



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXII - n. 3

Pubblicato sul sito *www.agcm.it*
il 7 febbraio 2012

SOMMARIO

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE	5
A396C - GARGANO CORSE/ACI	
<i>Provvedimento n. 23219</i>	5
OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	7
C11373 - EUROPAM/SERVIZIO ASSISTENZA BRUCIATORI	
<i>Provvedimento n. 23221</i>	7
C11403 - PRECISION CAPITAL/KBL EUROPEAN PRIVATE BANKERS	
<i>Provvedimento n. 23222</i>	10
C11433 - MANUTENZIONE INSTALLAZIONE ASCENSORI/ABM	
<i>Provvedimento n. 23223</i>	13
C11434 - ENEL GREEN POWER & SHARP SOLAR ENERGY/ALTOMONTE FV	
<i>Provvedimento n. 23224</i>	19
C11435 - HERAMBIENTE/FERONIA	
<i>Provvedimento n. 23225</i>	22
C11436 - KUWAIT PETROLEUM ITALIA/RAMO DI AZIENDA DI GIGLIO	
<i>Provvedimento n. 23226</i>	26
C11438 - ENEL GREEN POWER & SHARP SOLAR ENERGY/SORGENTE SOLARE CALABRIA	
<i>Provvedimento n. 23227</i>	29
C11439 - TENOVA/BATEMAN ENGINEERING	
<i>Provvedimento n. 23228</i>	32
C11440 - HERA ENERGIE RINNOVABILI/AMON	
<i>Provvedimento n. 23229</i>	37
C11441 - HERA ENERGIE RINNOVABILI/ESOLE	
<i>Provvedimento n. 23230</i>	40
ATTIVITA' DI SEGNALEZIONE E CONSULTIVA	43
AS908 - COTRAL SPA - DOCUMENTAZIONE DI GARA RELATIVA ALL'AFFIDAMENTO DELLA FORNITURA DI RICAMBI DI CARROZZERIA ORIGINALI - MANUTENZIONE DI AUTOBUS FIAT-IVECO-IRISBUS	
	43
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	45
IP106 - ONEMEET	
<i>Provvedimento n. 23189</i>	45
PS6793 - TISCALI-FATTURAZIONE POST RECESSO	
<i>Provvedimento n. 23215</i>	54
PS7361 - EXPERT E CHIODI EUROPE-SCONTATISSIMI	
<i>Provvedimento n. 23216</i>	63

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

A396C - GARGANO CORSE/ACI

Provvedimento n. 23219

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 gennaio 2012;

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

VISTA la propria delibera dell'11 maggio 2011, con la quale è stato avviato, nei confronti dell'ACI 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, con particolare riferimento al fatto che l'ACI avesse "reintegrato" nel proprio Statuto l'art. 17, lettera n), il quale prevedeva che "il Consiglio generale dell'ACI approva i regolamenti di cui agli articoli 25 e 26" di C.S.A.I. - Commissione sportiva automobilistica italiana (di seguito, CSAI);

VISTA la propria delibera n. 22680 del 4 agosto 2011 con la quale il termine di conclusione del procedimento è stato prorogato al 20 ottobre 2011;

VISTA la propria delibera del 18 ottobre 2011, con la quale, oltre a disporre la proroga del procedimento al 18 gennaio 2012 e la sostituzione del funzionario responsabile del procedimento, è stata disposta nei confronti dell'ACI un'estensione oggettiva del procedimento ai sensi dell'articolo 14-ter, comma 2, della legge 10 ottobre 1990, n. 287, con riguardo al fatto che alcuni articoli del Regolamento CSAI non sarebbero stati modificati come previsto dagli impegni accolti dall'Autorità. In particolare, il testo degli articoli 22, 25 e 31.1 del Regolamento CSAI non sarebbe risultato conforme agli impegni, mentre l'art. 16 del Regolamento nazionale sportivo (di seguito, RNS) avrebbe incluso la specialità "gymkane" fra le attività "a ridotto contenuto agonistico" e non fra quelle "ludiche" o "non agonistiche";

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATA la complessità della fattispecie oggetto dell'istruttoria;

RITENUTO, pertanto, di doversi procedere ad una proroga del termine di conclusione del procedimento;

DELIBERA

di prorogare al 17 febbraio 2012 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

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

C11373 - EUROPAM/SERVIZIO ASSISTENZA BRUCIATORI

Provvedimento n. 23221

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 gennaio 2012;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTE la comunicazione della società Europam S.r.l., pervenuta in data 22 novembre 2011;

VISTA la propria richiesta di informazioni, inviata in data 20 dicembre 2011, con conseguente interruzione dei termini ai sensi dell'articolo 5, comma 3, del D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTE le informazioni aggiuntive della società Europam pervenute in data 27 dicembre 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Europam S.r.l. (di seguito, Europam) è una società attiva nello stoccaggio, miscelazione, trasporto e commercializzazione di combustibili e carburanti nonché nella costruzione, manutenzione e gestione di impianti di distribuzione carburanti. Europam è anche attiva nell'installazione, gestione, manutenzione e riparazione di impianti di riscaldamento e climatizzazione e altre tipologie di impianti nonché nella costruzione, manutenzione e gestione di centri di assistenza tecnica e officine meccaniche per automezzi.

Europam è soggetta al controllo congiunto di Black Oils S.p.A. (di seguito, Black Oils) e TotalErg S.p.A. (di seguito, TotalErg), che detengono quote rispettivamente pari al 75,70% e al 24,30% del capitale sociale¹. Black Oils è attiva nella commercializzazione di prodotti petroliferi e nella costruzione e gestione di impianti di distribuzione carburanti esclusivamente attraverso Europam. TotalErg è attiva nella raffinazione nonché nel commercio di prodotti petroliferi, sia attraverso una rete di distributori carburanti che nel canale extra-rete.

Nell'esercizio chiuso il 30 giugno 2011 Europam ha realizzato, interamente in Italia, un fatturato di 478,9 milioni di euro. Il fatturato realizzato in Italia nel 2010 da TotalErg è stato pari a 6.627,7 milioni di euro mentre nell'esercizio chiuso il 30 giugno 2011 Black Oils ha realizzato un fatturato pari a 483,5 milioni di euro².

Servizio Assistenza Bruciatori di E. Fanciullacci & C. S.n.c. (di seguito, Servizio Assistenza Bruciatori) è attiva nella riparazione di bruciatori, installazione di impianti di riscaldamento e simili. Il capitale sociale è posseduto da due persone fisiche. Nel 2010 Servizio Assistenza Bruciatori ha realizzato un fatturato pari a 1,1 milioni di euro.

¹ Cfr. provv. n. 14943 del 30 novembre 2005, C7296 – OPAM OILS / BLACK OILS – ERG PETROLI, in Boll. n. 48/05.

² In tale fatturato è consolidato quello realizzato da Europam.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione da parte di Europam dell'intero capitale sociale di Servizio Assistenza Bruciatori, previa trasformazione di quest'ultima in una società a responsabilità limitata.

Nell'ambito dell'operazione comunicata i soci di Servizio Assistenza Bruciatori si sono impegnati, per un periodo di cinque anni e limitatamente alla provincia di Genova, a non svolgere attività in concorrenza con quella della stessa società, né a partecipare o collaborare con società o enti che svolgano dette attività in concorrenza; parimenti, essi si sono impegnati a non porre in essere atti volti a sviare la clientela o a stornare dipendenti e collaboratori di Servizio Assistenza Bruciatori.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 468 milioni di euro.

