



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXI - n. 31

Pubblicato sul sito *www.agcm.it*
il 22 agosto 2011

SOMMARIO

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE	5
A396C - GARGANO CORSE/ACI	
<i>Provvedimento n. 22680</i>	5
OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	7
C11082 - CVA-COMPAGNIA VALDOSTANA DELLE ACQUE /DEVAL-VALLENERGIE	
<i>Provvedimento n. 22683</i>	7
ATTIVITA' DI SEGNALEZIONE E CONSULTIVA	27
AS863 - REGIONE AUTONOMA DELLA VALLE D'AOSTA - INTERVENTI REGIONALI A SOSTEGNO DEI COSTI DELL'ENERGIA ELETTRICA PER LE UTENZE DOMESTICHE	27
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	29
IP100 - INA ASSITALIA-POLIZZE ASSICURATIVE	
<i>Provvedimento n. 22666</i>	29
IP109 - BAKKER ITALIA	
<i>Provvedimento n. 22667</i>	34
PS3231 - DEUTSCHE BANK-RIMBORSO MUTUO BANCOPOSTA	
<i>Provvedimento n. 22670</i>	44
PS5854 - STUDIO RIVOLATION 2009	
<i>Provvedimento n. 22673</i>	50
PS6548 - PROJECT97-PUBBLICITÀ FINANZIAMENTI	
<i>Provvedimento n. 22676</i>	57
PS7217 - DE BLASIO-SALDI 2011	
<i>Provvedimento n. 22677</i>	65

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

A396C - GARGANO CORSE/ACI

Provvedimento n. 22680

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 agosto 2011;

SENTITO il Relatore Professore Carla Rabitti Bedogni;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO, in particolare, l'articolo 14-ter, comma 2, della legge 10 ottobre 1990, n. 287, ai sensi del quale, l'Autorità, in caso di mancato rispetto degli impegni resi obbligatori ai sensi dell'art. 14-ter, comma 1 può irrogare una sanzione amministrativa pecuniaria fino al 10 per cento del fatturato;

VISTA la legge 24 novembre 1981, n. 689;

VISTA la propria delibera n. 19946 dell'11 giugno 2009 con la quale sono stati resi obbligatori gli impegni presentati dall'ACI - Automobile Club d'Italia ai sensi dell'articolo 14-ter, comma 1, della legge n. 287/90 e contestualmente, è stato chiuso il procedimento nei confronti di ACI - Automobile Club d'Italia senza accertare l'infrazione ai sensi dell'articolo 14-ter, comma 1, della legge n. 287/90;

VISTA la propria delibera del 11 maggio 2011, con la quale è stato avviato, nei confronti dell'ACI - Automobile Club d'Italia un procedimento ai sensi dell'articolo 14-ter, comma 2, della legge 10 ottobre 1990, n. 287, per inottemperanza alla delibera dell'Autorità dell'11 giugno 2009;

VISTA la memoria e i documenti trasmessi dall'ACI - Automobile Club d'Italia in data 27 giugno 2011;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO che, nel corso del procedimento, è stata accolta la richiesta di partecipazione allo stesso della Federazione Italiana Karting - FIK, dell'ACSI - Associazione di cultura, sport e tempo libero, della UISP - Unione Italiana Sport Per tutti, dell'AICS - Associazione Italiana Cultura Sport, del CNSL - Centro Nazionale Sportivo Libertas, dell'ENDAS - Ente Nazionale Democratico di Azione Sociale e dell'MSP - Movimento Sportivo Popolare Italia;

CONSIDERATO che, nel corso del procedimento, la FIK, l'ACSI e la UISP hanno depositato memorie e documenti relativi alle attività intraprese da ACI con riguardo ad alcuni degli aspetti oggetto di impegni resi obbligatori con la delibera n. 19946 dell'11 giugno 2009;

RITENUTO, pertanto, necessario procedere alla proroga del termine di conclusione del procedimento;

DELIBERA

di prorogare al 20 ottobre 2011 il termine di conclusione del procedimento.

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

C11082 - CVA-COMPAGNIA VALDOSTANA DELLE ACQUE /DEVAL-VALLENERGIE *Provvedimento n. 22683*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 agosto 2011;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO il Regolamento del Consiglio (CE) n. 139/2004;

VISTA la comunicazione della società CVA-Compagnia Valdostana delle Acque S.p.A., pervenuta in data 27 maggio 2011;

VISTA la propria delibera del 22 giugno 2011, con la quale è stato avviato, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, il procedimento nei confronti delle società CVA - Compagnia Valdostana delle Acque S.p.A., DEVAL S.p.A. e VALLENERGIE S.p.A.;

SENTITI i rappresentanti della società CVA - Compagnia Valdostana delle Acque S.p.A. in data 7 luglio 2011 e nel corso dell'audizione finale innanzi al Collegio in data 21 luglio 2011;

VISTO il termine di conclusione della fase istruttoria comunicato alle Parti in data 14 luglio 2011 e fissato al 22 luglio 2011;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. CVA-Compagnia Valdostana delle Acque S.p.A. (di seguito, CVA) è a capo di un gruppo attivo nella produzione e nella commercializzazione, all'ingrosso e al dettaglio, di energia elettrica, prevalentemente in Valle D'Aosta. Nella commercializzazione al dettaglio CVA opera tramite la società CVA Trading S.r.l. (di seguito, CVA Trading). L'intero capitale sociale di CVA è detenuto da FINAOSTA-Finanziaria Regionale Valle D'Aosta S.p.A. (di seguito, Finaosta), società finanziaria della Regione Valle d'Aosta, a sua volta controllata dalla medesima Regione. Il fatturato consolidato realizzato dal gruppo CVA nel 2010 è stato pari a circa 698,9 milioni di euro.

2. DEVAL S.p.A. (di seguito, Deval) è una società operante nella distribuzione dell'energia elettrica in 69 dei 74 comuni della Valle D'Aosta. Il capitale sociale di Deval è detenuto per il 51% da Enel S.p.A. (di seguito, Enel) e per il restante 49% da Finaosta. Deval è controllata congiuntamente dalle due società in quanto un accordo quadro conferisce poteri di veto all'azionista di minoranza¹. Il fatturato realizzato in Italia nel 2010 è stato pari a 49,6 milioni di euro.

¹ Cfr. C4005-Finanziaria Regionale Valle D'Aosta/Enel, del 14 giugno 2000, in Boll. n. 24/00.

3. VALLENERGIE S.p.A. (di seguito, Vallenergie) è una società costituita nel 2007 ed operante nella vendita al dettaglio di energia elettrica ai clienti del “servizio di maggior tutela”² situati nei comuni ove opera Deval. Il capitale sociale di Vallenergie è detenuto per il 51% da Enel e per il restante 49% da Finaosta. Il fatturato realizzato in Italia nel 2010 è stato pari a 46,8 milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

4. L'operazione in esame consiste nell'acquisizione da parte di CVA del 51% del capitale sociale di Deval e Vallenergie, attualmente detenuto da Enel; la restante parte del capitale resta in capo a Finaosta, che a sua volta detiene il 100% del capitale di CVA.

5. Tali acquisizioni rientrano nell'ambito di un'unica operazione di concentrazione in virtù del fatto che, sulla base dei contratti di compravendita, dovranno essere perfezionate contestualmente. Inoltre, le partecipazioni di Deval e Vallenergie saranno acquisite dalla medesima società, CVA³.

6. Con specifico riferimento alle motivazioni sottostanti all'operazione in esame, CVA ha dichiarato che l'acquisizione di Vallenergie è finalizzata al “miglioramento della gestione del servizio di vendita dell'energia elettrica nel territorio della Valle d'Aosta”⁴. In particolare, in passato l'operatività di Vallenergie è stata caratterizzata da “una serie di problematiche, prevalentemente di carattere tecnico-informatico, relative agli interventi per il recupero del backlog e all'efficacia dei propri sistemi di fatturazione. Tali difficoltà operative hanno avuto ripercussioni sulla comunità di utenti [... della maggior tutela], determinando disagio sociale che ha avuto forte eco sulla stampa locale e nazionale”⁵. Pertanto, l'interesse della Regione di acquistare Vallenergie, per il tramite di CVA, è quello di “garantire alle famiglie e alle piccole utenze imprenditoriali valdostane la fruibilità di un servizio essenziale”⁶.

7. In relazione all'acquisizione di Deval, CVA ha posto in evidenza che essa è specificatamente volta a garantire una continuità di presidio del territorio e una buona redditività. Nel contesto degli accordi di negoziazione tra CVA, impresa acquirente, e Enel, impresa cedente, è stato previsto che “Enel si impegni per i prossimi tre anni a mettere a disposizione di Deval la propria piattaforma informatica. In particolare, in una prima fase, entro la fine del 2011, è prevista una migrazione dei dati di Deval sulla piattaforma di Enel Distribuzione; successivamente verrà effettuata una clonazione della piattaforma informatica, al fine di consentire a Deval una gestione in autonomia della stessa”.⁷ La nuova struttura operativa di Deval dovrebbe pertanto consentire una interfaccia efficiente e non discriminatoria tra il distributore valdostano e tutti i venditori che intendono operare nella Regione.

² A seguito della completa liberalizzazione del mercato della vendita di energia elettrica a partire dal 1° luglio 2007, il decreto legge 18 giugno 2007, n. 73, convertito con modifiche nella legge 3 agosto 2007, n. 125, ha istituito il “servizio di maggior tutela”, destinato ai clienti domestici e alle imprese connesse in bassa tensione, aventi meno di 50 dipendenti e un fatturato annuo non superiore a 10 milioni di euro, che non abbiano scelto un fornitore sul mercato libero dell'energia elettrica. Tale servizio è fornito dal distributore, attraverso una apposita società separata se il distributore copre più di 100.000 clienti.

³ Cfr. *Comunicazione consolidata della Commissione sui criteri di competenza giurisdizionale a norma del regolamento (CE) n. 139/2004 del Consiglio relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese*, paragrafi 41 e 43.

⁴ Doc. 1, *Formulario relativo alla comunicazione preventiva della concentrazione*, p. 17.

⁵ Doc. 1, *Formulario relativo alla comunicazione preventiva della concentrazione*, p. 18.

⁶ Doc. 1, *Formulario relativo alla comunicazione preventiva della concentrazione*, p. 18.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

9. Essa rientra quindi 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 a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 472 milioni di euro.

IV. IL PROCEDIMENTO ISTRUTTORIO

10. In data 22 giugno 2011 l'Autorità ha deliberato l'avvio dell'istruttoria in relazione alla presente operazione ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90. In particolare, l'istruttoria è stata avviata per verificare se l'acquisizione da parte di CVA delle società Vallenergie (operante nella vendita di energia elettrica ai clienti in regime di maggior tutela della Regione Valle D'Aosta) e Deval (operante nella distribuzione di energia elettrica nella Regione Valle D'Aosta), determinasse effetti restrittivi della concorrenza nei mercati della vendita di energia elettrica ai clienti domestici e non domestici connessi in bassa tensione.

11. Le parti hanno avuto accesso agli atti del procedimento in data 28 giugno 2011 (CVA, Deval e Vallenergie), 11 luglio 2011 (Deval e Vallenergie), 14 luglio 2011 (CVA) e 22 luglio (Deval e Vallenergie).

12. CVA, impresa acquirente, è stata sentita in audizione in data 7 luglio 2011. Il 21 luglio 2011 si è svolta l'audizione finale di CVA dinanzi al Collegio dell'Autorità.

13. Sono state, altresì, richieste informazioni alle parti e ai principali operatori concorrenti (Edison Energia S.p.A., Enel Energia S.p.A., E.On S.p.A., Sorgenia S.p.A.) sia nella fase preistruttoria, sia nella fase istruttoria.

V. LE RISULTANZE ISTRUTTORIE

V.1. Il controllo sulle società oggetto di acquisizione

14. In una precedente concentrazione autorizzata nel giugno del 2000, l'Autorità si è espressa sull'esistenza di una situazione di controllo congiunto di Enel e Finaosta (società finanziaria della Regione Valle d'Aosta, a sua volta interamente controllante l'impresa acquirente), su Deval⁸. Le due società controllanti detengono, rispettivamente, il 51% e il 49% del capitale sociale di Deval. In particolare, la sussistenza di una situazione di controllo congiunto è stata fatta discendere da patti parasociali che attribuivano a Finaosta un potere di veto su alcune decisioni che potevano, in astratto, conferire a tale società la possibilità di un'influenza determinante su Deval⁹.

⁷ Cfr. doc. 79, verbale dell'audizione di CVA.

⁸ Cfr. C4005-Finanziaria regionale Valle D'Aosta/Enel, del 14 giugno 2000, in Boll. n. 24/00. Tale conclusione è stata poi ripresa in successive operazioni di concentrazione: Cfr. C8589-Deval/Ramo d'azienda di Idroelettrica Quinson, del 3 luglio 2007, in Boll. n. 27/07; C8836-C.V.A. Compagnia Valdostana delle Acque/Deval Energie, del 24 gennaio 2008, in Boll. n. 3/08; C10314-Deval/Ramo di azienda del Comune di Lillianes, del 5 novembre 2009, in Boll. n. 44/09.

⁹ Ci si riferisce al potere di Finaosta di nominare 2 consiglieri su 5 e alla previsione di una maggioranza qualificata (4/5) per le seguenti materie:

15. Con riferimento a Vallenergie, l'Autorità finora non si è mai espressa sull'eventuale esistenza di una situazione di controllo congiunto. Tuttavia, l'assetto azionario, la *governance* e i patti parasociali sono pressoché identici a quelli di Deval¹⁰ e, dunque, anche la valutazione sul controllo di Vallenergie non può che essere analoga.

16. Dalla documentazione acquisita nel corso dell'istruttoria (nello specifico dai verbali dei CdA di Deval e Vallenergie) e da quanto affermato dalla stessa CVA risulta che la gestione operativa delle due società era interamente affidata a Enel¹¹, che ha predisposto e gestito l'intera piattaforma informatica, attività particolarmente rilevante per società operanti in mercati regolamentati (che per definizione non determinano prezzi e quantità).

17. Peraltro, dalle informazioni raccolte non emerge l'esistenza di alcuna particolare sinergia di carattere industriale derivante a CVA dal fatto che la controllante Finaosta detenesse il controllo congiunto su Deval e su Vallenergie. In particolare, l'accesso al database di Vallenergie dei clienti in maggior tutela era consentito solo a dipendenti di Vallenergie o *“di società del gruppo Enel attive nella distribuzione, maggior tutela o che svolgono funzioni di staff (ICT e Corporate)”*¹².

18. A conferma dell'indipendenza delle politiche commerciali di CVA e Vallenergie, pur in presenza di un controllo congiunto di Finaosta su Vallenergie, è, inoltre, emerso che nel corso degli anni CVA sia stato l'operatore di maggiore successo nell'attrarre i clienti dal mercato tutelato a quello libero.

19. Quanto a Deval, la situazione di controllo congiunto non sembra aver favorito in maniera evidente, nell'ambito dei processi di *switching*, ovvero di cambiamento del fornitore di energia elettrica da parte degli utenti finali, alcuna delle società madri¹³. Infatti, a quanto risulta dai dati acquisiti nel corso dell'istruttoria, il tasso di non riuscita degli *switching* richiesti da CVA Trading

- cessione e/o conferimento e/o acquisto di azienda o di ramo d'azienda di valore superiore a 1 miliardo di vecchie lire;

- stipula di accordi e/o partnership industriali e commerciali e/o joint venture di carattere strategico;

- stipula di mutui e/o finanziamenti di durata superiore a 18 mesi o anche di durata inferiore che comportassero un incremento superiore a 8 miliardi di vecchie lire rispetto all'indebitamento medio a breve;

- stipula dei contratti di servizi con società appartenenti al gruppo Enel di valore superiore a 400 milioni di vecchie lire annui;

- stipula dei contratti di servizi con terzi di valore superiore a 400 milioni di vecchie lire annui e durata superiore a 1 anno.

¹⁰ Al riguardo, l'accordo quadro sottoscritto dai soci di Vallenergie in data 28 settembre 2007 prevede che il consiglio di amministrazione abbia la medesima composizione e deliberi con i medesimi quorum previsti per Deval sulle medesime materie, salvo indicare valori sensibilmente inferiori delle soglie per il quorum:

- cessione e/o conferimento e/o acquisto di azienda o di ramo d'azienda di valore superiore a 250 mila euro;

- stipula di accordi e/o partnership industriali e commerciali e/o joint venture di carattere strategico;

- stipula di mutui e/o finanziamenti di durata superiore a 18 mesi o anche di durata inferiore che comportassero un incremento superiore a 1 milione di euro rispetto all'indebitamento medio a breve;

- stipula dei contratti di servizi con società appartenenti al gruppo Enel di valore superiore a 100 mila euro annui;

- stipula dei contratti di servizi con terzi di valore superiore a 100 mila euro annui e durata superiore a 1 anno.

¹¹ In particolare, CVA ha rappresentato che *“il gruppo CVA si è focalizzato sulla produzione idroelettrica, mentre la gestione operativa di Deval e Vallenergie, come peraltro risulta dalla documentazione agli atti dell'Autorità, è riferibile ad Enel, socio industriale di riferimento e soggetto che dirigeva e coordinava le due società. A conferma di ciò, uno degli aspetti più rilevanti nella gestione delle due società è rappresentato dalla codificazione delle modalità di funzionamento dei sistemi informatici, che è stata operativamente definita da Enel. Anche la decisione di installare i contatori elettronici è stata interamente gestita nell'ottica del gruppo industriale di riferimento”*, cfr. doc. 79, verbale dell'audizione di CVA.

¹² Cfr. doc. 58, risposta di Vallenergie alla richiesta di informazioni.

¹³ Il distributore svolge un ruolo fondamentale nei processi di cambiamento del fornitore di energia elettrica, in quanto deve rendere disponibile alla società di vendita entrante una serie di informazioni e di dati funzionali all'inizio della fornitura e all'attivazione del processo di fatturazione del nuovo cliente. Infatti, una volta che il venditore entrante ha comunicato al distributore una coppia di dati che identificano univocamente il punto di prelievo oggetto di *switching* (POD e codice fiscale/partita IVA per il settore elettrico), il distributore effettua materialmente lo *switching* (cd. operativo) dopo aver verificato la presenza dei suddetti dati nel proprio database.

ed Enel Energia, tra gennaio 2010 e marzo 2011, non si discosta in misura significativa da quelli relativi ad altre società di vendita (Sorgenia ed E.ON).

20. In particolare, riguardo alle letture di *switching*¹⁴, nel periodo esaminato Deval ha fornito tali dati alle società di vendita con un ritardo medio, rispetto a quanto previsto dalla regolamentazione, di circa [omissis]¹⁵ giorni, in linea con il ritardo subito da Enel Energia e CVA Trading, pari, in entrambi i casi, a [omissis] giorni¹⁶. L'attività di Deval sembra pertanto esser stata caratterizzata da un certo grado di inefficienza, esplicitasi nei confronti di tutti i venditori presenti sul mercato.

21. In tale contesto, è ragionevole ipotizzare che il passaggio di Deval e Vallenergie dal controllo congiunto di Finaosta ed Enel esercitato nei termini sopra descritti al controllo esclusivo da parte di CVA (ed indirettamente Finaosta) possa comportare una effettiva modifica delle relazioni tra le parti del procedimento, e in particolare degli incentivi a competere di CVA. Infatti, a seguito dell'operazione, CVA acquisirà l'intero bacino di utenti tutelati di Vallenergie (a marzo 2011, oltre 87 mila clienti domestici e quasi 18 mila punti di prelievo di clienti non domestici) e avrà accesso alle informazioni rilevanti sia di Deval sia di Vallenergie. Pertanto, ancorché l'operazione consista nel passaggio da una situazione di controllo congiunto, per il tramite di Finaosta, a un controllo esclusivo, in capo a CVA, le specifiche condizioni di gestione operativa delle due società oggetto di acquisizione e della società acquirente comportano che la modifica degli assetti azionari sia suscettibile di determinare un cambiamento strutturale del livello di concorrenza dei mercati interessati.

V.2. I mercati rilevanti

22. I mercati interessati dall'operazione in esame sono quello *i)* della distribuzione di energia elettrica e *ii)* della vendita al dettaglio di energia elettrica.

i) La distribuzione di energia elettrica

23. L'attività di distribuzione è definita, ai sensi del Decreto Legislativo 16 marzo 1999, n. 79, come "il trasporto e la trasformazione di energia elettrica su reti di distribuzione a media e bassa tensione per le consegne ai clienti finali". Tale servizio è svolto sulla base di concessioni esclusive aventi scadenza il 31 dicembre 2030. La legge 3 agosto 2007, n. 125, stabilisce che, a decorrere dal 1° luglio 2007, l'attività di distribuzione deve essere svolta in regime di separazione societaria rispetto all'attività di vendita nel caso in cui le reti alimentino almeno 100.000 clienti finali. In ragione del fatto che i distributori operano in regime di monopolio, la dimensione geografica del mercato si identifica con il territorio oggetto della concessione, che coincide con il comune.

