Terrestri Aerei Marittimi S.r.l., Transervice Europa S.r.l. (T.S.E. S.r.l.), Villanova S.p.A., DHL Express S.r.l., Geodis Wilson Italia S.p.A., Alpi Padana S.r.l., Spedipra S.r.l., Armando Vidale S.p.A. Trasporti Internazionali in Liquidazione e UBV Group S.p.A. e l'Associazione Fedespedi - Federazione Nazionale delle Imprese di Spedizioni Internazionali, idonea ad alterare il meccanismo concorrenziale nel mercato delle spedizioni internazionali via terra da e per l'Italia, in violazione dell'articolo 81 del Trattato CE, ora articolo 101 del TFUE;

RITENUTO, pertanto, di estendere l'istruttoria anche alle società Armando Vidale S.p.A. Trasporti Internazionali in Liquidazione e UBV Group S.p.A.;

DELIBERA

a) di estendere il procedimento avviato in data 18 novembre 2009 nei confronti anche delle società Armando Vidale S.p.A. Trasporti Internazionali in Liquidazione e UBV Group S.p.A.;

b) che il responsabile del procedimento è il Dottor Vito Meli;

c) la fissazione del termine di giorni trenta, decorrente dalla data di notificazione del presente provvedimento, per l'esercizio, da parte dei rappresentanti legali dei predetti soggetti, ovvero di persone da essi delegate, del diritto di essere sentiti, precisando che la richiesta di audizione dovrà pervenire alla Direzione "Agroalimentare e Trasporti" della Direzione Generale per la Concorrenza di questa Autorità almeno sette giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;

d) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione dalle società nei cui confronti si svolge l'istruttoria, ovvero da persone da esse delegate, presso la Direzione "Agroalimentare e Trasporti" della Direzione Generale per la Concorrenza di questa Autorità.

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

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

C10129 - INTESA SANPAOLO/CENTROVITA ASSICURAZIONI

Provvedimento n. 21580

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 15 settembre 2010;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Intesa SanPaolo S.p.A., pervenuta in data 17 giugno 2009;

VISTE le proprie comunicazioni di interruzione dei termini ai sensi dell'articolo 5, comma 3, del D.P.R. n. 217/98, trasmesse in data 2 luglio 2009, 6 agosto 2009 e 10 giugno 2010;

VISTE le informazioni della società Intesa SanPaolo S.p.A., pervenute in data 31 luglio 2009, 24 maggio 2010 e 5 agosto 2010;

VISTO il parere ISVAP pervenuto, a seguito di richiesta ai sensi dell'art. 20 comma 4 della legge n. 287/90, in data 3 settembre 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Intesa SanPaolo S.p.A. (di seguito, anche, ISP) è la capogruppo dell'omonimo gruppo bancario. Il gruppo ISP, nato dall'integrazione di Banca Intesa S.p.A. e Sanpaolo IMI S.p.A.¹, è attivo nell'offerta di servizi bancari, finanziari ed assicurativi ed è uno dei principali gruppi bancari in Italia con una rete diffusa a livello nazionale.

Nel 2008 il fatturato complessivo realizzato dal gruppo ISP è stato pari a livello mondiale a [60-70]² miliardi di euro, di cui [40-50] miliardi di euro realizzati in Italia.

Centrovita Assicurazioni S.p.A. (nel seguito anche Centrovita) è una compagnia assicurativa attiva nella produzione e distribuzione di polizze vita. Il capitale sociale di tale società è detenuto, per il 51%, dal gruppo ISP tramite Cassa di Risparmio di Firenze (nel seguito anche CRF) e per il restante 49% dal gruppo BNP Paribas. Centrovita è sottoposta, anche alla luce di alcune pattuizioni parasociali, al controllo congiunto del gruppo ISP e del gruppo BNP Paribas³.

Nel 2008 il fatturato complessivo realizzato da Centrovita, in Italia, è stato pari a circa [461-700] milioni di euro.

¹ Cfr. Provvedimento C8027 - *Banca Intesa/SanPaolo IMI*, del 20 dicembre 2006.

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

³ Cfr. Provvedimento CC8939 - *Intesa SanPaolo/Cassa di risparmio di Firenze*.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame riguarda l'acquisizione, da parte di ISP, del controllo esclusivo di Centrovita. In particolare, sulla base di quanto previsto dall'accordo tra CRF e gruppo BNP Paribas, datato 15 novembre 1999 e di un nuovo contratto, datato 13 febbraio 2009, le parti hanno previsto un'opzione di acquisto e una di vendita, rispettivamente a favore di CRF e di BNP Paribas delle partecipazioni detenute in Centrovita.

Le parti hanno quindi previsto l'esercizio di tali opzioni in forza delle quali il gruppo BNP Paribas cederà a CRF la propria partecipazione in Centrovita.

In seguito all'esercizio di tale opzione ISP diventerà titolare dell'intero capitale sociale di Centrovita e ne acquisirà il controllo esclusivo.

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 citata legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 461 milioni di euro.

IV. IL PARERE DELL'ISVAP

Con parere pervenuto in data 3 settembre 2010, l'ISVAP non ha evidenziato nell'operazione la sussistenza di elementi idonei ad alterare l'assetto concorrenziale preesistente.

V. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

L'operazione interessa il settore assicurativo e precisamente i singoli mercati riconducibili ai diversi rami assicurativi vita. Infatti, così come emerso da numerosi precedenti dell'Autorità, la tipologia di servizi offerti, nonché le esigenze manifestate dalla domanda e le peculiarità degli stessi contesti competitivi, sono tali da distinguere ogni ramo assicurativo in distinti mercati del prodotto. Inoltre, in ogni ramo assicurativo vita, come sopra definito, devono considerarsi, separatamente, il mercato della fase della produzione a monte dal mercato della fase distributiva a valle.

In merito al profilo geografico, i precedenti dell'Autorità hanno condotto a ritenere rilevante la dimensione nazionale per i mercati della produzione dei singoli rami assicurativi vita ed invece la dimensione provinciale per i mercati distributivi a valle.

Con riferimento all'operazione in oggetto i mercati interessati sono quelli della produzione e della distribuzione dei rami vita I, III e V, essendo questi gli ambiti di attività della società oggetto di acquisizione Centrovita.

Relativamente ai mercati nazionali della fase produttiva, ISP, già detentrica del controllo congiunto di Centrovita, deterrà, a seguito dell'acquisizione del controllo esclusivo di tale impresa, una quota

superiore al 10-15% nel ramo vita I, una quota superiore al 15-20% nel ramo vita III e una quota compresa tra l'1-5% nel ramo vita V.

Relativamente alla fase distributiva, ISP colloca i prodotti assicurativi vita delle proprie controllate sulla rete sportelli della banca, rete composta da oltre 6.000 sportelli a livello nazionale e che rende tale soggetto tra i principali operatori in termini di distribuzione attraverso sportelli bancari di prodotti assicurativi vita. Centrovita già colloca i propri prodotti attraverso una parte della rete del gruppo ISP.

L'operazione in esame, in quanto comporta il passaggio da controllo congiunto di Centrovita a controllo esclusivo in capo a ISP, lascia immutato il contesto competitivo.

Rileva, tuttavia, osservare che tale contesto competitivo è stato oggetto del provvedimento dell'Autorità del 20/12/2006 n. 16249, C8027-Banca Intesa/SanPaolo IMI, nel quale l'Autorità ha individuato il rischio di costituzione di posizione dominante collettiva in capo a ISP e gruppo Generali nel ramo produttivo vita I e rischi restrittivi nei rami vita III e V, nonché nei mercati provinciali della fase distributiva. In tali mercati, il contesto competitivo vede ancora presente, tra i principali operatori, il gruppo Generali. Si tratta di un operatore che, allo stato, non è qualificabile come concorrente effettivo, dati i suoi legami azionari e nella *governance* di ISP.

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. Il presente provvedimento lascia immutate le misure prescritte nelle lettere e), f), g) del provvedimento C8027 Banca Intesa/SanPaolo IMI;

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

C10130 - INTESA SANPAOLO/INTESA VITA*Provvedimento n. 21581*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 15 settembre 2010;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Intesa SanPaolo S.p.A., pervenuta in data 17 giugno 2009;

VISTE le proprie comunicazioni di interruzione dei termini ai sensi dell'articolo 5, comma 3, del D.P.R. n. 217/98, trasmesse in data 2 luglio 2009, 30 luglio 2009 e 10 giugno 2010;

VISTE le informazioni della società Intesa SanPaolo S.p.A., pervenute in data 23 luglio 2009, 24 maggio 2010 e 5 agosto 2010;

VISTO il parere ISVAP pervenuto, a seguito di richiesta ai sensi dell'art. 20 comma 4 della legge n. 287/90, in data 3 settembre 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Intesa SanPaolo S.p.A. (di seguito anche, ISP) è la capogruppo dell'omonimo gruppo bancario. Il gruppo ISP, nato dall'integrazione di Banca Intesa S.p.A. e Sanpaolo IMI S.p.A.¹, è attivo nell'offerta di servizi bancari, finanziari ed assicurativi ed è uno dei principali gruppi bancari in Italia con una rete diffusa a livello nazionale.

Nel 2008 il fatturato complessivo realizzato dal gruppo ISP è stato pari a livello mondiale a [60-70]² miliardi di euro, di cui [40-50] miliardi di euro realizzati in Italia.

Intesa Vita S.p.A. (nel seguito anche Intesa Vita), compagnia assicurativa attiva nella produzione e distribuzione di polizze vita, è una società in *joint venture* tra ISP ed Alleanza Assicurazioni S.p.A. (nel seguito anche Alleanza), società quest'ultima facente parte del gruppo Generali. Intesa Vita è infatti impresa comune controllata congiuntamente dal gruppo ISP e dal gruppo Generali, ciascuna con quote pari al 50% del relativo capitale sociale.

Nel 2008 il fatturato complessivo realizzato da Intesa Vita, in Italia, è stato pari a circa [2-3] miliardi di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame riguarda l'acquisizione, da parte di ISP, del controllo esclusivo di Intesa Vita. In particolare, sulla base di quanto previsto dall'accordo parasociale tra ISP e Alleanza, con il quale è stata costituita l'impresa comune Intesa Vita, è stata esercitata da parte di Alleanza l'opzione *put* prevista in suo favore.

¹ Cfr. Provvedimento C8027 - Banca Intesa/SanPaolo IMI, del 20 dicembre 2006.

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

In seguito all'esercizio di tale opzione ISP diventerà titolare dell'intero capitale sociale di Intesa Vita e ne acquisirà il controllo esclusivo.

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 citata legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 461 milioni di euro.

IV. IL PARERE DELL'ISVAP

Con parere pervenuto in data 3 settembre 2010, l'ISVAP non ha evidenziato nell'operazione la sussistenza di elementi idonei ad alterare l'assetto concorrenziale preesistente.

V. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

L'operazione interessa il settore assicurativo e precisamente i singoli mercati riconducibili ai diversi rami assicurativi vita. Infatti, così come emerso da numerosi precedenti dell'Autorità, la tipologia di servizi offerti, nonché le esigenze manifestate dalla domanda e le peculiarità degli stessi contesti competitivi, sono tali da distinguere ogni ramo assicurativo in distinti mercati del prodotto. Inoltre, in ogni ramo assicurativo vita, come sopra definito, devono considerarsi, separatamente, il mercato della fase della produzione a monte dal mercato della fase distributiva a valle.

In merito al profilo geografico, i precedenti dell'Autorità hanno condotto a ritenere rilevante la dimensione nazionale per i mercati della produzione dei singoli rami assicurativi vita ed invece la dimensione provinciale per i mercati distributivi a valle.

Con riferimento all'operazione in oggetto i mercati interessati sono quelli della produzione e della distribuzione dei rami vita I, III e V, essendo questi gli ambiti di attività della società oggetto di acquisizione Intesa Vita.

Relativamente ai mercati nazionali della fase produttiva, ISP, già detentrica del controllo congiunto di Intesa Vita, deterrà, a seguito dell'acquisizione del controllo esclusivo di tale impresa, una quota superiore al 10-15% nel ramo vita I, una quota superiore al 15-20% nel ramo vita III e una quota compresa tra l'1-5% nel ramo vita V.

Relativamente alla fase distributiva, ISP colloca i prodotti assicurativi vita delle proprie controllate attraverso la rete sportelli della banca, rete composta da oltre 6.000 sportelli a livello nazionale e che rende tale soggetto tra i principali operatori in termini di distribuzione attraverso propri sportelli bancari, di prodotti assicurativi vita. Intesa Vita già colloca i propri prodotti attraverso una parte della rete del gruppo ISP.

L'operazione in esame, in quanto comporta il passaggio da controllo congiunto di Intesa Vita, in capo a ISP e gruppo Generali, a controllo esclusivo in capo ad ISP, lascia immutato il contesto competitivo.

Rileva, tuttavia, osservare che tale contesto competitivo è stato oggetto del provvedimento dell'Autorità del 20/12/2006 n. 16249, C8027-Banca Intesa/SanPaolo IMI, nel quale l'Autorità ha individuato il rischio di costituzione di posizione dominante collettiva in capo a ISP e gruppo Generali nel ramo produttivo vita I e rischi restrittivi nei rami vita III e V, nonché nei mercati provinciali della fase distributiva. In tali mercati, il contesto competitivo vede ancora presente, tra i principali operatori, il gruppo Generali. Si tratta di un operatore che, allo stato, non è qualificabile come concorrente effettivo, dati i suoi legami azionari e nella *governance* di ISP.

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. Il presente provvedimento lascia immutate le misure prescritte nelle lettere e), f), g) del provvedimento C8027 Banca Intesa/SanPaolo IMI;

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

C10714 - VENETO BANCA HOLDING/COFITO-BANCA INTERMOBILIARE DI INVESTIMENTI E GESTIONI*Provvedimento n. 21582*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 15 settembre 2010;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione di Veneto Banca Holding S.c.p.A., pervenuta in data 4 agosto 2010;

VISTO il parere ISVAP pervenuto in data 31 agosto 2010 a seguito di richiesta ai sensi dell'art. 20, comma 4, della legge n. 287/90;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Veneto Banca Holding S.c.p.A. (di seguito, anche "VBH") è la società a capo del Gruppo Veneto Banca (di seguito, anche "Gruppo VB"). Il Gruppo VB è attivo nell'offerta di servizi bancari, finanziari ed assicurativi nei confronti sia di clientela *corporate* che *retail*. Il Gruppo VB detiene, a livello sopranazionale, una rete complessiva di circa 540 filiali, 482 delle quali situate in varie regioni italiane.

Nel 2009, il fatturato consolidato realizzato dal Gruppo VB a livello mondiale, determinato ai sensi dell'art. 16, comma 2, della legge n. 287/90, è stato pari a [2-3]¹ miliardi di euro, di cui [2-3] miliardi di euro sono stati realizzati in Italia.

Cofito S.p.A. (di seguito, anche "Cofito") è una società finanziaria sottoposta al controllo congiunto di una pluralità di soggetti cui fa capo, complessivamente, il 60% del capitale sociale, mentre il rimanente 40% è detenuto da VBH. Cofito, a sua volta, detiene il controllo di Banca Intermobiliare di Investimenti e Gestioni S.p.A. (di seguito, anche "BIM"), per mezzo di una partecipazione al capitale sociale pari al 52,7%. BIM è una società quotata presso la Borsa Italiana, attiva, anche attraverso alcune società controllate, nel settore del *private banking* e del *wealth management*, nonché, in misura marginale, nel settore immobiliare. BIM opera in Italia per mezzo di una rete di circa 30 filiali localizzate prevalentemente in province settentrionali.

Nel 2009, il fatturato consolidato realizzato da Cofito a livello mondiale, determinato ai sensi dell'art. 16, comma 2, della legge n. 287/90, è stato pari a [100-472] milioni di euro, di cui [100-472] milioni di euro sono stati realizzati in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nella fusione per incorporazione di Cofito in VBH e nella conseguente acquisizione del controllo esclusivo di BIM da parte di VBH. Quest'ultima, infatti, in

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

virtù della partecipazione già detenuta pari al 2,4%, verrebbe a detenere il 55,1% del capitale sociale di BIM.

L'operazione prevede la successiva promozione, da parte di VBH, di un'offerta pubblica di acquisto totalitaria sulle residue azioni di BIM.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'art. 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'art. 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. IL PARERE DELL'ISVAP

L'ISVAP, con parere pervenuto in data 31 agosto 2010, non ha evidenziato nell'operazione la sussistenza di elementi idonei ad alterare l'assetto concorrenziale preesistente.

IV. VALUTAZIONE

L'operazione in oggetto ha un impatto potenziale su diversi mercati riconducibili ai settori dell'attività bancaria tradizionale, del risparmio amministrato e del risparmio gestito, nonché della distribuzione assicurativa. Secondo quanto dichiarato dalla parte notificante, gli ambiti territoriali nei quali operano entrambe le entità interessate dall'operazione sono limitati alle seguenti regioni: Piemonte, Lombardia, Veneto, Friuli Venezia Giulia, Marche e Lazio, con specifico riguardo alle province di Cuneo, Torino, Bergamo, Milano, Varese, Padova, Treviso, Venezia, Verona, Vicenza, Pordenone, Pesaro e Roma.

Con riferimento all'attività bancaria tradizionale, vale ricordare come, per consolidato orientamento dell'Autorità², il mercato della raccolta includa la raccolta diretta bancaria a breve termine, da clientela ordinaria, mediante conti correnti liberi e vincolati, depositi a risparmio, nonché certificati di deposito. Dal punto di vista territoriale, tale mercato viene normalmente definito come avente dimensione provinciale.

Sulla base dei dati forniti dalla parte notificante, risulta che l'entità *post-merger* verrebbe a detenere, con riguardo al valore della raccolta, quote inferiori all'1% in tre delle province di sovrapposizione, comprese tra l'1% e il 5% in dieci province e in una sola provincia, Treviso, si determinerebbe una quota aggregata di valore superiore, pari al [15-20%].

Nell'ambito degli impieghi sono compresi, nelle diverse e possibili forme tecniche, il credito a breve, medio e lungo termine. In considerazione delle caratteristiche della domanda, per consolidato orientamento dell'Autorità³, si distinguono i seguenti mercati rilevanti: (i) famiglie

² Si veda, al riguardo, la definizione di mercato rilevante adottata nei provvedimenti di chiusura istruttoria relativi ai casi C8027 – *Banca Intesa/San Paolo IMI*, in Boll. n. 49/06; C8277 – *Banche Popolari Unite/Banca Lombarda e Piemontese*, in Boll. n. 13/07; C8660 – *Unicredit/Capitalia*, in Boll. n. 33/07.

³ Si veda, al riguardo, la definizione di mercato rilevante adottata nei provvedimenti di chiusura istruttoria relativi ai casi citati *sub* nota 2.

consumatrici, avente dimensione geografica provinciale; (ii) famiglie produttrici e imprese di piccole dimensioni, avente dimensione geografica provinciale; (iii) imprese di medie e grandi dimensioni, avente dimensione geografica regionale; (iv) enti pubblici, avente dimensione geografica regionale.

Con riferimento ai mercati sub (i) e (ii) le quote aggregate dell'entità *post-merger* risulterebbero essere, rispettivamente, pari al [5-10%] e al [10-15%] nella provincia di Treviso, mentre sarebbero comprese tra l'1% e il 5%, rispettivamente, in nove e sette province, ovvero inferiori all'1%, rispettivamente, in tre e cinque province.

Con riguardo al mercato sub (iii), le quote detenute da VBH a seguito della fusione risulterebbero comprese tra l'1% e il 5% in tutte le regioni interessate, con l'eccezione del Lazio, ove la quota sarebbe inferiore all'1%. Nel mercato sub (iv), l'entità *post-merger* verrebbe a detenere quote marginali in tutte le regioni interessate, con l'unica eccezione del Veneto, ove la quota sarebbe del [1-5%].

In ciascuno dei mercati riconducibili all'attività bancaria tradizionale sopra richiamati, pertanto, le quote riferite risultano tali da potersi escludere che l'operazione in esame sia suscettibile di produrre effetti restrittivi, anche tenuto conto, da un lato, del trascurabile effetto incrementale prodotto dalla fusione e, dall'altro lato, della presenza, sugli stessi mercati, di numerosi e qualificati concorrenti.

Per quanto concerne i mercati dei servizi di pagamento e del risparmio amministrato, le quote riferite dalla parte notificante risultano essere del tutto marginali. Pertanto, anche alla luce del consolidato orientamento secondo il quale l'erogazione dei servizi relativi al mercato del risparmio amministrato risulta strettamente legata con l'attività bancaria tradizionale⁴, non si ravvisa alcuno specifico rischio di costituzione o rafforzamento di posizione dominante.

Con riguardo alle attività connesse al settore del risparmio gestito, non vengono segnalate sovrapposizioni quanto ai mercati della produzione. In merito ai mercati distributivi, tradizionalmente individuati come aventi una dimensione geografica limitata ai confini provinciali⁵, dai dati forniti emerge che, per ciò che concerne i fondi comuni di investimento, le quote aggregate *post-merger* sarebbero inferiori all'1% in tre province, nonché comprese tra l'1% e il 5% in sette province. La quota sarebbe, invece, del [5-10%] a Venezia, del [5-10%] a Pordenone e del [15-20%] a Treviso. Quanto ai mercati della distribuzione di servizi di gestione individuale (GPM e GPF), le quote aggregate risulterebbero inferiori all'1% in due province e comprese tra l'1% e il 5% in sette province, mentre la quota risulterebbe del [5-10%] a Treviso, del [10-15%] a Pesaro, del [10-15%] a Pordenone e del [10-15%] a Torino.