Il patto di non concorrenza descritto in precedenza può essere qualificato come accessorio alla concentrazione comunicata nella misura in cui contiene restrizioni direttamente connesse alla realizzazione dell'operazione e ad essa necessarie³. In particolare, nel caso di specie gli impegni assunti dai venditori vanno a beneficio dell'acquirente e rispondono all'esigenza di garantire a quest'ultima il trasferimento dell'effettivo valore dell'azienda. Ciò, tuttavia, a condizione che, la durata del suddetto patto sia limitata a soli due anni⁴.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato rilevante

L'operazione in esame riguarda il mercato dell'installazione e manutenzione di impianti di riscaldamento e di climatizzazione⁵, che comprende anche la trasformazione e l'ampliamento degli impianti esistenti.

Sebbene il mercato dell'installazione degli impianti si possa astrattamente distinguere dal mercato della manutenzione e dell'assistenza, non essendo prevista dalla legge alcuna distinzione nelle abilitazioni necessarie a svolgere le due attività, gli operatori economici tendono a fornire entrambi i servizi per cui non è possibile distinguere tra installatori e manutentori di impianti.

In relazione ai servizi di verifica e di manutenzione degli impianti termici a gas, va rilevato che la domanda di tali servizi si è sviluppata a seguito dell'entrata in vigore di provvedimenti normativi che hanno imposto degli *standard* qualitativi da rispettare al fine di rispondere ad alcune esigenze in tema di sicurezza degli impianti e risparmio energetico.

³ Si veda, al riguardo, la Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (G.U.C.E. 2005/C-56/03 del 5 marzo 2005).

⁴ Infatti, ai sensi della Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (G.U.C.E. 2005/C-56/03 del 5 marzo 2005), le clausole di non concorrenza sono giustificate per un periodo massimo di tre anni, quando la cessione dell'impresa comprende il trasferimento della fedeltà dei clienti tanto come avviamento dell'azienda che come *know-how*, e per un periodo massimo di due anni quando, come nel caso di specie, è limitata all'avviamento dell'azienda.

⁵ Cfr. provv. n. 17189 del 3 agosto 2007, C8673 – CAROLI GIOVANNI ENERGY SERVICE COMPANY/RAMO D'AZIENDA DI TERMOSELE in Boll. n. 31/07.

Dal punto di vista della dimensione geografica, il mercato interessato ha un'ampiezza locale, essendo un tipico mercato in cui vengono offerti e domandati servizi alle famiglie le quali hanno una scarsa propensione a ricercare i suindicati servizi fuori dell'area locale.

Nel caso in esame, quindi, il mercato dell'installazione e della manutenzione degli impianti termici e di climatizzazione coincide con la provincia di Genova.

Effetti dell'operazione

Nel 2010 Europam deteneva nel mercato rilevante una quota stimabile pari al 3,1%; quanto a Servizio Assistenza Bruciatori nel medesimo anno la quota ad esso afferente era pari all'1,7% circa. In considerazione della ridotta dimensione delle quote di mercato delle società interessate, l'operazione comunicata non appare idonea a modificare in maniera significativa le condizioni competitive del mercato dell'installazione e della manutenzione degli impianti termici e di climatizzazione della provincia di Genova.

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

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

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

C11403 - PRECISION CAPITAL/KBL EUROPEAN PRIVATE BANKERS*Provvedimento n. 23222*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 gennaio 2012;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione di Precision Capital S.A., pervenuta in data 7 dicembre 2011;

VISTO il parere dell'ISVAP, pervenuto in data 5 gennaio 2012;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Precision Capital S.A. è una società d'investimento, disciplinata dalla legge lussemburghese, interamente controllata dalla holding Pioneer Capital S.A., società a sua volta controllata da una persona fisica. L'oggetto sociale di Precision Capital consiste in investimenti in imprese attive nei più vari settori, da quello immobiliare a quelli del commercio e dell'industria.

Nel 2010 Precision Capital ha realizzato un fatturato a livello mondiale di circa [100-468]¹ milioni di euro di cui circa [47-100] milioni di euro in Europa. In Italia, Precision Capital non ha prodotto alcun fatturato.

KBL European Private Bankers S.A. (KBL) è una società per azioni controllata dalla KBC Group NV (KBC) attiva nel settore finanziario. KBL opera in Italia solo attraverso la società Vitis Life S.A. attiva nel settore assicurativo vita.

Nel 2009, il fatturato complessivo realizzato da KBL a livello mondiale calcolato ai sensi dell'art. 16, commi 1 e 2, della legge n. 287/90 è stato di circa 600 milioni di euro. In Italia il fatturato realizzato da KBL è stato di circa [100-468] milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione da parte di Precision Capital del controllo esclusivo di KBL, da realizzarsi attraverso l'acquisto del 99,91% del capitale di quest'ultima detenuto dal gruppo KBC.

L'operazione prevede restrizioni accessorie aventi ad oggetto un patto di non concorrenza della durata di tre anni da parte di KBC nei confronti di KBL relativo al settore del *private banking* e l'impegno di KBC a non effettuare storno di dipendenti e a non porre in essere attività pubblicitarie volte ad acquisire la clientela di KBL nel settore del *private banking* per un periodo di due anni dalla realizzazione della concentrazione. Tali restrizioni non operano in Italia.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame, in quanto comporta l'acquisizione del controllo esclusivo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/90. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione

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

preventiva previsto dall'articolo 16, commi 1 e 2, della medesima legge, in quanto il fatturato realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'impresa di cui è prevista l'acquisizione è stato superiore a 47 milioni di euro.

Quanto alle restrizioni accessorie, queste attengono ad un mercato diverso da quello oggetto della presente valutazione, riferendosi al settore del *private banking* e non operano in Italia.

IV. IL PARERE DELL'ISVAP

L'ISVAP, con parere pervenuto in data 5 gennaio 2012, non ha evidenziato nell'operazione la sussistenza di elementi idonei ad alterare l'assetto concorrenziale preesistente.

V. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

L'operazione in esame interessa i mercati assicurativi vita, in quanto KBL opera in Italia in tali mercati attraverso la controllata Vitis Life S.A.

Come emerso da numerosi precedenti dell'Autorità, la tipologia di servizi offerti, nonché le esigenze manifestate dalla domanda e le peculiarità degli stessi contesti competitivi, sono tali da distinguere ogni ramo assicurativo in distinti mercati del prodotto. Inoltre, in ogni ramo assicurativo vita, come sopra definito, devono considerarsi, separatamente, il mercato della fase della produzione a monte dal mercato della fase distributiva a valle.

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

Le quote detenute nei mercati assicurativi vita dalla KBL, attraverso la controllata Vitis Life S.A. risultano essere a livello produttivo inferiori al 2% e a livello distributivo inferiori al 5%. Considerata la limitatezza dell'ambito di attività italiana di KBL e data la natura quasi insignificante della quota di mercato detenuta per il tramite di Vitis Life e non essendo l'acquirente attivo nel mercato rilevante, l'operazione in esame realizza la mera sostituzione di un operatore con un altro, senza produrre alcuna sovrapposizione orizzontale.

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

RITENUTO altresì, che gli obblighi di non concorrenza previsti non rappresentino una restrizione accessoria alla presente operazione e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove ne sussistano i presupposti, le suddette pattuizioni;

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

C11433 - MANUTENZIONE INSTALLAZIONE ASCENSORI/ABM*Provvedimento n. 23223*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 gennaio 2012;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Manutenzione Installazione Ascensori S.p.A., pervenuta in data 28 dicembre 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

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

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

Il fatturato conseguito dal gruppo Manutencoop nell'esercizio 2010 è stato complessivamente pari a [1-2]¹ miliardi di euro, di cui [1-2] miliardi di euro e [10-47] milioni di euro per vendite realizzate rispettivamente in Italia e nel resto dell'Unione europea.

Abm S.r.l. (di seguito, Abm) è una società italiana che offre servizi di manutenzione e riparazione di impianti elevatori svolgendo altresì, in minor misura, l'attività di vendita e installazione dei medesimi prodotti.

Il capitale sociale di Abm, che da parte sua non controlla alcuna società, risulta suddiviso in parti eguali tra due persone fisiche.