24. Nel caso di specie, i mercati geografici coinvolti sono quelli in cui Deval detiene le concessioni di distribuzione relative a 69 comuni della provincia di Aosta.

ii) La vendita al dettaglio di energia elettrica

25. Secondo costante giurisprudenza comunitaria e nazionale, nella fase di vendita di energia elettrica al dettaglio occorre distinguere tra la vendita ai grandi clienti industriali e commerciali

¹⁴ Le letture di *switching*, che riportano i consumi al momento del cambiamento del fornitore di energia elettrica, sono comunicate dal distributore sia alla società di vendita entrante che a quella uscente, chiudendo il rapporto commerciale pre-esistente e aprendo quello con il nuovo fornitore.

¹⁵ Nella presente versione alcuni dati sono omissi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

¹⁶ Elaborazioni su dati forniti da Deval, cfr. doc. 57.

connessi alle reti in alta e media tensione e quella alle piccole imprese connesse alla rete in bassa tensione¹⁷. A sua volta, la vendita alle piccole imprese in bassa tensione deve considerarsi distinta da quella rivolta agli utenti domestici¹⁸, in quanto le offerte destinate alle suddette tipologie di clienti finali non sono sostituibili. Infatti, l'utenza domestica si differenzia per profili di consumo particolari, per l'alto livello di standardizzazione dei contratti, per la presenza di alcuni obblighi di servizio universale imposti dalla regolamentazione e per un profilo di rischio di insolvenza più elevato rispetto alla clientela non domestica.

26. Nella definizione dell'ambito di tali mercati non è opportuno individuare mercati distinti sulla base del regime di maggior tutela e di salvaguardia¹⁹ di cui gli utenti finali possono eventualmente godere, in quanto: i) non vi sono ostacoli di sorta al passaggio dal servizio di maggior tutela o di salvaguardia al mercato libero e viceversa; ii) la tariffa della maggior tutela e il prezzo di salvaguardia costituiscono un vincolo concorrenziale per gli operatori del mercato libero, in quanto nessun cliente avrebbe interesse a spostarsi su tale segmento accettando un'offerta che comporti una spesa stabilmente superiore alla tariffa²⁰; iii) i prezzi delle offerte variabili generalmente applicati dagli operatori sul segmento del mercato libero non si discostano in misura significativa dalla tariffa del servizio di maggior tutela, in ragione della difficoltà, data la struttura tariffaria - ed in particolare dati i costi di commercializzazione riconosciuti in tariffa - di praticare sconti maggiori.

27. Nel settore della vendita al dettaglio di energia la concentrazione in esame riguarda l'acquisizione da parte di CVA dei clienti serviti in maggior tutela da Vallenergie. I mercati del prodotto interessati dall'operazione sono dunque: i) il mercato della vendita al dettaglio di energia elettrica ai clienti non residenziali (imprese commerciali e industriali, studi professionali ecc.) allacciati in bassa tensione e ii) il mercato della vendita di energia elettrica ai clienti domestici.

28. Per quanto riguarda la dimensione geografica, il mercato della vendita ai clienti finali domestici può essere ritenuta locale e coincidente con l'estensione della concessione del distributore collegato, in quanto, dal lato della domanda i costi di ricerca e di cambiamento dei fornitori risultano particolarmente elevati, e, dal lato dell'offerta, i costi di penetrazione degli operatori sono significativi, al punto che solo pochi operatori coprono con le loro proposte commerciali porzioni rilevanti del territorio nazionale. Ciò ha comportato, soprattutto per i clienti domestici, la tendenza al mantenimento della fornitura con gli esercenti la maggior tutela collegati al distributore locale²¹, oppure il passaggio al segmento libero con un venditore appartenente allo stesso gruppo dell'esercente la maggior tutela²².

¹⁷ Cfr. M3440-Eni/GDP/EDP, del 9 dicembre 2004, §64.

¹⁸ Cfr. M1480-GdF/Suez, del 14 novembre 2006, §§688-692.

¹⁹ Per il servizio di maggior tutela, cfr. nota 2. Il servizio di salvaguardia è destinato ai clienti finali non domestici, che non hanno i requisiti per usufruire del servizio di maggior tutela, che sono senza fornitore o che non hanno ancora esercitato la scelta del proprio fornitore.

²⁰ Le offerte fisse possono essere temporaneamente superiori alla tariffa (a causa di particolari quotazioni dei combustibili) ma se tale andamento dovesse continuare nel tempo, è legittimo attendersi l'abbandono dell'offerta da parte dei consumatori.

²¹ Secondo i dati pubblicati dall'Autorità per l'Energia Elettrica ed il Gas sul proprio sito, a marzo 2011, a livello nazionale l'84,7% dei clienti domestici era servito in maggior tutela, mentre il rimanente 15,3% era sul "mercato libero". Nel 2010, il 6,2% dei clienti domestici in maggior tutela è passato al mercato libero.

²² Dai dati dell'Autorità per l'Energia Elettrica ed il Gas, infatti, oltre 2/3 degli utenti domestici che hanno esercitato il diritto di scelta del proprio fornitore di energia elettrica sono passati al mercato libero con un venditore appartenente allo stesso gruppo dell'esercente la maggior tutela.

29. Per quanto riguarda il mercato della vendita al dettaglio ai clienti non domestici connessi in bassa tensione, nei precedenti dell'Autorità è stata identificata una dimensione geografica di carattere locale²³ in ragione del fatto che, anche in questo caso, i costi di ricerca e di cambiamento dei fornitori per i clienti e i costi di accesso per gli operatori appaiono comunque significativi²⁴.

30. Nel caso di specie, pertanto, la dimensione geografica del mercato della vendita di energia elettrica al dettaglio ai clienti domestici e non domestici connessi in bassa tensione è limitata alla rete di distribuzione di Deval, che serve i 69 menzionati comuni valdostani. Tale estensione geografica corrisponde alla quasi totalità del territorio della Valle d'Aosta, costituito nel complesso da 74 comuni.

V.3. La posizione delle parti nei mercati rilevanti

i) La distribuzione di energia elettrica

31. Nel mercato della distribuzione di energia elettrica, l'operazione determina la sostituzione di un operatore (CVA) ad un altro (Deval) nella gestione di una attività sottoposta a monopolio legale sino al 2030, ai sensi del Decreto Legislativo n. 79/99, e soggetta a regolazione²⁵.

ii) La vendita al dettaglio di energia elettrica

1. La posizione delle Parti nel mercato della vendita ai clienti domestici

32. Per quanto riguarda il mercato della vendita al dettaglio di energia elettrica ai clienti domestici, Vallenergie nel 2010 riforniva esclusivamente nell'ambito del servizio di maggior tutela [85-90%] circa dei punti di prelievo relativi ai clienti domestici allacciati alla rete di Deval, che rappresentavano [85-90%] dei consumi domestici (cfr. tabella 1).

33. Il gruppo CVA riforniva invece – esclusivamente sul segmento libero – [10-15%] dei punti di prelievo dei clienti domestici, che rappresentavano il [15-20%] dei consumi domestici. Altri operatori (Enel Energia, E.ON Energia, Edison Energia, Eni, Sorgenia) detenevano quote inferiori all'1%.

²³ Cfr. C10892-Acea/Aceaelectrabel-Ramo di azienda di Aceaelectrabel Produzione, del 19 gennaio 2011, in Boll. n. 3/11; A411-Sorgenias/A2A, A411a-Sorgenias/Acea, A411b-Sorgenias/Italgas, A411d-Sorgenias/Iride, dell'8 settembre 2010, in Boll. n. 35/10; A411c-Sorgenias/HERA, del 21 ottobre 2010, in Boll. n. 41/10.

²⁴ Nel 2010, il 4,9% delle imprese in maggior tutela è passato al segmento libero, portando al 25% circa la percentuale complessiva di imprese che hanno scelto il proprio fornitore sul tale segmento di mercato. Tuttavia, la metà circa dei passaggi dalla maggior tutela al segmento libero è avvenuta con un venditore appartenente allo stesso gruppo dell'esercente la maggior tutela.

²⁵ L'AEEG fissa i corrispettivi dovuti per le prestazioni del distributore, con alcune eccezioni riguardanti i lavori di importo non predeterminabile relativi ad allacciamenti e variazioni di potenza.

Tabella 1. Quote di mercato nel mercato della vendita al dettaglio di energia elettrica ai clienti domestici allacciati alla rete Deval - 2010

		GWh	N. di punti di prelievo serviti
Maggior tutela	Vallenergie	[80-85%]	[85-90%]
Mercato libero	Gruppo CVA (*)	[15-20%]	[10-15%]
	E.ON Energia	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]
	ENEL Energia	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]
	Sorgenia	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]
	Edison Energia	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]
	Eni	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]
	Altri	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]

(*) CVA Trading S.r.l. + Idroelettrica S.c.r.l. La rete Deval copre quasi interamente la Regione Valle D'Aosta
Fonte: elaborazioni su dati forniti da Deval

34. La quota di mercato di Vallenergie è diminuita tra il 2009 e il 2010 di 4 punti percentuali in termini di punti di prelievo e 8 punti percentuali in termini di energia venduta. La diminuzione di tale quota è andata quasi completamente a beneficio del gruppo CVA.

35. A seguito dell'operazione, pertanto, CVA verrà a detenere una quota del [95-100%] dei consumi ([95-100%] dei punti di prelievo) nel mercato della vendita al dettaglio di energia elettrica ai clienti domestici.

2. La posizione delle Parti nel mercato della vendita ai clienti non domestici connessi in bassa tensione

36. Per quanto riguarda il mercato della vendita al dettaglio di energia elettrica ai clienti non residenziali allacciati in bassa tensione, Vallenergie nel 2010 riforniva attraverso il servizio di maggior tutela il [65-70%] dei punti di prelievo relativi ai clienti non residenziali, equivalenti a circa il [30-35%] dei consumi.

37. Il gruppo CVA riforniva invece – esclusivamente sul segmento libero – oltre il [20-25%] dei punti di prelievo relativi ai clienti non residenziali della Valle D'Aosta, che rappresentavano il [45-50%] circa dei consumi dei clienti non residenziali connessi in bassa tensione nella Valle D'Aosta.

38. Tra gli altri operatori, Enel Energia deteneva nel 2010 una quota del [5-10%] dei prelievi ([1-5%] dei punti di prelievo), mentre Sorgenia deteneva una quota del [1-5%] ([1-5%] dei punti di prelievo).

Tabella 2. Quote di mercato nel mercato della vendita al dettaglio di energia elettrica ai clienti non domestici connessi in bassa tensione alla rete Deval - 2010

		GWh	N. di punti di prelievo serviti
Maggior tutela	Vallenergie	[30-35%]	[65-70%]
Mercato libero	Gruppo CVA (*)	[45-50%]	[20-25%]
	Enel Energia	[5-10%]	[1-5%]
	Sorgenia	[1-5%]	[1-5%]
	Edison Energia	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]
	Energrid	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]
	Telenergia	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]
	E.ON Energia	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]
	Altri	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]

(*) CVA Trading S.r.l. + Idroelettrica S.c.r.l. + Idroenergia S.c.r.l. La rete Deval copre quasi interamente la Regione Valle D'Aosta
Fonte: elaborazioni su dati forniti da Deval

39. A seguito dell'operazione, pertanto, CVA acquisirà una quota del [80-85%] dei prelievi ([90-95%] dei punti di prelievo) nel mercato della vendita ai clienti non residenziali.

V.4. Le caratteristiche dei mercati interessati

40. Nel corso dell'istruttoria sono emersi alcuni elementi relativi alla struttura e al funzionamento dei mercati interessati, tra cui in particolare: *i)* l'esistenza di un'agevolazione sulla tariffa concessa dalla Regione Valle d'Aosta ai clienti domestici residenti; *ii)* le concrete modalità operative e la politica commerciale delle società del gruppo CVA; *iii)* l'inefficienza dell'esercente la maggior tutela (Vallenergie) e del distributore (Deval).

i) L'agevolazione concessa dalla Regione Valle d'Aosta

41. A partire dal 2008, con legge regionale 15 aprile 2008, n. 9²⁶, la Regione Valle d'Aosta ha stabilito di intervenire a sostegno dei costi per l'acquisizione di energia elettrica da parte dei residenti titolari di utenze domestiche destinate ad abitazione principale. In particolare, la normativa regionale prevede il rimborso, a tutte le imprese fornitrici di energia elettrica che abbiano stipulato con la Regione una specifica Convenzione, degli oneri conseguenti all'applicazione di uno sconto, direttamente praticato in bolletta a favore delle famiglie residenti, pari al 30% sul costo relativo alla componente di energia (componente PED) definita dall'Autorità per l'energia elettrica ed il gas (di seguito AEEG) nella tariffa per il servizio di maggior tutela. La legge è stata rinnovata di anno in anno; l'attuale regime di agevolazione verrà a scadenza il 31 dicembre 2011.

42. Sia CVA che Vallenergie hanno sottoscritto la Convenzione con la Regione in quanto operatori prevalentemente locali. Viceversa, i principali operatori nazionali nel mercato della vendita al

²⁶ Tale legge è stata successivamente sostituita con legge regionale 23 gennaio 2009, n. 1, e con legge regionale 15 febbraio 2010, n. 4, contenente "Interventi regionali a sostegno dei costi dell'energia elettrica per le utenze domestiche. Modificazione alla legge regionale 18 gennaio 2010, n. 2".

dettaglio di energia elettrica (Edison Energia, Sorgenia, Enel Energia, E.On, Eni) non hanno sottoscritto la Convenzione con la Regione Val d'Aosta in ragione delle difficoltà di implementare concretamente le modalità di ottenimento dello sconto. In particolare, è emerso che la sottoscrizione della Convenzione implica per gli operatori una serie di oneri: *ex-ante*, una modifica del sistema di fatturazione al fine di riportare in bolletta il totale dello sconto applicato a ciascun cliente; *ex-post*, la gestione di una fase post-vendita piuttosto complessa, consistente in una rendicontazione di dettaglio alla Regione sugli sconti praticati²⁷. Tali oneri sarebbero in proporzione maggiori per gli operatori che operano su base nazionale per i quali il peso dei clienti valdostani sul totale dei clienti è molto basso.

43. CVA è dunque l'unico tra gli operatori del mercato libero in Valle d'Aosta ad aver sottoscritto, a partire dal 2009, la Convenzione con la Regione.

ii) Operatività di CVA

44. E' emerso che CVA Trading non trae beneficio, nei mercati della vendita al dettaglio, da alcuno specifico vantaggio competitivo derivante dalla produzione idroelettrica. L'intera produzione idroelettrica del gruppo CVA affluisce infatti a due società consortili di autoproduzione, Idroenergia e Idroelettrica, controllate dalla stessa CVA²⁸. CVA Trading, invece, soddisfa quasi totalmente il proprio fabbisogno di energia da vendere sui mercati *retail* presso altri produttori, anche idroelettrici, con contratti bilaterali, e si approvvigiona solo marginalmente all'interno del gruppo²⁹.

45. Quanto alla politica commerciale di CVA Trading sui mercati valdostani dei clienti domestici e non domestici in bassa tensione, dall'istruttoria è emerso che la società pratica un'offerta particolarmente vantaggiosa³⁰. Al riguardo, ai clienti domestici residenti viene applicato uno sconto del 10% sulla componente PED della tariffa, al quale si aggiunge uno sconto fisso di 30 € al momento della prima attivazione; ai clienti non domestici viene invece applicato uno sconto del 15% (in assenza di garanzia fideiussoria o deposito cauzionale) o del 18% (con rilascio di garanzia fideiussoria o deposito cauzionale). Si tratta di livelli di sconto rispetto alla tariffa ben sopra la media nazionale che, per il segmento domestico, si colloca intorno al 5%. CVA ha inoltre precisato che tale offerta commerciale non è mutata nel corso del tempo.

46. In relazione ai canali di vendita utilizzati, la società non ha adottato politiche attive sui mercati *retail*, salvo una serie di messaggi pubblicitari su quotidiani locali che sarebbero costati *[omissis]* l'anno, limitandosi ad avvalersi fin dal 2007 di due soli uffici commerciali (uno ad Aosta ed uno a

²⁷ Con riferimento agli adempimenti burocratici, CVA ha precisato che, in applicazione della menzionata Convenzione, deve comunicare alla Regione Autonoma Valle d'Aosta, su supporto informatico, una rendicontazione di dettaglio sugli sconti praticati dalla quale emergano i seguenti elementi: intestatario della fornitura; indirizzo di fornitura; codice fiscale; data di decorrenza del requisito di abitazione principale, come risultante dalla residenza anagrafica; mese di competenza dei consumi; consumi fatturati nel mese di competenza; numero fattura; data fattura; importo complessivamente erogato al cliente. Inoltre, la società deve mettere a disposizione della Regione il contratto stipulato con il cliente e la dichiarazione di prima abitazione. Cfr. docc. 63 e 79, rispettivamente, varie risposte alla richiesta di informazioni e verbale di audizione di CVA.

²⁸ Al riguardo, CVA ha rappresentato che la quasi totalità della produzione idroelettrica è prodotta da 30 centrali localizzate in Val d'Aosta, di cui 26 sono state concesse in affitto ad Idroenergia e 4 ad Idroelettrica (il 95% della produzione è autoconsumata da Idroenergia il restante 5% da Idroelettrica), cfr. doc. 79, verbale di audizione di CVA.

²⁹ In particolare, mediante l'energia prodotta da un impianto nella titolarità di un'altra società del gruppo denominata Valdigne Energie S.r.l.. Cfr. doc. 79, verbale di audizione di CVA.

³⁰ Come risulta per i clienti domestici anche dalla comparazione con le altre offerte che si può effettuare tramite il *TrovaOfferte*, presente sul sito internet dell'AEEG.

Chatillon), tuttora esistenti. Al contrario, dalla documentazione acquisita nel corso dell'istruttoria, risulta che altri operatori concorrenti, che peraltro dispongono di quote di mercato molto esigue in Val d'Aosta (cfr. tabella 1 e 2), hanno svolto politiche attive di vendita, quali utilizzo di agenzie di vendita per il porta a porta, *teleselling*, etc.

47. Nel periodo 2008-2011, i costi di acquisizione di CVA dei clienti valdostani domestici e non domestici in bassa tensione sembrerebbero essere stati particolarmente esigui, e in ogni caso di gran lunga inferiori a quelli sostenuti da altri operatori concorrenti³¹.

48. Nonostante l'assenza di politiche attive di ricerca della domanda, CVA ha comunque ottenuto ottimi risultati nella acquisizione di clienti valdostani sia domestici che non domestici provenienti dalla maggior tutela: nel 2010, a tre anni dall'avvio del mercato libero, CVA Trading serviva circa il [10-15%] dei clienti domestici (a fronte di poco più dell'1% per l'insieme degli altri operatori del segmento libero) e circa il [20-25%] dei punti di prelievo dei clienti non domestici (comprensivo dei soci di Idroelettrica e di Idroenergia). Le politiche aggressive di prezzo hanno pertanto consentito a CVA di sottrarre all'operatore della maggior tutela un consistente numero di clienti.

49. Peraltro, dalla tabella 3, relativa ai consumi medi delle utenze non domestiche servite sulla rete di Deval, emerge che CVA ha già acquisito da Vallenergie i clienti non domestici potenzialmente più appetibili, in considerazione dei loro livelli di consumo, più elevati rispetto alla media.

Tabella 3. Consumi medi (in kWh) dei punti di prelievo relativi ad utenze non domestiche serviti dalle società di vendita

Società esercente la vendita	2009	2010
[impresa 1]	15.927	12.327
[impresa 2]	28.561	8.642
[impresa 3]	38.433	13.621
[impresa 4]	9.277	7.965
[impresa 5]	15.957	14.963
[impresa 6]	25.825	21.981
[impresa 7]	7.660	527
[impresa 8]	13.059	11.067
[impresa 9]	3.766	3.269
MEDIA	7.332	6.631

Fonte: elaborazione su dati forniti da Deval, cfr. doc. 57

50. E' inoltre emerso che le ragioni del successo commerciale della società appaiono riconducibili al vantaggio conferito a CVA dalla forte identità territoriale, rafforzata anche dalla presenza

³¹ Gli altri operatori hanno fornito stime di costi di acquisizione e gestione dei clienti domestici e non domestici in bassa tensione difficilmente comparabili, in quanto non dispongono di sistemi di controllo di gestione omogenei. In particolare

produttiva capillare su tutto il territorio della Regione³² oltre che dall'elevata qualità del servizio di vendita (gestione efficiente del *call center* e rateizzazione dei pagamenti). In relazione ai clienti domestici residenti, CVA ha potuto sfruttare anche il vantaggio che le deriva, rispetto ai concorrenti sul segmento libero, dall'aver sottoscritto la Convenzione con la Regione che le consente di praticare uno sconto del 30%.