Anche con riferimento ai mercati in considerazione, pertanto, tenuto conto dei dati quantitativi forniti, si ritiene di escludere che l'operazione oggetto di valutazione sia idonea ad incidere negativamente sulla struttura competitiva degli stessi.

Con riguardo al settore assicurativo, l'operazione non interessa il settore della produzione, atteso che VBH non risulta essere attiva su tale mercato. Pertanto, la sola attività che viene in considerazione è quella distributiva, limitatamente ai rami vita. Su tali mercati, aventi estensione

⁴ Si veda, al riguardo, la definizione di mercato rilevante adottata nei provvedimenti di chiusura istruttoria relativi ai casi C8027 – *Banca Intesa/San Paolo IMI*, in Boll. n. 49/06 e C8660 – *Unicredit/Capitalia*, in Boll. n. 33/07.

⁵ Si veda, al riguardo, la definizione di mercato rilevante adottata nei provvedimenti di chiusura istruttoria relativi ai casi citati sub nota 2.

geografica provinciale, le quote aggregate successive al perfezionamento dell'operazione risulterebbero essere inferiori all'1%, con la sola eccezione delle province di Padova, Treviso, Venezia e Pordenone, tutte con quote comprese tra l'1% e il 5%.

Alla luce di quanto sopra esposto, non si ritiene che l'operazione in esame possa sollevare problemi concorrenziali, determinando la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nei mercati interessati.

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 nei 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 ed 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

C10717 - OVIESSE/RAMO DI AZIENDA DI BELLAVITA

Provvedimento n. 21583

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 15 settembre 2010;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Oviessse S.p.A., pervenuta in data 4 agosto 2010;

VISTA la propria richiesta di informazioni, inviata alla società Oviessse S.p.A. il 27 agosto 2009 con conseguente interruzione dei termini ai sensi dell'articolo 5, comma 3, del D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTE le informazioni integrative della società Oviessse S.p.A., pervenute in data 28 agosto 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Oviessse S.p.A. è una società interamente controllata dal Gruppo Coin S.p.A. (di seguito, Gruppo Coin), società *holding*, con funzioni di finanziamento e coordinamento (tecnico, commerciale, industriale e finanziario) delle proprie controllate, principalmente attive nel settore della distribuzione al dettaglio di abbigliamento e di accessori, con i marchi "*Coin*", "*Oviessse*", "*Young Village*" e "*Upim*".

Gruppo Coin è soggetto al controllo di PAI Partners S.A.S. (di seguito, PAI), una società di gestione di fondi di investimento controllata da persone fisiche. PAI è azionista di controllo di un ampio numero di società estere, attive nei rispettivi paesi nei settori più svariati (alimentari, assicurazioni, edilizia, meccanica, ecc.).¹

Nel 2008, il fatturato complessivo realizzato da PAI è stato di circa [10-20]² miliardi di euro, di cui [1-2] miliardi di euro realizzati in Italia.

Oggetto di acquisizione è il ramo d'azienda *retail* di proprietà della società Bellavita S.p.A., composto dalla rete di vendita al dettaglio di articoli di abbigliamento per bambini contrassegnati dai marchi "*Magnolia*", "*Babycresci*" e "*Stellina*".

Bellavita S.p.A., il cui capitale sociale è interamente detenuto da una persona fisica, è principalmente attiva nella gestione di punti vendita al dettaglio di abbigliamento e accessori per bambini sotto l'insegna "*Magnolia*" e svolge parte dell'attività tramite rapporti di *franchising* nel ruolo di *franchisor*.

Nel 2009, il fatturato realizzato dal ramo d'azienda sopra citato è stato di circa [*inferiore a un milione di*] euro.

¹ Si veda la decisione della Commissione CE COMP/M.3791 – PAI/COIN, del 29 maggio 2005.

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

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame riguarda l'acquisizione da parte del Gruppo Coin, attraverso la controllata Oviessse S.p.A., del ramo d'azienda di cui sopra, che comprende, in particolare: i) 26 esercizi commerciali ad insegna "Magnolia" composti dai contratti di locazione relativi agli spazi all'interno dei quali si svolgono le attività commerciali di cui si tratta, dai beni strumentali ivi presenti, dalle relative autorizzazioni amministrative e dai rapporti di lavoro con i dipendenti che allo stato prestano la propria attività negli punti vendita citati; ii) 28 contratti di *franchising* tra Bellavita e terzi per la commercializzazione e vendita di abbigliamento e accessori per bambini in esercizi commerciali ad insegna "Magnolia".

In particolare, per quanto attiene agli esercizi commerciali di cui al punto i), si tratta di 10 punti vendita nella provincia di Milano, 2 nella provincia di Alessandria, 1 nella provincia di Bologna, 2 nella provincia di Cagliari, 1 nella provincia di La Spezia, 2 nella provincia di Torino, 1 nella provincia di Varese, 3 nella provincia di Pavia, 2 nella provincia di Genova, 1 nella provincia di Bergamo e 1 in quella di Piacenza. Per quanto riguarda, invece, i negozi gestiti in *franchising* di cui al punto ii), questi sono distribuiti sul territorio nazionale come segue: 1 punto vendita nella provincia di Savona; 1 nella provincia di Vibo Valentia; 1 nella provincia di Napoli; 1 nella provincia di Imperia; 1 nella provincia di Roma; 2 nella provincia di Catania; 1 nella provincia di Pescara; 1 nella provincia di Caserta; 1 nella provincia di Catanzaro; 2 nella provincia di Lecce; 1 nella provincia di Biella; 2 nella provincia di Ancona; 3 nella provincia di Cosenza; 1 nella provincia di Bergamo; 1 nella provincia di Salerno; 1 nella provincia di Genova; 1 nella provincia di Brindisi; 1 nella provincia di Messina; 1 nella provincia di Trapani; 1 nella provincia di Bari; 1 nella provincia di Padova; 1 nella provincia di Reggio Calabria e 1 nella provincia di Caltanissetta.

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

Mercato del prodotto

Il settore interessato dalla presente operazione è quello della distribuzione al dettaglio di capi di abbigliamento e dei relativi accessori ed, in particolare, dell'abbigliamento per bambini da 0 a 14 anni.

In Italia, la distribuzione dei capi d'abbigliamento e degli accessori citati avviene attraverso due canali principali: i negozi tradizionali, spesso specializzati per tipologie di prodotto, e la distribuzione moderna. La distribuzione moderna si distingue da quella tradizionale al dettaglio innanzitutto per il servizio offerto al cliente: nei punti vendita della distribuzione moderna prevale

infatti il libero servizio, mentre nei negozi tradizionali la vendita assistita. Inoltre, la distribuzione moderna si caratterizza, dal punto di vista della tipologia dei punti vendita, per la grande superficie di questi ultimi e per la presenza di reparti dedicati a differenti categorie di prodotti (abbigliamento uomo, donna, bambino, abbigliamento intimo), mentre i punti vendita tradizionali sono spesso specializzati in una gamma ristretta di prodotti.

Deve, tuttavia, osservarsi che i punti vendita di abbigliamento sono, ormai in misura significativa, negozi specializzati nella vendita di un unico marchio, i cosiddetti negozi “monomarca” (ad esempio “Benetton” e “Sisley”), dove prevale il libero servizio, che permette al consumatore di scegliere autonomamente, ma allo stesso tempo assicura, qualora venga richiesta, la vendita assistita tipica dei negozi tradizionali. E’ necessario, inoltre, evidenziare come la disposizione in un unico punto vendita di tutte le tipologie di prodotto non rivesta un’importanza determinante, in quanto i capi di abbigliamento e gli accessori sono beni durevoli, di valore unitario elevato, che soddisfano vari bisogni: quello primario di vestirsi, ma anche un insieme complesso di altre necessità legate all’immagine individuale e sociale di una persona. Il consumatore è, dunque, disposto a visitare diversi negozi, comparandone le offerte in termini di qualità, prezzo e gusto, nonché a ripetere la ricerca per ogni articolo di cui ha bisogno.

Sulla base di queste considerazioni, si ritiene, dunque, che la distribuzione moderna e i negozi tradizionali facciano parte del medesimo mercato.

Mercato geografico

Dal punto di vista geografico, il mercato del prodotto ha dimensione locale. L’esatta delimitazione della dimensione geografica 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.

Pertanto, il mercato geografico rilevante ai fini della presente operazione ha dimensioni provinciali, corrispondenti alle Province di Pescara, Cosenza, Catanzaro, Reggio Calabria, Vibo Valentia, Caserta, Napoli, Salerno, Bologna, Piacenza, Roma, Genova, Imperia, La Spezia, Savona, Bergamo, Milano, Pavia, Varese, Ancona, Alessandria, Torino, Bari, Brindisi, Lecce, Cagliari, Caltanissetta, Catania, Messina, Trapani, Padova, Biella.

Effetti dell’operazione

In relazione agli effetti dell’operazione di cui si tratta, si fa presente che le quote detenute dal Gruppo Coin nelle province sopra individuate subiranno incrementi del tutto marginali [*inferiori all’1%*] e, pertanto, si ritiene che l’operazione di concentrazione oggetto della presente comunicazione non avrà effetti pregiudizievoli per la concorrenza, non alterando gli equilibri concorrenziali esistenti nei mercati provinciali citati della distribuzione al dettaglio di abbigliamento ed accessori.

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;

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

C10732 - JOHNSON & JOHNSON/MICRUS ENDOVASCULAR*Provvedimento n. 21584*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 15 settembre 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione preventiva della società Johnson & Johnson, pervenuta in data 18 agosto 2010;

VISTA l'ulteriore comunicazione, pervenuta in data 6 settembre 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Johnson & Johnson (di seguito, J&J), con sede legale nel New Jersey (USA), è una società per azioni quotata al NYSE di New York, a capo dell'omonimo gruppo di imprese che operano a livello mondiale in tre settori economici: *i*) beni di largo consumo (prevalentemente prodotti per l'igiene e la cura del corpo, medicinali da banco e integratori alimentari), *ii*) prodotti farmaceutici per diversi settori terapeutici (fra cui l'ematologia, l'immunologia, la neurologia, l'oncologia, la terapia del dolore, l'urologia, la virologia, etc.), *iii*) dispositivi medici e diagnostici, c.d. MD&D, prodotti impiegati principalmente in ambito professionale - presso ospedali, laboratori di diagnostica e ambulatori - dagli operatori medico-sanitari.

Nel 2009 il fatturato consolidato realizzato a livello mondiale dal gruppo J&J è stato di circa [40-50]¹ miliardi di euro, di cui circa [9-10] miliardi realizzati nell'Unione Europea e circa [1-2] miliardi di euro in Italia.

Micrus Endovascular Corporation (di seguito, "Micrus"), con sede legale in California (USA), è una società per azioni quotata al NASDAQ di New York, operante nel settore dei dispositivi medici impiegati principalmente per il trattamento di patologie cerebrovascolari, specialmente nel caso di aneurismi cerebrali, responsabili, tra l'altro, di ictus emorragico. In particolare, Micrus è specializzata nella realizzazione di una linea di prodotti che consente interventi cosiddetti mininvasivi nella zona colpita da aneurisma.

Micrus è presente sul mercato italiano tramite il proprio distributore AB Medica S.p.A., società con sede a Lainate (Milano), attraverso il quale commercializza una vasta gamma di spirali embolizzanti, prodotti per il trattamento dell'ictus ischemico e dispositivi accessori per procedure interventistiche.

Nel 2010 il fatturato consolidato realizzato da Micrus è stato di circa [47 -100] milioni di euro a livello mondiale, di cui circa [10-47] milioni nell'Unione Europea e circa [1-10] milioni in Italia.

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

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione da parte di J&J del controllo esclusivo della società Micrus.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo esclusivo di un'impresa, costituisce 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

I mercati rilevanti

J&J e Micrus sono entrambe attive nella produzione e vendita di dispositivi medici per impiego in ambito cerebrovascolare per il trattamento di patologie connesse ad ictus.

In particolare, J&J, attraverso la società controllata Codman & Shurtleff Inc (di seguito Codman), commercializza nel mercato italiano le spirali embolizzanti c.d. semplici, uno strumento utilizzato nelle tecniche mininvasive impiegate per il trattamento cerebrovascolare dell'ictus emorragico. L'impiego delle spirali embolizzanti, che sono costituite da fili metallici molto sottili che vengono posizionati all'interno della sacca aneurismatica, consente, in determinati casi, il trattamento dell'ictus emorragico senza intervento chirurgico.

Inoltre, J&J commercializza in Italia alcuni dispositivi accessori (tra i quali i microcateteri e i cateteri guida) utilizzati per l'applicazione delle spirali.

Micrus, a sua volta, offre in Italia una vasta gamma di spirali embolizzanti, "semplici" e "rinforzate", nonché alcuni dispositivi accessori (tra i quali i microcateteri e i cateteri guida) utilizzati per l'applicazione delle spirali.

Per quanto riguarda i dispositivi medici, occorre ricordare che nel caso delle procedure interventistiche di tipo endovascolare e cardiovascolare, la Commissione ha effettuato una prima distinzione sulla base del trattamento rispetto al quale i dispositivi erano stati originariamente concepiti, seguendo la stessa logica adottata in ambito farmaceutico tra i farmaci utilizzati per il trattamento di differenti condizioni patologiche. La Commissione, tuttavia, ha riconosciuto che specifici dispositivi medici, pur presentando forme e dimensioni diverse, sono prodotti che ricorrono alla stessa tecnologia e che la sostituibilità dal lato dell'offerta dei diversi modelli di ciascun dispositivo è alquanto elevata. Solitamente, pertanto, diversi modelli di uno specifico dispositivo medico appartengono ad un unico mercato del prodotto².

Sulla base di tale presupposto, si ritiene che, nel caso di specie, i mercati rilevanti del prodotto possano essere individuati come: *i*) il mercato delle spirali embolizzanti per il trattamento mininvasivo delle patologie cerebrovascolari; *ii*) il mercato dei microcateteri, utilizzati anche per

² Cfr., per esempio, European Commission decision COMP/M.3687 – *Johnson&Johnson/Guidant*, del 25 agosto 2005.

l'applicazione delle spirali embolizzanti; *iii*) il mercato dei cateteri guida, utilizzati anche per l'applicazione delle spirali embolizzanti.

Da un punto di vista geografico, in linea con precedenti decisioni della Commissione, il mercato rilevante si considera di dimensione nazionale. Tale scelta è motivata da un insieme di fattori che comprendono, tra gli altri, le diverse strutture e composizioni del mercato, le differenze nei regimi regolatori (ad esempio per i sistemi di rimborso), le abitudini di clienti e fornitori.

Effetti dell'operazione

In Italia, l'operazione comunicata porterà alla sovrapposizione delle attività delle Parti nei tre mercati individuati.

La posizione delle Parti nei tre mercati è fortemente asimmetrica, essendo l'impresa target significativamente più presente dell'acquirente nel mercato delle spirali embolizzanti, ma quasi assente in entrambi i mercati dei dispositivi accessori utilizzati per l'applicazione delle spirali (dei microcateteri e dei cateteri guida).

In particolare, nella vendita delle spirali embolizzanti, a seguito dell'operazione, la quota di mercato dell'acquirente passerà dal [5-10%] al [25-30%]. Ciò a fronte di concorrenti in possesso di quote significative: Boston Scientific ed eV3/Covidien, con quote rispettivamente del [60-65%] e [15-20%].

Nei mercati dei cateteri guida e dei microcateteri, il gruppo acquirente detiene una posizione pari, rispettivamente, al 60-70% ed al 55-65%, mentre la società acquisita è presente con quote trascurabili, rispettivamente comprese fra [1-5%] ed inferiori all'1% e, soprattutto, con fatturati assolutamente marginali pari a, rispettivamente, [0-50.000] e [0-50.000] euro all'anno. Per tale ragione, la concentrazione produce effetti di sovrapposizione limitati, realizzando l'integrazione di imprese sostanzialmente specializzate in mercati diversi.

Si deve inoltre sottolineare che le attività di riferimento sono caratterizzate da un vivace dinamismo e una continua innovazione che rendono i mercati rilevanti contendibili, in quanto sottoposti alla pressione concorrenziale delle imprese che producono dispositivi innovativi. A questo proposito si può considerare la situazione dei cateteri guida sul mercato statunitense, in cui si registra una progressiva affermazione del catetere c.d. distale (dispositivo che non è prodotto dalle parti), un prodotto di nuova generazione che ha già eroso la quota di mercato degli altri cateteri del 50% e che è in procinto di diffondersi anche nei mercati europei.

Va poi tenuto in considerazione che gli acquirenti, principalmente costituiti da aziende ospedaliere pubbliche, detengono un notevole potere negoziale in ragione del diffuso ricorso agli acquisti centralizzati. Dati i vincoli di bilancio delle aziende ospedaliere, la presenza di altri fornitori e il sistema di fornitura tramite aste pubbliche e tenendo conto del quadro generale all'interno del quale opera il Sistema Sanitario Nazionale, si può ritenere che le dinamiche concorrenziali non possano subire limitazioni per effetto della concentrazione.

Nel complesso, pertanto, la concentrazione in esame non appare in grado di modificare la struttura dell'offerta nei mercati rilevanti tanto da poter produrre effetti indesiderati sotto il profilo concorrenziale.

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

C10736 - THE WALT DISNEY COMPANY/PLAYDOM

Provvedimento n. 21585

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 15 settembre 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società The Walt Disney Company, pervenuta in data 24 agosto 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

The Walt Disney Company (di seguito Wdny), di diritto statunitense, è una società che opera a livello internazionale nell'ambito dell'intrattenimento e dei mezzi di comunicazione; in particolare, la sua attività si articola in cinque divisioni principali: produzione cinematografica, gestione parchi a tema e centri vacanza, sviluppo di prodotti basati su personaggi Disney, gestione di stazioni radiotelevisive, produzione di videogiochi.

Wdny è quotata alla borsa valori di New York e presenta un azionariato diffuso, con nessun soggetto in grado di esercitarne il controllo (il maggior azionista essendo una persona fisica con il 7% circa del capitale).

Il fatturato conseguito da Wdny nell'esercizio 2009 è stato complessivamente pari a [20-30] ¹ miliardi di euro, di cui [2-3] miliardi di euro e [472-700] milioni di euro per vendite realizzate, rispettivamente, nell'Unione europea e in Italia.

Playdom Inc. (di seguito Pdm) è una società di diritto statunitense che sviluppa e commercializza videogiochi *on line*, in particolare *social games* su piattaforme di *social network* (quali Facebook e MySpace) e, in misura inferiore, su piattaforme mobili e sul proprio sito *internet*.

Pdm presenta un azionariato diffuso, con nessun soggetto in grado di esercitarne il controllo (i principali azionisti sono R3H Heritage Growth Trust con il 21,6% circa del capitale, Xia Ling con il 21,4%, Audeamus Trust con l'11,9 % ed altri).

Il fatturato realizzato nel corso del 2009 da Pdm è stato complessivamente pari a [10-47] 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

La comunicazione in esame riguarda l'acquisizione, da parte di Wdny, del controllo di Pdm mediante l'acquisto dell'intero capitale sociale. In particolare, una società controllata da Wdny (Platinum, controllata attraverso la società Dei) verrà fusa per incorporazione in Pdm, convertendo

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

le azioni della prima in azioni della seconda e con liquidazione in denaro dei precedenti azionisti Pdm.

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 videogiochi in cui è attiva la società Pdm oggetto di acquisizione.

I videogiochi, nei vari loro generi (d'azione, sportivi, di ruolo, di strategia, educativi, simulazioni, ecc), possono distinguersi in *off line* e *on line*. Nel primo caso, i giochi sono installati su supporti fisici (quali cartucce e CdRom) che vengono letti da piattaforme *hardware* (quali *personal computer* e *console*, fisse o portatili). Nel secondo caso, è possibile interagire con una *community* di gioco, ossia con numerosi giocatori collegati in modalità remota attraverso una connessione *internet*. Una particolare categoria di videogiochi *on line* è rappresentata dai cosiddetti *social games*, quali quelli sviluppati da Pdm, che presuppongono l'utilizzo di piattaforme di *social network* (quali Facebook, MySpace, ecc).

Se da un lato le due tipologie possono differenziarsi anche in relazione alle modalità di acquisto (quelli *on line* essendo spesso basati su pagamenti ripetuti e periodici, a fronte dei quali si acquista un tempo di gioco piuttosto che l'intero gioco come nel caso *off line*), dall'altro lato si osserva come anche i videogiochi *off line* possano offrire alcune applicazioni di tipo *on line*, quali ad esempio la possibilità di interagire con più giocatori in modalità remota (in particolare nel caso delle *console*).

Ad ogni modo, nel caso di specie la questione dell'esatta delimitazione merceologica del mercato può essere lasciata aperta.