Il fatturato realizzato, nel corso del 2010 e interamente in Italia, da Abm è stato complessivamente pari a 1 milione di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame riguarda l'acquisizione, da parte di Mia e quindi del gruppo Manutencoop, del controllo di Abm mediante l'acquisto di una frazione del relativo capitale sociale pari al 77% circa (frazione ceduta in ugual misura da entrambe le persone fisiche attualmente socie).

L'operazione prevede inoltre alcune clausole di non concorrenza e di non sollecitazione. In particolare, le due persone fisiche attualmente socie si impegnano, per un periodo di tre anni (a partire dalla cessazione del rapporto di lavoro che si instaurerà con Abm) e relativamente al territorio delle regioni Veneto, Trentino Alto Adige, Friuli Venezia Giulia ed Emilia Romagna, a non svolgere -direttamente o indirettamente- alcuna attività in concorrenza con Abm e Mia e a non assumere interesse alcuno in società concorrenti, nonché a non sollecitare -direttamente o indirettamente- clienti e personale di Abm, Mia o di altre società del gruppo da questa partecipate.

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

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90 non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge in quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 468 milioni di euro.

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

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

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

Dal lato della domanda, in particolare, i soggetti che richiedono i servizi in questione sono di regola diversi: per quel che riguarda la vendita e l'installazione di nuovi impianti, si tratta in prevalenza dell'impresa edile che ha in carico la costruzione (o la ristrutturazione) dello stabile interessato, mentre nel caso della manutenzione e riparazione di impianti esistenti la domanda origina dai proprietari degli immobili (pubblici e privati) o dagli amministratori di condominio. Nel dettaglio, l'intervento manutentivo -peraltro previsto per legge⁵- può essere di tipo ordinario

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

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

⁴ Cfr. da ultimo Prov. n. 23180 del 21 dicembre 2011, C11401 - OTIS SERVIZI/VIBI ASCENSORI, in Boll. n. 51/11.

⁵ Ai sensi della normativa in vigore (Dpr n. 162/99), gli ascensori e le scale mobili devono essere sottoposti a visite periodiche, a cadenza non soltanto biennale (da parte di enti competenti quali Asl, agenzie regionali per la protezione dell'ambiente, Ministero del lavoro, organismi di certificazione) ma anche semestrale, da parte di imprese abilitate e con personale tecnico munito di apposito patentino (legge n. 1415/42). Il Dpr n. 162/99 richiede inoltre di indicare

(in caso di verifica di integrità/efficienza, revisione, pulizia e sostituzione di piccole parti o componenti usurati o danneggiati, operazioni effettuate con regolarità -annotandone i risultati sul relativo libretto- al fine di garantire e preservare la sicurezza e la funzionalità degli impianti) ovvero straordinario (ammodernamento, anche a fini estetico-funzionali, e adeguamento degli impianti alle nuove normative fino, eventualmente, alla loro integrale sostituzione).

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

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

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

In generale, la capacità produttiva delle imprese, intesa in particolare quale estensione e volume dei servizi offerti, dipende prevalentemente dalla quantità e dall'organizzazione del personale tecnico impiegato.

L'elevato numero di imprese, anche di piccola e piccolissima dimensione, che svolgono in particolare attività di manutenzione e riparazione testimonia dell'ampiezza del relativo bacino di utenza, elemento che rappresenta una peculiarità del contesto italiano dove, rispetto ad altri Paesi con una superficie territoriale anche maggiore, il numero di impianti in funzione è sensibilmente superiore. Tra le ragioni è possibile individuare, oltre alla generalmente elevata vita utile degli impianti che richiede di conseguenza una continua attività di manutenzione, la normativa di settore che, in Italia, prevede l'obbligatorietà non solo della manutenzione periodica, ma anche della stessa presenza e installazione (con la conseguente necessaria manutenzione successiva) di impianti di sollevamento in edifici con più di tre piani⁶.

Infine, anche l'importanza del fattore prezzo è generalmente diversa. Nel caso dell'installazione, e soprattutto per gli impianti di fascia medio alta, la scelta del fornitore operata dal progettista ingegnere o architetto si basa anche su elementi quali le caratteristiche tecniche e qualitative, la *performance*, il pregio dei materiali e l'estetica per una maggiore personalizzazione dell'impianto; assumono inoltre rilievo il supporto di consulenza, il marchio aziendale e lo sviluppo di soluzioni tecnologiche avanzate. Nel caso della manutenzione, i condomini risultano generalmente più propensi ad accettare servizi di qualità corrente purché ad un prezzo contenuto. Da questo punto di

nell'ascensore quale sia l'impresa incaricata delle visite periodiche; nelle targhette affisse negli impianti è così presente la relativa denominazione sociale e gli eventuali marchi.

⁶ In particolare, la legge n. 13/89 e il suo decreto di attuazione (Dm n. 236/89) prevedono, nei casi di nuova costruzione o di ristrutturazione completa di immobili con più di tre piani, l'installazione di un ascensore per ogni scala.

vista i contratti di manutenzione e riparazione presentano inoltre, in genere, una durata più contenuta in particolare per quel che riguarda condomini e soggetti privati⁷, maggiore invece nel caso di clienti diversi (quali ad esempio strutture commerciali e settore pubblico).

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

Il mercato geografico

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

Per quanto attiene alla vendita e installazione di nuovi impianti, il mercato è da ritenersi esteso al territorio regionale, in ragione del fatto che le imprese edili hanno maggiori possibilità di ricercare condizioni di fornitura più vantaggiose a livello regionale senza che la tempestività del servizio assuma una rilevanza essenziale nella scelta⁸. Peraltro, soprattutto le imprese di costruzione di maggiori dimensioni possono rivolgersi, per grandi commesse, a fornitori di regioni diverse da quella di appartenenza.

Diversamente, il mercato della manutenzione e riparazione di impianti esistenti può ritenersi al più di dimensione provinciale. L'economicità e la tempestività dell'intervento rappresentano infatti, in questo caso, fattori competitivi di primaria importanza, non solo considerando i possibili casi di urgenze (persone bloccate nelle cabine) ma anche in relazione a situazioni diverse quali una protratta impossibilità di uso dell'impianto causa guasto dello stesso. Tali fattori, per essere soddisfatti al meglio, richiedono la presenza dell'impresa manuttrice nelle vicinanze degli impianti da servire così da superare, o quantomeno attenuare, eventuali problemi derivanti da fattori esterni (distanze, difficoltà di collegamento, ecc), contenendo altresì il costo della mano d'opera e quindi il prezzo del servizio reso.

Pertanto, alla luce delle zone di operatività dell'impresa oggetto di acquisizione, il mercato geografico rilevante *sub* (i) può essere assunto su scala regionale, corrispondente in particolare alla regione Veneto, e il mercato geografico rilevante *sub* (ii) può essere assunto su scala provinciale, corrispondente in particolare alle province di Venezia, Belluno, Gorizia, Padova, Pordenone, Trieste, Treviso, Udine, Vicenza e Verona.

Effetti dell'operazione

L'incidenza stimata per Abm risulta ampiamente inferiore all'1% in tutti i suddetti mercati provinciali dei servizi di manutenzione e riparazione ascensori, tranne che nei casi delle province di Venezia, Padova e Vicenza dove, comunque, si mantiene su valori inferiori al 2,5%. Al riguardo, l'unica sovrapposizione di rilievo con l'attività del gruppo acquirente si registra nella provincia di Venezia: in questo caso, ad ogni modo, la quota aggregata delle parti raggiungerà livelli contenuti (12% circa).

⁷ Ciò risulta favorito anche dal fatto che i condomini (e i proprietari privati) sono considerati come consumatori ai sensi del Codice del consumo, e che i contratti pluriennali necessitano in genere del voto assembleare in quanto eccedenti i poteri dell'amministratore di condominio.