51. CVA ha dichiarato di avere margini particolarmente ridotti sui clienti domestici e non domestici in bassa tensione. Pur non disponendo di una contabilità gestionale che consenta di ricavare con precisione il dato relativo al margine ottenuto su tali tipologie di clienti, CVA ha fornito una stima pari a *[omissis]* per cliente.

iii) L'inefficienza di Vallenergie e di Deval

52. In relazione all'operatività di Vallenergie, dall'istruttoria è emerso che tale impresa abbia avuto negli ultimi anni significativi problemi di gestione del processo di fatturazione e, conseguentemente, di riscossione dei crediti, che hanno comportato una perdita iscritta a bilancio superiore, nel 2010, a 600 mila euro. Nello specifico, CVA ha stimato l'ammontare complessivo di crediti inesigibili in *[omissis]*³³.

53. In particolare, CVA ha dichiarato che l'attività dell'esercente della maggior tutela in Valle d'Aosta “è stata contraddistinta da rilevanti problemi di gestione nella fatturazione (letture di contatori e invio delle relative letture), che hanno determinato significativi ritardi nella fatturazione e conseguenti disservizi per gli utenti che si sono trovati a dover pagare in un'unica soluzione importi in bolletta anche consistenti”³⁴. Numerosi articoli apparsi sulla stampa locale confermano la significativa situazione di inefficienza che caratterizza l'operatività di Vallenergie e i conseguenti disservizi causati agli utenti³⁵.

54. Dall'istruttoria sono emerse criticità anche nello svolgimento dell'attività di Deval. Nel periodo in esame, ad esempio, Deval non è stata generalmente in grado di fornire i dati funzionali all'inizio della fornitura, né i consumi storici relativi ai punti di prelievo oggetto di *switching*, come invece è richiesto dalla vigente regolazione in materia (art. 8 della delibera AEEG 42/08)³⁶. La performance negativa di Deval deriverebbe da inefficienze gestionali interne riconducibili, prevalentemente, a difficoltà di ordine tecnico-informatico di gestione del proprio database.

V.5. Le argomentazioni delle parti

55. CVA ha formulato alcune osservazioni relativamente alle motivazioni economiche alla base dell'acquisizione di Deval e Vallenergie, e al contesto di riferimento entro il quale l'operazione si colloca.

risulta che *[omissis]*. Cfr. elaborazioni sui dati contenuti nei docc. 73, 74, 76, 78, 88, risposte alle richieste di informazioni, rispettivamente, di Enel Energia, CVA, Sorgenia, E.On ed Edison Energia.

³² CVA ha infatti precisato che gli impianti idroelettrici del gruppo sono dislocati uniformemente su tutto il territorio della Regione, creando una realtà aziendale percepita anche visivamente dal consumatore: il gruppo viene dunque identificato come il produttore di energia valdostano. Cfr. doc. 79, verbale di audizione di CVA.

³³ Cfr. doc. 79, verbale di audizione di CVA.

³⁴ Cfr. doc. 79, verbale di audizione di CVA.

³⁵ Cfr. doc. 79, verbale di audizione di CVA.

³⁶ Si tratta di dati quali il POD, la data di inizio della fornitura, la tensione di alimentazione, la potenza disponibile, la potenza impegnata, e una serie di altri dati di natura tecnica relativi alla caratteristiche del punto di prelievo su cui viene effettuato il cambiamento di fornitura, nonché la lettura di *switching*. Elaborazioni su dati forniti da Deval, cfr. doc. 57.

56. In via preliminare, CVA ha rappresentato che, in considerazione dell'esistenza di una situazione di controllo congiunto di Finaosta e Enel sulle due società oggetto di acquisizione, l'operazione non determinerebbe la costituzione di una posizione dominante. Infatti, *“se tale posizione sussiste, essa è già attuale”*³⁷.

57. In relazione alle motivazioni economiche dell'operazione, CVA ha affermato che i vantaggi industriali che deriverebbero dalla stessa sono principalmente riconducibili all'integrazione con l'operatore Deval in quanto *“l'acquisizione di un business regolamentato, quale quello della distribuzione, assicura un certo grado di redditività ed inoltre l'ingresso in un settore regolamentato è valutato positivamente dalle società di rating per il minore profilo di rischio”*³⁸.

58. Con particolare riferimento a Vallenergie, CVA ha precisato che l'acquisizione della società non comporterà una modifica nella sua strategia commerciale; ciò in ragione dello stretto legame con il territorio e con la comunità locale e del controllo da parte della Regione. Ne discende che *“risulterebbe improponibile ed impopolare modificare in senso peggiorativo le condizioni economiche offerte agli utenti valdostani. A giudizio della Società, ciò costituisce la principale garanzia per il mantenimento dell'attuale politica di sconto. In questa prospettiva, la società intende investire nella qualità del servizio di Vallenergie, migliorandone l'efficienza complessiva”*³⁹.

59. In definitiva, CVA ritiene che l'operazione ha, *“accanto ad una finalità industriale, la finalità di rispondere ad istanze di maggiore efficienza e qualità del servizio”*⁴⁰, evidenziando che la stessa *“costituisce anche, ma soprattutto, un'opportunità per consentire all'utenza locale di ricevere un servizio adeguato alle sue necessità”*⁴¹.

60. Per quanto riguarda il contesto in cui si realizza l'operazione, ed in particolare con riferimento alla sottoscrizione della menzionata Convenzione con la Regione per l'applicazione dello sconto del 30% ai clienti domestici residenti, CVA ha dichiarato che *“tale convenzione non rappresenta un'incombenza particolarmente onerosa, traducendosi in una semplice modifica del sistema di fatturazione (in sostanza è stata aggiunta una voce alla bolletta relativa all'applicazione dello sconto)”*. In ogni caso, secondo CVA, *“data l'esiguità dei clienti domestici residenti in Valle d'Aosta, tale sconto potrebbe essere anche gestito senza intervenire sui sistemi informatici di fatturazione”*⁴². CVA ha inoltre precisato che la propria *“l'adesione alla Convenzione non ha in ogni caso avuto alcun effetto significativo sull'acquisizione di nuovi clienti”*⁴³.

V.6. Le osservazioni dei terzi

61. Nell'ambito del procedimento istruttorio sono state richieste informazioni ai principali operatori concorrenti di CVA, attivi nel segmento libero dei clienti valdostani domestici e non domestici (Edison Energia, Enel Energia, E.On, Sorgenia), in relazione alla struttura dei mercati interessati, al contesto competitivo di riferimento e alla valutazione dell'operazione in esame.

62. La quasi totalità degli operatori contattati ha posto in evidenza che l'esistenza di una regolamentazione regionale che prevede l'erogazione *ex-post* ai clienti domestici residenti in Valle

³⁷ Cfr. doc. 102, verbale dell'audizione finale di CVA.

³⁸ Cfr. doc. 79, verbale di audizione di CVA.

³⁹ Cfr. doc. 79, verbale di audizione di CVA.

⁴⁰ Cfr. doc. 102, verbale dell'audizione finale di CVA.

⁴¹ Cfr. doc. 102, verbale dell'audizione finale di CVA.

⁴² Cfr. doc. 102, verbale dell'audizione finale di CVA.

⁴³ Cfr. doc. 102, verbale dell'audizione finale di CVA.

d'Aosta di uno sconto del 30% sulla componente PED della tariffa configuri “*un vero e proprio disincentivo all'accesso*”⁴⁴ per imprese di vendita non strettamente legate al territorio. Infatti, per un operatore presente su tutto il territorio nazionale, la necessità di implementare concretamente le modalità di ottenimento di tale sconto richiederebbe la modifica del proprio sistema di fatturazione, nonché la gestione di una fase post-vendita piuttosto complessa⁴⁵. Questi oneri hanno di fatto indotto gli operatori concorrenti di CVA a non sottoscrivere la Convenzione con la Regione. Un primario operatore nazionale ha fornito una stima cautelativa dei costi complessivi che potrebbero derivare dagli adempimenti richiesti dalla Convenzione, quantificandola in 100.000-200.000 euro, ammontare decisamente consistente se rapportato alla dimensione attuale e potenziale del bacino di utenti valdostano⁴⁶.

63. Due operatori si sono espressi in merito all'operatività dell'impresa distributrice, Deval, rilevandone alcune inefficienze nella gestione delle informazioni funzionali all'attività commerciale delle imprese operanti nel mercato libero (quali il mancato o tardivo invio delle letture periodiche, nonché delle letture di *switching*)⁴⁷.

64. In relazione all'operazione in esame, sono state espresse preoccupazioni in merito alla creazione di un operatore verticalmente integrato in tutta la filiera del settore elettrico (produzione, distribuzione e vendita, compresa la vendita ai clienti in regime di maggior tutela) e fortemente caratterizzato territorialmente. A tale riguardo, è stata sottolineata la peculiarità della Regione Val d'Aosta, in particolare, con riferimento alla difficoltà di perseguire con successo strategie di penetrazione nell'area. Tali circostanze potrebbero, a detta degli operatori contattati, facilitare il passaggio di clienti dal regime di maggior tutela al segmento libero a vantaggio dello stesso operatore verticalmente integrato, con conseguenti ulteriori difficoltà di accesso ai mercati interessati dalla concentrazione⁴⁸.

VI. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE

65. Alla luce delle risultanze istruttorie sopra riportate, l'operazione in esame comporta gli effetti di seguito descritti nei distinti mercati della distribuzione e della vendita al dettaglio di energia elettrica.

i) Effetti nel mercato della distribuzione di energia elettrica

66. Nel mercato della distribuzione di energia elettrica dei circa settanta comuni valdostani, l'operazione in esame determinerà la mera sostituzione del monopolista locale che previamente svolgeva tale attività nei diversi ambiti territoriali interessati (Deval) con l'impresa acquirente (CVA).

⁴⁴ Cfr. doc. 20, , anche doc. 73, risposte alle richieste di informazioni, rispettivamente, di Edison Energia e Enel Energia.

⁴⁵ Al riguardo, un primario operatore nazionale ha affermato che “*per riconoscere tale sconto avrebbe dovuto operare una modifica dei propri sistemi informativi al fine di consentire una gestione specifica della fatturazione relativamente ai clienti residenti nella Regione Valle d'Aosta. La realizzazione di tale intervento, oltre ad incontrare difficoltà di carattere tecnico e operativo, avrebbe comportato per la società un incremento di costi dovuti alla implementazione delle specifiche modalità di fatturazione per il clienti beneficiari dello sconto*”, cfr. doc. 73, risposta alla richiesta di informazioni di Enel Energia.

⁴⁶ Cfr. doc. 101, integrazione alla risposta alla richiesta di informazioni di [omissis].

⁴⁷ Cfr. docc. 33, 76 e 88, risposte alle richieste di informazioni, rispettivamente, di Sorgenia e Edison Energia.

⁴⁸ Cfr. docc. 33 e 53, risposte alle richieste di informazioni, rispettivamente, di Sorgenia e E.On.

ii) Effetti nei mercati della vendita al dettaglio di energia elettrica

67. Nei mercati della vendita al dettaglio di energia ai clienti domestici e non domestici allacciati in bassa tensione nella Regione Valle d'Aosta, la concentrazione notificata determina, attraverso l'acquisizione di Vallenergie, la creazione di un sostanziale monopolio in capo a CVA. In particolare, l'entità *post-merger* deterrà una quota di mercato, in termini di numero di punti di prelievo serviti, di poco inferiore al [95-100%] sul mercato domestico (quasi il [95-100%] in termini di energia erogata nel 2010) e di oltre il [90-95%] sul mercato non domestico connesso in bassa tensione (poco meno del [80-85%] in termini di GWh venduti nel 2010).

68. Ancorché l'operazione in esame interessi un segmento di mercato regolato (il regime di maggior tutela), nell'ambito del quale CVA Trading non potrà decidere i livelli di prezzo e le quantità da offrire, l'operazione potrebbe tuttavia comportare una modifica degli incentivi a competere di CVA sul segmento libero, con effetti anche sul passaggio a quest'ultimo dei clienti ancora serviti in maggior tutela. In particolare, tali incentivi vanno misurati nella possibilità che CVA, ad esito dell'operazione di concentrazione notificata, sia in grado di aumentare i prezzi di offerta dell'energia, nel senso di ridurre la scontistica (particolarmente aggressiva) finora praticata sui mercati rilevanti della vendita. In quest'ottica, l'operazione appare, dunque, in grado di accrescere l'indipendenza di comportamento di CVA e la sua capacità di esercitare il proprio potere di mercato.

69. In primo luogo, sul mercato della vendita ai clienti domestici la nuova entità derivante dalla concentrazione potrà agire sostanzialmente al riparo dalla concorrenza di altri venditori, in quanto l'esistenza su tale mercato di una barriera di natura normativa, consistente nella sottoscrizione della menzionata Convenzione con la Regione al fine di consentire l'applicazione dello sconto del 30% direttamente in bolletta per i residenti, rende particolarmente onerosa la penetrazione in Valle d'Aosta da parte di società che operano su base nazionale. Dalle risultanze istruttorie è infatti emerso che per operatori nazionali le modifiche dei software gestionali e degli oneri burocratici connessi alla concreta implementazione della Convenzione rappresentano un costo di ingresso eccessivo rispetto al bacino di utenti valdostano. Allo stato, soltanto CVA e Vallenergie, società che operano sul mercato domestico unicamente in Valle d'Aosta e che, dunque, non hanno avuto la necessità di adottare specifici meccanismi di gestione dei clienti rivolti a tale mercato geografico, hanno sottoscritto la Convenzione, beneficiando di tale vantaggio competitivo (evidentemente non replicabile in altro modo).

70. In secondo luogo, la forte connotazione localistica della domanda, il già forte radicamento territoriale di CVA (impresa al 100% della Regione Val d'Aosta) e la considerevole reputazione di cui il marchio CVA già gode presso la comunità locale consentiranno presumibilmente a CVA Trading di possedere nei confronti di operatori nuovi entranti un sostanziale vantaggio competitivo nella acquisizione di nuovi clienti domestici e non domestici in bassa tensione serviti in maggior tutela da Vallenergie. In altri termini, la possibilità da parte di CVA di adottare comportamenti indipendenti potrebbe risultare ulteriormente rafforzata dall'acquisizione dell'impresa che opera in maggior tutela, in quanto l'operazione in esame consentirebbe a CVA di accentuare la propria identità territoriale, in un contesto in cui i clienti finali appaiono naturalmente propensi a scegliere le offerte della società controllata dalla Regione.

71. In terzo luogo, il rischio di un peggioramento della politica commerciale di CVA Trading è tanto più alto quanto più la società potrebbe non avere, in prospettiva, incentivi a spostare il bacino

di utenti servito in regime di maggior tutela da Vallenergie sul segmento libero. Tali incentivi dipendono infatti dalla profittabilità relativa dei due segmenti. Da quanto affermato da CVA nel corso dell'istruttoria, il margine per cliente da essa conseguito sul segmento libero è estremamente esiguo. Tale redditività per cliente risulta, pertanto, inferiore a quella riconosciuta dalla regolamentazione vigente all'esercente la vendita in maggior tutela⁴⁹, che garantisce un margine certo (in quanto regolato) e relativamente redditizio. Ne consegue che, a seguito dell'operazione, CVA potrebbe essere indotta a modificare in senso peggiorativo la politica commerciale finora adottata a motivo della maggiore convenienza economica relativa di mantenere i clienti in regime di maggior tutela.

72. Peraltro, con specifico riferimento al mercato dei clienti non domestici in bassa tensione, si può ipotizzare che, una volta acquisita Vallenergie, CVA Trading potrebbe non essere particolarmente interessata a spostare sul segmento di mercato libero i clienti di Vallenergie, che sono ancora serviti in regime di maggior tutela, anche a causa della loro scarsa attrattività. Si tratta infatti, come detto in precedenza, di soggetti caratterizzati da consumi annui di energia al di sotto della media che, secondo alcuni operatori di mercato quali Edison Energia, E.ON e Sorgenia, non consentono di sfruttare i benefici derivanti dalla riduzione dei costi fissi di commercializzazione e di gestione amministrativa delle attività post-vendita.

73. In conclusione, quanto specificatamente ai possibili effetti orizzontali, l'operazione comunicata appare dunque suscettibile di creare, attraverso l'acquisizione di Vallenergie, una posizione dominante in capo a CVA, tale da ridurre in maniera sostanziale e durevole la concorrenza sui mercati interessati della vendita di energia ai clienti domestici e non domestici allacciati in bassa tensione. Le condizioni di mercato prevalenti in Valle d'Aosta consentirebbero, infatti, a CVA Trading di agire in maniera indipendente dagli altri operatori, i quali non sarebbero in grado di costituire un efficace vincolo competitivo per l'entità *post-merger*, specialmente in ragione degli ostacoli all'accesso al mercato valdostano derivanti dalle modalità di implementazione della menzionata Convenzione e dal forte radicamento territoriale del soggetto risultante dalla concentrazione.

74. Quanto emerso nel corso dell'istruttoria porta invece a fugare i timori di possibili effetti negativi di natura verticale dell'operazione, connessi all'acquisto da parte di CVA del distributore Deval. Infatti, le possibili criticità relative all'inefficienza e opacità nell'attuale operatività di Deval dovrebbero trovare idonea soluzione nel contesto degli accordi di negoziazione raggiunti dalle parti (cfr. paragrafo 7). In particolare, il trasferimento della piattaforma informatica di Enel Distribuzione a Deval (cd. piattaforma "*Four*")⁵⁰, che si avvale anche delle innovazioni introdotte a seguito degli impegni assunti da Enel con l'Autorità nel caso A410⁵¹, è unanimemente riconosciuta dagli operatori come la *best practice* nei rapporti tra distributori e venditori.

75. Ciò dovrebbe garantire che l'acquisizione di Deval non determini alcun vantaggio concorrenziale per CVA sui mercati a valle della vendita dal momento che un distributore valdostano efficiente sarebbe un "asset" per tutti i venditori che intendono operare su tali mercati.

⁴⁹ Infatti, a fronte di un margine per cliente sul segmento libero dichiarato da CVA pari a [omissis] €, l'entità *post-merger* percepirebbe, sul segmento della maggior tutela, un margine - corrispondente alla componente della tariffa a rimborso dei suoi costi di commercializzazione (componente RCV) - pari a 19,09 € (cfr. tabella 4 delibera AEEG 156/07).

⁵⁰ Cfr. doc. 9, informazioni di Deval.

⁵¹ Cfr. A410-Exergia/Enel-Servizio di Salvaguardia, del 10 dicembre 2009, in Boll. n. 49/09.

iii) Conclusioni

76. Alla luce delle considerazioni svolte sulla struttura ed il funzionamento dei mercati della vendita di energia elettrica ai clienti domestici e non domestici in bassa tensione della Valle d'Aosta, è possibile concludere che essi risultano caratterizzati dalla presenza di barriere di tipo localistico e normativo che tendono a ridurre la contendibilità, in particolare per operatori attivi a livello nazionale.

77. In tale contesto, l'operazione in quanto suscettibile di costituire, attraverso l'acquisizione di Vallenergie da parte di CVA, una posizione dominante tale da ridurre o eliminare in modo sostanziale e durevole la concorrenza nei mercati della vendita al dettaglio di elettricità ai clienti domestici e non domestici connessi in bassa tensione in Val d'Aosta, non può essere autorizzata.

VII. GLI IMPEGNI PROPOSTI DA CVA

78. Al fine di rispondere alle criticità espresse nel provvedimento di avvio d'istruttoria, CVA ha presentato, con comunicazione del 12 luglio 2011, una proposta di misura correttiva di natura comportamentale. In particolare, CVA si impegnerebbe affinché la propria controllata CVA Trading non modifichi l'attuale offerta commerciale nei confronti sia della clientela domestica sia di quella non domestica, presente in Valle d'Aosta⁵².