Il mercato geografico

Dal punto di vista della rilevanza geografica, secondo le parti il mercato rilevante può essere definito su scala mondiale, in ragione del ruolo che la diffusione globale di *internet* e delle piattaforme di *social network* gioca in particolare per il caso delle applicazioni *on line*. Anche i giochi tradizionali *off line* più diffusi vengono peraltro sviluppati in versione multilingua ed utilizzano lo stesso strumento di gioco nei vari Paesi.

Di converso, tuttavia, i videogiochi (in particolare quelli tradizionali *off line*) vengono generalmente distribuiti all'ingrosso su base nazionale², così come avviene per la prestazione dei relativi servizi di assistenza nella lingua del singolo Paese, ed esistono inoltre differenti versioni dei videogiochi e dei relativi manuali a seconda dei casi.

Ad ogni modo, nel caso di specie anche la questione dell'esatta delimitazione geografica del mercato può essere lasciata aperta, in quanto anche nell'ipotesi più restrittiva la valutazione non muterebbe.

Effetti dell'operazione

Pdm sviluppa esclusivamente videogiochi di tipo *on line*, mentre Wdny ne distribuisce un numero pari a cinque (tutti del genere per bambini e in lingua inglese senza traduzione in italiano, con esigui ricavi in Italia).

Nel ristretto ambito dei videogiochi *on line*, entrambe le parti raggiungono una modesta quota di mercato (stimata pari al [1-5%] circa a livello globale, e ancora inferiore nel più circoscritto ambito nazionale), dovendo peraltro fronteggiare la concorrenza di diversi operatori concorrenti (quali in particolare Electronic Arts, Activision Blizzard, Zynga e Nexon). Analoghe percentuali vengono raggiunte dalla sola Pdm nell'ancora più ristretto ambito dei *social games*, ambito nel quale Wdny è invece assente, con la concorrenza esercitata da diverse applicazioni dei *social network* (quali in particolare Zynga, Electronic Arts/Playfish e Snap Interactive).

Considerando invece il complessivo mercato dei videogiochi, di tipo sia *on line* che *off line*, il peso delle parti è pari al [1-5%] circa sia in ambito mondiale che nazionale.

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.

² Cfr. C9350.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

C10737 - LOTTOMATICA VIDEOLOT RETE/LOGO*Provvedimento n. 21586*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 15 settembre 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione effettuata dalla società Lottomatica Videolot Rete S.p.A., pervenuta in data 26 agosto 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Lottomatica Videolot Rete S.p.A. (di seguito, Videolot) è una società che opera nell'attivazione e conduzione operativa della rete per la gestione telematica del gioco lecito mediante gli apparecchi da divertimento ed intrattenimento e le relative attività e funzioni connesse. In particolare, Videolot è titolare di una concessione rilasciata dall'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato (di seguito AAMS) per l'attivazione e la conduzione operativa della rete per la gestione telematica del gioco lecito mediante apparecchi da divertimento ed intrattenimento.

Il capitale sociale di Videolot è interamente detenuto da Lottomatica Group 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 2009 è stato pari a 4,1 miliardi di euro, di cui 1,8 miliardi di euro per vendite realizzate in Italia.

Logo S.r.l. (di seguito, Logo) è una società attiva nella creazione, organizzazione, gestione, acquisto, affitto ed alienazione di attività di intrattenimento e divertimento, attività di sala da gioco, realizzazione di ogni gioco lecito, gestione di apparecchi meccanici, elettronici, virtuali ed ogni altra apparecchiatura adibita all'intrattenimento ed al gioco.

In particolare Logo risulta titolare dei seguenti beni e rapporti giuridici: *i*) circa 156 apparecchi da divertimento ed intrattenimento ex art. 110, comma 6 e comma 6/a del TULPS¹ (cd "*new slot*"), tutte già collegate alla rete telematica di Videolot; *ii*) i cambiamonete installati presso i punti vendita; *iii*) i contratti stipulati con gli esercenti per l'installazione e la gestione del parco macchine.

Il capitale sociale di Logo è detenuto, per l'80%, dalla società Euromatic S.r.l. e, per il restante 20%, da una persona fisica (di seguito, congiuntamente, i venditori)².

¹ Si tratta di apparecchi che distribuiscono vincite in denaro.

² Il fatturato di Logo non è disponibile.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame ha ad oggetto l'acquisizione, da parte di Videolot, della totalità del capitale sociale di Logo.

Parte integrante dell'operazione è un patto in base al quale, con riferimento agli esercizi commerciali presso i quali sono installati gli apparecchi e salvo espliciti accordi assunti con Videolot, i venditori si impegnano a non svolgere, per un periodo di tre anni dalla data di trasferimento della partecipazione, neanche per interposta persona, le medesime attività svolte da Logo, nonché alcuna attività nel settore dei giochi e delle scommesse o comunque concorrente con le attività della società Lottomatica Group S.p.A., delle sue controllate e di Videolot, anche per conto di terzi, eccezion fatta per le attività effettuate da Euromatic S.r.l. in ragione di uno specifico accordo con Videolot.

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 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 dalle imprese interessate è stato superiore a 472 milioni di euro.

Il patto di non concorrenza descritto costituisce una restrizione accessoria all'operazione, in quanto strettamente funzionale alla salvaguardia del valore dell'azienda acquisita, a condizione che abbia oggetto limitato agli ambiti merceologici e geografici in cui l'impresa acquisita ha finora svolto la propria attività³ e durata circoscritta ad un periodo di due anni non ravvisandosi trasferimento di *know how*, e a condizione che non sia impedito al venditore di acquistare o detenere azioni a soli fini di investimento finanziario.

IV. VALUTAZIONI

L'operazione interessa le attività di gestione degli apparecchi da divertimento e intrattenimento (*new slot*) e di connessione degli stessi alla rete telematica del gioco lecito. 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.

Videolot è uno dei dieci concessionari della gestione telematica delle giocate effettuate tramite gli apparecchi predetti e svolge, pertanto, un'attività che si situa a monte rispetto al settore in cui è attiva Logo.

La legalizzazione delle videolotterie avvenuta nel 2004 ha infatti, da un lato, coinvolto gli operatori attivi nella raccolta dei giochi e delle scommesse (e tra questi Lottomatica per il tramite di Videolot), dall'altro, visto affermarsi nuovi operatori, i gestori degli apparecchi da gioco, cd. "terzi incaricati".

³ Cfr. Comunicazione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle operazioni di concentrazione 2005/C 56/03, pubblicata in GUCE del 5 marzo 2005 C56/24.

A seguito del perfezionamento dell'operazione, Videolot acquisirà la gestione diretta delle 156 *new slot* attualmente nella disponibilità di Logo. L'impatto dell'operazione sull'attività a monte di connessione delle *new slot* sarà comunque nullo, posto che tutti gli apparecchi da gioco oggetto di acquisizione risultano già connessi alla rete telematica di Videolot

Laddove si consideri l'attività di Videolot quale gestore diretto di apparecchi da gioco, l'operazione avrà comunque un impatto limitato. Infatti, sulla base delle informazioni fornite dalle parti, attualmente il gruppo Lottomatica gestisce direttamente solo 11.886 *new slot* a fronte di circa 49.188 apparecchi collegati alla rete telematica di Videolot e di circa 350.000 *new slot* totali collegate alla rete centrale dell'AAMS⁴.

Pertanto, l'operazione non appare idonea ad alterare significativamente le condizioni concorrenziali attualmente esistenti nel settore in ragione della struttura dell'offerta della gestione degli apparecchi da divertimento e intrattenimento, nonché della posizione detenuta da Videolot nell'attività di gestione telematica delle giocate effettuate tramite detti apparecchi.

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 settore interessato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

RITENUTO, altresì, che il patto 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 i limiti ivi indicati;

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

⁴ Dati forniti dalla parte comunicante.

C10738 - EUROSPIN PUGLIA/RAMO DI AZIENDA DI NEGOZIANDO*Provvedimento n. 21587*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 15 settembre 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società EUROSPIN PUGLIA S.p.A., pervenuta in data 27 agosto 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

EUROSPIN PUGLIA S.p.A. (di seguito, EUROSPIN PUGLIA), con sede legale a Galatina (LE), è una società operante nella distribuzione moderna al dettaglio di prodotti alimentari ed altri prodotti di largo e generale consumo con la formula *discount*.

EUROSPIN PUGLIA è controllata da EUROSPIN ITALIA S.p.A. che, nel 2009, ha realizzato a livello nazionale un fatturato di circa 2,5 miliardi e mezzo di euro.

Oggetto di acquisizione è un ramo d'azienda commerciale appartenente alla società NEGOZIANDO S.r.l. (di seguito NEGOZIANDO), organizzato per l'esercizio dell'attività di commercio al dettaglio di prodotti alimentari e non, sito nel comune di Bisceglie (Barletta-Andria-Trani) e comprensivo di tutte le autorizzazioni necessarie, con una superficie di vendita di circa 738 m².

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'affitto della durata di quattro anni, con diritto di prelazione per eventuale rinnovo, da parte di EUROSPIN PUGLIA, del ramo d'azienda descritto.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parti 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 DELLE CONCENTRAZIONI

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'Autorità¹, 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.

EUROSPIN PUGLIA opera nel settore della distribuzione moderna mediante punti vendita gestiti secondo la formula *discount*. Sulla base di quanto stabilito dall'Autorità², con riferimento ai punti vendita gestiti secondo la formula del *discount*, risulta definita un'ampia catena di rapporti di sostituibilità, che va dagli *hard discount* ai *soft discount*, fino a tutti gli altri punti vendita della distribuzione moderna.

Nel caso in esame, considerato che l'operazione risulta finalizzata all'acquisizione di un punto vendita che ha una superficie di vendita di circa 738 m², il mercato rilevante è quello dei supermercati, composto dai punti vendita della dimensione moderna.

I mercati geografici

Da un 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.

Ai fini della presente valutazione, il mercato geografico interessato è quello della provincia di Barletta-Andria-Trani, in cui è localizzato il ramo di azienda oggetto di acquisizione.

Effetti dell'operazione

Nel mercato dei supermercati della provincia di Barletta-Andria-Trani, EUROSPIN PUGLIA è titolare di una quota stimabile in circa il 6%³, che verrà incrementata in misura marginale, inferiore all'1%, a seguito dell'operazione comunicata.

Inoltre, nel mercato dei supermercati della provincia di Barletta-Andria-Trani, operano concorrenti qualificati, tra i quali Selex, INTERDIS e Coop Italia, con quote pari, rispettivamente, a circa il 33%, il 14% e l'11%.

¹ Cfr. Provvedimento n. 6113 del 18 giugno 1998, C3037, *Schemaventuno-Promodes/Gruppo GS*, in Boll. n. 25/98.

² Cfr. Provvedimento n. 8423 del 28 giugno 2000, I397, *Sviluppo Discount/Gestione Discount*, in Boll. n. 26/00.

³ Elaborazione su dati Nielsen aggiornati al 2010.

Per quanto precede, l'operazione comunicata non altera significativamente le condizioni concorrenziali nel mercato rilevante.

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

C10742 - EUROSPIN PUGLIA/RAMO DI AZIENDA DI ALIGROS

Provvedimento n. 21588

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 15 settembre 2010;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società EUROSPIN PUGLIA S.p.A., pervenuta in data 31 agosto 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

EUROSPIN PUGLIA S.p.A. (di seguito, EUROSPIN PUGLIA), con sede legale a Galatina (LE), è una società operante nella distribuzione moderna al dettaglio di prodotti alimentari ed altri prodotti di largo e generale consumo con la formula *discount*.

EUROSPIN PUGLIA è controllata da EUROSPIN ITALIA S.p.A. che, nel 2009, ha realizzato a livello nazionale un fatturato di circa 2,5 miliardi euro, circa 240 milioni di euro dei quali sono stati realizzati da EUROSPIN PUGLIA.

Oggetto di acquisizione è un ramo d'azienda appartenente alla società ALIGROS S.p.A. (di seguito ALIGROS), relativo all'attività di commercio al dettaglio di prodotti alimentari e non, sito nel comune di Nardò (Lecce) e comprensivo di tutte le autorizzazioni necessarie, con una superficie di vendita di circa 1.100 m². Tale ramo di azienda non è al momento attivo.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisto, da parte di EUROSPIN PUGLIA, del ramo d'azienda descritto.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parti 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 DELLE CONCENTRAZIONI

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'Autorità¹, 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.

EUROSPIN PUGLIA opera nel settore della distribuzione moderna mediante punti vendita gestiti secondo la formula *discount*. Sulla base di quanto stabilito dall'Autorità², con riferimento ai punti vendita gestiti secondo la formula del *discount*, risulta definita un'ampia catena di rapporti di sostituibilità, che va dagli *hard discount* ai *soft discount*, fino a tutti gli altri punti vendita della distribuzione moderna.

Nel caso in esame, considerato che l'operazione risulta finalizzata all'acquisizione di un punto vendita che ha una superficie di vendita di circa 1.100 m², il mercato rilevante è quello dei supermercati che ricomprende tutti i punti vendita della distribuzione moderna.

I mercati geografici

Da un 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.

Ai fini della presente valutazione, il mercato geografico interessato è quello della provincia di Lecce, in cui è localizzato il ramo di azienda oggetto di acquisizione.

Effetti dell'operazione

Nel mercato dei supermercati della provincia di Lecce, EUROSPIN PUGLIA è titolare di una quota stimabile in circa il 16%³.

La quota, a seguito dell'operazione comunicata, sarà incrementata in misura marginale, tenendo conto che il punto vendita oggetto di acquisizione non è al momento attivo e che, sulla base della superficie di vendita di cui dispone, anche una volta attivo non potrà che influenzare in modo marginale la quota di mercato detenuta da EUROSPIN nella provincia interessata.

¹ Cfr. Provvedimento n. 6113 del 18 giugno 1998, C3037, *Schemaventuno-Promodes/Gruppo GS*, in Boll. n. 25/98.

² Cfr. Provvedimento n. 8423 del 28 giugno 2000, I397, *Sviluppo Discount/Gestione Discount*, in Boll. n. 26/00.

³ Elaborazione su dati Nielsen aggiornati al gennaio 2010.

Per altro, nel mercato dei supermercati della provincia di Lecce operano concorrenti qualificati, tra i quali Carrefour, Interdis e Conad, con quote pari, rispettivamente, a circa il 16%, 12% e l'11%. Per quanto precede, le operazioni comunicate non alterano significativamente le condizioni concorrenziali nel mercato interessato.

RITENUTO, pertanto, che le operazioni in esame non determinano, 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

C10744 - TELEROBOT IPA/BTP TECNO*Provvedimento n. 21589*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 15 settembre 2010;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Telerobot IPA S.r.l., pervenuta in data 31 agosto 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

TELEROBOT IPA S.r.l. (di seguito anche IPA) è una holding immobiliare e di partecipazioni. IPA attualmente detiene immobili industriali e una partecipazione del 30% del capitale sociale di un gruppo attivo nel settore dell'automazione e robotica.

Nel 2009, IPA ha realizzato un fatturato di circa 4,5 milioni di euro di cui circa 4 milioni in Italia.

BTP TECNO S.r.l. (di seguito anche BTP) è la società conferitaria del ramo d'azienda di Alcatel Lucent Italia S.p.A. attivo nella produzione di schede e apparati per le telecomunicazioni nel sito produttivo di Battipaglia (SA).

Nel 2009 il fatturato stimato realizzato da BTP è stato di circa 60 milioni di euro di cui circa 45 milioni di euro per vendite in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame prevede che la società Alcatel Lucent Italia S.p.A. (di seguito anche Alcatel) conferirà un ramo d'azienda, precisamente il sito produttivo di Battipaglia, in una NewCo denominata BTP Tecno S.r.l.. Successivamente, IPA acquisterà da Alcatel una quota pari al 90% del capitale sociale di BTP, acquisendone il controllo esclusivo.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto consiste nell'acquisizione del controllo esclusivo 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, considerando che il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato inferiore a 472 milioni di euro e che 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 sul bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

AS759 - MODIFICHE ALLO SCHEMA DI DISEGNO DI LEGGE ANNUALE PER IL MERCATO E LA CONCORRENZA – DISTRIBUZIONE CARBURANTI

Roma, 30 settembre 2010

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

L'Autorità Garante delle Concorrenza e del Mercato intende segnalare, ai sensi dell'art. 22 della legge n. 287/90, le modifiche allo schema di disegno di legge annuale per il mercato e la concorrenza, di cui all'art. 47 della legge 49/99, allegate al verbale di intesa sottoscritto in data 14 settembre 2010 presso il Ministero dello Sviluppo Economico dal rappresentante del Governo e dalle principali organizzazioni di categoria dei gestori degli impianti di distribuzione di carburante per autotrazione FAIB Confesercenti, FEGICA Cisl e FIGISC/ANISA Confcommercio.

L'Autorità osserva che il suddetto verbale di intesa, a seguito della cui sottoscrizione le citate organizzazioni di categoria dei gestori degli impianti di distribuzione dei carburanti hanno revocato lo sciopero inizialmente previsto per i giorni 15, 16 e 17 settembre 2010, prevede che le modifiche convenute saranno inserite nello schema di disegno di legge annuale per il mercato e la concorrenza prima dell'esame dello stesso in Consiglio dei Ministri.

In via preliminare, con riferimento alle disposizioni in materia di liberalizzazione delle forme contrattuali per la gestione dell'impianto di distribuzione di carburante quali quelle contenute nel novellato art. 7, l'Autorità valuta sempre auspicabile l'eliminazione di vincoli di esclusiva di approvvigionamento nei rapporti tra produttori e distributori e ritiene che tale previsione, laddove nella prassi applicativa porti in concreto alla diversificazione nelle relazioni contrattuali tra compagnie e gestori, possa contribuire alla definizione di un sistema distributivo più concorrenziale ed alla creazione di un mercato di approvvigionamento all'ingrosso dei carburanti autotrazione.

Per altri aspetti, al contrario, l'Autorità ritiene che le modifiche proposte allo schema di disegno di legge annuale per il mercato e la concorrenza e di seguito individuate, siano peggiorative, sotto il profilo concorrenziale, rispetto alle soluzioni normative in materia individuate originariamente nello schema di disegno di legge annuale predisposto dal Ministero dello Sviluppo Economico;

soluzioni che, così come previsto dal disposto di cui al comma 2 dell'art. 47 della legge n. 99/09, istitutivo della legge annuale per il mercato e la concorrenza, apparivano correttamente tenere conto delle indicazioni fornite dall'Autorità nelle proprie segnalazioni in materia di riforma del settore della distribuzione carburanti.

Modifica dei commi 2 e 4 dell'art. 4 dello schema di disegno di legge

Le modifiche allo schema di disegno di legge allegate al verbale di intesa: a) limitano al 25% delle risorse del Fondo per la razionalizzazione della rete dei carburanti (di cui al decreto legislativo n. 32/98) quelle destinabili alla chiusura dei retisti indipendenti; b) eliminano la previsione di una contribuzione maggiorata del 50% al suddetto Fondo da parte degli impianti dei comuni "inadempienti" nell'attività di chiusura degli impianti incompatibili.

Si tratta in entrambi i casi di modifiche idonee a dilazionare il processo di ammodernamento della rete di distribuzione di carburante nazionale, ed in quanto tali suscettibili di determinare effetti di mantenimento dell'attuale inefficienza della rete (oltre che il perdurare del cd "stacco" dei prezzi italiani rispetto alla media europea). L'Autorità auspica, al contrario, che vengano adottate tutte le misure idonee ad accelerare il processo di razionalizzazione della rete, il quale a sua volta rappresenta un esito coerente con una evoluzione in senso maggiormente concorrenziale dell'attività di distribuzione al dettaglio di carburanti per autotrazione.

Modifiche ai testi degli artt. 28 e 29 dello schema di disegno di legge

Nella sua formulazione originaria, lo schema di disegno di legge annuale vietava, all'art. 28, al comma 1, alle Regioni ed alle Province Autonome la possibilità di porre vincoli in materia di: a) utilizzo di apparecchiature *self service pre-pay* durante le ore di apertura in cui gli impianti forniscono anche la modalità servito; b) apertura di nuovi impianti, ovvero trasformazione di impianti esistenti, in modalità completamente automatizzata (cd impianti *ghost*). Sempre al fine di garantire una maggiore concorrenza, l'art. 28 vietava inoltre la possibilità per gli enti locali di porre l'obbligo per i nuovi impianti di assicurare contemporaneamente la distribuzione di carburanti e di metano e/o GPL (comma 2).

In quella formulazione la norma correttamente recepiva una serie di indicazioni contenute in recenti segnalazioni dell'Autorità a numerose Regioni ed enti locali, nelle quali si evidenziava l'effetto restrittivo derivante dalla eccessiva pervasività della regolamentazione locale a fronte dei principi di piena liberalizzazione all'apertura degli impianti di distribuzione prescritti dalla riforma nazionale del 2008 (art. 83 della legge n. 133/08). In ogni caso, lo sviluppo di una forte "*selfizzazione*" della rete (sino all'apertura di impianti completamente automatizzati come avviene di norma nei principali paesi europei) è sempre stato visto dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato come un auspicabile sviluppo della rete di distribuzione nazionale al fine di ridurre il cd "stacco" dei prezzi nazionali dalla media europea.