⁸ Cfr. da ultimo Prov. n. 22631 del 19 luglio 2011, C11134 - *VOEM SERVIZI/SIEL ASCENSORI*, in Boll. n. 29/11.

Quanto al mercato della vendita e installazione impianti nella regione Veneto, la quota congiunta risentirà di un apporto limitato della parte oggetto di acquisizione (di poco superiore al 2%) e, comunque, non supererà il 3% complessivo.

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

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

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

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

C11434 - ENEL GREEN POWER & SHARP SOLAR ENERGY/ALTOMONTE FV*Provvedimento n. 23224*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 gennaio 2012;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la legge 24 novembre 1981, n. 689;

VISTO, in particolare, l'articolo 19, comma 2, della legge 10 ottobre 1990, n. 287, ai sensi del quale, nel caso in cui le imprese non abbiano ottemperato agli obblighi di comunicazione preventiva di cui al comma 1 dell'articolo 16 della medesima legge, l'Autorità può infliggere loro sanzioni amministrative pecuniarie fino all'1% del fatturato dell'anno precedente a quello in cui è effettuata la contestazione;

VISTA la comunicazione della società Enel Green Power & Sharp Solar Energy. S.r.l., pervenuta il 28 dicembre 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Enel Green Power & Sharp Solar Energy S.r.l. (di seguito, ESSE) è una società dedicata allo sviluppo, progettazione, costruzione, detenzione e gestione di impianti fotovoltaici. ESSE è controllata congiuntamente da Enel Green Power S.p.A. (di seguito, EGP), società del gruppo Enel che opera nel settore delle energie rinnovabili, e dal gruppo Sharp, attivo a livello mondiale nella realizzazione di prodotti *high tech* e di componenti elettronici. In particolare, EGP ed il gruppo Sharp, quest'ultimo nella misura del 40% attraverso Sharp Corporation e del 10% attraverso la controllata italiana Sharp Electronics Italy S.p.A. (di seguito, Sharp Italy), detengono ciascuno una quota societaria in ESSE pari al 50%.

Nel 2010 il fatturato del gruppo Enel e del gruppo Sharp in Italia sono stati pari, rispettivamente, a 30,8 miliardi di euro e 455,6 milioni di euro, mentre ESSE non ha realizzato alcun fatturato.

Altomonte FV S.r.l. (di seguito, Altomonte) è una società titolare di un progetto per la realizzazione di un impianto fotovoltaico, per la produzione di energia elettrica, della potenza massima di 20 MW nel territorio del Comune di Altomonte (Cosenza). Il capitale sociale di Altomonte, a far data dal 30 dicembre 2010, è detenuto da ESSE, e dunque la società è controllata congiuntamente da EGP e dal gruppo Sharp.

Antecedentemente a tale data, Altomonte era interamente posseduta da EGP.

Nel 2010 Altomonte non ha realizzato alcun fatturato.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame riguarda l'acquisizione, da parte di ESSE, del capitale sociale di Altomonte, società posseduta al 100% da EGP fino al 30 dicembre 2010.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto ha comportato il passaggio dal controllo esclusivo al controllo congiunto di un'impresa, costituiva una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1 lettera *b*), della legge n. 287/90.

Essa rientrava 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 era soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge in quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate era superiore alla soglia di cui al citato articolo, vigente al momento della realizzazione dell'operazione (472 milioni di euro).

Dalle informazioni fornite e da quanto sopra esposto emerge che l'operazione di concentrazione è stata perfezionata in un momento anteriore rispetto a quello in cui ne è stata data comunicazione.

CONSIDERATO, pertanto, che l'operazione in esame, in quanto ha comportato l'acquisizione del controllo congiunto di un'impresa, costituiva una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1 lettera *b*), della legge n. 287/90;

CONSIDERATO che, nell'operazione di cui trattasi, il fatturato realizzato dall'insieme delle imprese interessate, per il periodo al quale l'acquisizione si riferisce, è stato superiore alla soglia minima prevista dell'articolo 16, comma 1, della legge n. 287/90 e che, pertanto, l'operazione sopra individuata era soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva previsto dallo stesso articolo;

CONSIDERATO che l'operazione suddetta non è stata preventivamente comunicata, in violazione dell'articolo 16, comma 1, della legge n. 287/90;

DELIBERA

a) di contestare alla società Enel Green Power & Sharp Solar Energy S.r.l. la violazione dell'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della legge n. 287/90, in relazione all'operazione di acquisizione del controllo della società Altomonte FV S.r.l.;

b) l'avvio del procedimento, per l'eventuale irrogazione della sanzione pecuniaria di cui all'articolo 19, comma 2, della legge n. 287/90, nei confronti della società Enel Green Power & Sharp Solar Energy S.r.l. per l'inottemperanza agli obblighi di preventiva comunicazione delle operazioni di cui alla precedente lettera a);

c) che il responsabile del procedimento è la Dott.ssa Chiara Bonassi;

d) che può essere presa visione degli atti del procedimento presso la Direzione Energia della Direzione Generale per la Concorrenza dai legali rappresentanti della società Enel Green Power & Sharp Solar Energy S.r.l., ovvero da persone da essa delegate;

e) che, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, della legge n. 689/81, entro il termine di trenta giorni dalla notificazione della presente contestazione, gli interessati possono far pervenire all'Autorità scritti difensivi e documenti e chiedere di essere sentiti;

f) che il procedimento deve concludersi entro novanta giorni dalla data di notificazione del presente provvedimento.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

C11435 - HERAMBIENTE/FERONIA*Provvedimento n. 23225*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 gennaio 2012;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Herambiente S.p.A., pervenuta in data 28 dicembre 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Herambiente S.p.A. (di seguito, Hamb) è una società di diritto italiano che si occupa di varie attività legate al ciclo dei rifiuti (raccolta, trasporto, trattamento, smaltimento, recupero, riciclaggio, riutilizzo), agli impianti di gestione dei rifiuti (progettazione, costruzione, compravendita, esercizio), alla fornitura di servizi ambientali alle imprese nonché alle attività di bonifica, messa in sicurezza e recupero ambientale.

Il controllo di Hamb viene esercitato congiuntamente dalle società Hera S.p.A. (a sua volta partecipata da vari Comuni) e Ambiente Arancione Cooperatief Ua (a sua volta controllata dal fondo britannico Eiser Global Infrastructure Fund), le quali detengono rispettivamente il 75 e il 25% del capitale sociale di Hamb.

Il fatturato conseguito dal gruppo Hera nell'esercizio 2010 è stato complessivamente pari a 3,7 miliardi di euro, di cui 3,6 miliardi per vendite realizzate in Italia.

Feronia S.r.l. (di seguito, Frn) è una società italiana che esegue attività di costruzione e gestione di impianti di trattamento, stoccaggio e smaltimento di rifiuti non pericolosi, in particolare attraverso una discarica sita in provincia di Modena.

Frn risulta soggetta al controllo della società Sorgea S.r.l., che ne detiene il 60% del capitale (con la rimanente frazione del 40% appannaggio della stessa Hamb).

Nel triennio 2008-2010 Frn non ha conseguito alcun fatturato.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame riguarda l'acquisizione, da parte di Hamb, del controllo di Frn mediante l'acquisto di una ulteriore frazione del relativo capitale sociale pari al 30%, arrivando così a detenere un complessivo 70%.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90 non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge in quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 468 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto e geografico

Da un punto vista merceologico, il settore interessato dall'operazione in esame è quello in cui opera la società Frn oggetto di acquisizione, ossia la gestione dei rifiuti solidi urbani (Rsu), dei rifiuti assimilati (Rsa) e dei rifiuti speciali. Frn opera in particolare nello smaltimento finale in discarica di rifiuti urbani (indifferenziati) e di rifiuti speciali non pericolosi.