79. L'impegno sarebbe mantenuto per un periodo di due anni, con obblighi di comunicazione semestrale, all'Autorità, degli standard delle offerte commerciali effettivamente presentate alla clientela. Al termine del biennio, CVA fornirebbe all'Autorità i dati relativi all'andamento dei mercati valdostani della fornitura di energia elettrica al dettaglio ad utenti domestici e non domestici in bassa tensione⁵³. L'Autorità, sulla base delle informazioni fornite da CVA, dovrebbe a sua volta valutare se richiedere di procrastinare nel tempo l'impegno o meno. In ogni caso, la durata complessiva dell'impegno di CVA non potrà superare il limite dei quattro anni.

80. Nel corso della durata dell'impegno, CVA si riserverebbe la possibilità di *"modificare l'Offerta nel caso in cui si verificano situazioni imprevedibili, eccezionali ed indipendenti dalla situazione societaria di CVA e delle sue controllate, tali da renderla non più sostenibile o comunque antieconomica l'Offerta, quali, a titolo esemplificativo, modifiche regolamentari ai parametri di riferimento utilizzati per il calcolo della tariffa del mercato di maggior tutela"*⁵⁴. Le modifiche all'offerta sarebbero sottoposte alla preventiva valutazione dell'Autorità e possibili solo previo consenso dell'Autorità stessa.

⁵² L'attuale offerta alla clientela domestica prevede: "i) uno sconto pari al 10% (dieci per cento) della tariffa P.E.D. per il punto di fornitura dove il cliente ha la residenza, con "bonus" di ingresso di € 30,00 ii) uno sconto pari al 5% (cinque per cento) della tariffa P.E.D. per il punto/punti di fornitura dove il cliente non ha la residenza, con "bonus" di ingresso di € 30,00, iii) per gli usi "Servizi condominiali" uno sconto pari al 10% (dieci per cento) della tariffa P.E.D. per il punto di fornitura". L'offerta alla clientela non domestica è invece articolata in: "iv) uno sconto pari al 18% della tariffa P.E.D. per i clienti non domestici in BT, comunemente definiti "Partite IVA", a fronte del rilascio, a garanzia delle obbligazioni di pagamento derivanti dal contratto di fornitura, di deposito cauzionale o di fideiussione bancaria v) uno sconto pari al 15% della tariffa P.E.D. per i clienti non domestici in BT comunemente definiti "Partite IVA" in assenza del rilascio, a garanzia delle obbligazioni di pagamento derivanti dal contratto di fornitura, di deposito cauzionale o di fideiussione bancaria".

Cfr. doc. 89, proposta di impegni da parte di CVA.

⁵³ Con riferimento alla tipologia di dati da fornire, CVA "potrà utilmente trarre spunto dall'attività di monitoraggio che dovrà essere svolta [dal Ministro dello sviluppo economico], sempre su base almeno biennale, ai sensi dell'articolo 35 comma 2 del Decreto Legislativo n. 93 del 28 giugno 2011, e che il Ministro dello sviluppo economico utilizzerà per verificare la sussistenza di effettive condizioni di concorrenza sui mercati al dettaglio". Cfr. doc. 89, proposta di impegni da parte di CVA.

⁵⁴ Cfr. doc. 89, proposta di impegni da parte di CVA.

81. In data 14 luglio 2011, CVA ha fatto pervenire un'ulteriore comunicazione in base alla quale si impegnerebbe *“nei limiti di quanto ciò sia consentito”*, a portare all'attenzione della Regione Valle d'Aosta le criticità emerse nel corso dell'istruttoria relativamente alle modalità di rimborso dello sconto, previste dalla Convenzione regionale, sui costi di acquisto dell'energia elettrica delle utenze domestiche residenziali⁵⁵.

VIII. VALUTAZIONE DELLE MISURE CORRETTIVE

82. Gli impegni prospettati da CVA appaiono inidonei a eliminare in maniera durevole le criticità concorrenziali dell'operazione in esame sui mercati interessati della vendita al dettaglio di energia. Si tratta, infatti, di impegni di carattere comportamentale riguardanti i prezzi che l'acquirente si vincola a praticare sui segmenti del libero che, per la loro stessa natura, non appaiono in grado di incidere sul futuro assetto concorrenziale di tali mercati.

83. Secondo una consolidata giurisprudenza nazionale, le misure correttive devono essere in grado *“di risolvere in maniera effettiva e duratura il problema concorrenziale causato dalla concentrazione, rendendo contendibili i mercati su cui, diversamente, si sarebbe costituita o si sarebbe rafforzata la posizione dominante”*⁵⁶. Peraltro, come precisato dalla Commissione nella Comunicazione concernente le misure correttive nelle operazioni di concentrazione, *“gli impegni che vincolano a non aumentare i prezzi [...] non elimineranno generalmente le riserve sotto il profilo della concorrenza derivanti dalle sovrapposizioni orizzontali”*⁵⁷.

84. Le misure presentate da CVA lasciano inalterata la posizione di quasi monopolio, derivante dall'acquisizione di Vallenergie da parte di CVA, che si verrebbe a creare a seguito dell'operazione. Gli impegni presentati non sono infatti di per sé idonei ad incidere sul grado di contendibilità dei mercati della vendita, che dipende principalmente dalla presenza di significative barriere all'entrata sia di carattere culturale (connotazione territoriale della domanda), sia di carattere normativo (modalità di corresponsione dell'agevolazione concessa dalla Regione ai clienti domestici residenti per l'acquisto dell'energia elettrica, definite dalla Convenzione regionale). Al riguardo, rileva la circostanza, peraltro evidenziata da primari operatori nazionali, che gli oneri conseguenti alla necessaria modifica del sistema di fatturazione risultano di assoluto rilievo in quanto tali oneri dovrebbero essere rapportati al bacino di utenti potenzialmente acquisibile nel breve-medio periodo.

85. Con riferimento alla possibilità che le modalità di rimborso dello sconto sulla tariffa elettrica siano modificate nel senso di sollevare da tale aggravio il venditore di energia, va osservato che si tratta di un atto che deve essere eventualmente adottato dagli organi politici della Regione e, in quanto tale, è indipendente dalla volontà della società che ha presentato l'impegno, ancorché quest'ultima si sia resa disponibile a sensibilizzare la Regione in merito. In assenza di una modifica della menzionata Convenzione regionale, la posizione di sostanziale monopolio che si verrebbe a creare a seguito dell'acquisizione di Vallenergie da parte di CVA sarebbe destinata con

⁵⁵ Cfr. doc. 96, comunicazione da parte di CVA.

⁵⁶ Consiglio di Stato, *Cassa Depositi e Prestiti/ Terna- GRTN*, sentenza del 12 febbraio 2007, n 550.

⁵⁷ Comunicazione della Commissione concernente le misure correttive considerate adeguate a norma del regolamento (CE) 139/2004 del Consiglio e del Regolamento (CE) n. 802/2004 della Commissione, paragrafo 17.

ogni probabilità ad essere durevole, persistendo anche ben oltre la durata dell'impegno di prezzo proposto dalla società acquirente.

86. In ogni caso, ad esito dell'istruttoria svolta, non è stato possibile individuare, in aggiunta o in sostituzione dell'impegno proposto da CVA, altre possibili misure correttive, quali rimedi di natura strutturale, idonee a modificare in maniera duratura la struttura concorrenziale dei mercati interessati, rimuovendo quindi le criticità generate dall'operazione. In particolare, anche un eventuale obbligo imposto in capo a CVA di cedere una parte o la totalità dei propri clienti sui segmenti del libero potrebbe risultare in ultima analisi inefficace. Infatti, l'accentuata identità territoriale di CVA, associata ad una connotazione fortemente localistica della domanda, potrebbe indurre i clienti oggetto di cessione a riaffermare la propria preferenza per l'entità *post-merger*, vanificando l'effetto strutturale della misura imposta e riproducendo nel medio periodo una situazione di sostanziale monopolio di CVA. Inoltre, rileva anche lo scarso interesse, stante l'attuale modalità di corresponsione dell'agevolazione, degli operatori nazionali a svolgere l'attività di vendita di energia elettrica ai clienti domestici valdostani, che renderebbe con ogni probabilità assai problematica l'eventuale individuazione di un acquirente idoneo.

87. In considerazione del contesto di riferimento e, in particolare, delle modalità applicative della agevolazione per l'acquisto di energia elettrica in favore dei clienti domestici residenti in Valle d'Aosta, gli impegni prospettati da CVA risultano dunque inadeguati a impedire effetti pregiudizievoli della concorrenza derivanti dalla realizzazione dell'operazione in esame.

RITENUTO che l'operazione in esame sia suscettibile di determinare, ai sensi dell'articolo 6 della legge n. 287/90, la creazione di una posizione dominante in capo a CVA, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza nei mercati della vendita di energia elettrica ai clienti domestici e non domestici allacciati in bassa tensione in Valle d'Aosta;

RITENUTO che, sulla base degli elementi emersi nel corso dell'istruttoria, l'operazione in esame, stante la sua unicità, nei termini in cui notificata da CVA, è suscettibile di essere vietata ai sensi dell'articolo 6, commi 1 e 2, della legge n. 287/90 e che gli impegni prospettati da CVA, per le ragioni sopra indicate, non risultano adeguati ad eliminare gli effetti pregiudizievoli della concorrenza nei mercati interessati;

DELIBERA

di vietare, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, della legge 287/90, l'esecuzione dell'operazione di concentrazione consistente nell'acquisizione, da parte di CVA- Compagnia Valdostana della Acque S.p.A., delle società Vallenergie S.p.A. e Deval S.p.A..

Il presente provvedimento verrà notificato agli interessati e pubblicato sul Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 135, comma 1, lettera b), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, 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

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

AS863 - REGIONE AUTONOMA DELLA VALLE D'AOSTA - INTERVENTI REGIONALI A SOSTEGNO DEI COSTI DELL'ENERGIA ELETTRICA PER LE UTENZE DOMESTICHE

Roma, 5 agosto 2011

Presidente della Regione Valle d'Aosta
Presidente del Consiglio Regionale della Valle
d'Aosta
Ministro per gli Affari Regionali
Ministro per lo Sviluppo Economico

Nell'esercizio dei poteri di segnalazione di cui all'articolo 21 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato intende porre in evidenza alcune distorsioni della concorrenza derivanti dalle modalità di applicazione dell'agevolazione concessa dalla Regione Valle d'Aosta ai clienti domestici residenti per l'acquisto dell'energia elettrica, prevista dalla legge regionale 15 febbraio 2010, n. 4.

Tale normativa, riprendendo quanto già disposto in materia da precedenti leggi regionali, interviene a sostegno dei costi dell'energia elettrica sostenuti dai residenti titolari di utenze domestiche destinate ad abitazione principale. In particolare, la legge riconosce, a tutte le società esercenti la vendita di energia elettrica, che abbiano stipulato con la Regione una specifica Convenzione, il rimborso di uno sconto, direttamente praticato in bolletta, alle famiglie residenti. Tale sconto è pari al 30% del costo relativo alla componente di energia (componente PED), definita dall'Autorità per l'energia elettrica ed il gas nella tariffa per il servizio di maggior tutela.

Gli operatori che intendono sottoscrivere la Convenzione regionale devono sostenere una serie di oneri derivanti in particolare: *ex-ante*, dalla modifica del sistema di fatturazione al fine di riportare in bolletta il totale dello sconto applicato a ciascun cliente; *ex-post*, dalla gestione di una fase post-vendita piuttosto complessa, consistente in una rendicontazione di dettaglio alla Regione sugli sconti praticati¹.

Nel corso del procedimento istruttorio relativo all'acquisizione del controllo delle società Deval S.p.A. e Vallenergie S.p.A. da parte di CVA-Compagnia Valdostana delle Acque S.p.A.²,

¹ In applicazione di tale Convenzione, le società di vendita devono comunicare alla Regione, su supporto informatico, una rendicontazione di dettaglio sugli sconti praticati dalla quale emergano i seguenti elementi: codice identificativo del punto di prelievo (POD), intestatario e indirizzo della fornitura; codice fiscale; data di decorrenza del requisito di abitazione principale, come risultante dalla residenza anagrafica; consumi fatturati mensilmente; numero di fattura; data di fattura; importo complessivamente erogato al cliente. Inoltre, le società devono mettere a disposizione della Regione il contratto stipulato con il cliente e la dichiarazione di prima abitazione.

² Cfr. C11082, CVA-Compagnia Valdostana delle acque/Deval-Vallenergie, del 22 giugno 2011, in Boll. n. 23/11.

l'Autorità ha valutato che la Convenzione regionale rappresenta un significativo vincolo all'accesso al mercato domestico della vendita di energia elettrica in Valle d'Aosta, specificatamente per le società operanti a livello nazionale. Infatti, la concreta applicazione di tale Convenzione richiede specifici sistemi di gestione dei clienti valdostani, che comportano modifiche dei software nonché oneri burocratici connessi alla gestione dei rapporti con la Regione. Le modalità di ottenimento di tale sconto rappresentano, in tutta evidenza, per gli operatori attivi sull'intero territorio nazionale, un costo di ingresso eccessivo rispetto alla dimensione del bacino di utenti valdostano. L'esistenza di un'effettiva barriera all'accesso al mercato è confermata dalla circostanza che, unicamente operatori locali (CVA S.p.A. e Vallenergie S.p.A.) hanno sottoscritto la menzionata Convenzione, beneficiando dunque dell'inevitabile vantaggio competitivo, derivante dall'applicazione dello sconto del 30% sulla tariffa, vantaggio non replicabile per gli operatori nazionali.

Pertanto, al fine di far venir meno gli evidenziati effetti distorsivi della concorrenza, l'Autorità auspica una modifica delle modalità applicative dell'agevolazione concessa dalla Regione, nel senso di evitare l'imposizione di oneri aggiuntivi in capo ai concorrenti delle società di vendita locali. Al riguardo, la Regione potrebbe prevedere modalità alternative per la concessione dell'agevolazione, quali, a titolo puramente esemplificativo, la stipula di convenzioni con istituti bancari (o direttamente con la finanziaria Finaosta S.p.A.) per l'abilitazione a liquidare direttamente ai consumatori l'importo dell'agevolazione, a fronte della presentazione della bolletta.

Un eventuale intervento della Regione in tal senso sarebbe idoneo a rimuovere un rilevante ostacolo alla contendibilità dei mercati valdostani della vendita al dettaglio di energia elettrica. L'importanza di tale barriera all'accesso è confermata dal fatto che proprio la sua presenza ha indotto l'Autorità a vietare l'operazione di concentrazione sopra menzionata, con la quale CVA S.p.A. intendeva acquisire il controllo esclusivo delle società Deval S.p.A. e Vallenergie S.p.A.³. L'operazione avrebbe infatti creato in capo alla società acquirente una posizione dominante alla quale la scarsa contendibilità dei mercati interessati avrebbe conferito il carattere della durevolezza.

L'Autorità resta in attesa di conoscere le iniziative adottate dal Consiglio e dalla Giunta della Regione Valle d'Aosta in relazione alle problematiche sopra evidenziate.

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

³ Cfr. C11082, CVA-Compagnia Valdostana delle acque/Deval-Vallenergie, del 4 agosto 2011.

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

IP100 - INA ASSITALIA-POLIZZE ASSICURATIVE

Provvedimento n. 22666

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 agosto 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

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

VISTO, in particolare, l'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in base al quale, in caso di inottemperanza ai provvedimenti di urgenza e a quelli inibitori o di rimozione degli effetti, l'Autorità applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 150.000 euro e nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività d'impresa per un periodo non superiore a trenta giorni;

VISTA la legge 24 novembre 1981, n. 689;

VISTA la propria delibera n. 20962 del 30 marzo 2010, con la quale è stata accertata la scorrettezza della pratica commerciale consistente nel sistematico invio di solleciti di pagamento relativi a polizze assicurative ormai scadute o validamente disdettate, posta in essere dalla società INA Assitalia S.p.A. dal mese di agosto al mese di dicembre 2009;

VISTA la propria delibera n. 21769 del 3 novembre 2010, con la quale è stata accertata l'inottemperanza alla delibera n. 20962 del 30 marzo 2010, in quanto la condotta posta in essere dal professionista, successivamente alla notifica del provvedimento, dalla fine di aprile 2010 al mese di ottobre 2010, rappresentata dall'invio di solleciti di pagamento relativi a polizze assicurative ormai scadute o validamente disdettate a diversi consumatori, presentava contenuti analoghi a quelli già accertati come pratica commerciale scorretta ed oggetto della diffida;

VISTA la propria delibera n. 22295 del 13 aprile 2011, con la quale l'Autorità ha contestato alla società INA Assitalia S.p.A. la violazione dell'articolo 27, comma 12, del Codice del Consumo per non avere ottemperato alla suddetta delibera n. 20962 del 30 marzo 2010;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

I. PREMESSA

1. Con provvedimento n. 20962 del 30 marzo 2010 (relativo al procedimento PS5371 e comunicato al professionista in data 14 aprile 2010) l'Autorità ha deliberato che l'invio di solleciti di pagamento indebiti, in quanto relativi a polizze scadute o disdettate, posto in essere dagli agenti in esecuzione dei compiti loro demandati in forza del contratto di agenzia e reso possibile e

implicitamente avallato dal comportamento omissivo tenuto dalla società mandante in relazione ai propri obblighi di sorveglianza sull'operato della propria rete agenziale, risultava in contrasto con il requisito della diligenza professionale. Inoltre, l'Autorità ha ritenuto tale condotta idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento dei consumatori, in quanto la ricezione di solleciti di pagamento formulati in termini perentori può indurre i destinatari - tratti in errore in ordine alla sussistenza del vincolo contrattuale e intimoriti dalla minaccia di azioni legali - ad effettuare versamenti non dovuti. Alla luce di tali considerazioni, l'Autorità ha vietato l'ulteriore diffusione della pratica commerciale.

2. Con provvedimento n. 21769 del 3 novembre 2010 (relativo al procedimento IP85 e comunicato al professionista in data 18 novembre 2010) l'Autorità ha deliberato l'inottemperanza alla delibera n. 20962 del 30 marzo 2010, in quanto la condotta posta in essere dal professionista, successivamente alla notifica del provvedimento, dalla fine di aprile 2010 al mese di ottobre 2010, rappresentata dall'invio di solleciti di pagamento relativi a polizze assicurative ormai scadute o validamente disdettate a diversi consumatori, presentava contenuti analoghi a quelli già accertati come pratica commerciale scorretta ed oggetto della diffida.

3. Con richieste di intervento successivamente pervenute numerosi consumatori hanno segnalato la reiterazione della pratica commerciale oggetto dei provvedimenti sopra citati e, in particolare, l'invio alla clientela, da parte di diverse agenzie generali INA Assitalia, tra cui, in particolar modo, quella di Rovereto, di solleciti di pagamento relativi a polizze assicurative scadute o disdettate.

4. La pratica commerciale presenta il medesimo profilo di scorrettezza già accertato, risultando in contrasto con il requisito della diligenza professionale e suscettibile di pregiudicare il comportamento economico dei consumatori che ne siano raggiunti.

5. Pertanto, con provvedimento n. 22295 del 13 aprile 2011, l'Autorità ha contestato alla società INA Assitalia S.p.A. di aver violato la delibera n. 20962 del 30 marzo 2010.

6. Le segnalazioni pervenute dalla data di notifica del provvedimento n. 21769 del 3 novembre 2010 sono circa una quarantina, principalmente relative ai mesi di gennaio (una quindicina circa), febbraio (una quindicina circa) e aprile 2011 (una decina circa), aventi ad oggetto, in particolar modo, l'agenzia di Rovereto.

II. LE ARGOMENTAZIONI DELLA PARTE

7. Il provvedimento n. 22295 del 13 aprile 2011 di nuova contestazione dell'inottemperanza alla citata delibera n. 20962 del 30 marzo 2010 è stato comunicato al professionista in data 28 aprile 2011.