Nelle ipotesi di modifica allo schema di disegno di legge, tuttavia, viene integralmente soppresso il comma 2, e il comma 1 viene riformulato nel senso di prevedere semplicemente "anche" la presenza di impianti *self service* in ogni impianto di distribuzione, senza però più affermare il divieto in capo alle Regioni ed alle Province Autonome di regolamentare in modo restrittivo l'effettiva operatività degli stessi.

Da ultimo, la proposta di modifica dell'art. 29 dello schema di disegno di legge annuale interviene sul comma 3 di detto articolo, eliminando la possibilità, precedentemente prevista, di esercizio delle attività *non oil* da parte di soggetti non titolari delle licenze di esercizio (salvo rinuncia del diritto da parte di questi ultimi).

In conclusione, le nuove formulazioni previste per gli artt. 28 e 29 del disegno di legge annuale, appaiono poco efficaci rispetto all'indifferibile esigenza di garantire un'uniforme applicazione a livello locale dei principi di liberalizzazione sanciti a livello nazionale dall'art. 83 della legge n. 133/08.

L'Autorità, al fine della promozione di uno sviluppo più concorrenziale del settore della distribuzione carburanti in Italia, auspica, quindi che le modifiche sopra individuate vengano espunte dal testo del disegno di legge annuale per il mercato e la concorrenza, o direttamente in sede di analisi del provvedimento da parte del Consiglio dei Ministri, o in sede di esame parlamentare dello stesso, reintroducendo altresì disposizioni realmente liberalizzatrici a favore del mercato e dei consumatori, fermo restando la previsione che prevede la caduta dell'esclusiva di fornitura.

p. IL PRESIDENTE

Antonio Pilati

AS760 - PROCEDURE DI AUTORIZZAZIONE PER L'IMMISSIONE IN COMMERCIO DI FARMACI GENERICI

Roma, 31 marzo 2010

Agenzia Italiana del Farmaco
Presidente

L'Autorità intende segnalare, ai sensi dell'articolo 22 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, le problematiche di ordine concorrenziale derivanti dalle procedure seguite dall'Agenzia Italiana del Farmaco nell'ambito delle procedure per la concessione delle autorizzazioni di immissione in commercio di medicinali generici di una specialità di riferimento.

Preliminarmente si ricorda che l'Autorità ha in più occasioni espresso l'auspicio di una maggiore considerazione delle esigenze di promozione della concorrenza nelle diverse fasi della filiera farmaceutica mediante una regolazione che, da un lato, crei le condizioni per una maggiore concorrenza dinamica incentivando le imprese a svolgere adeguatamente la propria attività di ricerca e sviluppo e, dall'altro, promuova la concorrenza di prezzo tra farmaci privi di copertura brevettuale, favorendo in particolare l'ingresso sul mercato dei farmaci generici¹.

In questa prospettiva l'Autorità intende richiamare l'attenzione sulla possibilità che l'esistenza di dispute relative al rispetto da parte del genericista delle norme sulla disciplina della tutela della proprietà industriale e commerciale possa ritardare oltremodo l'iter autorizzatorio del farmaco generico, ostacolando così il processo di apertura alla concorrenza del mercato farmaceutico.

L'Autorità non ha ovviamente mancato di considerare il diritto delle imprese produttrici delle specialità di riferimento di difendere i propri diritti in tema di copertura brevettuale, che rappresenta una tutela fondamentale per favorire la competizione fondata sull'innovazione di prodotto. Tuttavia, non può ignorarsi la circostanza che la *litigation* strategica può essere utilizzata dalle imprese titolari di brevetti scaduti al fine di ritardare o impedire l'ingresso dei concorrenti sul mercato.

Al riguardo, l'Autorità ha avuto modo di constatare come, in occasione di una domanda di autorizzazione per l'immissione in commercio di farmaci generici a base di acidi grassi polinsaturi Omega-3 EPA/DHA, la valutazione di tale richiesta si sia protratta per un periodo di tempo molto lungo a causa di una sospensione giustificata, a detta di codesta Agenzia, dall'esistenza di una causa brevettuale in sede giurisdizionale.

¹ Cfr. segnalazioni AS057, del 19 ottobre 1995, in Bollettino n. 41/95, AS239, del 30 maggio 2002, in Bollettino n. 21/02 e AS421, del 25 ottobre 2007, in Bollettino n. 38/07.

Impregiudicata la possibilità per le imprese di tutelare i propri diritti di privativa industriale nelle sedi e con gli strumenti per essa previsti, l'Autorità ritiene che subordinare la concessione delle autorizzazioni per l'immissione in commercio di farmaci generici alla risoluzione delle dispute inerenti a presunte violazioni della proprietà industriale e commerciale, in assenza di un obbligo in tal senso da parte del soggetto deputato a concedere l'autorizzazione, costituisca un ritardo all'ingresso nel mercato dei farmaci generici pregiudizievole per la concorrenza.

Del resto il Consiglio di Stato² ha precisato che l'indicazione contenuta nell'art. 10 della Direttiva 2001/83/CE (ripreso nell'art. 10 del Decreto Legislativo n. 219 del 2006) - che nel disciplinare le domande semplificate di autorizzazione per l'immissione in commercio di medicinali generici "*fa salva la disciplina della tutela della proprietà industriale e commerciale*" - deve essere interpretata nella direzione di esentare i soggetti che concedono l'autorizzazione da qualsiasi indagine circa l'esistenza di una protezione brevettale e commerciale.

Pertanto, affinché non venga compromesso il processo di effettiva apertura alla concorrenza del mercato farmaceutico, l'Autorità ritiene auspicabile che la valutazione delle richieste di immissione in commercio di medicinali generici possa svolgersi nel rispetto dei criteri di sicurezza, efficacia e qualità dei prodotti così da garantire pienamente la tutela della salute pubblica, ma con modalità tali da consentire l'ingresso di imprese produttrici di farmaci generici in tempi utili per avviare un effettivo processo concorrenziale.

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

² Cfr. Sentenza CdS n. 3993 del 15 giugno 2004.

PUBBLICITA' INGANNEVOLE E COMPARATIVA

PI6254A - MOBY.DADA.NET-RIDETERMINAZIONE SANZIONE TELECOM

Provvedimento n. 21590

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 15 settembre 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. 17856 del 10 gennaio 2008, adottato a conclusione del procedimento istruttorio relativo al caso PI6254 – *MOBY.DADA.NET – BRANI MUSICALI GRATIS SUL CELLULARE*, con il quale è stato deliberato:

- i) l'accertamento dell'ingannevolezza di alcuni messaggi pubblicitari diffusi, in collaborazione con la società Dada, dalla società Telecom Italia S.p.A. (di seguito, anche Telecom), ai sensi degli articoli 19, 20, 21, lettere a) e b), e 25 del Codice del Consumo, nella versione antecedente all'entrata in vigore del Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146, in quanto il contenuto risultava ingannevole in ordine alle caratteristiche, alle condizioni economiche ed alle modalità di fruizione dei servizi a sovrapprezzo e di suonerie per cellulari pubblicizzate, potendo, per tale motivo, pregiudicare il comportamento economico dei consumatori;
- ii) di irrogare una sanzione amministrativa pecuniaria di 75.000 euro, nei confronti di Telecom per la pratica di cui al punto i);

VISTA la sentenza del TAR del Lazio, sez. I, n. 10467/2008, depositata in data 20 novembre 2008, con la quale è stato accolto parzialmente il ricorso di Telecom, limitatamente alla determinazione del trattamento sanzionatorio, con conseguente annullamento del provvedimento dell'Autorità nella parte relativa alla quantificazione della suddetta 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 di procedere alla rideterminazione della sanzione irrogata alla società Telecom, evidenziando, per la pratica di cui al punto i), che "*appare condivisibile il rilievo concernente l'assenza di congruità nella ponderazione dei ruoli, attribuiti dalla stessa Autorità ai soggetti coinvolti nel procedimento, non sembrando che la qualifica di "coautore" assegnata alla ricorrente possa restare priva di conseguenze sulla determinazione della sanzione base (65.000 euro) in un ammontare superiore a quello della misura finale irrogata al content provider (40.000 euro), ossia al soggetto che, quale "autore" dell'illecito, è il promotore della censurata iniziativa promozionale, vantando un interesse pregnante alla riuscita dell'operazione economica*";

VISTO il proprio provvedimento n. 21241 del 9 giugno 2010, con cui l'Autorità ha avviato un nuovo procedimento per la rideterminazione della sanzione da irrogare alla società Telecom, per la violazione accertata con provvedimento n. 17856 del 10 gennaio 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 che nelle more la Parte ha già provveduto al pagamento della sanzione;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LA PARTE

1. Telecom Italia S.p.A., in qualità di professionista ai sensi dell'art. 2, lettera c), del Decreto e di società operante nella fornitura di servizi di telefonia fissa, mobile e internet in Italia. Il bilancio di Telecom relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2009 presenta ricavi per 30.158 milioni di euro.

II. L'AVVIO DEL PROCEDIMENTO

2. A seguito della sentenza del TAR, sez. I, n. 10467/2008, depositata in data 20 novembre 2008, l'Autorità ha avviato il procedimento PI6254A – “*Moby.Dada.Net – Rideterminazione sanzione Telecom*” - al fine di provvedere alla rideterminazione della sanzione irrogata alla società Telecom con il provvedimento n. 17856 del 10 gennaio 2008, sulla base dei criteri indicati nella citata sentenza del TAR.

III. LE ARGOMENTAZIONI DIFENSIVE DELLA PARTE

3. La Parte, con memoria pervenuta in data 26 luglio 2010, ha rappresentato quanto segue:

– in via preliminare, Telecom ha ribadito di considerare il provvedimento illegittimo, anche nella parte in cui ha imputato a Telecom la violazione delle norme in materia di pubblicità ingannevole in relazione alla diffusione dei messaggi da parte di Dada. A tal proposito, viene fatto presente che è stato promosso ricorso in appello innanzi al Consiglio di Stato, per l'integrale annullamento del provvedimento n. 17856 del 10 gennaio 2008;

– con riferimento al presente procedimento di rideterminazione della sanzione, nel richiamare le valutazioni svolte nella sentenza del TAR, sez. I, n. 10467/2008, Telecom sostiene di non aver mai fornito, in concreto, alcun contributo alla realizzazione del messaggio, non avendo ideato, realizzato, o diffuso tali comunicazioni promozionali. Si sarebbe trattato di iniziative autonome e unilaterali di Dada, di cui Telecom non era a conoscenza, realizzate senza alcuna autorizzazione avente ad oggetto l'utilizzo del proprio logo. Pertanto, non vi sarebbero i presupposti per l'applicazione della sanzione. In via subordinata, nel riquantificare l'importo della sanzione in ottemperanza a quanto indicato nella predetta sentenza del TAR, l'Autorità dovrà necessariamente tenere conto del ruolo subvalente di Telecom nella realizzazione della contestata fattispecie di pubblicità ingannevole ai fini di una riduzione dell'importo base.

IV. VALUTAZIONI GIURIDICHE

4. Occorre premettere che con la predetta sentenza n. 10467/2008, 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.

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

7. Il TAR ha rilevato la mancata considerazione del diverso ruolo svolto da Telecom rispetto alla condotta attiva del *content service provider*, da ciò desumendo l'incongruenza di un importo base della sanzione superiore a quello inflitto a tale soggetto.

8. Tutto ciò premesso, si ritiene di rideterminare l'ammenda, già irrogata a Telecom con delibera n. 17856 del 10 gennaio 2008, nei seguenti termini:

L'importo base della sanzione viene rideterminato in 35.000 euro, quindi in una misura inferiore all'importo base determinato per il *content provider* così come indicato dal TAR Lazio nella sentenza n. 10467/2008¹. Rispetto all'importo base come sopra determinato, va condotta l'analisi della sussistenza di eventuali circostanze aggravanti e attenuanti, valutazione non censurata nella predetta sentenza del TAR Lazio. Nel caso di specie, così come effettuato nel provvedimento n. 17856 del 10 gennaio 2008, si applica un aumento pari a 10.000 euro, in quanto la società Telecom risulta già destinataria di diversi provvedimenti di ingannevolezza in violazione del Titolo III, Capo II, del Decreto Legislativo n. 206/05, di cui alcuni riguardanti proprio fattispecie analoghe a quella oggetto del provvedimento². Alla luce di tali elementi, l'importo rideterminato della sanzione è pari a 45.000 €(quarantacinquemila euro).

Tutto ciò premesso e considerato;

DELIBERA

che la sanzione amministrativa pecuniaria da applicare alla società Telecom Italia S.p.A. per i comportamenti alla stessa ascritti nel provvedimento dell'Autorità n. 17856 del 10 gennaio 2008, venga rideterminata, nella misura di 45.000 €(quarantacinquemila euro), salvo conguaglio ad esito del giudizio di appello.

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

¹ Nel provvedimento n. 17856 del 10 gennaio 2008, l'importo base della sanzione calcolato rispetto al Content Service Provider (Dada S.p.A.), è stato fissato in 40.000 euro.

² Cfr. Provv. n. 17209 del 3 agosto 2007 - PI5723 - *COSTI SMS PER IL SERVIZIO 48469*, Provv. n. 16826 del 10 maggio 2007 - PI5577 - *ALICE TUTTO INCLUSO*.

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

PI6254B - MOBY.DADA.NET-RIDETERMINAZIONE SANZIONE VODAFONE

Provvedimento n. 21591

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 15 settembre 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. 17856 del 10 gennaio 2008, adottato a conclusione del procedimento istruttorio relativo al caso PI6254 – *MOBY.DADA.NET – BRANI MUSICALI GRATIS SUL CELLULARE*, con il quale è stato deliberato:

i) l'accertamento dell'ingannevolezza di alcuni messaggi pubblicitari diffusi, in collaborazione con la società Dada, dalla società Vodafone Omnitel N.V. (di seguito, anche Vodafone), ai sensi degli articoli 19, 20, 21, lettere a) e b), e 25 del Codice del Consumo, nella versione antecedente all'entrata in vigore del Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146, in quanto il contenuto risultava ingannevole in ordine alle caratteristiche, alle condizioni economiche ed alle modalità di fruizione dei servizi a sovrapprezzo e di suonerie per cellulari pubblicizzate, potendo, per tale motivo, pregiudicare il comportamento economico dei consumatori;

ii) di irrogare una sanzione amministrativa pecuniaria di 70.000 euro, nei confronti di Vodafone per la pratica di cui al punto i);

VISTA la sentenza del TAR del Lazio, sez. I, n. 10466/2008, depositata in data 20 novembre 2008, con la quale è stato accolto parzialmente il ricorso di Vodafone, limitatamente alla determinazione del trattamento sanzionatorio, con conseguente annullamento del provvedimento dell'Autorità nella parte relativa alla quantificazione della suddetta 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 di procedere alla rideterminazione della sanzione irrogata alla società Vodafone, evidenziando, per la pratica di cui al punto i), che "*appare condivisibile il rilievo concernente l'assenza di congruità nella ponderazione dei ruoli, attribuiti dalla stessa Autorità ai soggetti coinvolti nel procedimento, non sembrando che la qualifica di "coautore" assegnata alla ricorrente possa restare priva di conseguenze sulla determinazione della sanzione base (70.000 euro) in un ammontare superiore a quello della misura finale irrogata al content provider (40.000 euro), ossia al soggetto che, quale "autore" dell'illecito, è il promotore della censurata iniziativa promozionale, vantando un interesse pregnante alla riuscita dell'operazione economica*";

VISTO il proprio provvedimento n. 21241 del 9 giugno 2010, con cui l'Autorità ha avviato un nuovo procedimento per la rideterminazione della sanzione da irrogare alla società Vodafone, per la violazione accertata con provvedimento n. 17856 del 10 gennaio 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 che nelle more la Parte ha già provveduto al pagamento della sanzione;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LA PARTE

1. Vodafone Omnitel N.V., in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, comma 1, lettera b), del Codice del Consumo. La società opera nel settore delle comunicazioni e, in particolare, nei servizi di fonia e dati su rete fissa e mobile. I ricavi di Vodafone nell'esercizio 2009 ammontano a 8.492 milioni di euro¹.

II. L'AVVIO DEL PROCEDIMENTO

2. A seguito della sentenza del TAR, sez. prima, n. 10466/2008, depositata in data 20 novembre 2008, l'Autorità ha avviato il procedimento PI6254B - "*Moby.Dada.Net – Rideterminazione sanzione Vodafone*" - al fine di provvedere alla rideterminazione della sanzione irrogata alla società Vodafone con il provvedimento n. 17856 del 10 gennaio 2008, sulla base dei criteri indicati nella citata sentenza del TAR.

III. LE ARGOMENTAZIONI DIFENSIVE DELLA PARTE

3. La Parte, con memoria pervenuta in data 23 luglio 2010, ha rappresentato quanto segue:

- Vodafone ribadisce la propria estraneità rispetto al messaggio pubblicitario giudicato ingannevole, essendo stato questo ideato e diffuso da Dada in totale autonomia e nel proprio esclusivo interesse. Difetterebbero, in particolare, i presupposti per l'individuazione di una responsabilità editoriale, essendosi Dada sottratta all'obbligo di sottoporre preventivamente il messaggio alla valutazione di Vodafone, che non lo ha mai visionato, né espressamente approvato, né fatto proprio. Sul punto, la Parte ha richiamato la circostanza che il contratto in essere con DADA prevede un meccanismo di silenzio-rifiuto e non di silenzio assenso.
- Vodafone afferma che non dovrebbe essere sanzionata per la diffusione di un messaggio pubblicitario rispetto al quale non ha alcun ruolo e che è anzi stato diffuso contro la sua volontà e al di fuori della sua sfera di controllo (nolente Vodafone). La tesi, pur avallata dal TAR, secondo la quale queste circostanze rileverebbero "*solo sul piano dei rapporti interni*", non può essere condivisa in quanto giuridicamente inesatta e palesemente contraddittoria rispetto alla rilevanza che i rapporti negoziali assumono nel provvedimento. Anche rispetto a tale profilo, Vodafone ha proposto ricorso al Consiglio di Stato per l'annullamento integrale della sentenza del TAR;
- in base alla ponderazione dei diversi ruoli, la sanzione da irrogare dovrà essere congruamente inferiore a quella (nel caso di specie, euro 40.000) irrogata al *Content Provider*, che del messaggio pubblicitario giudicato ingannevole è autore e committente e che, come precisa il TAR, è anche il principale interessato, "*vantando un interesse pregnante alla riuscita dell'operazione economica*" reclamizzata;

– alla luce delle considerazioni svolte, la Parte ritiene che l'Autorità, nel rideterminare la sanzione applicata, non irroghi alcuna sanzione. In via subordinata chiede che, sulla base dei principi stabiliti nella citata sentenza del TAR, la sanzione da irrogare a Vodafone rappresenti una somma congruamente inferiore a quella inflitta a Dada.

IV. VALUTAZIONI GIURIDICHE

4. Occorre premettere che con la predetta sentenza n. 10466/2008, 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.

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

7. Il TAR ha rilevato la mancata considerazione del diverso ruolo svolto da Vodafone rispetto alla condotta attiva del *content service provider*, da ciò desumendo l'incongruenza di un importo base della sanzione superiore a quello inflitto a tale soggetto.

8. Tutto ciò premesso, si ritiene di rideterminare l'ammenda, già irrogata a Vodafone con delibera n. 17856 del 10 gennaio 2008, nei seguenti termini:

L'importo base della sanzione viene rideterminato in 30.000 euro, quindi in una misura inferiore all'importo base determinato per il *content provider* così come indicato dal TAR Lazio nella sentenza n. 10466/2008². Rispetto all'importo base come sopra determinato, va condotta l'analisi della sussistenza di eventuali circostanze aggravanti e attenuanti, valutazione non censurata nella predetta sentenza del TAR Lazio. Nel caso di specie, così come effettuato nel provvedimento n. 17856 del 10 gennaio 2008, si applica un aumento pari a 10.000 euro, in quanto la società Vodafone risulta già destinataria di diversi provvedimenti di ingannevolezza in violazione del Titolo III, Capo II, del Decreto Legislativo n. 206/05, di cui alcuni riguardanti proprio fattispecie analoghe a quella oggetto del provvedimento³. Alla luce di tali elementi, l'importo rideterminato della sanzione è pari a 40.000 €(quarantamila euro).

Tutto ciò premesso e considerato;

DELIBERA

che la sanzione amministrativa pecuniaria da applicare alla società Vodafone Omnitel N.V. per i comportamenti alla stessa ascritti nel provvedimento n. 17856 del 10 gennaio 2008, venga rideterminata nella misura di 40.000 €(quarantamila euro), salvo conguaglio ad esito del giudizio di appello.

¹ Fonte: http://www.vodafone.it/vodafone/pstm/pstm_details.do?key=54732&year=2010&lang=it.

² Nel provvedimento n. 17856 del 10 gennaio 2008, l'importo base della sanzione calcolato rispetto al Content Service Provider (Dada S.p.A.), è stato fissato in 40.000 euro.

³ Cfr. Provv. n. 17209 del 3 agosto 2007 - caso PI5723 - *COSTI SMS PER IL SERVIZIO 48469*, in Boll. n. 31/207; Provv. n. 17566 del 30 ottobre 2007 caso PI6031 - *WIND SENZA SCATTO NEW*, in Boll. n. 41/07.