La gestione dei rifiuti, settore nel quale sono attive imprese pubbliche e private, comprende diverse attività (raccolta, trasporto, trattamento, smaltimento, recupero). In generale, secondo la classificazione presentata dalle parti, la fase finale del ciclo dei rifiuti può essere intesa al recupero o allo smaltimento degli stessi, sottendendo attività diverse. Nel primo caso, dai rifiuti opportunamente trattati può essere ricavata materia prima ovvero anche energia; nel secondo caso, si prevede lo smaltimento definitivo in discarica eventualmente preceduto da operazioni di trattamento (ad esempio trasformazione meccanica-biologica dei rifiuti per favorirne lo smaltimento finale).

Secondo l'orientamento dell'Autorità, la gestione dei Rsu e Rsa costituisce un mercato del prodotto distinto dalla gestione dei rifiuti speciali (pericolosi e non), tenuto conto della tipologia di rifiuto e della sua titolarità e, in generale, della classificazione operata dal Decreto Legislativo n. 152/06 (cosiddetto Testo unico ambientale o Tua) in base all'origine dei rifiuti¹.

(i) Con riferimento ai Rsu² e Rsa, gli operatori della gestione dei rifiuti sono attivi all'interno di Ambiti territoriali ottimali (Ato) definiti dal piano regionale di gestione dei rifiuti, ai sensi del Tua. In ciascun ambito territoriale, la prestazione dei servizi di gestione dei Rsu e Rsa (nelle fasi di raccolta, trasporto e smaltimento) è effettuata in regime di monopolio locale (privativa comunale)³. Il sistema delineato dal Tua prevede l'affidamento dell'intero servizio integrato di gestione dei rifiuti urbani e assimilati ad un unico soggetto mediante l'espletamento di una gara ad evidenza pubblica. In quest'ottica, la concorrenza tra le imprese avviene per l'aggiudicazione del servizio da parte degli enti territoriali. Diversamente, il disposto normativo ha lasciato aperte alla libera concorrenza, al di fuori della privativa comunale, le attività di recupero (trattamento, valorizzazione).

Essendo la gara aperta a tutte le imprese che soddisfino i requisiti a prescindere dalla loro collocazione geografica, può ritenersi che il mercato abbia un'estensione geografica nazionale.

(ii) A differenza dei rifiuti urbani, dove la titolarità dei rifiuti durante l'intero ciclo rimane in capo all'Ente locale nel cui territorio i rifiuti sono stati prodotti, nel caso dei rifiuti speciali⁴ la titolarità è del soggetto cui è riferibile l'attività che li ha prodotti, e viene trasferita all'impresa che li prende in consegna.

¹ Cfr. provv. n. 21514 del 28 agosto 2010, C10707 - *EISER GLOBAL INFRASTRUCTURE FUND/HERAMBIENTE*, in Boll. n. 33/10; provv. n. 22485 del 1° giugno 2011, C11063 - *LINEA AMBIENTE/ECOLEVANTE*, in Boll. n. 22/11 e provv. n. 22967 del 9 novembre 2011, C11302 - *ECOLTECNICA ITALIANA-SITA SPÉCIALITÉS/ECOLTECNICA*, in Boll. n. 45/11.

² I rifiuti urbani sono quelli derivanti in particolare da utenze domestiche, dallo spezzamento delle strade e dalla vegetazione di aree verdi. I rifiuti urbani possono essere differenziati (di natura organica/umida o di natura secca) ovvero indifferenziati. Nel primo caso, essi possono essere avviati a impianti di recupero ai fini del loro riutilizzo, reimpiego e riciclaggio e ai fini della produzione di materia prima secondaria; nel secondo caso, invece, i rifiuti eventualmente trattati vengono conferiti in discarica per lo smaltimento finale.

³ Cfr. da ultimo AS879 - *REGIONE EMILIA ROMAGNA - SERVIZIO DI GESTIONE DEI RIFIUTI NELLA PROVINCIA DI PARMA*, in Boll. n. 44/11.

⁴ I rifiuti speciali sono quelli provenienti da attività agricole e agro-industriali, edili, industriali, artigianali, commerciali e di servizio nonché da attività sanitarie. Le discariche per rifiuti speciali sono classificate -a seconda della tipologia di rifiuto che accolgono- in discariche per inerti, discariche per rifiuti pericolosi e discariche per rifiuti non pericolosi quale quella di Frn.

Dal punto di vista geografico, i servizi di gestione in questione sono svolti in aree geografiche corrispondenti, anche considerando le propedeutiche attività di raccolta e trasporto, ai bacini serviti dall'impianto di lavorazione/smaltimento. A seconda della tipologia e della pericolosità dei rifiuti, nonché della tipologia degli impianti, tale area può estendersi anche all'intero territorio nazionale.

Nel caso di specie, tuttavia, non appare necessario stabilire con esattezza la dimensione geografica di entrambi i mercati di riferimento.

Effetti dell'operazione

Ad esito dell'operazione, Hamb acquisirà la titolarità di solo la metà circa della capacità complessiva della discarica di Frn (pari a circa 35mila tonnellate annue per dieci anni circa, con l'altra metà appannaggio di due soggetti terzi, le società Sorgea S.r.l. e Aimag S.p.A.), la cui autorizzazione prevede il conferimento, per il 50%, di rifiuti urbani e, per il rimanente 50%, di rifiuti speciali non pericolosi.

Sulla base di questo e di altri dati forniti dalle parti, le elaborazioni effettuate indicano, nell'ambito dei rifiuti speciali e in particolare del sottoinsieme dei rifiuti speciali smaltiti in discarica, un'incidenza di Frn -per la quota parte trasferita a Hamb- significativa nel solo più ristretto caso provinciale (con il 13,5% del totale della provincia di Modena, risultando invece ampiamente inferiore all'1% nel caso regionale dell'Emilia Romagna e, ancor di più, nazionale). In tale più ristretto ambito, al gruppo acquirente è riconducibile una quota stimata pari al 3% circa (70 e 10% circa invece in ambito rispettivamente regionale e nazionale).

Quanto alla gestione dei Rsu e assimilati, Frn non può essere considerato un gestore vero e proprio (ad ogni modo l'incidenza della capacità della sua discarica, per la quota parte trasferita a Hamb, risulta del tutto trascurabile), mentre il gruppo acquirente, che risulta peraltro già gestore unico per il comune di Modena, gestisce il 6,5% circa dei volumi totali di rifiuti urbani a livello nazionale.

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

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

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella

C11436 - KUWAIT PETROLEUM ITALIA/RAMO DI AZIENDA DI GIGLIO*Provvedimento n. 23226*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 gennaio 2012;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Kuwait Petroleum Italia S.p.A., pervenuta in data 28 dicembre 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Kuwait Petroleum Italia S.p.A. (di seguito, KUPIT) svolge attività di raffinazione, commercializzazione e distribuzione di prodotti petroliferi, sia in rete che in extra-rete. Sulla rete nazionale di distribuzione di carburanti (viabilità ordinaria e autostrade) essa opera con il marchio "Q8". Il capitale sociale di KUPIT è interamente detenuto da Kuwait Petroleum Europe B.V., con sede in Rotterdam (Olanda), società appartenente al Gruppo che fa capo a Kuwait Petroleum Corporation, compagnia di Stato del Kuwait.

Il fatturato di KUPIT realizzato in Italia e risultante dall'ultimo bilancio approvato (esercizio chiuso il 31 marzo 2011), è stato pari a 5.655 milioni di euro, al netto dell'IVA e delle accise.