8. INA Assitalia S.p.A., con comunicazione pervenuta in data 9 giugno 2011, ha sostenuto che:

le condotte oggetto del presente procedimento, così come dei precedenti procedimenti PS5371 ed IP85, hanno interessato una percentuale minima di Agenzie Generali di INA Assitalia, la maggior parte delle quali oggetto di un cambio di gestione e la scarsa collaborazione, talora addirittura l'ostruzionismo, accompagnato, in numerosi casi, da un'intensa attività di storno della clientela, dell'agente uscente, ha comportato un flusso anomalo di lavoro per le agenzie, che ha determinato, di conseguenza, un rallentamento dell'attività di acquisizione delle disdette e/o della verifica dei mancati rinnovi delle polizze assicurative;

~ accertato l'errore commesso dall'agenzia di volta in volta interessata, si è dato seguito ai reclami avanzati dai clienti confermando, con lettere inviate per conoscenza al Customer Service ed all'agenzia interessata, l'avvenuta disdetta od il mancato rinnovo;

~ sin dalla ricezione dei primi reclami e della successiva comunicazione di avvio del procedimento istruttorio PS5371, si è provveduto a richiamare l'attenzione della rete agenziale relativamente ai comportamenti denunciati al pieno rispetto della normativa aziendale concernente le disdette e la risoluzione dei contratti per i quali non sia prevista la proroga tacita;

~ con lettera del 23 maggio 2011 si è richiamata nuovamente l'intera rete agenziale di INA Assitalia al rispetto delle direttive aziendali in tema di svolgimento delle attività di riscossione dei premi, invitando *“a modificare, ove necessario, il testo delle comunicazioni indirizzate ai clienti, evidenziando che i solleciti di pagamento devono intendersi come non inviati nel caso di pagamenti pregressi, sia di contratti disdettati”*;

~ con specifico riferimento ai reclami oggetto del presente procedimento, i solleciti di pagamento inoltrati contengono, nella maggior parte dei casi, l'espresso invito al cliente a considerare nulla la richiesta qualora *“avesse provveduto ad inoltrare regolare e tempestiva disdetta della polizza”*;

~ non vi sono profili di responsabilità addebitabili al professionista e, inoltre, i comportamenti oggetto delle richieste di intervento sono sprovvisti dei requisiti richiesti per la violazione dell'articolo 20 del Codice del Consumo, vale a dire la contrarietà alla diligenza professionale e l'idoneità a falsare, in misura apprezzabile, il comportamento economico del consumatore. Nello specifico, l'invio di pochi solleciti di pagamento effettivamente rilevanti è stato operato dagli agenti di INA in assoluta buona fede e gli errori in cui sono incorsi sono stati determinati dalla “nebulosa” conoscenza delle situazioni contrattuali dei clienti mentre le condotte denunciate non si ritengono in grado di sviare il comportamento dei consumatori atteso che i solleciti di pagamento si riferivano a polizze che, come appurato successivamente, erano già state disdettate o non erano state rinnovate.

III. VALUTAZIONI

9. Alla luce delle risultanze istruttorie, si ritiene che il comportamento posto in essere dal professionista costituisce inottemperanza alla delibera n. 20962 del 30 marzo 2010 ed alla relativa diffida, in quanto la condotta tenuta successivamente alla notifica del richiamato provvedimento - e, con riferimento al procedimento in esame, anche alla notifica del provvedimento di accertamento dell'inottemperanza relativo al procedimento IP85-, rappresentata dall'invio, a diversi consumatori, di solleciti di pagamento relativi a polizze assicurative ormai scadute o validamente disdettate e posta in essere dall'agenzia di Rovereto nel mese di gennaio 2011, presenta contenuti analoghi a quelli accertati come pratiche commerciali scorrette ed oggetto della diffida. I solleciti di pagamento inoltrati nel mese di gennaio 2011, infatti, diversamente dai solleciti, agli atti, inoltrati ai diversi consumatori nei mesi successivi, sono privi dell'invito al cliente a considerare nulla la richiesta qualora *“avesse provveduto ad inoltrare regolare e tempestiva disdetta della polizza”*.

10. A fronte di quanto affermato dalla Parte, che tale condotta, cioè, sarebbe riconducibile al problematico subentro di nuovi soggetti nel mandato agenziale, è necessario rilevare che la

situazione determinatasi in occasione del subentro nel mandato agenziale era ben nota ad INA Assitalia S.p.A., che avrebbe dovuto indirizzare ai propri agenti precise ed efficaci istruzioni - accertandone eventualmente anche il rispetto - circa il comportamento da tenere nei riguardi della clientela. I cambi di gestione delle agenzie, peraltro già evidenziati nelle memorie depositate nel corso del procedimento PS5371 e valutati nel provvedimento n. 20962 del 30 marzo 2010, risalgono, infatti, al 2009 e, inoltre, i richiami fatti da INA alla rete agenziale non si sono rivelati sufficienti in quanto le segnalazioni sono proseguite successivamente alla notifica del provvedimento. Con riferimento al fatto che accertato l'errore commesso dall'agenzia si sia dato seguito ai reclami avanzati dai clienti confermando l'avvenuta disdetta, è necessario rilevare che detta misura, per quanto corretta, ha carattere solo eventuale, essendo legata all'inoltro dei reclami da parte dei consumatori, e solo successiva all'inoltro dei solleciti di pagamento che possono indurre i destinatari ad effettuare versamenti non dovuti, falsando in misura apprezzabile il loro comportamento economico.

11. L'ascrivibilità della condotta in essere alla responsabilità di INA è rappresentata sempre, quindi, dal comportamento omissivo tenuto dalla società in relazione ai propri obblighi di sorveglianza sull'operato della propria rete agenziale.

IV. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

12. Ai sensi dell'articolo 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza ai provvedimenti inibitori, l'Autorità applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 150.000 euro.

13. 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, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

14. Con riferimento alla gravità, essa appare elevata, trattandosi di una seconda inottemperanza alla delibera dell'Autorità n. 20962 del 30 marzo 2010. Tale valutazione della gravità è solo in parte attenuata dalla limitata ampiezza geografica della reiterazione della pratica commerciale scorretta (cirscritta al bacino di utenza dell'agenzia generale di Rovereto).

15. Occorre inoltre considerare che INA Assitalia S.p.A., società del gruppo Generali, è per dimensione economica uno dei principali operatori sui mercati assicurativi in Italia. Al riguardo, si rileva che INA Assitalia S.p.A., nel 2010, ha realizzato un fatturato pari a 2.744.114.181,8 euro, calcolato applicando in via analogica i criteri vigenti in materia di comunicazione delle concentrazioni nel settore bancario di cui all'articolo 16, comma 2, della legge n. 287/90, nella misura del 10% del totale attivo dello stato patrimoniale.

16. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata realizzata nel mese di gennaio 2011.

17. In considerazione di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione in misura pari a 150.000 € (centocinquantamila euro).

Tutto ciò premesso e considerato;

DELIBERA

- a) che il comportamento della società INA Assitalia S.p.A., consistito nell'aver violato la delibera n. 20962 del 30 marzo 2010, costituisce inottemperanza a quest'ultima;
- b) di comminare ad INA Assitalia S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di 150.000 € (centocinquantamila euro).

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando l'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997. Tale modello può essere presentato in formato cartaceo presso gli sportelli delle banche, di Poste Italiane S.p.A. e degli Agenti della Riscossione. In alternativa, il modello può essere presentato telematicamente, con addebito sul proprio conto corrente bancario o postale, attraverso i servizi di *home-banking* e CBI messi a disposizione dalle banche o da Poste Italiane S.p.A., ovvero utilizzando i servizi telematici dell'Agenzia delle Entrate, disponibili sul sito *internet* www.agenziaentrate.gov.it.

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

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

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

IP109 - BAKKER ITALIA*Provvedimento n. 22667*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 agosto 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

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

VISTO, in particolare, l'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in base al quale, in caso di inottemperanza ai provvedimenti di urgenza e a quelli inibitori o di rimozione degli effetti, l'Autorità applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 150.000 euro e nei casi di reiterata inottemperanza può disporre la sospensione dell'attività d'impresa per un periodo non superiore a trenta giorni;

VISTA la legge 24 novembre 1981, n. 689;

VISTA la propria delibera n. 21850 del 1 dicembre 2010, con la quale l'Autorità ha accertato la scorrettezza di tre pratiche commerciali poste in essere da Bakker Italia S.r.l. (in seguito, anche Bakker Italia).

VISTA la propria delibera n. 22256 del 30 marzo 2011, con la quale l'Autorità ha contestato a Bakker Italia S.r.l., la violazione dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo per avere ottemperato solo parzialmente alla suddetta delibera n. 21850 del 1 dicembre 2010;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

I. PREMESSA

1. Con provvedimento n. 21850 del 1° dicembre 2010¹ l'Autorità ha deliberato la scorrettezza di tre pratiche commerciali poste in essere da Bakker Italia concernenti la presentazione delle proprie offerte commerciali, effettuate per corrispondenza e attraverso il sito *internet* www.bakker-it.com, riguardanti la fornitura di piante, sementi e altri accessori per il giardinaggio.

2. Una prima pratica ingannevole (pratica A) è stata individuata con riferimento alle comunicazioni promozionali di Bakker Italia, inviate a mezzo posta ai consumatori (*direct mailing*), con particolare riferimento alla prospettazione ai destinatari di vincite di premi, in contrasto con gli artt. 20, comma 2, 21, comma 1, lettera d), 22, commi 1 e 2, 23, lettera v), e 26, lettera h), del Codice del Consumo. In particolare, si è ritenuto che i beni offerti al destinatario del messaggio come "*premio*" o "*regalo*" fossero, in realtà, parte di complesse proposte di vendita rivolte a un amplissimo numero di destinatari i quali per ricevere alcuni beni, dovevano procedere ad effettuare un ordine, mentre per altri beni si trattava della mera partecipazione ad un concorso a premi le cui modalità non erano adeguatamente chiarite.

¹ Il provvedimento è stato notificato al professionista in data 21 dicembre 2010.

3. Una seconda pratica ingannevole (pratica B) è stata rinvenuta con riferimento alle informazioni diffuse sul proprio sito *internet* e attraverso le comunicazioni a mezzo posta in merito alla natura, al contenuto e alle caratteristiche della garanzia pubblicizzata (“*garanzia 100% di crescita e fioritura*”), presentata da Bakker Italia come un valore aggiunto dell'offerta anziché quale diritto conferito *ex lege*. Tale condotta è stata ritenuta in contrasto con gli artt. 20, comma 2, 22, commi 1, e 2 e 23, comma 1, lettera l), del Codice del Consumo.

4. Infine, l'Autorità ha ritenuto scorretta l'informativa resa ai consumatori sul diritto di recesso (pratica C), in quanto subordinava l'esercizio del diritto di ripensamento ad adempimenti (spese di spedizione a carico del recedente) e termini (limitando il suo esercizio a dieci giorni anziché a dieci giorni lavorativi) non richiesti dalla legge, onerosi per il consumatore e, pertanto, in contrasto con gli artt. 20, comma 2, 21, comma 1, lettera g), e 22, comma 4, lettera e), dello stesso Codice. Alla luce di tali considerazioni, l'Autorità ha vietato l'ulteriore diffusione delle pratiche commerciali scorrette accertate.

II. L'AVVIO DEL PROCEDIMENTO

5. Sulla base della relazione presentata in data 18 febbraio 2011², con la quale il professionista ha comunicato le iniziative assunte a seguito del provvedimento n. 21850 sopra citato, è emersa la reiterazione della pratica commerciale di cui alla lettera A) oggetto del medesimo provvedimento.

6. In particolare, si è ritenuto che nel *mailing* diffuso nel febbraio 2011 fossero presenti alcuni dei profili di scorrettezza già accertati, seppure meno accentuati rispetto a quelli ricorrenti nei precedenti *mailing* del professionista ed, in particolare:

- espressioni che prospettano la straordinarietà della situazione in cui si trova il destinatario della comunicazione, presentando in modo non propriamente corretto la mera partecipazione ad un concorso: se, infatti, viene chiarito che il destinatario non ha già conseguito i premi, ma partecipa semplicemente ad un concorso a premi, il complesso degli elementi della comunicazione lascia ancora intendere al destinatario che egli faccia parte di una cerchia ristretta di soggetti selezionati, laddove la partecipazione al concorso è, in realtà, aperta a tutti i consumatori;

- espressioni che presentano come “*regali*” particolarmente interessanti, con l'aggiunta dell'enfasi “*gratis*”, quella che è una vendita abbinata, aperta a tutti i consumatori, condizionata all'effettuazione di un ordine avente un determinato valore minimo: più precisamente, il collegamento tra i “*regali*” e l'acquisto di beni del catalogo Bakker viene riportato in modo poco chiaro e con caratteri ridotti nelle pagine del *mailing* diverse da quella recante il modulo d'ordine.

² Doc n. 1 e 2 del fascicolo IP109.



**GRATIS*
PER LEI:**
questa stupenda mamma
papera che "fa qua qua"
davvero e i suoi anatroccoli
che si illuminano!

Un meraviglioso
regalo per lei!

Dimensioni:
altezza: 28 cm
lunghezza: 11 cm
diametro: 11 cm

• Crea un'atmosfera
simpatia bucolica
nel tuo giardino
e nel tuo balcone.

• Gli anatroccoli
si illuminano in qualsiasi
posizione loro preferita.

• Il rilevatore di movimento
a energia solare integrato
fa illuminare mamma
papera.

**Un originale ornamento per il suo giardino,
per la sua terrazza o per il suo balcone!**

Questa bellissima mamma papera illuminata è allegro a chi la possiede vicino a casa
i suoi due teneri anatroccoli si illuminano di una luce calda e brillante. Il suo gabbietto o il
suo papaverino avranno un aspetto davvero meraviglioso grazie a questo meraviglioso regalo!
Tutti quelli che lei deve dare per ricevere assolutamente gratis questo dono unico
ed eccezionale è riservato al più grande il suo Buco d'Orlando perfettamente completo.
Non lo inventano subito questa allegria famiglia di anatroccoli!

Non si lasci scappare questo regalo, ordini subito!

7. Pertanto, con provvedimento del 30 marzo 2011, n. 22256, l'Autorità ha contestato a Bakker Italia di aver violato la delibera n. 21850 del 1° dicembre 2010.

8. Il provvedimento di contestazione dell'inottemperanza alla citata delibera n. 21850 del 1° dicembre 2010 è stato comunicato all'operatore pubblicitario in data 6 aprile 2011.

III. LE ARGOMENTAZIONI DELLA PARTE

9. Con comunicazione pervenuta in data 11 maggio 2011 il professionista ha sostenuto che:

la condizione per ottenere il regalo (l'acquisto di prodotti, come per ogni operazione a premi) e la possibilità di partecipare ad un concorso sono riportate in un contesto molto più lineare, emendato da quelle affermazioni che nelle comunicazioni esaminate nel provvedimento n. 21850, conferivano apparentemente la certezza e/o la quasi certezza dell'assegnazione del premio o regalo al destinatario. In particolare, per quanto riguarda il concorso, i 165.000 destinatari del *mailing* e potenziali partecipanti sono soggetti effettivamente selezionati fra le 800.000 posizioni anagrafiche del *database* clienti di Bakker Italia, secondo un modello di selezione statistico;

per le operazioni a premio, il collegamento tra i regali e l'ordine di prodotti è esplicitamente indicato in ciascuna delle pagine del *mailing*³. Comunque, in calce alla lettera del volantino è riportato l'estratto del regolamento dell'operazione a premi, dove è ulteriormente indicata la condizione dell'ordine minimo di 15 euro per ricevere i due regali;

gli ordini di acquisto pervenuti alla società a seguito della postalizzazione del nuovo *mailing* sono stati 6.256, contro i 13.158 dell'anno precedente, con un tasso di *redemption* pari al 3,8%, a fronte del 5,7% del 2010, a conferma del diverso effetto della mutata comunicazione commerciale di Bakker Italia successivamente alla pronuncia dell'AGCM.

10. Inoltre, il professionista ha precisato che il *mailing* postalizzato nel marzo 2011 (ovvero successivamente a quello oggetto di contestazione), in cui si è proposto in regalo una pianta di banano cinese⁴ a quanti inoltrano un ordine di acquisto di prodotti, evidenzia chiaramente la natura di operazione a premio (consistente, ai sensi dell'art. 3, comma 1, del D.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430, nell'offerta di un regalo a coloro che provvedono ad un determinato acquisto). L'informazione sulla gratuità del regalo è accompagnata dall'informazione sulla condizione - onerosa - per il suo ottenimento: si tratta di due aspetti inscindibili della stessa operazione, la gratuità del premio e la onerosità dell'acquisto dei prodotti al fine di conseguire il premio.

11. Anche relativamente alla partecipazione al concorso, nel *mailing* successivamente inviato, la comunicazione postale assegna al destinatario un "*numero di partecipazione*" (diverso per ogni destinatario, corrispondente al codice cliente), al quale non è associata nessuna promessa se non quella di poter partecipare all'estrazione con quel numero identificativo. Nella lettera a firma Jacques Bakker che compare sul retro del buono d'ordine (cfr. foglio singolo del doc. 2), e solo in questa, l'azienda si rivolge al destinatario quale "cliente fedele" che, in quanto tale, può partecipare alla estrazione (nel caso di specie, il *mailing* è stato inviato soltanto ai 60.000 clienti migliori); inoltre, nella stessa lettera, il paragrafo dedicato al concorso precisa nuovamente che alla estrazione si partecipa "*facendo un ordine di almeno 15 euro*".

³ In particolare: a. sulla copertina del volantino: « saprà immediatamente anche quali meravigliosi Regali Sicuri riceverà insieme al suo ordine! »; b. nella lettera all'interno del volantino: « insieme ai prodotti Bakker che ordina ora lei riceverà anche due stupendi Regali » e « Le basta ... ordinare in questa occasione per ricevere subito i suoi Regali Sicuri. »; c. nella pagina interna accanto alla lettera: « lei riceverà anche assolutamente gratis insieme al suo ordine, un meraviglioso Gioiello esclusivo »; d. sul foglio con l'immagine della papera: « Gratis* per Lei: *con un ordine minimo di 15 euro, più contributo spese di spedizione di 6,80 euro. » e « Non si lasci scappare questo regalo, ordini subito! »; e. sul buono d'ordine: « Sì, inviatemi assolutamente gratis insieme al mio ordine i miei due Regali Sicuri: la bellissima mamma papera con i suoi anatroccoli e il Gioiello della Collezione Eternal Love con Swarovski® Elements! », nonché, nelle prime due righe del buono d'ordine: « Sì, inviatemi insieme al mio ordine mamma papera e i suoi anatroccoli », "Sì, inviatemi insieme al mio ordine il Gioiello Eternal Love", con la precisazione, in calce al modulo di compilazione dell'ordine, : « Valore minimo dell'ordine €15 ».

⁴ Cfr. doc. nr. 8 del fascicolo, allegato nr. 2. In particolare, la pagina doppia del *mailing*, nel presentare il regalo, dichiara: "GRATIS con un ordine". Appena sotto la parola "ordine", più in piccolo, ma nello stesso campo visivo, compare la precisazione "con un ordine minimo di 15 euro, più contributo spese di spedizione di 6,80 euro". A fondo pagina, a conclusione della descrizione del regalo, con caratteri di grosse dimensioni e all'interno di una banda rossa, dal contesto grafico cui si riferisce e compare ancora la dicitura "Richiedi subito questa pianta con un ordine di soli 15 euro". Appena sotto questa scritta è riportato l'estratto del regolamento della operazione a premio dove nuovamente è riportata la condizione per ottenere la pianta in omaggio.

12. Nell'audizione tenutasi il 28 aprile 2011, il professionista ha ribadito come il *mailing* trasmesso dalla società all'AGCM il 18.02.2011, ed oggetto del presente procedimento per inottemperanza, già contenga numerose modifiche rispetto alla comunicazione commerciale sanzionata con il provvedimento n. 21850/2010. Anche la promessa di gratuità dell'omaggio è sempre accompagnata da un preciso riferimento all'ordine che il destinatario è tenuto a fare, ordine presente - oltre che sul buono d'ordine - in ogni pagina dello stampato dove viene citato il regalo.

IV. VALUTAZIONI

13. Alla luce delle risultanze istruttorie si ritiene che il comportamento posto in essere dal professionista attraverso la diffusione del *mailing* postalizzato da Bakker Italia nel febbraio 2011⁵ costituisca inottemperanza alla delibera del 1° dicembre 2010, n. 21850, in quanto l'oggetto indicato nelle offerte come "*premio*" o "*regalo*" continua ad essere rappresentato come elemento ingannevole che sottende una vendita abbinata ad un concorso a premi. Infatti, quanto disposto dall'art. 3, comma 1, del D.P.R. n. 430/01, va interpretato alla luce delle disposizioni del Codice del Consumo che reputano scorretta qualsiasi pratica commerciale idonea a distorcere il libero processo di formazione della volontà dell'acquirente. Di conseguenza, diversi elementi fanno ritenere che il messaggio pubblicitario diffuso attraverso *direct mailing* da Bakker Italia nel febbraio 2011 ha mantenuto non secondari elementi di ingannevolezza.