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

PI6254C - MOBY.DADA.NET-RIDETERMINAZIONE SANZIONE WIND

Provvedimento n. 21592

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 15 settembre 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. 17856 del 10 gennaio 2008, adottato a conclusione del procedimento istruttorio relativo al caso PI6254 – *MOBY.DADA.NET – BRANI MUSICALI GRATIS SUL CELLULARE*, con il quale è stato deliberato:

i) l'accertamento dell'ingannevolezza di alcuni messaggi pubblicitari diffusi, in collaborazione con la società Dada, dalla società Wind Telecomunicazioni S.p.A. (di seguito, anche Wind), ai sensi degli articoli 19, 20, 21, lettere a) e b), e 25 del Codice del Consumo, nella versione antecedente all'entrata in vigore del Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146, in quanto il contenuto risultava ingannevole in ordine alle caratteristiche, alle condizioni economiche ed alle modalità di fruizione dei servizi a sovrapprezzo e di suonerie per cellulari pubblicizzate, potendo, per tale motivo, pregiudicare il comportamento economico dei consumatori;

ii) di irrogare una sanzione amministrativa pecuniaria di 65.000 euro, nei confronti di Wind per la pratica di cui al punto i);

VISTA la sentenza del TAR del Lazio, sez. I, n. 10468/2008, depositata in data 20 novembre 2008, con la quale è stato accolto parzialmente il ricorso di Wind, limitatamente alla determinazione del trattamento sanzionatorio, con conseguente annullamento del provvedimento dell'Autorità nella parte relativa alla quantificazione della suddetta 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 di procedere alla rideterminazione della sanzione irrogata alla società Wind, evidenziando, per la pratica di cui al punto i), che "*appare condivisibile il rilievo concernente l'assenza di congruità nella ponderazione dei ruoli, attribuiti dalla stessa Autorità ai soggetti coinvolti nel procedimento, non sembrando che la qualifica di "coautore" assegnata alla ricorrente possa restare priva di conseguenze sulla determinazione della sanzione base (55.000 euro) in un ammontare superiore a quello della misura finale irrogata al content provider (40.000 euro), ossia al soggetto che, quale "autore" dell'illecito, è il promotore della censurata iniziativa promozionale, vantando un interesse pregnante alla riuscita dell'operazione economica*";

VISTO il proprio provvedimento n. 21241 del 9 giugno 2010, con cui l'Autorità ha avviato un nuovo procedimento per la rideterminazione della sanzione da irrogare alla società Wind, per la violazione accertata con provvedimento n. 17856 del 10 gennaio 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 che nelle more la Parte ha già provveduto al pagamento della sanzione;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LA PARTE

1. Wind Telecomunicazioni S.p.A., in qualità di gestore di telefonia mobile, i cui ricavi nell'esercizio 2009 ammontano a 5.726 milioni di euro¹.

II. L'AVVIO DEL PROCEDIMENTO

2. A seguito della sentenza del TAR, sez. I, n. 10468/2008, depositata in data 20 novembre 2008, l'Autorità ha avviato il procedimento PI6254C - "*Moby.Dada.Net – Rideterminazione sanzione Wind*" -, al fine di provvedere alla rideterminazione della sanzione irrogata alla società Wind con il provvedimento n. 17856 del 10 gennaio 2008, sulla base dei criteri indicati nella citata sentenza del TAR.

III. LE ARGOMENTAZIONI DIFENSIVE DELLA PARTE

3. La Parte, con la memoria pervenuta in data 22 luglio 2010, ha rappresentato quanto segue:

– Wind ha sottolineato che il giudice amministrativo ha correttamente indicato la necessità di ponderare attentamente i ruoli che le parti coinvolte nel procedimento hanno effettivamente rivestito al fine di poter valutare la sussistenza del requisito della gravità quale primo elemento su cui basare la quantificazione della sanzione. In tal senso, è il *content provider*, in qualità di "autore" dell'illecito - ossia di vero e proprio ideatore, promotore e realizzatore della censurata iniziativa promozionale – il soggetto cui dovrebbe essere imputata la principale responsabilità per la violazione normativa contestata dall'Autorità. Ciò perché il *content provider* è il soggetto che vanta "*un interesse pregnante alla riuscita dell'operazione economica*", come indicato nella citata sentenza del TAR Lazio. Ciò posto, una corretta valutazione della gravità dovrebbe condurre ad una rideterminazione della sanzione in misura considerevolmente inferiore a €40.000, ossia alla somma comminata al *content provider*. Seppur afferenti all'ambito penalistico, la Parte ha richiamato i principi sottesi all'art. 112, comma 1, n. 2), c.p., che prevede una circostanza aggravante per chi ha promosso od organizzato la cooperazione nel reato, ovvero diretto l'attività delle persone che sono concorse nel reato medesimo, unitamente a quanto affermato nell'art. 114, comma 1, c.p., che contempla un'attenuante per il soggetto che abbia apportato un contributo di minima importanza alla preparazione o all'esecuzione dell'illecito. Nella determinazione della sanzione inflitta a Dada, sembra che l'Autorità abbia tenuto conto del suo ruolo di "*promotore della censurata iniziativa promozionale*", applicando in sostanza la suddetta aggravante, che ha quindi condotto ad un aggravamento sanzionatorio a suo carico. Tale circostanza non può essere applicata a Wind, la quale, anzi, ha diritto a beneficiare dell'opposta attenuante. In questo senso, dunque, la sanzione complessiva imposta a Wind andrebbe ridotta rispetto a quella inflitta a Dada,

sia per essere epurata dell'implicito aggravamento imputabile al solo *content provider*, sia per tenere conto della speciale tenuità della responsabilità di Wind. In considerazione del fatto che in ambito penalistico le richiamate circostanze aggravanti e attenuanti comportano, rispettivamente, incrementi e riduzioni fino a un terzo (ex artt. 64 e 65 c.p.), la sanzione irrogabile a Wind non dovrebbe eccedere un terzo di quella inflitta a Dada;

– l'applicabilità dei principi innanzi esposti sembra peraltro coerente con le analoghe previsioni comunitarie contenute negli *“Orientamenti per il calcolo delle ammende inflitte in applicazione dell'articolo 23, paragrafo 2, lettera del Regolamento CE 1/2003”* (in GUUE C 210 del 1° settembre 2006, p. 2). Anche la Commissione, infatti, pondera diversamente il ruolo, primario o secondario, dei responsabili di un'infrazione – (rispettivamente § 28, terzo alinea e 29, terzo alinea, degli Orientamenti citati). La Parte ha, inoltre, richiamato alcuni recenti provvedimenti dell'Autorità, relativi a violazioni analoghe a quelle qui in discussione, che tengono conto delle indicazioni nel frattempo fornite dal giudice amministrativo, con i quali è stata applicata a Wind una sanzione sempre inferiore alla metà di quella irrogata al *content provider*²;

– Wind ha prospettato argomentazioni a sostegno di ulteriori riduzioni della sanzione irrogata. Innanzitutto, l'entità della sanzione risulta essere stata correlata nel provvedimento n. 17856 del 10 gennaio 2008 alla mera *“importanza e...dimensione economica raggiunta nel mercato della telefonia mobile”* – quasi a voler attribuire alle ragioni sottese al successo commerciale di Wind una valenza negativa in sé, che si riflette su tutte le condotte poste in essere dall'azienda senza tener conto delle circostanze del caso concreto. In secondo luogo, nel provvedimento si è tenuto conto, ai fini della verifica della sussistenza del requisito della gravità della violazione, delle *“modalità ampie di diffusione dei messaggi, quale il mezzo Internet, che ha raggiunto numerosi utenti del servizio”*. Internet rappresenta invece una normale modalità di diffusione nel campo dell'advertising. Anche rispetto alla *“lunga durata”* dell'infrazione, nel corso del procedimento non si è proceduto ad una puntuale verifica in grado di dimostrare quale è stato l'effettivo impatto prodotto dalla diffusione del messaggio pubblicitario contestato. Infine, Wind ha sottolineato l'assenza dell'elemento soggettivo di cui all'art. 3 della legge n. 689/81 posto che nessuno dei messaggi pubblicitari censurati è stato mai trasmesso da Dada a Wind;

– alla luce degli elementi esposti, Wind ha chiesto di procedere alla rideterminazione della sanzione irrogata con il provvedimento n. 17856 (PI6254) del 10 gennaio 2008, azzerandone l'importo, in considerazione dell'assenza dell'elemento soggettivo nonché del requisito della gravità quale elemento caratterizzante la propria condotta. In via subordinata, la Parte ritiene che l'ammontare della sanzione debba essere ridotto in una misura significativamente inferiore non soltanto alla somma irrogata al *content provider*, ma altresì al minimo editale previsto dal comma 7 dell'art. 26 del Decreto Legislativo n. 206/05 (versione vigente prima dell'entrata in vigore dei decreti legislativi del 2 agosto 2007 nn. 145 e 146), non ricorrendo *de facto* le ipotesi contemplate dagli artt. 24 e 25 della richiamata normativa ai fini dell'applicabilità di tale valore minimo alla fattispecie in esame.

¹ <http://www.windgroup.it/it/investitori/kpis.phtml>.

² La parte richiama al riguardo i provvedimenti di chiusura relativi ai casi PS5192 – *“Dindo - servizi a decade 4 e concorsi a premi”*, n. 21112, del 13 maggio 2010, in Boll. n. 19/10, e PS4952 – *“Concorso a premi blinkogold”*, n. 21256, del 16 giugno 2010, in Boll. n. 24/10.

IV. VALUTAZIONI GIURIDICHE

4. Occorre premettere che con la predetta sentenza n. 10468/2008, 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.

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

6. Nessun rilievo è stato per contro sollevato in merito alla durata ai fini della determinazione della sanzione, contrariamente a quanto prospettato da Wind nella memorie del 22 luglio 2010.

7. Analoghe considerazioni valgono con riferimento alle altre argomentazioni prospettate dal professionista nell'ambito della predetta memoria al fine di ottenere ulteriori riduzioni, aventi ad oggetto, fra l'altro, una diversa valutazione della dimensione economica del professionista, delle modalità di diffusione del messaggio, oltre che dell'elemento soggettivo. 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 10468/2008. 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, nella misura in cui sono tese ad ottenere ulteriori riduzioni per circostanze nuove o diverse rispetto a quelle prese in considerazione dal citato provvedimento n. 17856 del 10 gennaio 2008 dell'Autorità anche attraverso il richiamo a principi diversi da quelli adottati nel provvedimento n. 17856 del 10 gennaio 2008 e non richiamati esplicitamente dalla sentenza 10468/2008 del TAR Lazio, non possano avere rilievo in questa sede di mera rideterminazione delle sanzioni in stretta ottemperanza al predetto pronunciamento.

8. Il TAR ha rilevato invece la mancata considerazione del diverso ruolo svolto da Wind rispetto alla condotta attiva del *content service provider*, da ciò desumendo l'incongruenza di un importo base della sanzione superiore a quello inflitto a tale soggetto.

9. Tutto ciò premesso, si ritiene di rideterminare l'ammenda, già irrogata a Wind con delibera n. 17856 del 10 gennaio 2008, nei seguenti termini:

L'importo base della sanzione viene rideterminato in 25.000 euro, quindi in una misura inferiore all'importo base determinato per il *content provider* così come indicato dal TAR Lazio nella sentenza n. 10468/2008³. Rispetto all'importo base come sopra determinato, va condotta l'analisi della sussistenza di eventuali circostanze aggravanti e attenuanti, valutazione non censurata nella predetta sentenza del TAR Lazio. Nel caso di specie, così come effettuato nel provvedimento n. 17856 del 10 gennaio 2008, si applica un aumento pari a 10.000 euro, in quanto la società Wind risulta già destinataria di diversi provvedimenti di ingannevolezza in violazione del Titolo III,

³ Nel provvedimento n. 17856 del 10 gennaio 2008, l'importo base della sanzione calcolato rispetto al Content Service Provider (Dada S.p.A.), è stato fissato in 40.000 euro.

Capo II, del Decreto Legislativo n. 206/05, di cui alcuni riguardanti proprio fattispecie analoghe a quella oggetto del provvedimento⁴.

Alla luce di tali elementi, l'importo rideterminato della sanzione è pari a 35.000 € (trentacinquemila euro).

Tutto ciò premesso e considerato;

DELIBERA

che la sanzione amministrativa pecuniaria da applicare alla società Wind Telecomunicazioni S.p.A. per i comportamenti alla stessa ascritti nel provvedimento n. 17856 del 10 gennaio 2008, venga rideterminata nella misura di 35.000 € (trentacinquemila euro), salvo conguaglio ad esito del giudizio di appello.

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

⁴ Cfr. Provv. n. 17209 del 3 agosto 2007 - caso PI5723 - *COSTI SMS PER IL SERVIZIO 48469*, in Boll. n. 31/2007; Provv. n. 17566 del 30 ottobre 2007 caso PI6031 - *WIND SENZA SCATTO NEW*, in Boll. n. 41/2007.

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

PS457A - 10 SMS GRATIS-RIDETERMINAZIONE SANZIONE ZERO9

Provvedimento n. 21535

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 settembre 2010;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

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. 18779 del 21 agosto 2008, adottato a conclusione del procedimento istruttorio relativo al caso PS457 – *10 sms gratis*, con il quale è stato deliberato:

i) che la società Zero9 S.p.A. (di seguito, anche Zero9), in collaborazione con i gestori di telefonia mobile Telecom Italia S.p.A., Vodafone Omnitel N.V., Wind Telecomunicazioni S.p.A. e H3G S.p.A., ha posto in essere una pratica scorretta ex artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo, relativa alla diffusione di un messaggio sul sito *www.jump.zero9.it* concernente servizi in abbonamento di loghi, suonerie ed altri contenuti multimediali per cellulari, in quanto agli utenti sono state fornite informazioni non rispondenti al vero, inesatte o incomplete ovvero non sono state fornite informazioni rilevanti in ordine alle caratteristiche ed alle condizioni economiche dei servizi prospettati in modo da indurli in errore e ad assumere una decisione di natura commerciale che altrimenti non avrebbero preso;

ii) che in ragione della gravità e durata della violazione accertata poteva ritenersi congrua l'irrogazione di una sanzione amministrativa pecuniaria determinata in 155.000 euro a carico della società Zero9 S.p.A.;

VISTA la sentenza del TAR del Lazio, sez. I, n. 7486/09, del 10 giugno 2009 depositata in data 23 luglio 2009, con la quale è stato accolto parzialmente il ricorso della società Zero9 avverso il suddetto provvedimento, con conseguente annullamento della decisione dell'Autorità nella parte relativa alla quantificazione della sanzione;

VISTA la motivazione della sentenza con cui il TAR ha annullato la sanzione irrogata dall'Autorità alla società Zero9, in particolare, laddove il giudice ha rilevato che "*l'Autorità avrebbe omissis di valutare il ravvedimento operoso attivato da Zero9 per emendare il messaggio pubblicitario dalle illegittimità prospettate*";

VISTO, altresì, che il TAR ha rimesso all'Autorità il compito di procedere alla rideterminazione della sanzione irrogata alla società Zero9;

CONSIDERATO che la rideterminazione della sanzione da comminare alla società Zero9, per la violazione accertata con provvedimento n. 18779 del 21 agosto 2008, deve avvenire in contraddittorio con la Parte;

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 Zero9 S.p.A.;
- b) che la società Zero9 S.p.A. 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 Maria Laura Altavista;
- d) che l'ufficio presso cui la Parte può accedere agli atti del procedimento, previa richiesta scritta e contatto telefonico per stabilire le modalità dell'accesso, è la Direzione Comunicazioni della Direzione Generale per la Tutela del Consumatore (tel. 06/85821456). L'accesso potrà essere effettuato direttamente dalla Parte 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

PS457B - 10 SMS GRATIS-RIDETERMINAZIONE SANZIONE TELECOM*Provvedimento n. 21536*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 settembre 2010;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

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. 18779 del 21 agosto 2008, adottato a conclusione del procedimento istruttorio relativo al caso PS457 – *10 sms gratis*", con il quale è stato deliberato:

i) che la società Telecom Italia S.p.A. (di seguito, anche Telecom), in collaborazione con la società Zero9 S.p.A., ha posto in essere una pratica scorretta ex artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo, relativa alla diffusione di un messaggio sul sito *www.jump.zero9.it* concernente servizi in abbonamento di loghi, suonerie ed altri contenuti multimediali per cellulari, in quanto agli utenti sono state fornite informazioni non rispondenti al vero, inesatte o incomplete ovvero non sono state fornite informazioni rilevanti in ordine alle caratteristiche ed alle condizioni economiche dei servizi prospettati in modo da indurli in errore e ad assumere una decisione di natura commerciale che altrimenti non avrebbero preso;

ii) che in ragione della gravità e durata della violazione accertata poteva ritenersi congrua l'irrogazione di una sanzione amministrativa pecuniaria determinata in 315.000 euro a carico della società Telecom Italia S.p.A.;

VISTA la sentenza del TAR del Lazio, sez. I, n. 7558/09, del 10 giugno 2009, depositata in data 27 luglio 2009, con la quale è stato accolto parzialmente il ricorso della società Telecom avverso il suddetto provvedimento, con conseguente annullamento della decisione dell'Autorità nella parte relativa alla quantificazione della sanzione;

VISTA la motivazione della sentenza con cui il TAR ha annullato la sanzione irrogata dall'Autorità alla società Telecom, in particolare, laddove il giudice ha rilevato che "*l'Autorità non ha tenuto conto del fatto che nella consumazione dell'illecito la condotta omissiva di Telecom è stata senza dubbio subvalente rispetto alla condotta attiva del provider che ha realizzato e diffuso il messaggio*";

VISTO, altresì, che il TAR ha rimesso all'Autorità il compito di procedere alla rideterminazione della sanzione irrogata alla società Telecom;

CONSIDERATO che la rideterminazione della sanzione da comminare alla società Telecom, per la violazione accertata con provvedimento n. 18779 del 21 agosto 2008, deve avvenire in contraddittorio con la Parte;

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;

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 Telecom Italia S.p.A.;
- b) che la società Telecom Italia S.p.A. 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 Maria Laura Altavista;
- d) che l'ufficio presso cui la Parte può accedere agli atti del procedimento, previa richiesta scritta e contatto telefonico per stabilire le modalità dell'accesso, è la Direzione Comunicazioni della Direzione Generale per la Tutela del Consumatore (tel. 06/85821456). L'accesso potrà essere effettuato direttamente dalla Parte 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

PS457C - 10 SMS GRATIS-RIDETERMINAZIONE SANZIONE VODAFONE*Provvedimento n. 21537*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 settembre 2010;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

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. 18779 del 21 agosto 2008, adottato a conclusione del procedimento istruttorio relativo al caso PS/457 – *10 sms gratis*, con il quale è stato deliberato:

i) che la società Vodafone Omnitel N.V. (di seguito, anche Vodafone), in collaborazione con la società Zero9 S.p.A., ha posto in essere una pratica scorretta ex artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo, relativa alla diffusione di un messaggio sul sito *www.jump.zero9.it* concernente servizi in abbonamento di loghi, suonerie ed altri contenuti multimediali per cellulari, in quanto agli utenti sono state fornite informazioni non rispondenti al vero, inesatte o incomplete ovvero non sono state fornite informazioni rilevanti in ordine alle caratteristiche ed alle condizioni economiche dei servizi prospettati in modo da indurli in errore e ad assumere una decisione di natura commerciale che altrimenti non avrebbero preso;

ii) che in ragione della gravità e durata della violazione accertata poteva ritenersi congrua l'irrogazione di una sanzione amministrativa pecuniaria determinata in 285.000 euro a carico della società Vodafone Omnitel N.V.;

VISTA la sentenza del TAR del Lazio, sez. I, n. 7123/09, del 10 giugno 2009, depositata in data 20 luglio 2009, con la quale è stato accolto parzialmente il ricorso della società Vodafone avverso il suddetto provvedimento, con conseguente annullamento della decisione dell'Autorità nella parte relativa alla quantificazione della sanzione;

VISTA la motivazione della sentenza con cui il TAR ha annullato la sanzione irrogata dall'Autorità alla società Vodafone, in particolare, laddove il giudice ha rilevato che "*l'Autorità non ha tenuto conto del fatto che nella consumazione dell'illecito la condotta omissiva di Vodafone è stata senza dubbio subvalente rispetto alla condotta attiva del provider che ha realizzato e diffuso il messaggio*";

VISTO, altresì, che il TAR ha rimesso all'Autorità il compito di procedere alla rideterminazione della sanzione irrogata alla società Vodafone;

CONSIDERATO che la rideterminazione della sanzione da comminare alla società Vodafone, per la violazione accertata con provvedimento n. 18779 del 21 agosto 2008, deve avvenire in contraddittorio con la Parte;

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;

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 Vodafone Omnitel N.V.;
- b) che la società Vodafone Omnitel N.V. 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 Maria Laura Altavista;
- d) che l'ufficio presso cui la Parte può accedere agli atti del procedimento, previa richiesta scritta e contatto telefonico per stabilire le modalità dell'accesso, è la Direzione Comunicazioni della Direzione Generale per la Tutela del Consumatore (tel. 06/85821456). L'accesso potrà essere effettuato direttamente dalla Parte 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