Oggetto dell'operazione comunicata è il ramo d'azienda della società Giglio S.r.l. (di seguito, Giglio) costituito da un terreno e dalle relative autorizzazioni per la costruzione e l'esercizio di un impianto per la distribuzione di prodotti carbo-lubrificanti sito sulla rete stradale ordinaria nel comune di Tavagnacco, in provincia di Udine.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisto da parte di KUPIT del ramo d'azienda di Giglio costituito da un terreno e dalle relative autorizzazioni per la costruzione e l'esercizio di un impianto per la distribuzione di prodotti carbo-lubrificanti sito sulla rete stradale ordinaria nel comune di Tavagnacco (UD), frazione Feletto Umberto, con accesso da via Pascats.

Le Parti hanno convenuto che l'amministratore unico di Giglio si astenga per un periodo di cinque anni, dallo svolgere attività che per l'oggetto, l'ubicazione o altra circostanza siano idonee a sviare la clientela del ramo d'azienda oggetto di cessione.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 468 milioni di euro.

Il patto di non concorrenza descritto in precedenza può essere qualificato come accessorio alla concentrazione comunicata nella misura in cui contiene restrizioni direttamente connesse alla realizzazione dell'operazione e ad essa necessarie¹. In particolare, nel caso di specie gli impegni assunti dall'amministratore unico della società venditrice vanno a beneficio dell'acquirente e rispondono all'esigenza di garantire a quest'ultima il trasferimento dell'effettivo valore del ramo d'azienda. Ciò, tuttavia, a condizione che, la durata del suddetto patto sia limitata a soli due anni².

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato rilevante

Il mercato del prodotto rilevante è quello della distribuzione su rete stradale di carburanti per uso autotrazione.

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

Sulla base delle caratteristiche della domanda e dell'offerta, l'estensione geografica del mercato della distribuzione in rete stradale è di tipo locale e coincide prevalentemente con il territorio della provincia in cui sono situati gli impianti oggetto di acquisizione. Il mercato rilevante, ai fini della presente concentrazione, è quello della distribuzione di carburanti in rete stradale nella provincia di Udine.

Effetti dell'operazione

Nel mercato rilevante della distribuzione di carburanti sulla rete stradale ordinaria della provincia di Udine, KUPIT detiene una quota stimabile nel 6% circa. Con l'acquisizione del ramo d'azienda di Giglio tale quota subirà un incremento marginale, inferiore all'1%. Nella provincia di Udine sono presenti i principali marchi petroliferi (Eni, Ip, Esso, Shell, TotalErg e Tamoil). Alla luce di tutto ciò, l'operazione in esame non appare idonea a modificare in maniera sostanziale le condizioni concorrenziali nel mercato rilevante.

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

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

¹ Si veda, al riguardo, la Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (G.U.C.E. 2005/C-56/03 del 5 marzo 2005).

² Infatti, ai sensi della Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (G.U.C.E. 2005/C-56/03 del 5 marzo 2005), le clausole di non concorrenza sono giustificate per un periodo massimo di tre anni, quando la cessione dell'impresa comprende il trasferimento della fedeltà dei clienti tanto come avviamento dell'azienda che come *know-how*, e per un periodo massimo di due anni quando, come nel caso di specie, è limitata all'avviamento dell'azienda.

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

C11438 - ENEL GREEN POWER & SHARP SOLAR ENERGY/SORGENTE SOLARE CALABRIA*Provvedimento n. 23227*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 gennaio 2012

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Enel Green Power & Sharp Solar Energy S.r.l., pervenuta in data 29 dicembre 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Enel Green Power & Sharp Solar Energy S.r.l. (di seguito, ESSE) è una società dedicata allo sviluppo, progettazione, costruzione, detenzione e gestione di impianti fotovoltaici. ESSE è controllata congiuntamente da Enel Green Power S.p.A. (di seguito, EGP), società del gruppo Enel che opera nel settore delle energie rinnovabili, e dal gruppo Sharp, attivo a livello mondiale nella realizzazione di prodotti *high tech* e di componenti elettronici. In particolare, EGP ed il gruppo Sharp, quest'ultimo nella misura del 40% attraverso Sharp Corporation e del 10% attraverso la controllata italiana Sharp Electronics Italy S.p.A. (di seguito Sharp Italy), detengono ciascuno una quota societaria in ESSE pari al 50%.

Nel 2010 il fatturato del gruppo Enel e del gruppo Sharp in Italia sono stati pari, rispettivamente, a 30,8 miliardi di euro e 455,6 milioni di euro, mentre ESSE non ha realizzato alcun fatturato.

Sorgente Solare Calabria S.r.l. (di seguito, SSC), società interamente posseduta da Resit S.r.l. (di seguito, Resit), è titolare di un progetto per la realizzazione di un impianto fotovoltaico di potenza nominale pari a 1,48 MW nel Comune di Nocera Terinese, in provincia di Catanzaro.

Alla data della presente comunicazione SSC non ha ancora realizzato alcun fatturato.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione, da parte di ESSE, dell'intero capitale sociale di SSC, e pertanto del controllo esclusivo sulla medesima società¹.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

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

¹ Il contratto stipulato tra le parti in data 28 dicembre 2011 è soggetto ad alcune condizioni sospensive tra cui, in particolare: i) l'assenza di vincoli che compromettano l'alienazione delle quote di SSC; ii) la notifica preventiva a codesta Autorità dell'operazione in oggetto; iii) la redazione di una *due diligence* tecnica, legale e finanziaria da parte della società acquirente che sia ritenuta soddisfacente dalla stessa; iv) il perfezionamento del contratto di opzione sul terreno su cui andrà ad insistere l'impianto fotovoltaico, v) il mancato verificarsi di avvenimenti, condizioni o cambiamenti che, ai sensi dell'art. 5 del contratto, sostanzialmente e sfavorevolmente incidano sulla realizzazione dell'impianto fotovoltaico.

realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 468 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato rilevante

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

Dal punto di vista geografico, il mercato dell'approvvigionamento all'ingrosso di energia elettrica è di dimensioni sovraregionali, sulla base di una suddivisione in macrozone (Nord, Sud, Sicilia e Sardegna) dettata sia da vincoli di trasmissione che da differenze nella struttura dell'offerta, che si riflettono in differenze stabili nei prezzi di vendita dell'energia elettrica². In considerazione della localizzazione dell'impianto fotovoltaico di cui è titolare la società *target*, il mercato geografico è quello della macrozona Sud.

Effetti dell'operazione

Nella macrozona Sud, Enel attualmente detiene una quota di mercato nell'approvvigionamento all'ingrosso di energia elettrica, in termini di capacità installata, pari al 46% circa. ESSE, e di conseguenza il gruppo Sharp, che ad oggi opera nel settore attraverso la *joint venture* con EGP, non è ancora attiva nel mercato interessato dall'operazione in oggetto. Ad oggi ESSE è tuttavia titolare dei diritti relativi alla realizzazione di un impianto fotovoltaico che, in termini di capacità installata, rappresenta una quota di mercato, nella macrozona Sud, inferiore al punto percentuale.

L'impianto fotovoltaico oggetto dell'operazione in esame comporterà per le parti un incremento marginale della propria quota di mercato, in misura largamente inferiore all'1%. Ne discende dunque che l'operazione comunicata non è idonea a modificare in maniera sostanziale le condizioni concorrenziali presenti nel mercato di riferimento.

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

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

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

C11439 - TENOVA/BATEMAN ENGINEERING

Provvedimento n. 23228

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 gennaio 2012;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Tenova S.p.A., pervenuta in data 30 dicembre 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Tenova S.p.A. (di seguito, Tenova) è una società parte del gruppo Techint attiva nel settore della progettazione, costruzione ed installazione di impianti industriali, in particolare nei settori meccanico, elettromeccanico, siderurgico e metallurgico.

Nel 2010¹, il fatturato realizzato a livello mondiale dal gruppo Techint è stato di circa 15,1 miliardi di euro, di cui circa [700-1.000]² milioni di euro realizzati in Italia.