14. In primo luogo, non può ritenersi corretto - anche perché particolarmente e ripetutamente enfatizzato sul piano grafico all'interno del messaggio postalizzato dal professionista - che venga qualificata come "personale" (e, cioè, effettuata con riferimento alle caratteristiche individuali di ogni singolo soggetto, da valutare, quindi volta per volta) una selezione compiuta con riferimento ad un elevato numero di consumatori. Ciò risulta dalla copertina volantino inviata dalla parte con la relazione pervenuta in data 18 febbraio 2011 (*sub* all. 1) ove si legge: "*NOTIZIE IMPORTANTI/Lei è stato personalmente selezionato per ben due concorsi a premio e due regali sicuri*". Anche sul retro del volantino e ad inizio pagina, in carattere stampatello blu a grandi dimensioni, è richiamata l'attenzione del consumatore con il termine: "*PERSONALE!*".

15. In secondo luogo, sia il volantino pubblicitario, sia il buono d'ordine indicano di avere selezionato il destinatario "*per ben due concorsi a premio e due regali sicuri*" ("*Si, inviatemi ASSOLUTAMENTE GRATIS, insieme al mio ordine i miei due Regali Sicuri ...*"), senza dare risalto all'oggetto della selezione e, cioè, al fatto che i regali sicuri sono subordinati ad un ordinativo di un determinato importo, e che dall'effettuazione dell'ordinativo deriva lo svolgimento dei concorsi a premio, sicché la percezione del destinatario del messaggio pubblicitario è che i regali siano legati direttamente alla sua persona e siano suscettibili di essere immediatamente conseguiti in base alla sola selezione.

16. Ne consegue che il quadro grafico e il rilievo minimo dato alla necessità di compiere un ordinativo costituiscono elementi idonei a qualificare come ingannevole la pratica in esame; ciò anche perché gli estratti dei regolamenti dei due concorsi a premi, ai quali l'effettuazione di un ordinativo di acquisto dà diritto di partecipare, sono redatti in caratteri grafici talmente piccoli da renderne molto difficoltosa la percezione e la conseguente comprensione. In particolare, la presentazione dei regali offerti a tutti coloro che provvederanno ad inoltrare un ordine di acquisto

⁵ Cfr. doc. 1 all. 1.

risulta ancora ambigua e fuorviante in quanto l'avvertenza: “*con un ordine minimo di 15 euro, più spese di spedizione di 6,80 euro” appare riportata solo sul bordo pagina, distante dal contesto grafico cui si riferisce, pur ad esso richiamandosi con asterisco; inoltre, siffatta avvertenza è riportata con caratteri molto ridotti e pertanto sproporzionati rispetto al *claim* cui si riferisce ed è stampata in senso verticale rispetto al testo del messaggio, non risultandone agevole la lettura. Essa, inoltre, viene presentata con le medesime modalità anche sul Certificato Speciale di Assegnazione, in riferimento al *claim*: “LEI RICEVERÀ SUBITO BEN DUE REGALI SICURI **!” riportato al centro pagina e a carattere di grandi dimensioni in stampatello rosso.

17. La reiterata divulgazione dell’informativa nei termini ritenuti scorretti ed ingannevoli con il citato provvedimento inibitorio, seppure circoscritta alla pratica contestata *sub A)* del provvedimento n. 21850 del 1° dicembre 2010, costituisce violazione della diffida imposta dall’Autorità, alla luce della quale Bakker Italia avrebbe dovuto rimuovere e riformulare in termini corretti e coerenti con le disposizioni del Codice del Consumo - in tutti i mezzi di comunicazione a distanza e, quindi, finanche nel *direct mailing* - la presentazione di regali e premi condizionati all’acquisto dei propri prodotti.

18. Va, peraltro, considerato che il nuovo *mailing*, allegato dalla parte alla memoria conclusiva pervenuta in data 11 maggio 2011⁶ e dalla stessa postalizzato alla clientela nel marzo 2011, non contiene più alcun elemento di ingannevolezza, a dimostrazione della volontà dell’azienda di adeguarsi al provvedimento.

V. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

19. Ai sensi dell’art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza ai provvedimenti inibitori, l’Autorità applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 150.000 euro.

20. 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, nonché delle condizioni economiche dell’impresa stessa.

21. Con riguardo alla gravità della violazione relativamente alla pratica *sub A)* del provvedimento n. 21850 del 1° dicembre 2010 non ottemperata, si tiene conto delle condizioni economiche del professionista, che nel 2009 ha realizzato un fatturato pari a circa 7 milioni di euro e della significativa capacità di penetrazione dei messaggi, diffusi tramite migliaia di *mailing* (oltre 165.000), e suscettibili di condizionare nelle proprie scelte economiche un numero rilevante di consumatori.

22. In merito alla durata della violazione, sulla base degli elementi in atti, risulta che essa si è protratta quantomeno dal febbraio al marzo del 2011.

23. Considerati tali elementi, per l’inottemperanza relativa alle modalità di promozione delle offerte, si ritiene di irrogare a Bakker Italia S.r.l. una sanzione amministrativa pecuniaria pari al minimo edittale di 10.000 € (diecimila euro).

⁶ Cfr doc. 8 all. 2

Tutto ciò premesso e considerato;

DELIBERA

a) che il comportamento di Bakker Italia S.r.l., consistito nell'aver violato la delibera del 1° dicembre 2010, n. 21850, costituisce inottemperanza a quest'ultima;

b) di comminare a Bakker Italia S.r.l. 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, utilizzando l'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997. Tale modello può essere presentato in formato cartaceo presso gli sportelli delle banche, di Poste Italiane S.p.A. e degli Agenti della Riscossione. In alternativa, il modello può essere presentato telematicamente, con addebito sul proprio conto corrente bancario o postale, attraverso i servizi di *home-banking* e CBI messi a disposizione dalle banche o da Poste Italiane S.p.A., ovvero utilizzando i servizi telematici dell'Agenzia delle Entrate, disponibili sul sito *internet*.

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

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'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.

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'art. 135, comma 1, lettera *b*), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, 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

PS3231 - DEUTSCHE BANK-RIMBORSO MUTUO BANCOPOSTA

Provvedimento n. 22670

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 agosto 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206 e successive modificazioni, recante "*Codice del Consumo*" (di seguito, Codice del Consumo);

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

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Deutsche Bank S.p.A., in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. Dall'ultimo bilancio disponibile, relativo al 2010, si rileva che la società, esercente in attività bancaria e finanziaria, ha realizzato un fatturato pari a 2.550.706.812,8 euro, calcolato applicando in via analogica i criteri vigenti in materia di comunicazione delle concentrazioni nel settore bancario di cui all'articolo 16, comma 2, della legge n. 287/90, nella misura del 10% del totale attivo dello stato patrimoniale.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dal professionista, consistente nel fatto che, con riferimento alle estinzioni anticipate parziali di mutui a tasso variabile a rata costante e durata variabile, avrebbe diminuito la durata del rimborso e non l'importo delle rate residue, contrariamente a quanto previsto nelle condizioni generali di contratto.

3. L'articolo 16 delle "condizioni generali di contratto", allegate ai contratti di finanziamento a tasso variabile, compresi quelli a rata costante e durata variabile, prevede, infatti, che "*ogni estinzione anticipata parziale del finanziamento comporta l'automatica riduzione dell'importo delle rate ancora dovute, restando invariato, invece, il numero delle stesse in base a quanto originariamente pattuito nel contratto. In tal caso la Banca procederà al ricalcolo del piano di ammortamento sulla base del debito residuo e ne darà comunicazione alla Parte Mutuataria*".

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO***1) L'iter del procedimento***

Attività preistruttoria

4. In seguito ad una segnalazione pervenuta da parte di un consumatore, in data 20 aprile 2010 è stata inviata al professionista una richiesta di informazioni in merito alle doglianze rappresentate.

5. In data 13 maggio 2010 è pervenuta la risposta del professionista, integrata in data 5 luglio 2010.

6. In data 17 gennaio 2011 è stata inviata al professionista una ulteriore richiesta di informazioni volta a rilevare la prassi applicativa relativa alla gestione delle estinzioni anticipate parziali di mutui a rata costante e durata variabile retti dalle stesse condizioni generali del mutuo sottoscritto dal segnalante nonché il numero di casi di estinzioni anticipate parziali verificatisi successivamente al 21 settembre 2007, data di entrata in vigore del Decreto Legislativo n. 146/07 che ha modificato il Codice del Consumo.

7. In data 28 febbraio 2011 è pervenuta la risposta del professionista.

Attività istruttoria

8. In relazione alla pratica commerciale sopra descritta, in data 15 aprile 2011 è stato comunicato alla Parte l'avvio del procedimento istruttorio n. PS3231 per possibile violazione degli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo.

9. In tale sede, veniva in particolare ipotizzata l'ingannevolezza della pratica in quanto idonea ad indurre in errore il consumatore riguardo alle caratteristiche e alle condizioni economiche dei finanziamenti offerti dal professionista, con particolare riferimento alle condizioni di estinzione anticipata parziale dei mutui a tasso variabile a rata costante e durata variabile.

10. Il professionista, in data 4 maggio 2011, ha depositato le proprie memorie difensive.

11. In data 21 giugno 2011 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

2) Le evidenze acquisite

12. Il contratto di finanziamento relativo al mutuo a tasso variabile in esame, rappresentato dalla tipologia "affitto", a rata costante e durata variabile, prevede, all'articolo 7, che "*La parte mutuataria si obbliga (...) a rimborsare il finanziamento mediante il pagamento di (...) rate mensili costanti di importo fisso (...) e che "tenuto conto che il tasso di interesse (...) è variabile, le oscillazioni dello stesso potranno incidere sulla durata dell'ammontare del finanziamento"*

13. L'articolo 16 delle "condizioni generali di contratto", allegate ai contratti di finanziamento a tasso variabile, anche a quelli a rata costante e durata variabile, prevede, tuttavia, che "*ogni estinzione anticipata parziale del finanziamento comporta l'automatica riduzione dell'importo delle rate ancora dovute, restando invariato, invece, il numero delle stesse in base a quanto originariamente pattuito nel contratto. In tal caso la Banca procederà al ricalcolo del piano di ammortamento sulla base del debito residuo e ne darà comunicazione alla Parte Mutuataria*".

14. Il testo dell'articolo 16 delle condizioni generali di contratto è stato successivamente modificato in data 3 luglio 2007 e 7 agosto 2009.

15. Dal 21 settembre 2007 si sono verificate 282 estinzioni anticipate parziali relativamente a mutui retti dalle medesime condizioni generali del mutuo sottoscritto dal consumatore segnalante e tutte le predette estinzioni anticipate parziali hanno comportato una riduzione della durata dei piani di rimborso dei mutui in esame mentre gli importi delle rate sono rimasti inalterati.

3) Le argomentazioni difensive della Parte

16. Nel corso del procedimento il professionista ha sostenuto che:

le estinzioni anticipate parziali hanno comportato una riduzione della durata dei piani di rimborso dei mutui mentre gli importi delle rate sono rimasti inalterati e che tali effetti sono assolutamente coerenti con le finalità perseguite dalla clientela che opta per la soluzione di finanziamento c.d. “affitto” il cui contratto prevede, all’articolo 7, che *“La parte mutuataria si obbliga (...) a rimborsare il finanziamento mediante il pagamento di (...) rate mensili costanti di importo fisso (...)”* e che *“tenuto conto che il tasso di interesse (...) è variabile, le oscillazioni dello stesso potranno incidere sulla durata dell’ammontare del finanziamento”*;

la formulazione del citato articolo 16 delle condizioni generali di contratto è stata frutto di un mero errore materiale da parte dell’estensore che, assumendo a riferimento le condizioni generali di altra tipologia di finanziamento, ha trascurato di adattare il contenuto della previsione in commento all’articolo 7 del contratto;

sarebbero carenti i presupposti per configurare la violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del Consumo a danno dei propri clienti perché questi sono consapevoli di aver contratto un finanziamento a tasso variabile, a rata costante e durata variabile, che prevede, come sua intrinseca caratteristica, la presenza di rate mensili costanti di importo fisso determinate al momento dell’erogazione;

le eventuali variazioni del tasso determinano una variazione, in aumento o in diminuzione, della durata dell’ammortamento e, in questa stessa dinamica contrattuale, vanno collocate le estinzioni anticipate parziali. Computare le estinzioni parziali anticipate in riduzione dell’importo delle rate residue avrebbe determinato uno stravolgimento delle finalità perseguite dal mutuo “affitto” prescelto dai clienti e la coesistenza di un doppio regime d’interessi e di durata, uno per il caso della oscillazione dei tassi e l’altro per il caso dell’estinzione anticipata parziale;

l’errore verificatosi nella stesura dell’articolo 16 non è stato idoneo ad ingenerare dubbi ai clienti sulle caratteristiche del prodotto, stanti le sue inequivoche connotazioni sostanziali e non è un caso che, eccetto quello portato all’attenzione dell’Autorità, non si sono riscontrati reclami proposti a Deutsche Bank S.p.A. da parte di clienti sottoscrittori di contratti di finanziamento disciplinati dalle stesse condizioni generali del mutuo sottoscritto dal segnalante;

non può ritenersi che operare la riduzione della durata dell’ammortamento in luogo della riduzione dell’importo delle rate comporti un maggior onere per i clienti.

IV. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

17. L’articolo 16 delle “condizioni generali di contratto”, allegate ai contratti di finanziamento a tasso variabile, anche a quelli a rata costante e durata variabile, prevede che *“ogni estinzione anticipata parziale del finanziamento comporta l’automatica riduzione dell’importo delle rate ancora dovute, restando invariato, invece, il numero delle stesche in base a quanto originariamente pattuito nel contratto. In tal caso la Banca procederà al ricalcolo del piano di ammortamento sulla base del debito residuo e ne darà comunicazione alla Parte Mutuataria”*. Il professionista, tuttavia, contrariamente a quanto previsto, ha diminuito la durata del rimborso e non l’importo delle rate residue, ammettendo esplicitamente di non aver dato adempimento a quanto previsto nel predetto articolo delle condizioni generali di contratto.

18. Dall’istruttoria è emerso che quanto indicato nelle condizioni generali di contratto conoscibili al momento della sottoscrizione del mutuo (prima della modifica del 3 luglio 2007), vale a dire il

diritto dei consumatori alla riduzione degli importi delle rate residue, in caso di estinzione anticipata parziale del mutuo, è stato totalmente disatteso dal professionista.

19. Tra l'altro, non può neanche ritenersi che, per quanto la finalità perseguita dalla clientela che opta per la soluzione di finanziamento c.d. "affitto" sia di avere rate mensili costanti di importo fisso, possano farsi rientrare, in questa stessa dinamica contrattuale, le estinzioni anticipate parziali, che risultano essere espressamente disciplinate nelle condizioni generali di contratto ed in relazione alle quali il cliente avrebbe potuto contare su una maggiore disponibilità mensile di denaro.

20. Inoltre, tenuto conto della particolare asimmetria informativa che nel settore finanziario caratterizza il rapporto tra operatori economici e consumatori, la condotta della Deutsche Bank S.p.A. deve ritenersi non conforme al livello di diligenza professionale esigibile, nel caso di specie, in rapporto alla complessità dei servizi offerti e alla conseguente necessità di assicurare ai consumatori un'informazione chiara e completa su elementi essenziali della proposta commerciale del professionista.

21. Pertanto, alla luce delle considerazioni svolte, la pratica commerciale in esame, costituita dall'applicazione di condizioni difforme rispetto a quelle previste nelle condizioni generali di contratto, con riferimento alle estinzioni anticipate parziali di mutui a tasso variabile a rata costante e durata variabile, risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, e 21 del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale ed idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio cui è destinata.

V. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

22. 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.

23. 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.

24. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto, nella fattispecie in esame, della sua natura, consistente nel non dare attuazione a quanto espressamente previsto nelle condizioni generali di contratto in vigore fino al 3 luglio 2007, dell'entità complessiva del pregiudizio potenziale per i consumatori e della dimensione economica del professionista (una delle principali banche operanti in Italia), pur considerando che la pratica ha riguardato solo quanti hanno sottoscritto un mutuo Deutsche Bank in vigenza di specifiche e determinate condizioni generali di contratto di cui sia stata chiesta l'estinzione anticipata parziale.

25. Per quanto riguarda la durata della violazione, essa decorre dal 21 settembre 2007, data di entrata in vigore del Decreto Legislativo 146/07 che ha modificato il Codice del Consumo, ed è tuttora in corso, con riferimento ai mutui sottoscritti prima del 3 luglio 2007.

26. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla Deutsche Bank S.p.A. nella misura di 100.000 € (centomila euro).

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, e 21 del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, attraverso l'applicazione di condizioni difformi rispetto a quelle previste nelle condizioni generali di contratto, con riferimento alle estinzioni anticipate parziali di mutui a tasso variabile a rata costante e durata variabile, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione al prodotto offerto dal professionista;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Deutsche Bank S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, e 21 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare alla società Deutsche Bank S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di 100.000 € (centomila euro);

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

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera b) deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando l'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997. Tale modello può essere presentato in formato cartaceo presso gli sportelli delle banche, di Poste Italiane S.p.A. e degli Agenti della Riscossione. In alternativa, il modello può essere presentato telematicamente, con addebito sul proprio conto corrente bancario o postale, attraverso i servizi di *home-banking* e CBI messi a disposizione dalle banche o da Poste Italiane S.p.A., ovvero utilizzando i servizi telematici dell'Agenzia delle Entrate, disponibili sul sito *internet* www.agenziaentrate.gov.it.

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

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'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 in considerazione della natura dell'illecito e per assicurare al pubblico la più ampia conoscenza della propria attività istituzionale.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 135, comma 1, lettera *b*), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, 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

PS5854 - STUDIO RIVOLATION 2009

Provvedimento n. 22673

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 agosto 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

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

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

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. La Sig.ra Immacolata Napolano, titolare dell'impresa individuale Studio Revolution 2009 (di seguito, anche Studio Revolution), in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. L'impresa fornisce servizi nel settore delle ricerche di mercato e delle pubbliche relazioni. Nel 2009 Studio Revolution ha realizzato un reddito di 6.000 euro.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere da Studio Revolution, consistente nella diffusione, attraverso vari siti *internet*¹, di un messaggio pubblicitario volto a promuovere una presunta offerta di lavoro a domicilio.

3. In particolare, diverse segnalazioni di consumatori, pervenute nel periodo compreso fra marzo 2010 ed aprile 2011,² hanno denunciato che il messaggio pubblicitario diffuso dal professionista sembrerebbe promuovere un'offerta di lavoro a domicilio consistente nello svolgimento di attività di selezione e trascrizione di indirizzi e di imbustamento di *dépliant*, promettendo una remunerazione compresa tra "*400 euro al mese (part-time) e 800 euro al mese (full-time)*". In realtà, ai soggetti che aderivano alla proposta, veniva richiesto di versare delle somme di denaro quale "*... quota di ingresso e di iscrizione*". Alcuni segnalanti hanno rappresentato di avere risposto all'inserzione e di avere pagato 20 euro, richiesti per l'invio del materiale, ma di non aver più avuto alcuna notizia da parte di Studio Revolution. Altri segnalanti hanno riferito, invece, di aver ricevuto, a seguito del versamento, una *e-mail* contenente l'elenco delle aziende offerenti lavoro a domicilio e un modulo di adesione con la richiesta di versare ulteriori 35 euro, suddivisi in due pagamenti, uno di 20 euro e l'altro di 15 euro, necessari per ricevere il manuale operativo recante le indicazioni sul lavoro da svolgere. A seguito di tali ulteriori versamenti, i segnalanti non hanno più ricevuto alcuna notizia da parte del professionista, né il materiale promesso.

¹ www.lavorare2010.altervista.org, www.lavoropay.net, www.studiolavoro.com, www.lavoroadomicilioanormadilegge.blogspot.com, www.lavorodomicilio.net, www.studiorivolution.altervista.org, www.lavorareincasa.net.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

4. In relazione alla condotta sopra descritta, in data 23 marzo 2011 è stato comunicato alla Parte l'avvio del procedimento istruttorio PS5854 per possibile violazione degli artt. 20, 21 comma 1, lettere a), b) e c), del Codice del Consumo.³

5. In tale sede, è stata ipotizzata l'ingannevolezza del messaggio diffuso dal professionista, in quanto veicola informazioni non rispondenti al vero, inducendo in errore i consumatori in relazione all'esistenza del lavoro a domicilio proposto, alle sue caratteristiche principali, nonché con riguardo alla remunerazione prospettata per lo svolgimento di tale attività lavorativa.