PS457D - 10 SMS GRATIS-RIDETERMINAZIONE SANZIONE WIND*Provvedimento n. 21538*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 settembre 2010;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

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. 18779 del 21 agosto 2008, adottato a conclusione del procedimento istruttorio relativo al caso PS457 – *10 sms gratis*", con il quale è stato deliberato:

i) che la società Wind Telecomunicazioni S.p.A. (di seguito, anche Wind), in collaborazione con la società Zero9 S.p.A., ha posto in essere una pratica scorretta ex artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo, relativa alla diffusione di un messaggio sul sito *www.jump.zero9.it* concernente servizi in abbonamento di loghi, suonerie ed altri contenuti multimediali per cellulari, in quanto agli utenti sono state fornite informazioni non rispondenti al vero, inesatte o incomplete ovvero non sono state fornite informazioni rilevanti in ordine alle caratteristiche ed alle condizioni economiche dei servizi prospettati in modo da indurli in errore e ad assumere una decisione di natura commerciale che altrimenti non avrebbero preso;

ii) che in ragione della gravità e durata della violazione accertata poteva ritenersi congrua l'irrogazione di una sanzione amministrativa pecuniaria determinata in 265.000 euro a carico della società Wind Telecomunicazioni S.p.A.;

VISTA la sentenza del TAR del Lazio, sez. I, n. 7122/09, del 10 giugno 2009, depositata in data 20 luglio 2009, con la quale è stato accolto parzialmente il ricorso della società Wind avverso il suddetto provvedimento, con conseguente annullamento della decisione dell'Autorità nella parte relativa alla quantificazione della sanzione;

VISTA la motivazione della sentenza con cui il TAR ha annullato la sanzione irrogata dall'Autorità alla società Wind, in particolare, laddove il giudice ha rilevato che "*l'Autorità non ha tenuto conto del fatto che nella consumazione dell'illecito la condotta omissiva di Wind è stata senza dubbio subvalente rispetto alla condotta attiva del provider che ha realizzato e diffuso il messaggio*";

VISTO, altresì, che il TAR ha rimesso all'Autorità il compito di procedere alla rideterminazione della sanzione irrogata alla società Wind;

CONSIDERATO che la rideterminazione della sanzione da comminare alla società Wind, per la violazione accertata con provvedimento n. 18779 del 21 agosto 2008, deve avvenire in contraddittorio con la Parte;

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;

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 Wind Telecomunicazioni S.p.A.;
- b) che la società Wind Telecomunicazioni S.p.A. 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 Maria Laura Altavista;
- d) che l'ufficio presso cui la Parte può accedere agli atti del procedimento, previa richiesta scritta e contatto telefonico per stabilire le modalità dell'accesso, è la Direzione Comunicazioni della Direzione Generale per la Tutela del Consumatore (tel. 06/85821456). L'accesso potrà essere effettuato direttamente dalla Parte 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

PS2167 - BNL-CHIUSURA CONTO*Provvedimento n. 21576*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 15 settembre 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 "*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 10 maggio 2010, integrata con le comunicazioni pervenute il 21 e 23 giugno 2010, e la comunicazione pervenuta in data 16 luglio 2010, con le quali la Banca Nazionale del Lavoro S.p.A. ha presentato impegni ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 8 del Regolamento;

VISTO il proprio provvedimento del 19 maggio 2010, con il quale, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per la valutazione degli impegni proposti dal professionista, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 8, del Regolamento;

VISTO il proprio provvedimento del 21 luglio 2010, con il quale, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per particolari esigenze istruttorie, in considerazione della necessità di acquisire ulteriori elementi utili ai fini della valutazione della fattispecie oggetto del procedimento;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Banca Nazionale del Lavoro S.p.A. (di seguito, anche "Banca Nazionale del Lavoro" o "la Banca"), in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società è la banca capogruppo del Gruppo bancario BNL.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dal professionista, consistente nel non dare pronto seguito alle formali richieste di estinzione dei rapporti di conto corrente inoltrate dai clienti/consumatori, nell'omettere di comunicare tempestivamente eventuali circostanze ostative all'esecuzione di dette disposizioni e nel continuare, al medesimo tempo, ad addebitare le spese connesse alla tenuta del conto, nonché, nell'ipotesi in cui i suddetti clienti/consumatori abbiano in essere con la Banca anche un contratto di finanziamento, nel non consentire di estinguere il rapporto di conto corrente senza la previa estinzione del contratto di finanziamento medesimo.

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 e alla luce di alcune segnalazioni pervenute nel periodo intercorrente tra luglio 2008 e ottobre 2009, è stato comunicato al professionista, in data 10 febbraio 2010 l'avvio del procedimento istruttorio PS2167. In tale sede è stato ipotizzato che la condotta della Banca Nazionale del Lavoro fosse suscettibile di integrare una violazione degli articoli 20, 24, 25, comma 1, lettera *d*), del Codice del Consumo, in quanto idonea a limitare considerevolmente la libertà di scelta del consumatore medio e ad imporre ostacoli non contrattuali, onerosi o sproporzionati, ai consumatori che intendano esercitare diritti contrattuali, compresi il diritto di risolvere un contratto o quello di rivolgersi ad un altro professionista.

4. Contestualmente alla comunicazione di avvio, al fine di acquisire elementi conoscitivi utili alla valutazione della pratica commerciale in esame, è stato chiesto al professionista, ai sensi dell'articolo 27, commi 3 e 4, del Codice del Consumo e dell'articolo 12, comma 1, del Regolamento, di fornire informazioni circa le procedure interne previste per l'estinzione dei rapporti di conto corrente e la messa a disposizione del consumatore del saldo finale, facendo anche riferimento ai casi in cui il cliente abbia in essere con la Banca un rapporto di finanziamento regolato sul conto, le operazioni di estinzione di conto corrente effettuate dal mese di settembre 2007 e i solleciti/reclami, aventi ad oggetto la tempistica di estinzione del rapporto di conto corrente e/o l'asserita impossibilità di estinguere il conto corrente mantenendo in essere il contratto di finanziamento, presentati dai consumatori nel medesimo periodo.

5. Con memoria pervenuta in data 8 marzo 2010, la Banca Nazionale del Lavoro ha dato riscontro alla suddetta richiesta di informazioni - peraltro in parte già evasa nel corso dell'accertamento ispettivo tenutosi in data 16 febbraio 2010 presso la sede legale del professionista - e ha prodotto alcune argomentazioni difensive.

6. In data 21 aprile 2010 si è svolta un'audizione, durante la quale i rappresentanti della Banca hanno proceduto ulteriormente a rappresentare la posizione dell'Istituto di credito. In tale sede è stata, inoltre, formulata una nuova richiesta di informazioni al fine di precisare, nelle varie fasi del processo di estinzione di un rapporto di conto corrente, gli effetti che si producono per la clientela.

7. Con comunicazione pervenuta in data 10 maggio 2010, la Banca ha fornito le delucidazioni richieste e ha presentato una proposta di impegni, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 8 del Regolamento.

8. In data 9 giugno 2010 è stata inviata alla Banca una richiesta di informazioni con specifico riferimento agli impegni proposti al fine di chiarire l'esatta portata delle misure ivi previste.

9. Con comunicazioni pervenute nelle date del 21 e del 23 giugno 2010, la Banca ha prodotto le suddette informazioni e ha rappresentato nel dettaglio le modalità con le quali gli impegni sarebbero stati attuati.

10. L'Autorità, nella sua adunanza del 30 giugno 2010, ha ritenuto che gli impegni fossero solo parzialmente idonei a sanare i profili di possibile illegittimità della pratica commerciale e ha fissato, secondo quanto previsto dall'articolo 8, comma 2, lettera *b*), del Regolamento, un termine per la loro integrazione.

11. Con comunicazione pervenuta in data 16 luglio 2010, la Banca ha riferito di aver provveduto ad integrare gli impegni in oggetto, indicando le modifiche apportate.

12. In data 29 luglio 2010 è stata comunicata alla Banca Nazionale del Lavoro la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento.

13. In data 9 agosto 2010 la Banca ha depositato una memoria conclusiva.

2) *Le evidenze acquisite e gli impegni del professionista*

14. Nella memoria pervenuta in data 8 marzo 2010, la Banca Nazionale del Lavoro ha sottolineato l'esistenza di specifiche procedure interne che disciplinano le estinzioni di conto corrente e il loro costante aggiornamento, circostanza che dovrebbe denotare, a proprio avviso, un'attenzione alla tematica, tale da escludere l'esistenza di una pratica commerciale volta ad ostacolare o ad impedire la chiusura dei conti correnti su richiesta della clientela.

Le ipotesi in cui non sia stato possibile estinguere speditamente il conto sarebbero da ricondurre, secondo quanto asserito dalla Banca, a circostanze specifiche quali elementi oggettivi ostativi alla chiusura (quali ad esempio l'instaurarsi di procedure esecutive sul rapporto o l'apertura di pratiche successive) ovvero l'esistenza di altri rapporti con la Banca relativi a prodotti/servizi collegati al conto che necessitavano di una gestione autonoma e separata, anche sotto il profilo del trasferimento/estinzione, necessaria e prodromica alla chiusura del conto stesso.

La Banca ha altresì rilevato l'esiguità del numero dei reclami in tema di chiusura di conto corrente pervenuti nel periodo di riferimento delle contestazioni a fronte di un numero, invece, ampio dei clienti dell'Istituto.

Infine con specifico riferimento alla contestazione mossa circa i presunti comportamenti ostativi alla chiusura del conto corrente in presenza di rate di rimborso di finanziamenti regolate con addebiti in conto, la Banca Nazionale del Lavoro ha evidenziato che i rapporti di finanziamento (prestiti e mutui) non solo non costituiscono elemento ostativo alla chiusura del conto corrente, ma possono, invece, essere senz'altro mantenuti con contestuale offerta alla clientela tra diverse modalità di pagamento quali pagamento per cassa, domiciliazione presso altri conti, anche di altre banche, bollettini postali.

15. Con la comunicazione di risposta pervenuta in data 10 maggio 2010, la Banca ha, inoltre, rappresentato che gli oneri quali bolli e canoni mensili non vengono più addebitati già dal momento della presentazione della richiesta di estinzione.

16. Nella medesima comunicazione, in ogni caso, la Banca Nazionale del Lavoro, pur nel convincimento della correttezza del proprio operato, ha presentato impegni, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 8 del Regolamento.

17. Gli impegni hanno ad oggetto l'adozione di misure volte a far venir meno i possibili profili di illegittimità ipotizzati nella comunicazione di avvio del procedimento riconducibili ai seguenti profili:

- evasione delle richieste di recesso in tempi lunghi e non facilmente prevedibili dai consumatori;
- non adeguata comunicazione ai clienti delle ipotesi che impediscono la chiusura del rapporto di conto corrente.

18. In particolare, la Banca con la suddetta comunicazione si è impegnata entro il 31 dicembre 2010 e in via permanente a:

- a) rendere maggiormente prevedibili ai clienti i tempi di chiusura dei rapporti di conto corrente, riportando, a maggior dettaglio delle tempistiche già pubblicizzate sui Fogli Informativi¹, anche i tempi necessari per la chiusura a seconda della presenza di altri rapporti collegati al conto corrente (quali Carte di credito, RID, *Telepass*, *Dossier Titoli*, Utenze domiciliate ecc.);
- b) inserire i tempi massimi previsti per la chiusura del conto anche all'interno del modulo di richiesta di recesso; in esso sarà altresì specificato che tali termini decorreranno dal momento in cui la richiesta sarà completa di tutta la documentazione necessaria affinché la stessa possa essere evasa;
- c) chiedere alla clientela la disponibilità a comunicare le coordinate di un conto anche presso altra banca sul quale l'Istituto sia autorizzato ad addebitare gli eventuali saldi negativi, così rimuovendo l'ostacolo rappresentato dalla presenza di elementi che possano determinare il formarsi di saldi a debito (quali eventuali saldi negativi causati da addebiti pervenuti successivamente alla richiesta di chiusura). Ciò garantirebbe, secondo quanto affermato dalla Banca, un'ulteriore riduzione delle tempistiche indicate al punto a), rappresentando la casistica dei saldi negativi la principale causa, tra gli elementi ostativi, di allungamento dei tempi necessari alla chiusura dei rapporti;
- d) effettuare una formale comunicazione, mediante invio di una raccomandata o comunicazione equivalente, presso il domicilio del cliente, in tutti i casi in cui insorgano elementi ostativi alla chiusura del rapporto; in tale comunicazione verranno specificate, in modo chiaro e facilmente comprensibile, le esatte motivazioni che non consentono la chiusura del rapporto, così agevolando il cliente nella necessaria collaborazione con la Banca per la rimozione, ove possibile, delle cause ostative.

19. Infine, con riferimento alla contestazione circa comportamenti ostativi alla chiusura del conto corrente in presenza di rate di rimborso di finanziamenti regolate con addebiti in conto, la Banca Nazionale del Lavoro, ritenendola infondata secondo le menzionate argomentazioni riportate nelle proprie memorie difensive, non ha presentato alcun impegno.

20. Con la comunicazione pervenuta in data 21 giugno 2010, la Banca Nazionale del Lavoro ha, poi, fornito ulteriori informazioni al fine di una più completa disamina delle misure proposte. In particolare, la Banca ha indicato che i nuovi Fogli Informativi e i nuovi Moduli di richiesta di chiusura del conto corrente prevedono l'integrazione, nella sezione denominata "*Recesso e Reclami*" per i primi e al di sotto dello spazio dedicato all'indicazione della data di richiesta di estinzione e all'apposizione della firma del cliente per i secondi, della seguente frase:

"Tempi massimi di chiusura del rapporto contrattuale"

Si informa il Cliente che l'estinzione di rapporto di conto corrente avverrà entro i tempi massimi di seguito riportati, decorrenti dalla data in cui la richiesta è completa e comprensiva della "materialità" relativa agli eventuali rapporti collegati (es: carta di credito, assegni, etc.). Tali tempistiche, indicate in giorni lavorativi, variano in funzione delle diverse casistiche di lavorazione degli eventuali rapporti collegati al conto corrente e valgono soltanto nel caso in cui il saldo da liquidare sia positivo ovvero, in caso di saldo negativo, qualora il richiedente abbia

¹ La Banca già pubblicava dei Fogli Informativi di conto corrente nei quali era riportato il seguente testo: "Tempi massimi di chiusura del rapporto contrattuale. A fronte della richiesta del cliente di estinzione del conto corrente, qualora non siano presenti servizi ad esso collegati, la Banca si impegna a dar corso alla richiesta entro 20 giorni lavorativi; qualora invece siano presenti altri servizi collegati al conto, quali - a titolo esemplificativo - carte di pagamento, servizi di investimento, la Banca si impegna a dar corso alla richiesta di estinzione del rapporto entro 50 giorni lavorativi".

dato alla banca specifica disposizione di addebito presso BNL o Banca corrispondente. Di seguito le tempistiche:

- presenza del solo c/c: 10 giorni lavorativi dalla data di presentazione della richiesta di estinzione completa da parte del Cliente e corredata dall'eventuale materialità;*
- presenza del Bancomat: 10 giorni lavorativi dalla data di presentazione della richiesta di estinzione completa e corredata dalla materialità;*
- presenza del dossier titoli: 20 giorni lavorativi dalla data di presentazione della richiesta di estinzione da parte del Cliente;*
- presenza di servizi di pagamento collegati (es. carte di credito): 30 giorni dalla data di presentazione della richiesta di estinzione completa da parte del Cliente;*
- presenza di servizi Viacard e/o Telepass: 50 giorni dalla data di presentazione della richiesta di estinzione completa e corredata dalla materialità.*

Il perfezionamento della richiesta sarà sospeso qualora, dopo la presentazione della stessa, sopravvengano degli elementi ostativi alla chiusura del conto corrente quali pignoramenti, sequestri, successioni, saldo negativo (in mancanza della specifica disposizione di addebito su altro conto corrente che abbia sufficiente disponibilità), etc.

In tali ipotesi la Banca provvederà a fornire idonea comunicazione scritta al cliente”.

21. Con riferimento alla procedura di addebito di eventuali saldi negativi del cliente su un altro conto, anche presso una diversa banca, la Banca Nazionale del Lavoro ha chiarito che l'autorizzazione di tale addebito sarà richiesta al cliente al momento della presentazione della domanda di chiusura del conto corrente.

Il cliente verrà informato dell'effettivo addebito preventivamente, in analogia ad un nuovo servizio in via di rilascio alla clientela per la ricezione delle informazioni sul saldo e sui movimenti del conto corrente, tramite l'invio di un apposito messaggio di “alert” via SMS telefonico. Anche a tal fine, il nuovo Modulo di richiesta chiusura del conto corrente prevede obbligatoriamente la compilazione del dato relativo al numero di cellulare del cliente interessato alla chiusura.

Inoltre, la Banca Nazionale del Lavoro ha precisato, con successiva comunicazione pervenuta in data 23 giugno 2010, che per i clienti richiedenti l'estinzione che danno disposizione di addebito presso altra banca, la procedura di estinzione dei conti correnti prevedrà che, a seguito della determinazione dell'ammontare delle competenze e della liquidazione del saldo finale, il sistema non generi automaticamente la chiusura del conto, con l'addebito del saldo negativo sul conto indicato dal cliente, bensì sospenda la chiusura stessa per tre giorni lavorativi decorrenti dalla data di invio al cliente del suddetto SMS telefonico. In tale periodo, sarà a disposizione del cliente, per fornire, a sua richiesta, tutte le informazioni utili riguardo alla determinazione del saldo da addebitare, un *Call Center*, competente anche a prendere in carico eventuali richieste del cliente di maggiori chiarimenti nonché di sospensione dell'addebito, con conseguenti effetti sull'iter di chiusura. Il *Call Center* sarà quello generale della Banca, vale a dire 800-900900 ed il testo dell'SMS telefonico sarà presumibilmente del seguente tenore: “BNL per la chiusura del suo C/C n. ... sta addebitando xxx,xx euro sul C/C da lei indicato presso altra banca. Maggiori informazioni al n. verde 800900900”.

22. L'Autorità, nella sua adunanza del 30 giugno 2010, ha ritenuto che gli impegni presentati ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo fossero solo parzialmente idonei a sanare i profili di possibile illegittimità della pratica commerciale, ritenendo eccessivo il termine massimo

entro il quale era prevista la loro attuazione e opportuna la previsione, con riferimento ad ognuna delle misure attraverso le quali si articolavano, di uno specifico termine entro il quale dovevano essere poste in essere. A tal riguardo, l'Autorità ha fissato, secondo quanto previsto dall'articolo 8, comma 2, lettera b), del Regolamento, un termine per la loro integrazione.

23. A seguito di tale richiesta di integrazione inviata in data 5 luglio 2010, la Banca ha informato l'Autorità con comunicazione pervenuta in data 16 luglio 2010 che gli impegni assunti saranno portati a compimento entro il 31 ottobre 2010 e che le diverse misure ivi previste avranno i seguenti specifici termini di attuazione, nel rispetto del nuovo termine massimo fissato:

- con riferimento alle prospettate modifiche dei Fogli Informativi, gli interventi verranno realizzati sin da subito, evidenziando in questi ultimi che il servizio di addebito su un conto diverso presso la Banca Nazionale del Lavoro o altra banca non è momentaneamente disponibile, riferendosi, pertanto, le tempistiche indicate per la chiusura del conto corrente al caso in cui lo stesso oggetto di estinzione abbia un saldo positivo;
- con riferimento all'inserimento dei tempi massimi previsti per la chiusura del conto all'interno anche del modulo di richiesta di recesso, gli interventi verranno realizzati entro il 30 settembre 2010, evidenziando nel modulo di richiesta di estinzione che il servizio di addebito su un conto diverso presso la Banca Nazionale del Lavoro o altra banca non è momentaneamente disponibile, riferendosi, pertanto, le tempistiche indicate per la chiusura del conto corrente al caso in cui lo stesso oggetto di estinzione abbia un saldo positivo;
- con riferimento alla possibilità di addebito degli eventuali saldi negativi su di un conto diverso presso la Banca Nazionale del Lavoro o altra banca intestato al cliente e comunicato dallo stesso nel modulo di richiesta di recesso, gli interventi verranno realizzati entro il 31 ottobre 2010;
- con riferimento all'invio di una raccomandata o di una comunicazione equivalente, presso il domicilio del cliente, in tutti i casi in cui insorgano elementi ostativi alla chiusura del rapporto di conto corrente, gli interventi verranno realizzati entro la data del 31 ottobre 2010.

IV. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

24. 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 10 febbraio 2010.