Bateman Engineering NV (di seguito, Bateman) è una società di diritto olandese attiva nel settore dei servizi e dei macchinari utilizzati dall'industria mineraria. In particolare essa e le società da essa controllate forniscono prodotti, soluzioni e servizi nei seguenti settori: i) servizi di ingegneria e di gestione nel settore delle tecnologie di processo di minerali, tra cui servizi di Engineering, Procurement & Construction Management (EPCM), servizi di progettazione e ingegneria di processo, studi di fattibilità, ecc.; ii) tecnologie di lavorazione dei minerali e attrezzature nei seguenti settori: movimentazione dei materiali di massa (vari tipi di trasportatori, impilatori/rigeneratori, vagoni ferroviari, sistemi di carico/scarico, caricatori/scaricatori per le navi); *beneficiation* (triturazione, separazione fisica, flottazione, addensazione, filtrazione di metalli e altri elementi).

Bateman è controllata da Global Minerals BV.

Nel 2010 il fatturato mondiale di Bateman è stato di 225 milioni di euro, di cui [*inferiore a 1 milione di*] euro realizzati in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione, da parte di Tenova, del controllo esclusivo di Bateman e delle società da essa controllate attraverso l'acquisizione, da parte di Tenova, del 96% del capitale sociale di Bateman.

Parte integrante dell'operazione è un accordo di non concorrenza in base al quale è previsto che Global Minerals BV fino al 30 giugno 2014 si asterrà: (a) dallo svolgere attività in concorrenza con le attività di *business* svolte da Bateman in determinati territori; (b) dall'accettare, appoggiare, sollecitare i clienti anche potenziali in relazioni alle attività di *business* svolte da Bateman; (c) per un periodo di dodici mesi dalla data di stipula del contratto definitivo dal porre sotto contratto i soggetti che forniscano materie prime, prodotti e servizi a Bateman in relazione alle sue attività di

¹ Il bilancio del Gruppo Techint si chiude il 30 giugno di ogni anno, pertanto l'ultimo bilancio disponibile è relativo all'anno fiscale 2010/11.

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

business; (d) per un periodo di sei mesi dalla data di stipula del contratto definitivo dall'assumere dipendenti, consulenti, sub-fornitori e agenti di Bateman e delle società da questa controllate.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 468 milioni di euro.

Il patto di non concorrenza descritto in precedenza riveste natura accessoria alla concentrazione in esame nella misura in cui sia direttamente connesso e necessario alla realizzazione della stessa e a condizione che abbia oggetto limitato agli ambiti merceologici e geografici in cui l'impresa acquisita ha finora svolto la propria attività. Al riguardo, occorre osservare che un'estensione merceologica e geografica più ampia, rispetto al mercato geografico di riferimento, risulterebbero eccedere l'esigenza di garantire il trasferimento dell'effettivo valore dell'acquisizione all'acquirente³.

Quanto all'accordo in base al quale è previsto che Global Minerals BV si asterrà, per un periodo di dodici mesi dalla data di stipula del contratto definitivo, dal porre sotto contratto i soggetti che forniscano materie prime, prodotti e servizi a Bateman, lo stesso non può essere considerato restrizione accessoria alla presente concentrazione in quanto non funzionale alla salvaguardia del valore dell'azienda acquisita.

Da ultimo, quanto agli altri obblighi (di astensione e di non sollecitazione), questi possono essere ritenuti direttamente connessi e necessari alla realizzazione dell'operazione di concentrazione in esame, in quanto funzionali alla salvaguardia del valore dell'impresa acquisita⁴.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

L'operazione in esame interessa: i) il mercato della produzione di macchinari per la movimentazione dei materiali sfusi; ii) il mercato della progettazione, realizzazione e messa in servizio di forni; iii) il mercato della progettazione, realizzazione e commercializzazione di macchinari per la *beneficiation*.

Quanto ai macchinari per la movimentazione del materiale sfuso (c.d. "*bulk material handling*"), da un punto di vista merceologico il relativo mercato comprende i macchinari utilizzati nel settore minerario e metallurgico per la movimentazione del materiale sfuso, quali ad esempio i carrelli elevatori (*stackers*), i nastri trasportatori (*conveyors*) e i recuperatori (*reclaimers*). A detta della parte notificante, sebbene ciascuno di questi prodotti risponda ad una specifica distinta esigenza, tali prodotti sono parte di un sistema integrato e complementare, in quanto i soggetti che se ne servono richiedono usualmente l'intera linea produttiva, necessitando di tutta la serie dei vari macchinari o, quanto meno, di una parte rilevante di essa.

³ Cfr. Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle operazioni di concentrazione (2005/C 56/03) pubblicata in GUCE del 5 marzo 2005.

⁴ Cfr. Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle operazioni di concentrazione (2005/C 56/03) pubblicata in GUCE del 5 marzo 2005.

Anche dal lato dell'offerta, i produttori dei macchinari di *handling* producono normalmente la totalità o la quasi totalità del ventaglio dei prodotti, di solito nella medesima unità produttiva. La progettazione, le parti principali e il *know how* sono in definitiva le medesime per tutti prodotti.

Dal punto di vista geografico, la parte notificante ritiene che il suddetto mercato possa avere dimensioni mondiali, in quanto i clienti, specialmente nel settore minerario, non sono legati al paese di origine, ma ai paesi in cui sono presenti i giacimenti minerari. Allo stesso modo i fornitori di tali macchinari operano a livello globale per venire incontro alle esigenze dei propri clienti.

Su tale mercato, la quota detenuta da Tenova a livello mondiale è pari al [10-15%], mentre quella di Bateman è pari al [1-5%]. Sullo stesso mercato operano qualificati concorrenti come ThyssenKrupp, Sandvik ed FLSmidth, presenti, rispettivamente, con una quota del [25-30%], del [15-20%] e del [10-15%]. Inoltre, negli ultimi due anni in Italia non sono stati commissionati nuovi ordini di produzione di macchinari di *handling*.

Il secondo mercato interessato dall'operazione è quello della progettazione, realizzazione e messa in servizio di forni di riscaldamento e di trattamento che vengono utilizzati per assoggettare semilavorati o prodotti metallurgici ad un ciclo di variazione di temperatura⁵.

I forni di riscaldamento servono in particolare per riscaldare semilavorati in una fase propedeutica al processo di laminazione, al fine di renderli idonei alle successive fasi di lavorazione.

I forni di trattamento vengono invece utilizzati nelle operazioni che intervengono a valle della laminazione, allo scopo di conferire ai prodotti finiti particolari caratteristiche metallurgiche, mediante l'assoggettamento del prodotto ad un ciclo termico.

La tecnologia impiegata per la realizzazione delle due tipologie di forni è sostanzialmente la medesima e pertanto la sostituibilità dal lato dell'offerta è molto elevata. Ciò è dimostrato anche dal fatto che le imprese produttrici sono attive nella realizzazione di entrambe le tipologie di forni.

Dal lato della domanda, va considerato che nell'ambito dell'industria siderurgica la tendenza prevalente è quella di attuare processi produttivi integrati (dalla materia prima al prodotto finito), per i quali è necessario l'utilizzo sia dei forni di riscaldamento, che di quelli di trattamento.

Si sottolinea, inoltre, che non si tratta di prodotti standard, in quanto ogni singolo forno viene realizzato su commessa per ogni cliente, in conformità alle specifiche esigenze richieste. La scelta dell'impresa alla quale verrà affidata la commessa avviene attraverso gare competitive alle quali partecipano numerosi produttori.

In considerazione del fatto che le imprese siderurgiche utilizzano entrambe le tipologie di forno e che, dal lato dell'offerta, esiste un'elevata sostituibilità per le imprese produttrici, si ritiene che, ai fini della presente operazione, il mercato rilevante sia quello della progettazione e realizzazione di forni di riscaldamento e di trattamento per l'industria siderurgica.