6. In assenza di un riscontro da parte del professionista alla richiesta di informazioni contenuta nella comunicazione di avvio, in data 30 maggio 2011 è stato richiesto al professionista, ai sensi dell'art. 27, comma 5, del Codice del Consumo, e dell'art. 15, del Regolamento, di fornire prove sull'esattezza materiale dei dati di fatto connessi alla pratica commerciale oggetto di istruttoria.⁴

7. In particolare, è stato richiesto a Studio Rivolution di produrre idonea documentazione volta a dimostrare:

a) che il lavoro a domicilio promosso nel messaggio pubblicitario oggetto dell'istruttoria fosse realmente offerto a coloro che ne avessero fatto richiesta (es. mediante la produzione di copia degli accordi eventualmente intercorsi con i soggetti che hanno risposto alle inserzioni dal 2009 al momento dell'invio della comunicazione);

b) che l'attività lavorativa offerta consistesse effettivamente nella selezione e trascrizione di indirizzi e nell'imbustamento di *dépliant*;

c) che a fronte dell'attività lavorativa prestata, Studio Rivolution corrispondesse la remunerazione da "400 euro al mese (*part-time*) e 800 euro al mese (*full-time*)" come prospettato nel messaggio;

d) che ai collaboratori fosse versato da Studio Rivolution un compenso di 1 euro per ogni trascrizione di indirizzi, così come indicato nel messaggio.

8. In data 7 giugno 2011 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.⁵

9. La Parte non ha presentato memorie conclusive, né ha dato riscontro alla comunicazione di attribuzione dell'onere della prova.

2) *Le evidenze acquisite*

10. Il messaggio pubblicitario oggetto dell'istruttoria è stato diffuso dal professionista attraverso i siti www.lavorodomicilio.net e www.lavoropay.net e riporta il seguente testo: "*Se decidi di aderire a questa offerta guadagnerai solo 400 € al mese (part-time) e 800 € al mese (full-time) certamente non diventerai ricco, ma arrotonderai discretamente il tuo attuale reddito. [...] Il mio nome è [diversi nomi sono presenti nei diversi annunci] [...] Attualmente faccio la collaboratrice di una nuova ditta di Milano, che offre lavoro a domicilio di selezione, trascrizione indirizzi e imbustamento dépliant. [...] Mi sono fatta questo sito per dare a tutti quelli che veramente*

² Cfr. doc. n. 1, 2, 4, 6, 8, 9, 15, 16.

³ Cfr. doc. n. 14.

⁴ Cfr. doc. n. 17.

⁵ Cfr. doc. n. 18.

vogliono lavorare da casa una concreta opportunità. [...] Se sei stanco/a di navigare su internet alla ricerca di un lavoro a domicilio, ho selezionato per te nuove opportunità di lavoro. Il lavoro a domicilio part-time o full-time è molto ambito da casalinghe, pensionati, giovani perché permette di conciliare la vita in casa con un'attività remunerativa che permette a chi già lavora di utilizzare parte del suo tempo libero guadagnando mediamente da 500 a 800 € al mese. L'azienda per la quale lavoro si occupa di prestazioni di servizi nell'ambito di ricerche di mercato e pubbliche relazioni in genere, pertanto ricerca su tutto il territorio nazionale, collaboratori/ici a cui affidare mansioni di piccolo segretario, cioè selezione e trascrizione di indirizzi su buste, e inserimento dati. Si tratta di un lavoro da svolgere al proprio domicilio, gestibile secondo le proprie esigenze e disponibilità di tempo, gli indirizzi potrai scriverli a mano o al computer purché in maniera leggibile, per questo lavoro non sono richieste esperienze specifiche, né limiti di età, chiunque può aderire, il collaboratore/ici non sarà sottoposto a nessun obbligo di contratto quindi sarà libero di cessare la sua collaborazione con la ditta in qualsiasi momento e senza alcun preavviso. Basteranno 2 o 3 ore al giorno per riuscire a guadagnare mediamente da 500 a 800 € al mese". Il messaggio continua con la descrizione dell'attività di trascrizione di indirizzi, precisando che la società fornirà un libretto all'interno del quale saranno indicati gli indirizzi da trascrivere, le buste e i francobolli, e che il compenso, pari ad 1 euro per ogni trascrizione, sarà inviato tramite vaglia postale.

11. Il messaggio continua: *"Per ricevere il modulo di adesione + un elenco di oltre 40 aziende che offrono altri lavori a domicilio quali: Confezionamento Articoli di Bigiotteria, Imbustamento Opuscoli, Confezionamento Articoli Vari e altro, si chiede di anticipare un contributo di solo 20€, (come quota di ingresso e di iscrizione), quale testimonianza del tuo impegno. La modica somma da versare è dovuta se non altro per i costi organizzativi ed a fronte del costo del servizio, delle spese postali e gestione del Codice personale che ti verrà assegnato. Il contributo di 20€ ti sarà totalmente rimborsato dalla ditta ai primi 100 indirizzi trascritti e imbustati. Il contributo va versato tramite carta postpay"*.

12. Segue un *link*, per inviare i dati identificativi del pagamento al titolare del sito, dopo avere versato il contributo, ai fini della spedizione del materiale per iniziare il lavoro a domicilio. In alternativa, vi è il *link* *"paga adesso"* che può essere utilizzato per inviare il versamento tramite Paypal.

13. Da rilevazioni effettuate d'ufficio nelle date 9, 10 e 11 marzo 2011, inserzioni di contenuto sostanzialmente analogo risultano diffuse sui siti *internet*: www.lavoroadomicilioanormadilegge.blogspot.com, www.lavorareincasa.net, www.lavorare2010.altervista.org e www.studiolavoro.com⁶.

14. Come anticipato, il professionista non ha dato riscontro alla comunicazione di attribuzione dell'onere della prova e non ha, quindi, fornito elementi atti a dimostrare la veridicità degli elementi di fatto prospettati dal messaggio pubblicitario in esame.

15. Dalla documentazione agli atti risulta che il messaggio pubblicitario descritto è stato diffuso dal professionista, tramite i siti *internet* individuati, almeno a partire da marzo 2010 ed è ancora in diffusione.

⁶ Cfr. doc.ti n. 10, 11, 12.

V. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

16. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso mezzi di telecomunicazione, in data 28 giugno 2011 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

17. Con parere pervenuto in data 26 luglio 2010, la suddetta Autorità ha ritenuto che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20 e 21 del Codice del Consumo, sulla base delle seguenti considerazioni:

- in risposta al provvedimento dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, ai sensi dell'art. 26, comma 4, del Codice del Consumo, l'operatore pubblicitario non ha prodotto alcuna documentazione idonea a comprovare l'esattezza materiale delle affermazioni contenute nei messaggi pubblicitari contestati e, di conseguenza, l'onere probatorio risulta essere inadempito;
- allo stato della documentazione agli atti, la veridicità delle affermazioni contenute nei messaggi pubblicitari in esame, sui quali versava il menzionato onere probatorio, risultano non dimostrate.

VI. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

18. Il comportamento oggetto di valutazione si sostanzia nella diffusione, tramite diversi siti *internet*, di un messaggio pubblicitario che promuove un'attività lavorativa in realtà inesistente. In particolare, tale messaggio lascia intendere che il professionista offra una concreta opportunità di lavoro a domicilio, consistente nella trascrizione di indirizzi e nell'imbustamento di *dépliant*, a fronte della quale sarebbe prevista una remunerazione compresa tra i 400 e gli 800 euro mensili a quanti aderiscono all'offerta di lavoro e di 1 euro per ciascun indirizzo trascritto.

19. In realtà, come risulta dal contenuto delle segnalazioni, ai soggetti che hanno risposto all'inserzione, versando l'importo di 20 euro richiesto per l'invio del materiale, o non hanno ricevuto alcuna notizia da parte dello Studio Rivolution o hanno successivamente ricevuto un'*e-mail* con la richiesta di un'ulteriore somma di denaro da versare. Neppure in tale secondo caso, tuttavia, il professionista ha poi inviato il materiale promesso o dato seguito all'offerta lavoro pubblicizzata.

20. Nel corso dell'istruttoria il professionista non ha fornito alcun riscontro alle richieste di informazioni contenute nella comunicazione di avvio, né ha risposto alla comunicazione con cui è stato disposto l'inversione dell'onere della prova *ex art.* 27, comma 5, del Codice del Consumo. Non è stato fornito, quindi, alcun elemento comprovante la veridicità delle informazioni contenute nel messaggio pubblicitario oggetto di istruttoria.

21. Più precisamente, il professionista non è stato in grado di provare: *i)* che il lavoro a domicilio promosso nel messaggio pubblicitario sia realmente offerto a coloro che ne facciano richiesta; *ii)* che l'attività offerta nell'inserzione consista effettivamente nella selezione e trascrizione di indirizzi e nell'imbustamento di *dépliant*; *iii)* che a fronte dell'attività lavorativa promossa, Studio Rivolution corrisponda una remunerazione compresa tra "400 euro al mese (*part-time*) e 800 euro al mese (*full-time*)" come prospettato nel messaggio; *iv)* che ai collaboratori che svolgono le suddette attività Studio Rivolution versi un compenso di 1 euro per ogni trascrizione di indirizzi, così come indicato nel messaggio.

22. Pertanto, non risultano provate e, quindi, risultano ingannevoli le informazioni veicolate dal messaggio pubblicitario esaminato in ordine all'esistenza del lavoro offerto, alla sua natura e alla sua remunerazione, anche in considerazione della circostanza che, secondo quanto segnalato, oggetto dell'offerta promossa era, in realtà, la mera vendita di un *kit* di buste e *dépliant*.

23. Alla luce di quanto esposto e del mancato assolvimento dell'onere della prova, la pratica posta in essere da Studio Rivolution risulta contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico dei consumatori, in violazione degli artt. 20, 21 comma 1, lettere *a)*, *b)* e *c)*, del Codice del Consumo.

VII. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

24. 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.

25. 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.

26. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame della debolezza dei destinatari, delle modalità e dell'ampiezza di diffusione del messaggio stesso. In particolare, la gravità è connessa alla situazione di debolezza in cui si trovano i destinatari dell'inserzione pubblicitaria, normalmente soggetti in cerca di un'occupazione e, pertanto, facilmente attratti da offerte di lavoro all'apparenza allettanti; nel caso di specie, la lettura del messaggio lascia intendere ai destinatari di rispondere ad un'offerta di lavoro domiciliare che, in realtà, dissimula la vendita di un *kit* di buste e *dépliant* a fronte del versamento anticipato di una somma di denaro.

27. In relazione poi all'ampiezza e alla capacità di penetrazione della pratica, si deve considerare che il messaggio è stato diffuso mediante diversi siti *internet*, vale a dire mediante mezzi che, per loro natura, sono suscettibili di raggiungere un numero rilevante di consumatori, facendo propendere per un impatto potenziale significativo della pratica commerciale.

28. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere almeno a partire dal marzo 2010 ed è ancora in diffusione.

29. Tenuto conto degli elementi sopra riportati e considerata la dimensione economica del professionista, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile all'impresa Studio Rivolution 2009 di Napolano Immacolata nella misura di 5.000 € (cinquemila 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 ai sensi degli artt. 20 e 21 comma 1, lettere *a)*, *b)* e *c)*, del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante la promozione ingannevole di un'offerta di lavoro a domicilio che dissimula una vendita di materiale informativo, a falsare in misura apprezzabile il

comportamento economico del consumatore medio in relazione ai prodotti offerti dal professionista;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla Sig.ra Immacolata Napolano, titolare dell'impresa individuale Studio Rivolution, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20 e 21 comma 1, lettere a), b) e c), del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare alla Sig.ra Immacolata Napolano, titolare dell'impresa individuale Studio Rivolution, una sanzione amministrativa pecuniaria di 5.000 € (cinquemila euro);

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

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera b) deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando l'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997. Tale modello può essere presentato in formato cartaceo presso gli sportelli delle banche, di Poste Italiane S.p.A. e degli Agenti della Riscossione. In alternativa, il modello può essere presentato telematicamente, con addebito sul proprio conto corrente bancario o postale, attraverso i servizi di *home-banking* e CBI messi a disposizione dalle banche o da Poste Italiane S.p.A., ovvero utilizzando i servizi telematici dell'Agenzia delle Entrate, disponibili sul sito *internet* www.agenziaentrate.gov.it.

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

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'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 in considerazione della natura dell'illecito e per assicurare al pubblico la più ampia conoscenza della propria attività istituzionale.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 135, comma 1, lettera *b*), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, 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

PS6548 - PROJECT97-PUBBLICITÀ FINANZIAMENTI

Provvedimento n. 22676

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 agosto 2011;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206 e successive modificazioni, recante "*Codice del Consumo*" (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. Sig.ra Giovanna Napolitano, titolare dell'impresa individuale Projet97 (di seguito anche "Projet97"), in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo. L'impresa ha svolto attività di mediazione nella concessione di finanziamenti e nell'esercizio chiuso il 31 dicembre 2009 ha conseguito ricavi pari a circa 13.000 euro. Nell'esercizio 2010 l'impresa è cessata senza realizzare ricavi inerenti l'attività di mediazione creditizia.

2. Associazione Difesa Consumatori e Ambiente (Adiconsum) di Pistoia, in qualità di segnalante.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

3. Il procedimento concerne la diffusione di un messaggio pubblicitario, pubblicato nel settimanale "*La Pulce*" e volto a promuovere i servizi di finanziamento con marchio *Projet97* offerti dal professionista.

4. Nel messaggio segnalato campeggia il marchio *Projet97* immediatamente seguito dal *claim* principale "*ti occorrono contanti subito per fare quello che ti pare?*". Subito sotto sono riportate alcune diciture indicanti che il professionista eroga prestiti veloci, semplici e sicuri "*a dipendenti o pensionati fino a 90 anni*"; "*anche in presenza di protesti, pignoramenti o altri prestiti in corso*". Inoltre, tra le altre, sono presenti affermazioni quali: "*risposta immediata sulla fattibilità senza inutili attese*"; "*- il miglior prestito ai tassi più convenienti*"; "*possibilità di acconto immediato appena ricevuta la documentazione*". Nel messaggio è riportata, altresì, una tabella con alcuni esempi di importi erogabili, durata e ammontare delle rate per il rimborso. In calce alla tabella, con caratteri di ridotte dimensioni, viene specificato "*TAEG variabile in funzione del piano di ammortamento, anzianità di servizio ed età del richiedente. Esempi riferiti a dipendente pubblico di 38 anni di età e 15 anni di servizio*".

Via di Poggio 8/12 - Ponte S. Pietro LUCCA
e-mail: projet97@alice.it - http://www.projet97.it

Projet97
CUC n° 54596

Tel. 0583 327010
Fax 0583 1770113
Cell. 349 7632029

NUMERO VERDE
300 178735
solo da rete fissa

CHIAMA SUBITO PER UN PREVENTIVO GRATUITO

**TI OCCORRONO CONTANTI SUBITO
PER FARE QUELLO CHE TI PARE?**

IL PRESTITO VELOCE, SEMPLICE e SICURO per lavoratori dipendenti o pensionati fino a 90 anni di età! Richiedibile anche in presenza di PROTESTI, PIGNORAMENTI o ALTRI PRESTITI in corso. Comodo rimborso mensile mediante trattenuta in busta paga o sul cedolino della pensione.

✓ Preventivi CHIARI e consulenti SERI sempre a disposizione.
✓ Risposta IMMEDIATA sulla fattibilità senza inutili attese.
✓ Il MIGLIOR prestito ai tassi più CONVENIENTI.
✓ Anche con altri prestiti in corso.
✓ TRANQUILLITÀ della copertura assicurativa obbligatoria.
✓ Tassi e tasse FISSI per tutta la durata del prestito.
✓ Possibilità di accento IMMEDIATO appena ricevuta la documentazione.

A disposizione del consumatore i fogli informativi creati in osservanza alle norme sulla trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari (D. L. 158/10/2010) - Messaggio pubblicitario con finalità promozionale ingiusta e veritiera

FINANZIATO	36 mesi	60 mesi	120 mesi
€ 4.000	€ 138	€ 89	€ 51
€ 5.000	€ 206	€ 132	€ 76
€ 10.000	€ 341	€ 219	€ 126
€ 12.000	€ 409	€ 262	€ 151
€ 15.000	€ 500	€ 327	€ 189

TAEQ variabile in funzione del piano di ammortamento, anzianità di servizio ed età del richiedente. Esempi riferiti a dipendente pubblico di 38 anni di età e 15 di servizio.

Rata a tasso fisso TAN 3.91%

IMPRESA EDILE
MULTISERVICE

- Ristrutturazione di edifici civili e industriali
- Costruzioni in cemento armato e muratura
- Opere murarie e finiture di interni
- Messa in opera di pavimenti e rivestimenti
- Manutenzioni Condominiali
- Controsoffitti e frangisplanc in cartongesso
- Opere pittoriche esterne, interne e decorative
- Impermeabilizzazione tetti e terrazzi
- Restauri e Risanamenti conservativi
- Deumidificazione e coibentazioni
- Opere di protezione termica ed acustica

338 4960798 - 0583 326254
SERVIZIO DI PRONTO INTERVENTO 24 SU 24 - PER TUTTE LE EMERGENZE DELLA VOSTRA CASA

5. Secondo il segnalante la mancata indicazione nel messaggio del TAEQ, pur in presenza di esempi di finanziamento, impedirebbe al consumatore di percepire il costo effettivo del prestito e di operare un confronto con altre proposte.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

6. A seguito di informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo e della segnalazione proveniente dall'Associazione Difesa Consumatori e Ambiente di Pistoia, in data 29 marzo 2011 è stato comunicato alle Parti l'avvio del procedimento istruttorio n. PS6548 nei confronti del professionista in relazione alla pratica commerciale sopra descritta, per presunta violazione degli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo.

7. Unitamente alla comunicazione di avvio è stata trasmessa all'impresa Projet97 una richiesta di informazioni alla quale il professionista ha risposto in data 20 aprile 2011.

8. Tale richiesta di informazioni è stata reiterata in data 9 maggio 2011 in considerazione del parziale riscontro fornito dal professionista il 20 aprile 2011.

9. Projet97 ha fornito riscontro in data 20 maggio 2011, producendo una memoria difensiva.

10. Il 30 maggio 2011 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

2) Le evidenze acquisite

11. Il professionista esercita l'attività di mediazione creditizia; non provvede direttamente all'erogazione dei finanziamenti ma opera sulla base di convenzioni stipulate con alcuni intermediari finanziari.

12. Per ciò che concerne la vantata rapidità del servizio offerto (*"ti occorrono contanti subito per fare quello che ti pare?"*), Projet97 ha prodotto copia della documentazione afferente alcuni contratti di finanziamento dalla quale si evince che il tempo che intercorre tra la data di sottoscrizione del contratto e l'effettiva erogazione del prestito è di circa un mese.

13. Projet97 ha rappresentato l'impossibilità di produrre documentazione comprovante l'esistenza di uno specifico vantaggio quanto al prezzo del finanziamento (*"il miglior prestito ai tassi più convenienti"*), evidenziando che detta documentazione sarebbe stata smarrita a causa di un'alluvione che ha interessato la zona di residenza del professionista.

14. L'accessibilità del prestito da parte di soggetti appartenenti a particolari categorie (*"...pensionati fino a 90 anni"*; *"anche in presenza di protesti, pignoramenti o altri prestiti in corso"*) non è generalizzata, in quanto tale possibilità riguarda esclusivamente i finanziamenti concessi ai pensionati dietro cessione di quote della pensione.

15. Quanto alla diffusione del messaggio pubblicitario sul n. 32/2010 del settimanale *"La Pulce"*, risulta che il contratto con l'agenzia di pubblicità è stato stipulato in data 14 ottobre 2009 e con scadenza 30 novembre 2010. Nei primi 4 mesi il messaggio relativo all'attività finanziaria è stato pubblicato ogni 3 settimane, nel restante periodo di vigenza del contratto è stato pubblicato ogni 6 settimane.

3) Le argomentazioni difensive del professionista

16. Il professionista ha fatto presente che per una mera svista, e diversamente da altre comunicazioni commerciali veicolate in precedenza, il messaggio segnalato non riporta le indicazioni relative alla misura del TAEG applicata ai finanziamenti. In ogni caso, le condizioni economiche alle quali sono stati concessi i prestiti sono quelle praticate dalle società finanziarie per conto delle quali il professionista ha svolto attività di mediazione. L'asserita convenienza di tali condizioni sarebbe stata verificata comparando le stesse con quelle prospettate in volantini diffusi da altri mediatori creditizi e troverebbe conferma nel fatto che alcuni consumatori, dopo aver valutato anche offerte di imprese concorrenti, avrebbero poi aderito alla proposta commerciale dello stesso professionista.

17. Projet97, inoltre, ha dichiarato che in relazione ai finanziamenti erogati nel periodo di riferimento nessun cliente si sarebbe avvalso della possibilità di richiedere anticipi a valere sui prestiti.