25. Riguardo al contenuto, gli impegni vengono incontro alle contestazioni mosse dai segnalanti e a quelle rinvenibili nei reclami acquisiti agli atti. Relativamente all'evasione delle richieste di recesso in tempi lunghi e non facilmente prevedibili dai consumatori è prevista un'esauritiva informativa sui tempi massimi previsti per la chiusura del conto sia sui Fogli Informativi sia all'interno del modulo di richiesta di recesso. Inoltre, in considerazione del fatto che la principale causa di allungamento dei tempi necessari alla chiusura dei rapporti è costituita dalla presenza di saldi negativi causati da addebiti pervenuti successivamente alla richiesta di chiusura, la Banca Nazionale del Lavoro consente al cliente di comunicare le coordinate di un conto anche presso altra banca sul quale possono essere imputati questi ultimi, garantendo in ogni caso al cliente la possibilità di verificare la corretta determinazione dei loro importi. Relativamente poi all'inadeguata comunicazione ai clienti delle ipotesi che impediscono la chiusura del loro rapporto, è stabilito l'invio di una formale comunicazione per raccomandata o comunicazione equivalente

presso il domicilio del cliente, nella quale saranno specificate, in modo chiaro e facilmente comprensibile, le esatte motivazioni che non consentono la chiusura del rapporto di conto corrente.

26. Riguardo alla tempistica di attuazione degli impegni, nella citata comunicazione pervenuta in data 16 luglio 2010, la Banca ha rappresentato di aver anticipato il termine massimo proposto in un primo tempo e di aver fissato termini anche più stringenti con riferimento ad alcune delle misure ivi previste, in linea con quanto espresso dall'Autorità in relazione all'opportunità di ridurre al minimo possibile i tempi di realizzazione degli impegni prospettati.

27. Alla luce delle suesposte considerazioni, si ritiene che gli impegni presentati soddisfino i requisiti previsti dall'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo.

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati dalla Banca Nazionale del Lavoro, nei termini sopra esposti, siano 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 Banca Nazionale del Lavoro S.p.A.;

RITENUTO, pertanto, di poter chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione;

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti della società Banca Nazionale del Lavoro S.p.A., ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 8, comma 2, lettera a), del Regolamento, gli impegni dalla stessa società proposti in data 10 maggio 2010, integrati in data 16 luglio 2010, nei termini sopra descritti;

b) di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 8, comma 2, lettera a), del Regolamento;

c) che la società Banca Nazionale del Lavoro S.p.A., 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'articolo 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

PS2736 - MULTIFINITALIA-CARTA REFIL*Provvedimento n. 21577*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 15 settembre 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 "*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 7 luglio 2010, con il quale, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per particolari esigenze istruttorie;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI*Segnalante*

1. La Camera di Commercio di Prato.

Professionista

2. Multifinitalia S.r.l. Servizi Finanziari (di seguito, anche "*Multifinitalia*"), con sede in Torino. La società ha realizzato nel 2008 un fatturato pari a 1.259.613 euro e un utile netto di 15.075 euro.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

3. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dal professionista, consistente nella diffusione a mezzo stampa di un messaggio pubblicitario volto a promuovere la propria attività di erogazione di prestiti, apparso il 7 novembre 2008 sul quotidiano gratuito "*City - edizione di Firenze*".

4. Il messaggio pubblicitario in oggetto si compone di un unico riquadro, collocato in calce alla pagina n. 19 del suddetto quotidiano e articolato in cinque sezioni contraddistinte da colori e diciture differenti.

Nella prima sezione, sul lato sinistro del riquadro, campeggia la riproduzione di una carta di credito sulla quale è possibile leggere, in alto "*REFIL*" e al centro "[...] *oggi pago io*".

La seconda sezione, tra il centro e il lato destro nella parte alta del riquadro, riporta il marchio "*MultifinITALIA srl*", con sottostante *claim* "*PRESTITI PER DIPENDENTI E PENSIONATI*".

Nella stessa sezione, sovrastante il marchio e con carattere molto piccolo è riportata la dicitura "*Iscritta U.I.C. A14288 Albo Agenzie Finanziarie*". Sul lato sinistro di tale sezione si trova un simbolo di forma sferica con su riportata la lettera "*M*" e sottostante dicitura "*ADESSO PUOI*".

In alto a destra del riquadro, la terza sezione riporta la dicitura di colore verde “*chiama subito esito in giornata – numero verde gratuito 800 100611 – anche per cellulari*”.

Nella quarta sezione, collocata al centro nella parte bassa del riquadro, si legge, con caratteri grafici e colori più marcati, il *claim* “*Carta Refil. Apre le porte dei tuoi sogni*”.

Da ultimo, la quinta sezione posizionata in basso sul lato destro del riquadro si compone di due sottosezioni, sovrastate dalla dicitura “*Alcuni esempi di finanziamento*”.

La prima sottosezione si compone di cinque righe di testo, tra le quali la prima si presenta con scrittura di colore bianco su sfondo blu e riporta la dicitura “*Da € 1.000 a € 60.000*”, mentre, le altre quattro righe compongono un elenco puntato con scrittura di colore blu:

- Senza spese
- Non occorre motivare la richiesta
- Rata fissa per tutto il finanziamento
- Possibilità di estinzione di tutti i finanziamenti in corso in un'unica rata.

La seconda sottosezione consta di una tabella esemplificativa di alcuni importi di prestito e delle corrispondenti rate mensili:

<i>Importo</i>	<i>Rata a partire da</i>
€ 4.000	€ 54
€ 7.500	€ 96
€ 10.000	€ 130
€ 12.000	€ 150

In calce alla tabella, a caratteri particolarmente ridotti, compare una scrittura che non è possibile leggere correttamente, ma che sembrerebbe indicare il tasso di interesse applicato: “*Viene erogato con un tasso di interesse fisso a un TAN 2,9%*”.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

5. In data 17 novembre 2008 la Camera di Commercio di Prato ha segnalato l'asserita ingannevolezza del descritto messaggio pubblicitario, lamentando la mancata indicazione di alcuni elementi essenziali da cui poter evincere le condizioni economiche di erogazione dei finanziamenti e del numero di rate necessario per il rimborso degli esempi di prestito pubblicizzati, nonché l'illeggibile indicazione del tasso di interesse ad essi applicato.

6. In data 9 marzo 2010 è stato comunicato alle Parti l'avvio del procedimento istruttorio PS2736 nei confronti del professionista per presunta violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del Consumo. In tale sede veniva in particolare ipotizzata l'idoneità del messaggio pubblicitario diffuso da Multifinitalia a indurre in errore il consumatore medio circa le caratteristiche del servizio offerto, non risultando indicati gli elementi essenziali da cui poter ricavare le effettive condizioni economiche dei finanziamenti proposti dal professionista, l'incidenza delle voci che partecipavano alla determinazione dei costi complessivi degli stessi, la durata del periodo di

rimborso, nonché l'esatta natura dell'attività svolta dal professionista e della carta Refil reclamizzata. Inoltre, l'indicazione di un numero verde accompagnato dalla dicitura "*chiama subito esito in giornata*" e l'espressione "*ADESSO PUOI*" appariva suscettibile di indurre in errore il consumatore in merito alle modalità e ai tempi di conclusione dell'istruttoria e di concessione dei finanziamenti.

7. Contestualmente alla comunicazione di avvio, è stato chiesto a Multifinitalia di fornire informazioni circa la natura dell'attività svolta con riguardo ai prestiti in oggetto, le modalità e le condizioni economiche alle quali venivano effettivamente concessi, il significato da attribuire alle diciture "*senza spese*", "*chiama subito esito in giornata*", "*Non occorre motivare la richiesta*" utilizzate nel messaggio, la Carta Refil reclamizzata nel messaggio.

8. Con memoria pervenuta in data 15 aprile 2010, successivamente integrata in data 21 giugno 2010, Multifinitalia ha dato riscontro alla richiesta di informazioni e ha svolto alcune argomentazioni difensive.

9. In data 24 giugno 2010, sono state richieste al professionista ulteriori informazioni ritenute utili ai fini della valutazione del messaggio pubblicitario.

10. Con comunicazione pervenuta via fax il 6 luglio 2010 e in originale il 7 luglio 2010, Multifinitalia ha fornito le nuove informazioni richieste, corredate da specifica documentazione.

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

2) *Le evidenze acquisite*

12. Il messaggio pubblicitario ha ad oggetto i prodotti di finanziamento offerti dal professionista nell'ambito della propria attività di mediazione creditizia e la carta di pagamento prepagata ricaricabile denominata "Carta Refil".

13. Dalle evidenze acquisite nel corso del procedimento, risulta che il messaggio è stato pubblicato, nella forma sopra descritta, esclusivamente nelle edizioni di Torino e Firenze del quotidiano gratuito "*City*" nel periodo febbraio-settembre 2008.

14. Multifinitalia è una società di Mediazione Creditizia iscritta all'apposito albo, la cui attività consiste nella promozione, collocamento e conclusione di contratti di finanziamento relativi ai prodotti finanziari delle Banche o Società di Intermediazione Finanziaria suoi preponenti. Più precisamente, il professionista opera come agente di società finanziarie autorizzate a concedere prestiti personali da estinguersi mediante cessione di quote dello stipendio/pensione ai sensi del D.P.R. 5 gennaio 1950, n. 180.

15. Tempi e modi dei finanziamenti variano da caso a caso a seconda dell'istituto erogante, dell'ammontare del finanziamento richiesto e delle caratteristiche di garanzia del credito che il richiedente può offrire. Il professionista acquisisce i dati del richiedente e, laddove ravvisi la compatibilità della richiesta con uno dei prodotti finanziari disponibili, li comunica all'istituto erogante per la disamina definitiva. Ottenuto il nulla osta dal preponente, Multifinitalia conclude il contratto a nome dell'ente erogatore, al quale è in ogni caso rimessa ogni decisione finale in merito alla concessione del prestito. L'attività istruttoria è svolta dal professionista senza addebitare alcuna spesa accessoria al richiedente fruitore del finanziamento.

16. Nel 2006, Multifinitalia ha stipulato con la società Idea Finanziaria S.p.A. - attualmente non più operativa per fallimento - un contratto di agenzia, nell'ambito del quale, nel luglio 2007, il

professionista ha aderito all'ulteriore proposta di distribuzione della Carta Refil, abbinabile al finanziamento denominato "Idea Finanziaria". La Carta Refil consentiva di effettuare il pagamento di beni/servizi presso terminali convenzionati al circuito Mastercard e poteva essere concessa liberamente oppure collegata al finanziamento erogato, come servizio supplementare. L'incarico per la distribuzione della carta in questione si è protratto fino al 26 gennaio 2009.

17. I finanziamenti "Idea Finanziaria", abbinati alla carta Refil sono stati emessi: fino al mese di ottobre 2008 al TAN del 3,95%, successivamente ridotto al 3,2%, coerentemente con le rilevazioni della Banca d'Italia.

18. Le carte Refil rilasciate a partire dal 2008 sono state le seguenti:

n. [omissis]¹ collegate a rispettivi contratti di finanziamento "Idea Finanziaria";

n. [omissis] successivamente abbinate a contratti di finanziamento "Idea Finanziaria" precedentemente sottoscritti;

n. [omissis] senza il collegamento ad alcun contratto di finanziamento "Idea Finanziaria".

19. Nel periodo di riferimento, nei territori di Torino e Firenze, l'offerta finanziaria pubblicizzata è stata integralmente coperta dalla società Idea Finanziaria S.p.A., anche in ragione dell'abbinamento con la promozione della Carta Refil. In questo ambito di riferimento sono stati sottoscritti solamente [omissis] contratti, caratterizzati da un TAN pari al 3,95%. Le condizioni del finanziamento si evincono tutte dalla prima pagina di ciascun contratto "Idea Finanziaria", nella sezione intitolata "*PROSPETTO DEL FINANZIAMENTO E MODALITÀ DEL RIMBORSO CONDIZIONI ECONOMICHE*".

20. Multifinitalia ha specificato che in ogni caso il riquadro del messaggio pubblicitario relativo all'ammontare dei prestiti forniti dalla società, sovrastato dalla dicitura "*Alcuni esempi di finanziamento*", individua gli elementi minimi comuni a ogni finanziamento mediato dalla società e dunque non è limitato a quelli forniti dalla sola società Idea Finanziaria S.p.A.. Oltre a quest'ultima, gli istituti con i quali Multifinitalia collaborava nel periodo di diffusione del messaggio pubblicitario e collabora attualmente sono: Coges Finanziaria S.p.A.; Istituto Bancario del Lavoro S.p.A. - IBL Banca; Santander Consumer Unifin S.p.A.; Libra Finanziaria S.p.A. e Ktesios S.p.A..

21. Infine, la dicitura riportata in basso al riquadro in questione, in calce alla tabella, a caratteri particolarmente ridotti, è "*Viene erogato con un tasso di interesse fisso e con un TAN 3,95%*".

3) Le argomentazioni difensive del professionista

22. Relativamente ai tassi di interesse, il professionista ha sostenuto che, data la complessità della materia e il numero effettivo di istituti preponenti, sarebbe oggettivamente impossibile inserire tutte le informazioni relative alla determinazione degli interessi dei vari finanziamenti, che vengono perciò rimandate al successivo contatto con il cliente in sede di avviamento dell'istruttoria.

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

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

23. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo stampa, in data 28 luglio 2010 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo.

24. Con parere pervenuto in data 2 agosto 2010, la suddetta Autorità ha ritenuto che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del Consumo, sulla base delle seguenti considerazioni:

- il messaggio è idoneo ad indurre in errore i consumatori, in quanto non fornisce un'indicazione chiara ed esaustiva relativamente all'attività svolta da Multifinitalia. Dalla lettura del messaggio infatti, non risulta chiara quale sia la qualifica dell'operatore in questione (ovvero quella di mediatore creditizio), e conseguentemente quella dei servizi dallo stesso pubblicizzati, anzi il reiterato richiamo al termine "*prestito*" all'interno dello stesso, ingenera confusione nel consumatore medio relativamente al fatto che Multifinitalia sia o meno legittimata allo svolgimento dell'attività bancaria. A riconferma di ciò, sempre nel messaggio di specie campeggia la scritta: "*prestiti per dipendenti e pensionati*", la quale induce il consumatore medio a ritenere che sia la stessa società ad erogare il prestito;
- il messaggio non fornisce specificazione alcuna relativamente alle caratteristiche del servizio offerto nonché rispetto alle condizioni economiche alle quali i prestiti vengono effettivamente concessi. A tal proposito, nel messaggio oggetto di contestazione non appare alcun riferimento al tasso di interesse praticato per TAN (quest'ultimo sembrerebbe esser presente ma non risulta essere leggibile) e TAEG. Questi ultimi due tassi, infatti, rappresentano i *benchmark* di riferimento per valutare l'effettivo onere economico del finanziamento: mentre il primo, infatti, è funzionale al calcolo dell'ammontare netto della somma erogata, il secondo rappresenta il costo totale del finanziamento in quanto comprensivo, a differenza del primo, di oneri e spese accessorie. La mancata indicazione di questi riferimenti è elemento idoneo a inficiare la capacità del consumatore di valutare la reale convenienza economica del servizio pubblicizzato, sia con riferimento allo stesso, sia rispetto alle offerte dei concorrenti. In aggiunta a ciò occorre rilevare come il professionista non fornisca indicazione alcuna relativamente alla durata del piano rateale di rimborso oggetto di promozione, circostanza questa che senza dubbio non permette al potenziale cliente di effettuare una valutazione di convenienza economica rispetto all'adesione o meno alla proposta commerciale di specie. Sotto altro profilo, poi, il messaggio in oggetto non fornisce alcuna informazione in merito al corrispettivo dovuto a Multifinitalia a fronte della corresponsione dei servizi offerti, fatto questo che non permette al consumatore medio di poter apprezzare la reale convenienza economica dei servizi dalla stessa promossi e conseguentemente in grado di condizionare indebitamente le sue scelte;
- sotto il profilo della veridicità delle informazioni nello stesso veicolate, il messaggio non fornisce indicazioni corrette relativamente alle condizioni temporali alle quali i finanziamenti nello stesso pubblicizzati vengono erogati. Sotto questo aspetto, l'utilizzo di espressioni, quali "*Chiama subito esito in giornata*" può essere interpretato dal potenziale cliente nel senso di poter facilmente e rapidamente ottenere ciò che tramite gli altri canali è normalmente precluso, mentre, come già sostenuto, il mediatore creditizio, per sua natura, non può assicurare a coloro che richiedono prestiti la concreta possibilità di ottenere la concessione del finanziamento e, per di più, in tempi

rapidi. Tale considerazione assume rilevanza nella misura in cui, la variabile temporale, ovvero le tempistiche con le quali si ha l'effettiva disponibilità delle somme richieste, può costituire una leva concorrenziale di cui avvantaggiarsi e della quale il consumatore medio può tener conto nella valutazione delle varie offerte commerciali presenti sul mercato di cui all'oggetto;

– il messaggio pubblicitario contestato in quanto non informa in maniera veritiera e corretta i destinatari circa le caratteristiche del servizio offerto, nonché rispetto alle condizioni economiche alle quali i prestiti vengono effettivamente concessi, e omette di specificare il TAN ed il TAEG agli stessi associabili e la durata dei rimborsi riferibili ai piani rateali proposti, risulta idoneo a indurre in errore i soggetti ai quali è rivolto o da esso raggiunti e, a causa della sua ingannevolezza, pare suscettibile di pregiudicare il loro comportamento economico, inducendole ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbero altrimenti preso.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

25. I profili di ingannevolezza del messaggio pubblicitario oggetto di valutazione riguardano, da un lato, la natura del professionista e della sua attività e, dall'altro, le caratteristiche dei finanziamenti, nonché le modalità e le condizioni economiche alle quali gli stessi vengono effettivamente erogati.

26. Relativamente al primo profilo, il messaggio in esame lascia intendere la possibilità di ottenere finanziamenti direttamente da Multifinitalia e, al riguardo, prospetta alcuni esempi di prestiti richiedibili e delle relative rate di rimborso utilizzando espressioni quali “*chiama subito esito in giornata*” e “*ADESSO PUOI*”.

In realtà, il professionista non eroga direttamente i finanziamenti pubblicizzati, ma è abilitato a svolgere unicamente attività di mediazione creditizia.

Pertanto, il messaggio risulta idoneo a trarre in inganno i destinatari in merito alla qualifica del professionista, poiché induce nel lettore il convincimento che l'impresa sia in grado di provvedere direttamente alla prestazione dei finanziamenti reclamizzati; in realtà, essendo il finanziamento erogato da un soggetto terzo, i consumatori non possono avere alcuna certezza circa l'effettiva concessione del prestito e i relativi tempi.

27. Né vale ad inficiare tale argomentazione l'indicazione del numero d'iscrizione all'“*UIC*”, in quanto comprensibile solo a chi abbia reale dimestichezza con la disciplina del credito e sia in grado di decifrarla come adempimento all'obbligo, imposto *ex lege* agli esercenti attività di mediazione creditizia, di rendere noti nella pubblicità a mezzo stampa gli estremi dell'iscrizione nell'apposito Albo tenuto presso l'Ufficio Italiano Cambi².

In questo contesto, appare inoltre necessario rilevare che, nel provvedimento del 29 aprile 2005 emanato dall'Ufficio Italiano Cambi³, nella Parte IV dedicata alle Disposizioni in materia di trasparenza, al punto 7, viene precisato che i mediatori creditizi, nei propri annunci pubblicitari, debbano indicare chiaramente che il servizio offerto si limita alla messa in relazione di banche e

² Dal 1° gennaio 2008, secondo quanto disposto dall'articolo 62 del Decreto Legislativo 21 novembre 2007, n. 231, l'Ufficio Italiano dei Cambi è soppresso. Le sue funzioni sono trasferite alla Banca d'Italia, che gli è successa in tutti i diritti e rapporti giuridici.

³ Cfr. provv. 29 aprile 2005 - *Istruzioni per i mediatori creditizi*, emanato dall'Ufficio Italiano Cambi, in Gazz. Uff. del 20 maggio 2005, n. 116..

intermediari finanziari con la clientela al fine della concessione di finanziamenti, non potendo per contro garantirne l'effettiva erogazione.

28. Con riferimento alle caratteristiche dei finanziamenti offerti e alle condizioni economiche di erogazione degli stessi, il messaggio, riportando alcuni esempi di prestito e delle relative rate (senza specificare peraltro la durata del piano di rimborso rateale), non indica tuttavia chiaramente gli elementi essenziali da cui ricavare gli esatti costi del finanziamento. Infatti, nel messaggio non è presente alcuna menzione del TAEG, indicatore che consente al consumatore di valutare e calcolare l'esatto importo dell'intera operazione finanziaria.

L'assenza di puntuali indicazioni circa il TAEG non consente quindi al consumatore di effettuare un'adeguata valutazione dell'effettiva convenienza dell'offerta, perché lo priva della possibilità di avere contezza del costo complessivo dell'operazione, del costo, cioè, inclusivo degli interessi e di tutti gli oneri da sostenere per fruire del credito e di valutarne la convenienza in rapporto ad analoghe offerte commerciali.

29. Il medesimo profilo risulta ugualmente rilevante con riferimento alla carta Refil, pure reclamizzata nel messaggio, in quanto tale prodotto era abbinabile ad alcuni dei finanziamenti promossi (quelli erogati dalla società Idea Finanziaria S.p.A., che hanno, poi, costituito gli unici prodotti creditizi collocati nel periodo di diffusione e nell'ambito territoriale interessati dal messaggio in questione) e prevedeva specifiche condizioni economiche che si aggiungevano a quelle dei prestiti in oggetto. Il consumatore, pertanto, non disponendo di alcuna informazione sulle condizioni economiche dei finanziamenti e della carta Refil, non poteva avere cognizione del costo complessivo dell'offerta.

30. Appare necessario evidenziare, altresì, che il fine promozionale si realizza esclusivamente attraverso il messaggio, il quale esaurisce la sua funzione nell'indurre il destinatario a rivolgersi al professionista, cosicché non può essere ritenuto idoneo a sanare l'incompletezza delle informazioni fornite su elementi essenziali quali le condizioni economiche di offerta dei prodotti pubblicizzati, il semplice rinvio a ulteriori fonti informative.

31. La valutazione della condotta in esame non può peraltro prescindere dalla circostanza per cui nel settore finanziario la completezza e la chiarezza delle informazioni fornite alla clientela assuma particolare rilevanza in considerazione dell'asimmetria informativa tra operatori economici e consumatori, derivante dalla complessità della materia e dalla scarsa conoscenza del consumatore rispetto a un servizio cui non si ricorre con frequenza. Se a ciò si aggiunge la presumibile presenza, tra i potenziali destinatari del messaggio pubblicitario, di soggetti in situazione di difficoltà economica e quindi particolarmente sensibili ai vantaggi prospettati dall'offerta del professionista, la pratica commerciale posta in essere da Multifinitalia deve ritenersi altresì non conforme a quel grado di competenza e di attenzione che nel caso di specie, in base ai principi di buona fede e correttezza, era ragionevole attendersi dal professionista nella predisposizione e nella diffusione delle proprie comunicazioni commerciali.

32. Pertanto, alla luce delle considerazioni svolte, la pratica commerciale in esame, costituita dalla diffusione del messaggio pubblicitario descritto, risulta 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 nella misura in cui omette di fornire in modo chiaro e completo informazioni rilevanti in merito alla qualifica del

professionista e alla natura della sua attività, nonché alle caratteristiche e alle condizioni dei prestiti offerti.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

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

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

35. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto, nella fattispecie in esame, dell'entità del pregiudizio potenziale per i consumatori, in quanto la sottoscrizione di un finanziamento implica un esborso monetario prolungato nel tempo. Al tempo stesso devono considerarsi la modesta entità economica del professionista e la limitata ampiezza e capacità di penetrazione della pratica che, in ragione della modalità di diffusione del messaggio (a mezzo stampa locale), è suscettibile di aver raggiunto un numero di consumatori non particolarmente elevato.

36. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti, il messaggio pubblicitario risulta essere stato diffuso nel periodo febbraio-settembre del 2008.

37. Pertanto, in ragione della gravità e della durata della violazione, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Multifinitalia S.r.l. Servizi Finanziari nella misura di 15.000 €(quindicimila 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 quanto contraria alla diligenza professionale e idonea ad indurre in errore il consumatore medio in ordine alla qualifica del professionista e alla natura della sua attività, nonché alle caratteristiche e alle condizioni dei prestiti offerti, potendo pregiudicarne in misura apprezzabile il comportamento economico;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Multifinitalia S.r.l. Servizi Finanziari, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2 e 22 del Codice del Consumo, e ne vieta l'ulteriore diffusione;

b) che alla società Multifinitalia S.r.l. Servizi Finanziari sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 15.000 €(quindicimila 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

PS5477 - FRIMMONEY-PUBBLICITÀ FINANZIAMENTO

Provvedimento n. 21579

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 15 settembre 2010;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

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. LE PARTI

1. Frimmoney Italia S.r.l. (di seguito, anche “Frimmoney Italia”), in qualità di professionista ai sensi dell'art. 18, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società esercita attività di gestione dei diritti connessi alla proprietà industriale, quali licenze, brevetti, marchi di fabbrica, *franchising*, ecc..

2. Nicholas Incrocci, titolare dell'impresa individuale Incrocci Nicholas (di seguito, anche “impresa Incrocci”), in qualità di professionista ai sensi dell'art. 18, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo. L'impresa individuale svolge attività di mediazione creditizia in regime di affiliazione commerciale alla società Frimmoney Italia e nel periodo d'imposta 2008, a fronte di ricavi pari a 104.321 euro, ha conseguito un reddito di 17.096 euro.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

3. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere da Frimmoney Italia e dall'impresa Incrocci, consistente nella diffusione di un messaggio pubblicitario volto a promuovere la propria offerta di prestiti e mutui suscettibile di indurre in errore i destinatari riguardo alla natura dell'attività svolta dai professionisti, alle caratteristiche del servizio offerto e alle effettive condizioni economiche dei finanziamenti reclamizzati.

4. In particolare, con comunicazioni pervenute in data 11 gennaio e 9 febbraio 2010, due associazioni di consumatori hanno segnalato la diffusione da parte dei professionisti di un messaggio pubblicitario sul settimanale di annunci economici gratuiti “La Pulce” del 17 dicembre 2009 e del 21 gennaio 2010 (edizione Prato - Pistoia) finalizzato a reclamizzare l'offerta di prestiti e mutui con marchio *Frimmoney*.

5. Il messaggio, oltre al marchio *Frimmoney*, riporta alcune informazioni in caratteri di grandi dimensioni indicanti, tra l'altro, che i professionisti sarebbero in grado di erogare mutui fino al “100% del valore di acquisto” dell'immobile e di offrire finanziamenti a condizioni di particolare favore a pensionati (“*La prima rata la paghiamo noi*”). Nella parte centrale della comunicazione

pubblicitaria è presente una tabella con gli importi erogabili nell'arco temporale di 48, 60, 84, o 120 mesi a fronte del versamento di una rata mensile pari a 150, 180, o 230 euro. Più in basso, è ulteriormente specificato che i professionisti finanziano ordinariamente *“anche protestati e cattivi pagatori”* con *“esito in 24 ore”*.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

L'iter del procedimento

6. Con riferimento alla pratica commerciale descritta al precedente punto II, in data 22 aprile 2010 è stato comunicato l'avvio del procedimento istruttorio PS5477 alle Parti, per presunta violazione degli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo.

7. In data 13 maggio 2010, sia Frimmoney Italia che l'impresa Incrocci hanno depositato una memoria difensiva.

8. Il 20 maggio 2010 è stato chiesto all'impresa Incrocci, tra l'altro, di integrare la documentazione relativa alla qualifica di protestati e/o cattivi pagatori dei soggetti menzionati nell'indicata memoria versata in atti nonché di fornire documentazione comprovante la fruibilità del credito da parte dei consumatori appartenenti alle medesime categorie anche mediante modalità diverse dalla cessione di quote della retribuzione.

9. L'impresa Incrocci ha risposto il 31 maggio 2010, producendo un'altra memoria difensiva.

10. In data 23 giugno 2010, Frimmoney Italia ha depositato un'altra memoria difensiva.

11. Ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, e dell'art. 8 del Regolamento, l'impresa Incrocci ha presentato impegni volti a rimuovere i profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di contestazione.

L'Autorità, nella sua adunanza del 23 giugno 2010, ha ritenuto gli impegni presentati inammissibili in ragione della manifesta scorrettezza e gravità della pratica commerciale contestata, e ne ha, pertanto, disposto il rigetto.

12. In data 24 giugno 2010, l'impresa Incrocci ha prodotto altra documentazione concernente soggetti qualificati come cattivi pagatori.

13. Il 5 luglio 2010 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

14. In data 14 luglio 2010, l'impresa Incrocci ha depositato una memoria conclusiva.

15. In data 20 luglio 2010, anche Frimmoney Italia ha prodotto una memoria conclusiva.

Le evidenze acquisite

16. Tra Frimmoney Italia e l'impresa Incrocci intercorre un rapporto di affiliazione commerciale di servizi nel settore della intermediazione creditizia, in forza del quale l'affiliante Frimmoney Italia non è tenuta a verificare il contenuto dei messaggi pubblicitari diffusi dai singoli affiliati. L'impresa Incrocci ha confermato di aver gestito interamente le attività di predisposizione e diffusione della comunicazione promozionale oggetto del procedimento.

17. Il ruolo svolto dall'impresa Incrocci è quello di mediatore creditizio che non provvede direttamente all'erogazione dei finanziamenti, bensì suggerisce al cliente la soluzione di finanziamento ottimale mettendo il medesimo in contatto con gli enti erogatori collegati alla rete di affiliazione Frimmoney che prevede varie convenzioni agevolate con istituti di credito.

18. L'impresa Incrocci ha prodotto copia di alcuni contratti di finanziamento stipulati con soggetti protestati e/o cattivi pagatori. L'esame della documentazione versata in atti e le indicazioni fornite dal professionista comprovano che la fruibilità dei servizi offerti da parte di soggetti appartenenti a tali categorie riguarda esclusivamente i finanziamenti concessi a dipendenti o pensionati dietro cessione di quote di retribuzione o pensione.

19. Dalle evidenze acquisite nel corso del procedimento, risulta, inoltre, che la comunicazione pubblicitaria è stata diffusa sul settimanale di annunci economici gratuiti "La Pulce" (edizione Prato - Pistoia) nel periodo maggio - giugno 2009 e nel periodo settembre 2009 - febbraio 2010.

Le argomentazioni difensive di Frimmoney Italia

20. Il professionista ha evidenziato che il contenuto del messaggio pubblicitario oggetto del procedimento è stato realizzato esclusivamente dall'impresa Incrocci, ritenendo pertanto di non poter essere ritenuto responsabile per una eventuale condotta antigiusuriera posta in essere in assoluta autonomia dall'affiliato commerciale nell'ambito del suo autonomo esercizio d'impresa.

Le argomentazioni difensive dell'impresa Incrocci

21. L'impresa individuale Incrocci Nicholas ha fatto presente che la qualifica di mediatore creditizio dell'affiliato Frimmoney costituisce circostanza nota da parte dei soggetti interessati ai finanziamenti in conseguenza della pubblicità che viene effettuata ad opera del *Franchisor* (cioè della Frimmoney Italia) e del numero di imprese esistenti sul territorio nazionale che aderiscono alla rete di affiliazione commerciale.

22. Il professionista, inoltre, ha rappresentato la difficoltà di riportare in maniera più precisa e completa gli esempi raffigurati nel messaggio pubblicitario in quanto la rata del prestito e i costi dell'operazione di finanziamento sono soggetti a continua modifica in relazione al variare di una serie di elementi (età anagrafica, sesso, attività lavorativa, anzianità di servizio, periodo di rimborso del credito) che non consentono di indicare *ex ante* le effettive condizioni economiche dell'operazione. In ogni caso, le indicazioni eventualmente non inserite nel messaggio sono state fornite a seguito di contatto telefonico e/o soprattutto personalmente presso gli uffici dell'impresa ove sono disponibili tutti i prospetti informativi contenenti i dati prescritti dalla legge.

23. Con riferimento all'accessibilità al credito dei soggetti appartenenti alle categorie dei protestati e cattivi pagatori, il professionista ha precisato che i medesimi sono stati comunque finanziati mediante il ricorso a cessioni di quote di retribuzione e/o pensione. Infatti, i soggetti protestati o cattivi pagatori potevano ottenere la concessione di finanziamenti unicamente mediante detta cessione e non attraverso ulteriori e diverse modalità.

24. Da ultimo, l'impresa Incrocci ha fatto presente di aver sospeso la diffusione di qualsiasi messaggio pubblicitario a partire dal ricevimento della comunicazione di avvio del procedimento istruttorio. Secondo il professionista, il comportamento collaborativo prestato dovrebbe essere preso in debita considerazione nell'ipotesi in cui l'Autorità ritenesse sussistente la violazione contestata.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

25. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo stampa, in data 21 luglio 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 30 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:

- nel messaggio pubblicitario contestato non è specificata la natura dell'operatore, di talché la comunicazione promozionale risulta idonea a trarre in inganno i destinatari poiché induce nel lettore il convincimento che il professionista possa provvedere direttamente alla prestazione dei finanziamenti pubblicizzati, laddove, in realtà, esso svolge unicamente attività di mediazione creditizia;
- la pratica commerciale in esame non contiene alcuna indicazione che consenta al consumatore di ricavare gli esatti costi dei finanziamenti proposti, con particolare riferimento alla misura del Tan e del Taeg. In tal modo, è preclusa al consumatore la possibilità di disporre di informazioni omogenee e attendibili sul costo effettivo del credito al fine di poter raffrontare la convenienza delle diverse offerte presenti sul mercato;
- pertanto, la comunicazione promozionale, in quanto inidonea ad informare i destinatari sulla natura del professionista, sulle caratteristiche, sulle modalità e sulle condizioni economiche del servizio offerto, è suscettibile di orientare indebitamente le scelte dei consumatori inducendoli ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbero altrimenti preso.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

Professionista interessato

26. In via preliminare, si evidenzia che destinataria del presente provvedimento deve ritenersi esclusivamente l'impresa Incrocci e non anche Frimmoney Italia. Infatti, dalle risultanze istruttorie emerge il ruolo esclusivo assunto dalla stessa impresa Incrocci nella predisposizione e diffusione del messaggio pubblicitario oggetto di contestazione. Tale circostanza trova risponidenza, altresì, nella regolamentazione dei rapporti tra le due imprese dedotta nel contratto di *franchising*. Stante l'autonomia riconosciuta dal contratto di affiliazione commerciale al "*franchisee*" (cioè all'impresa Incrocci), Frimmoney Italia non è tenuta a verificare i contenuti dei messaggi promozionali diffusi dai singoli affiliati che curano in modo autonomo e nell'ambito locale della zona di affiliazione la pubblicità relativa alla loro attività. Alla Frimmoney Italia spetta di effettuare la sola pubblicità istituzionale del marchio.

La valutazione della pratica commerciale

27. I profili di scorrettezza oggetto di valutazione con riferimento alla comunicazione pubblicitaria diffusa dall'impresa Incrocci riguardano la natura dell'attività svolta dal professionista, le condizioni economiche dei finanziamenti reclamizzati e le caratteristiche del servizio offerto, quali la fruibilità del credito da parte di soggetti appartenenti a particolari categorie, la vantata rapidità del servizio e la promessa di condizioni di particolare favore applicabili a pensionati.

28. 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 presenti 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.

29. Con riferimento alla qualifica del professionista, le espressioni utilizzate nel messaggio, quali ad esempio *“Finanziamo anche protestati e cattivi pagatori”* con *“esito in 24 ore”* e *“Mutuo 100% del valore di acquisto”* (riferito alla percentuale di finanziamento erogato rispetto al valore dell'immobile), tendono ad ingenerare nei destinatari della pubblicità la convinzione che sia lo stesso professionista a corrispondere le somme di denaro richieste in prestito.

30. In realtà, le risultanze istruttorie evidenziano che l'impresa Incrocci non eroga direttamente i finanziamenti, ma svolge esclusivamente attività di mediazione creditizia. Tale attività presuppone che i consumatori che avanzino richieste di finanziamento non possano avere, in realtà, alcuna certezza circa la concreta disponibilità del prestito, erogato, nei fatti, da un ente terzo. Sotto tale profilo la comunicazione commerciale in esame appare pertanto ingannevole in quanto omette di specificare che l'effettiva concessione del finanziamento, essendo rimessa all'ente erogante, non può essere garantita dal professionista. Appare necessario rilevare, in questo contesto, che nel provvedimento del 29 aprile 2005 emanato dall'Ufficio Italiano dei Cambi¹, nella *Parte IV* dedicata alle *Disposizioni in materia di trasparenza*, al punto 7, si precisa che i mediatori creditizi, negli annunci pubblicitari, debbano indicare chiaramente che il servizio offerto si limita alla messa in relazione di banche e intermediari finanziari con la clientela al fine della concessione di finanziamenti, in quanto tale servizio non garantisce l'effettiva erogazione del finanziamento richiesto.

31. Al riguardo, devono peraltro ritenersi irrilevanti le argomentazioni difensive svolte dal professionista secondo il quale la qualifica di mediatore creditizio dell'affiliato *Frimmoney* risulterebbe conosciuta dai soggetti interessati ai finanziamenti in conseguenza della notorietà del marchio *Frimmoney* e del numero considerevole di affiliati presenti sul territorio nazionale. Infatti, l'eventuale consapevolezza da parte dei consumatori che l'impresa Incrocci partecipa alla rete di affiliazione *Frimmoney* non implica anche la conoscenza della specifica attività svolta dall'impresa affiliata come delle altre aderenti a tale rete nell'ambito dello stesso rapporto di affiliazione commerciale, cioè se il professionista si limita a mettere in contatto la clientela con gli istituti di credito convenzionati o provvede direttamente all'erogazione del credito.

32. Il messaggio risulta parimenti ingannevole con riferimento alle condizioni economiche alle quali vengono concessi i finanziamenti, in quanto le indicazioni fornite relativamente ad alcuni esempi di finanziamenti e alle relative rate di rimborso non contemplano 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, non è menzionato in alcun modo. La mancata esplicitazione del TAEG 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

¹ Cfr. provv. 29 aprile 2005 - *Istruzioni per i mediatori creditizi*, emanato dall'Ufficio Italiano Cambi, in Gazz. Uff. del 20 maggio 2005, n. 116.

possibilità di avere contezza del costo complessivo dell'operazione, cioè del costo complessivo degli interessi e di tutti gli oneri da sostenere per utilizzare il credito.

33. 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, i fogli informativi disponibili presso la sede del professionista), non può pertanto ritenersi idoneo a sanare l'incompletezza delle informazioni fornite su elementi essenziali dell'offerta, quali le condizioni economiche del servizio pubblicizzato.

34. Il messaggio risulta infine non veritiero in relazione alla prospettata generale fruibilità dei servizi offerti dal professionista. Infatti, le espressioni in proposito utilizzate nella comunicazione commerciale (*"Finanziamo anche protestati e cattivi pagatori"*) sono evidentemente idonee a indurre i destinatari a ritenere, contrariamente al vero, che i finanziamenti offerti dal professionista siano effettivamente accessibili da parte di qualunque categoria di soggetti (protestati, cattivi pagatori, ecc.) con segnalazioni negative presso le banche dati di informazioni creditizie. Per contro, pur avendo la Parte fornito alcuni contratti sottoscritti da soggetti appartenenti alle categorie menzionate nella pubblicità, le risultanze istruttorie evidenziano che per le medesime categorie di clientela la fruibilità dei finanziamenti è limitata ai soli lavoratori dipendenti o a pensionati e dietro cessione del quinto dello stipendio o della pensione.

35. 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.

36. La pratica commerciale, costituita dalla diffusione del messaggio pubblicitario descritto, risulta pertanto scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, 21 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 alla natura dell'attività svolta dal professionista, alle condizioni economiche e alle caratteristiche dei finanziamenti reclamizzati.

37. Diversamente, con riferimento ai profili relativi alla vantata rapidità del servizio e alla promessa di condizioni di particolare favore applicabili a pensionati, non può addivenirsi ad un giudizio in termini di ingannevolezza della comunicazione promozionale. Infatti, per quel che concerne la conoscibilità dell'esito delle richieste di prestito *"in 24 ore"*, è stato rilevato che la modalità utilizzata (posta elettronica) per effettuare le comunicazioni concernenti la lavorazione delle pratiche consente l'acquisizione di dati ed il relativo riscontro in maniera rapida e garantendo il risultato promesso. Mentre l'applicazione di condizioni di particolare favore per i pensionati (*"la prima rata la paghiamo noi"*) è comprovata da tre contratti di finanziamento stipulati con consumatori ai quali il professionista, come risulta dalle ricevute di rimborso, ha restituito la somma corrispondente alla prima rata del prestito.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

38. 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.

39. 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.

40. 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 penetrazione della pratica, si rileva come il messaggio sia stato diffuso attraverso il giornale di annunci economici gratuiti "La Pulce" collocato in appositi contenitori sparsi nel territorio delle Province di Prato e Pistoia.

41. Per quanto riguarda poi la durata della violazione, risulta in atti che la pratica commerciale è stata posta in essere nel periodo maggio - giugno 2009 e nel periodo settembre 2009 - febbraio 2010.

42. La richiesta dell'impresa Incrocci di tenere in considerazione, al fine della graduazione dell'ammenda, il comportamento collaborativo prestato nel corso del procedimento non può essere accolta. In particolare, l'iniziativa consistente nella mera cessazione della condotta oggetto di istruttoria non può essere qualificata come "*ravvedimento operoso*", in quanto non incide sugli effetti dell'illecito.

43. In considerazione di tali elementi, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile al Sig. Nicholas Incrocci, in qualità di titolare dell'impresa individuale Incrocci Nicholas, nella misura di 10.000 €(diecimila 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 quanto, nel prospettare ai consumatori l'offerta di prestiti e mutui, il Sig. Nicholas Incrocci, in qualità di titolare dell'impresa individuale Incrocci Nicholas, in contrasto con il requisito dell'ordinaria diligenza professionale, ha fornito indicazioni ingannevoli, perché omissive o non veritiere, riguardo la natura dell'attività svolta, le condizioni economiche dei finanziamenti reclamizzati e le caratteristiche del servizio offerto dal professionista;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dal Sig. Nicholas Incrocci, in qualità di titolare dell'impresa individuale Incrocci Nicholas, costituisce,

per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, 21 e 22 del Codice del Consumo, e ne vieta l'ulteriore diffusione;

b) che al Sig. Nicholas Incrocci, in qualità di titolare dell'impresa individuale Incrocci Nicholas, sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 10.000 €(diecimila 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. 36 - 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