18. Da ultimo, il professionista ha fatto presente di aver cessato l'attività di mediazione in prodotti finanziari alla data del 31 dicembre 2010.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

19. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo stampa, in data 22 giugno 2011 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 15 luglio 2011, 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:

~ l'impostazione del messaggio pubblicitario è idonea a indurre in errore i consumatori in quanto non fornisce una indicazione chiara ed esaustiva relativamente all'attività svolta dal professionista, ovvero quella di mediazione creditizia. Anzi il reiterato utilizzo del termine "prestito" all'interno del messaggio ingenera confusione nel consumatore medio che può essere indotto a ritenere che sia la stessa Projet97 a concedere direttamente il mutuo o il prestito;

~ il messaggio non fornisce indicazioni corrette con riferimento alle condizioni temporali alle quali i finanziamenti reclamizzati vengono erogati. Sotto questo aspetto, l'espressione "Risposta immediata" può essere interpretata dal potenziale cliente nel senso di poter facilmente e rapidamente ottenere ciò che tramite gli altri canali è normalmente precluso mentre 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;

~ il profilo di scorrettezza sopra evidenziato assume maggiore rilevanza se messo in correlazione con le omissioni informative che caratterizzano la comunicazione promozionale relativamente al TAEG, il cui valore deve essere chiaramente indicato in ogni pubblicità di operazioni di credito al consumo in modo da rendere possibile ricavare il costo totale del finanziamento applicato al consumatore;

~ il messaggio appare inoltre inidoneo a informare in maniera veritiera e corretta i destinatari circa l'esistenza di uno specifico vantaggio rispetto al prezzo del finanziamento, quale variabile essenziale nella scelta di un determinato operatore finanziario;

~ pertanto, il messaggio pubblicitario risulta idoneo a indurre in errore le persone alle quali è rivolto o da esso raggiunte circa la qualifica dell'attività svolta dal professionista, le caratteristiche e le condizioni economiche alle quali i finanziamenti vengono effettivamente concessi e, a causa della sua ingannevolezza, è suscettibile di pregiudicare il comportamento economico dei destinatari inducendoli ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbero altrimenti preso.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

20. I profili di scorrettezza oggetto di valutazione con riferimento alla comunicazione pubblicitaria diffusa da Projet97 riguardano la natura dell'attività svolta dal professionista, le condizioni economiche e le caratteristiche dei finanziamenti reclamizzati.

21. Con riferimento alla qualifica di Projet97, la comunicazione promozionale, per le affermazioni in essa contenute (*"ti occorrono contanti subito per fare quello che ti pare? - possibilità di acconto immediato appena ricevuta la documentazione - risposta immediata sulla fattibilità senza inutili attese"*) avvalora nei destinatari della pubblicità la percezione che sia lo stesso professionista a corrispondere le somme di denaro richieste in prestito.

22. In realtà, le risultanze istruttorie hanno evidenziato che il professionista non eroga direttamente i finanziamenti, ma svolge esclusivamente attività di mediazione creditizia. Tale attività implica che i consumatori che avanzino richieste di finanziamento non possano avere alcuna certezza circa la concreta disponibilità del prestito, erogato, nei fatti, da un ente terzo. Sotto

tale profilo la comunicazione commerciale in esame risulta 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, devono 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.

23. Il messaggio diffuso dal professionista risulta altresì 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 riportano gli elementi essenziali da cui ricavare con esattezza i costi del finanziamento. Infatti, il TAEG, indicatore che consente al consumatore di valutare e calcolare l'esatto importo dell'intera operazione finanziaria è menzionato unicamente attraverso la specifica "*TAEG variabile in funzione del piano di ammortamento, anzianità di servizio ed età del richiedente...*"; in ragione della sua genericità, tale espressione non consente evidentemente al consumatore di calcolare l'entità degli oneri economici conseguenti all'erogazione del prestito e di effettuare un'adequata valutazione della reale convenienza dell'offerta, perché lo priva della 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.

24. La scorrettezza della comunicazione commerciale riguarda anche la tempistica di erogazione del credito indicata nel messaggio. In particolare, le modalità grafiche ed espressive utilizzate nella comunicazione promozionale ("*ti occorrono contanti subito per fare quello che ti pare?*") lasciano intendere che l'erogazione del prestito avvenga con immediatezza rispetto alla formulazione della relativa richiesta. Tuttavia, dalla documentazione versata in atti dal professionista, il tempo intercorrente tra la data di sottoscrizione del contratto e l'effettiva erogazione del prestito risulta essere di circa un mese in quanto la procedura di autorizzazione del finanziamento richiede l'intervento di più soggetti.

25. Il messaggio deve inoltre ritenersi non veritiero in relazione alla prospettata convenienza delle condizioni economiche praticate dal professionista. Infatti, l'enfasi con la quale viene veicolata la promessa pubblicitaria ("*il miglior prestito ai tassi più convenienti*") risulta evidentemente idonea a indurre i destinatari a ritenere, contrariamente al vero, che i finanziamenti offerti da Projet97 siano fruibili a prezzi in ogni caso più vantaggiosi di quelli ottenibili sul mercato in un dato momento. All'assolutezza dell'affermazione pubblicitaria si contrappone la parzialità e non oggettività del metodo utilizzato dal professionista per la comparazione tra le offerte presenti sul mercato, che consisteva nella raccolta periodica di volantini diffusi da altri mediatori creditizi contenenti l'offerta di finanziamenti. Appare evidente poi come l'ulteriore argomentazione della Parte, secondo cui alcuni consumatori, dopo aver valutato anche offerte di imprese concorrenti, avrebbero poi aderito alla proposta commerciale dello stesso professionista,

¹ Cfr. provv. 29-4-2005 - Istruzioni per i mediatori creditizi, pubblicato in Gazz. Uff. del 20 maggio 2005, n. 116, emanato dall'Ufficio Italiano Cambi.

non è idonea a dimostrare che i tassi di interesse praticati da Projet97 fossero i più convenienti tra quelli disponibili nel mercato di riferimento.

26. Da ultimo, deve addivenirsi ad un giudizio in termini di ingannevolezza del messaggio, in relazione alla prospettata generale fruibilità dei servizi del professionista da parte di pensionati anche con segnalazioni negative presso le banche dati di informazioni creditizie (“... *pensionati fino a 90 anni ... anche in presenza di protesti, pignoramenti o altri prestiti in corso*”). Al riguardo, le risultanze istruttorie evidenziano che per le medesime categorie di clientela la fruibilità dei finanziamenti è limitata ai soli soggetti che acconsentono alla cessione del quinto della pensione.

27. 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 sensibile 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.

28. 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 indurre in errore il consumatore medio con riferimento alla natura dell’attività svolta dal professionista, alle condizioni economiche e alle caratteristiche dei finanziamenti pubblicizzati.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

30. 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.

31. 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.

32. Considerati tali elementi, e avuto particolare riguardo alla circostanza che nell’esercizio 2009 il professionista ha conseguito ricavi pari a circa 13.000 euro e che nell’esercizio 2010 l’impresa è cessata senza realizzare alcun ricavo inerente l’attività di mediazione creditizia, si ritiene di determinare l’importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla Sig.ra Giovanna Napolitano, in qualità di titolare dell’impresa individuale Projet97, nella misura del minimo edittale.

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare in misure apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio con riferimento alla natura dell’attività svolta dal professionista, alle condizioni economiche e alle caratteristiche dei finanziamenti pubblicizzati;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla Sig.ra Giovanna Napolitano, in qualità di titolare dell'impresa individuale Projet97, 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 la diffusione o continuazione;

b) di irrogare alla Sig.ra Giovanna Napolitano, in qualità di titolare dell'impresa individuale Projet97, una sanzione amministrativa pecuniaria di 5.000 € (cinquemila euro).

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera b) deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando l'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997. Tale modello può essere presentato in formato cartaceo presso gli sportelli delle banche, di Poste Italiane S.p.A. e degli Agenti della Riscossione. In alternativa, il modello può essere presentato telematicamente, con addebito sul proprio conto corrente bancario o postale, attraverso i servizi di *home-banking* e CBI messi a disposizione dalle banche o da Poste Italiane S.p.A., ovvero utilizzando i servizi telematici dell'Agenzia delle Entrate, disponibili sul sito *internet* www.agenziaentrate.gov.it.

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

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'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 in considerazione della natura dell'illecito e per assicurare al pubblico la più ampia conoscenza della propria attività istituzionale.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 135, comma 1, lettera *b*), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, 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

PS7217 - DE BLASIO-SALDI 2011*Provvedimento n. 22677*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 agosto 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

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

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

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Fashion Bless S.p.A., già De Blasio S.p.A. (di seguito, anche "Fashion Bless") in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera b), del Codice del Consumo. La società è attiva nel commercio all'ingrosso e al dettaglio di articoli di abbigliamento per uomo, donna e bambino e, nel 2010, ha realizzato in Italia un fatturato pari a circa 39,5 milioni di euro e un utile pari a circa 108.000 euro.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dal professionista, consistente nell'aver prospettato ai consumatori informazioni non rispondenti al vero in merito all'entità degli sconti praticati nel proprio punto vendita sito nel centro commerciale "Euroma 2" di Roma in occasione dei saldi invernali di fine stagione 2010.

3. In particolare, con segnalazione pervenuta il 21 gennaio 2011 il Nucleo Speciale Tutela Mercato della Guardia di Finanza ha denunciato la presunta ingannevolezza dei prezzi pubblicizzati nel corso dei saldi invernali su alcuni prodotti in vendita presso il predetto negozio.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO**1) L'iter del procedimento**

4. In relazione alla pratica commerciale sopra descritta, in data 13 aprile 2011 è stato comunicato alla Parte l'avvio del procedimento istruttorio PS7217 per possibile violazione degli artt. 20 e 21 comma 1, lettera d), del Codice del Consumo.

5. In tale sede è stata in particolare ipotizzata l'ingannevolezza della condotta posta in essere dal professionista mediante la prospettazione ai consumatori di informazioni non rispondenti al vero in merito ai prezzi di vendita che sarebbero stati praticati prima dei saldi, nonché agli sconti applicati nel periodo dei saldi di fine stagione su alcuni capi di abbigliamento, rilevandone la possibile contrarietà alla diligenza professionale e l'idoneità a falsare in misura apprezzabile il

comportamento economico del consumatore medio in relazione all'effettiva convenienza economica dei prodotti in saldo commercializzati presso il punto vendita.

6. Contestualmente all'avvio del procedimento al professionista è stato richiesto di fornire alcune informazioni utili alla valutazione della pratica commerciale in esame ed è stata comunicata, ai sensi dell'art. 27, comma 5, del Codice del Consumo, l'attribuzione dell'onere della prova sull'esattezza dei dati di fatto connessi alla pratica commerciale oggetto di istruttoria. La Parte non ha fornito riscontro alle suddette richieste.

7. In data 16 giugno 2011 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione fissata per il 7 luglio 2011 della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

8. In data 13 luglio 2011 è pervenuta la memoria difensiva del professionista.

2) Le evidenze acquisite

9. Da alcune rilevazioni fotografiche effettuate dal Nucleo Speciale Tutela Mercato della Guardia di Finanza, presso il citato punto vendita, nelle date del 17 dicembre 2010 e 13 gennaio 2011, rispettivamente antecedenti e successive all'inizio dei saldi, e acquisite agli atti, risulta che alcuni prodotti posti in vendita presentavano, nel corso dei saldi invernali di fine stagione, un prezzo di partenza superiore rispetto a quello praticato prima dell'inizio dei saldi stessi.

10. Tale comportamento riguarda, nello specifico, un paio di jeans "De Blasio" (n. 10I4033) pubblicizzato il 17 dicembre 2010 al prezzo di 39,99 euro e, il 13 gennaio 2011, al prezzo di saldo di 29,99 euro risultante dallo sconto del 50% applicato al prezzo di 59,99 euro riportato sul cartellino di vendita; un giubbino nero "De Blasio" (n. 10I6032) pubblicizzato il 17 dicembre 2010 al prezzo di 59,99 euro e, il 13 gennaio 2011, al prezzo di saldo di 39,99 euro risultante dallo sconto del 56% applicato al prezzo di 89,99 euro riportato sul cartellino di vendita.

11. Contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento è stata comunicata alla Parte l'attribuzione dell'onere di dimostrare che il prezzo prospettato al consumatore nel corso dei saldi invernali come "prezzo da scontare" era stato effettivamente praticato dal professionista nel corso della stagione invernale stessa. Il professionista, pur avendo ricevuto la comunicazione di avvio in data 18 aprile 2011, ha presentato la propria memoria difensiva solo in data 13 luglio 2011, senza fornire gli elementi probatori richiesti.

3) Le argomentazioni difensive della Parte

12. Nella memoria pervenuta in data 13 luglio 2011 il professionista ha eccepito, in sintesi, quanto segue:

~ l'illegittimità dell'attività svolta dalla Guardia di Finanza in quanto la stessa non avrebbe rispettato le procedure previste per l'accertamento dell'imposta sul valore aggiunto e dell'imposta sui redditi richiamate dall'art. 27, comma 2, del Codice del Consumo con conseguenti effetti invalidanti sul procedimento istruttorio PS7217;

~ l'assenza di valore probatorio delle rilevazioni fotografiche effettuate dal Nucleo della Guardia di Finanza prima dell'inizio dei saldi nella misura in cui le stesse, in assenza di una indicazione del codice identificativo dei capi, non consentirebbero di dimostrare con certezza la corrispondenza tra i prodotti che compaiono nelle rilevazioni del 17 dicembre 2010 e quelli del 13 gennaio 2011.

IV. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

13. In via preliminare, non può essere accolta l'eccezione sollevata dal professionista in merito alla presunta illegittimità dell'attività svolta dal Nucleo Speciale Tutela Mercato della Guardia di Finanza e agli effetti che la stessa determinerebbe sul procedimento in esame. Infatti, la denuncia della Guardia di Finanza non rappresenta un atto istruttorio ma una mera segnalazione formulata a seguito di una attività autonomamente svolta dalla GDF finalizzata alla rilevazione dei prezzi praticati dal professionista nel corso dei saldi.

14. Nel merito, la pratica commerciale oggetto di esame consiste nella diffusione di informazioni non rispondenti al vero in merito al prezzo normale di vendita praticato prima dei saldi e all'entità degli sconti applicati dal professionista, nel corso dei saldi invernali di fine stagione 2010, sui capi di abbigliamento venduti presso il proprio punto vendita sito nel centro commerciale "Euroma 2" di Roma.

15. Al riguardo, è opportuno osservare, in via preliminare, che il consumatore intenzionato a effettuare acquisti in periodo di saldi nutre la legittima e ragionevole aspettativa che il prezzo degli articoli offerti in saldo nei vari esercizi commerciali sia inferiore a quello normalmente praticato sui medesimi articoli dallo stesso punto vendita in altri periodi dell'anno e che tale maggiore convenienza corrisponda effettivamente all'entità dello sconto indicato. Questa considerazione trova peraltro fondamento e riscontro nella stessa normativa sul commercio contenuta nel Decreto Legislativo del 31 marzo 1998 n. 114, la quale prevede (art. 15) che nelle vendite di fine stagione, *«il negoziante è tenuto ad indicare il prezzo normale di vendita, lo sconto e il prezzo finale scontato»*.

16. Dalle evidenze acquisite agli atti si evince che i prodotti posti in vendita presso l'esercizio commerciale e, in particolare, i capi di abbigliamento oggetto delle rilevazioni fotografiche del 13 gennaio 2011 da parte della Guardia di Finanza presentavano, nel corso dei saldi invernali di fine stagione, un prezzo da scontare mai praticato dal punto vendita.

17. Al riguardo, infatti, il professionista non ha fornito alcun riscontro all'attribuzione dell'onere di dimostrare che il prezzo prospettato al consumatore nel corso dei saldi invernali come prezzo da scontare era stato effettivamente praticato dal professionista nel corso della stagione invernale, con conseguente inesattezza dei dati di fatto connessi alla pratica commerciale.

18. Nel caso di specie, pertanto, il prezzo presentato nel corso dei saldi come base di calcolo per l'applicazione dello sconto non può ritenersi corrispondente al "prezzo normale di vendita" effettivamente praticato dal professionista durante la stagione invernale; dal che discende, per conseguenza, la non veridicità delle percentuali di sconto indicate dal professionista in relazione ai capi di abbigliamento esposti nelle vetrine del proprio esercizio commerciale durante il periodo dei saldi invernali 2010 e oggetto delle rilevazioni fotografiche in atti.

19. In proposito, del tutto inconferente appare l'eccezione mossa dal professionista in merito al valore probatorio delle rilevazioni fotografiche effettuate dal Nucleo della Guardia di Finanza prima dell'inizio dei saldi, in data 17 dicembre 2010.

20. Al riguardo, si osserva, in primo luogo, che tali rilevazioni rappresentano un documento proveniente da un pubblico ufficiale che, in quanto tale, ha validità di prova fino a querela di falso; in secondo luogo, che la mancata corrispondenza del prezzo pieno indicato nel corso dei saldi come prezzo da scontare e il prezzo normalmente praticato dal professionista nel corso della

stagione, nonché la conseguente alterazione delle percentuali di sconto pubblicizzate, risulta dimostrata dal mancato assolvimento dell'onere della prova attribuito al professionista nel corso dell'istruttoria e non solo dal confronto tra le predette rilevazioni fotografiche.

21. Alla luce delle considerazioni svolte, la pratica commerciale contestata deve pertanto ritenersi ingannevole, in quanto suscettibile di indurre in errore il consumatore medio in relazione alla reale convenienza economica dei prodotti offerti dal professionista, mediante la prospettazione di informazioni non rispondenti al vero in merito al prezzo normale di vendita e all'effettiva entità degli sconti praticati da Fashion Bless nel periodo dei saldi di fine stagione sui capi d'abbigliamento oggetto di rilevazione fotografica e, in particolare, sui jeans "De Blasio" contraddistinti dal codice identificativo n. 10I4033 e sul giubbino nero "De Blasio" contraddistinto dal codice identificativo n. 10I6032.

22. La condotta del professionista non risulta peraltro conforme al livello di ordinaria diligenza ragionevolmente esigibile nel caso di specie. Il rispetto dei principi di correttezza e buona fede nonché lo stesso requisito di trasparenza riguardo lo sconto applicato nelle vendite di fine stagione contenuto nel citato Decreto Legislativo del 31 marzo 1998 n. 114, avrebbero infatti richiesto al professionista di riferire e applicare la percentuale di sconto al prezzo normalmente praticato dallo stesso professionista nel periodo antecedente l'inizio dei saldi di fine stagione.

23. La pratica commerciale risulta, pertanto, scorretta ai sensi degli articoli 20 comma 2 e 21 comma 1, lettera d) del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione ai prodotti offerti dal professionista, mediante la diffusione di informazioni non rispondenti al vero in merito al prezzo normale di vendita e all'effettiva entità degli sconti applicati presso il proprio esercizio commerciale nel corso dei saldi invernali 2011.

VII. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

24. 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.

25. 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.

26. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto della dimensione economica di Fashion Bless che nel 2010 ha realizzato un fatturato pari a circa 39,5 milioni di euro. Si tiene conto inoltre, della limitata ampiezza della pratica che, secondo le evidenze acquisite agli atti, ha riguardato un solo punto vendita ed ha interessato solo due prodotti.

27. Per quanto riguarda poi la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti, risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere per un solo giorno, il 13 gennaio 2011.

28. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Fashion Bless S.p.A. nella misura di 10.000 (*diecimila*) euro.

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2 e 21, comma 1, lettera d), del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione ai prodotti offerti dal professionista, mediante la diffusione di informazioni non rispondenti al vero in merito al prezzo normale di vendita e all'effettiva entità degli sconti applicati presso il proprio esercizio commerciale sito nel centro commerciale "Euroma 2" nel corso dei saldi invernali 2011;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Fashion Bless S.p.A. costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, e 21, lettera d), del Codice del Consumo e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare alla società Fashion Bless S.p.A. 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, utilizzando l'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997. Tale modello può essere presentato in formato cartaceo presso gli sportelli delle banche, di Poste Italiane S.p.A. e degli Agenti della Riscossione. In alternativa, il modello può essere presentato telematicamente, con addebito sul proprio conto corrente bancario o postale, attraverso i servizi di *home-banking* e CBI messi a disposizione dalle banche o da Poste Italiane S.p.A., ovvero utilizzando i servizi telematici dell'Agenzia delle Entrate, disponibili sul sito *internet* www.agenziaentrate.gov.it.

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

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento medesimo. 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 in considerazione della natura dell'illecito e per assicurare al pubblico la più ampia conoscenza della propria attività istituzionale.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 135, comma 1, lettera *b*), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, 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 XXI- N. 31 - 2011

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