Tale mercato ha dimensione mondiale, in ragione del fatto che i forni vengono realizzati su commessa, a seguito di gare indette a livello internazionale, e che gli stessi produttori operano su scala mondiale⁶.

Su tale mercato, la quota detenuta da Tenova a livello mondiale è pari al [10-15%], mentre quella di Bateman è ampiamente inferiore all'1%. Sullo stesso mercato operano qualificati concorrenti come SMS Siemag e Outotec, presenti rispettivamente con una quota del [30-35%] e [10-15%].

Da ultimo, i macchinari per la *beneficiation* sono utilizzati all'interno di processi utilizzati per separare i metalli ed altri elementi dai terreni e dalle rocce in cui sono presenti. I principali

⁵ Cfr., da ultimo, provv. n. 15518 del 24 maggio 2006, caso C7701 - *TECHINT – COMPAGNIA TECNICA INTERNAZIONALE/LOI THERMOPROCESS-LOI*, in Boll. n. 21/06.

⁶ Cfr. provv. n. 15518 cit.

processi di *beneficiation* sono: la triturazione, la separazione fisica, il galleggiamento, l'addensazione, il filtraggio, gli schermi umidi.

La domanda di macchinari per la *beneficiation* proviene dall'industria mineraria. Le industrie minerarie, dopo aver ridotto in particelle finissime le rocce e gli altri materiali grezzi scavati, necessitano dei macchinari per la *beneficiation* per poter procedere all'estrazione del metallo puro.

L'acquisto dei macchinari per la *beneficiation* avviene tramite l'indizione di gare. In ragione della complessità dei processi di *beneficiation*, i clienti normalmente acquistano un intero sistema di *beneficiation*, composto da più macchinari, affinché sia garantita la loro compatibilità. Per tali ragioni, dal lato dell'offerta le principali imprese attive nel settore della *beneficiation* (Outotec, FLSmidth, Xstrata Tech, Metso, Andritz) offrono la completa gamma dei macchinari, disponendo del *know-how* ingegneristico necessario per realizzare differenti macchinari in relazione alle specifiche esigenze del cliente.

Del resto, dal lato dell'offerta vi è assoluta sostituibilità tra i diversi macchinari in quanto l'ingegneristica necessaria per la loro costruzione è la stessa e permette la totale convertibilità della produzione da un macchinario all'altro.

Dal punto di vista geografico, a detta della parte notificante, il mercato dei macchinari per la *beneficiation* ha dimensione mondiale, in quanto i clienti sono normalmente grandi multinazionali attive nel settore minerario, che operano nei paesi in cui sono presenti le miniere o le cave. Inoltre, i costi di trasporto non sono rilevanti, atteso che l'assemblaggio materiale dell'impianto è di norma delegato a imprese locali che operano come subappaltatori.

Tenova e le società del gruppo Techint non sono attive nella progettazione, realizzazione e commercializzazione di macchinari per la *beneficiation*, mentre Bateman detiene una quota a livello mondiale pari al [5-10%]; nello stesso mercato sono presenti qualificati operatori come FLSmidth e Outotec, presenti rispettivamente con una quota del [20-25%] e del [15-20%]. Pertanto, su tale mercato l'operazione si risolve nella sostituzione di un operatore con un altro.

Tenuto conto di quanto sopra esposto, si ritiene che l'operazione comunicata non sia idonea ad alterare in maniera sostanziale le condizioni concorrenziali nei mercati interessati.

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

RITENUTO, altresì, che gli obblighi di non concorrenza intercorsi tra le parti sono accessori alla presente operazione nei soli limiti sopra descritti e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove ne sussistano i presupposti, i suddetti patti che si realizzino oltre i limiti ivi indicati;

RITENUTO, infine, che l'ulteriore accordo comunicato, relativo al divieto per Global Minerals BV di porre sotto contratto i fornitori di Bateman, non costituisce oggetto della presente delibera in quanto accordo non accessorio alla operazione di concentrazione in esame e che l'Autorità, pertanto, si riserva di valutare, laddove ne sussistano i presupposti, il suddetto accordo;

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

C11440 - HERA ENERGIE RINNOVABILI/AMON*Provvedimento n. 23229*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 gennaio 2012;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Hera Energie Rinnovabili S.p.A., pervenuta il 30 dicembre 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

1. LE PARTI

Hera Energie Rinnovabili S.p.A. (di seguito, HER) è una società attiva nei settori dell'energia elettrica e del gas naturale. La società, in particolare, provvede allo sviluppo, realizzazione e gestione di impianti di generazione elettrica da fonti rinnovabili e/o assimilate nonché ad iniziative connesse al settore della gestione dell'energia e del risparmio energetico in generale ed a servizi connessi e accessori a quelli indicati. Il capitale della società è interamente detenuto da Hera S.p.A., società a capo di un gruppo (Gruppo Hera) operante nei settori della produzione, distribuzione e vendita dell'energia elettrica e del gas naturale, della gestione integrata delle risorse idriche e dei servizi ambientali. I maggiori azionisti di Hera sono il Comune di Bologna e il Comune di Modena, con quote pari rispettivamente a 14,76% e 13,2%. Il restante capitale sociale è detenuto da numerosi comuni dell'Emilia Romagna, tra cui quelli di Ferrara (2,14%), Imola (5,32%) e Ravenna (4,77%), e da investitori istituzionali, oltre alla quota flottante nel mercato azionario.

Nel 2010, il fatturato di HER, realizzato interamente in Italia, è stato pari a circa 872.000 euro e quello di Hera S.p.A. è stato di circa 3,9 miliardi di euro.

Amon S.r.l., è una società attiva nella ricerca e sviluppo nel settore delle tecnologie per la produzione, distribuzione e vendita dell'energia da fonti rinnovabili e non ed attività connesse. La società Amon S.r.l., nel 2010, non ha realizzato fatturato essendo proprietaria di un impianto fotovoltaico, portato a compimento nel 2011, nel comune di Copparo (FE).

2. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione da parte di HER del 100% del capitale sociale di Amon S.r.l. HER acquisterà il capitale sociale di quest'ultima da due persone fisiche che, a loro volta, si sono impegnate ad acquistare l'intero capitale sociale della società Amon S.r.l. dal venditore Euroenergy S.p.A. In esito alla presente operazione, il capitale sociale di Amon S.r.l. sarà detenuto interamente da HER. La società acquisita è proprietaria di un impianto fotovoltaico nel comune di Copparo (FE) di produzione di energia da fonte fotovoltaica di potenza pari a 997,6 kWp.

L'operazione è subordinata al verificarsi di alcune condizioni sospensive o alla loro rinuncia da parte di HER, entro il 31 marzo 2012: ottenimento dell'autorizzazione da parte dell'Autorità, presentazione presso la Provincia di Ferrara e il comune di Copparo della comunicazione di fine lavori da parte di Amon S.r.l. completa della documentazione relativa (attestazione di conformità delle opere all'Autorizzazione Unica ottenuta dal progetto, certificato di collaudo, comunicazione

di entrata in esercizio dell'impianto), sottoscrizione da parte di Amon S.r.l. e di Enel S.p.A. di un atto di cessione gratuita ad Enel S.p.A. dell'impianto di connessione e presentazione di copia di tale atto presso la Provincia di Ferrara, presentazione presso la stessa Provincia della dichiarazione di conformità dell'impianto di connessione alle vigenti disposizioni, sottoscrizione da parte di Amon S.r.l. e del GSE della convenzione per l'erogazione delle tariffe incentivanti di cui al D.M. 6 agosto 2010 e sottoscrizione tra le medesime parti della convenzione per il ritiro dedicato ai sensi della delibera AEEG n. 280/07.

3. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 468 milioni di euro.

4. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato rilevante

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

Dal punto di vista geografico, il mercato dell'approvvigionamento all'ingrosso di energia elettrica è di dimensioni sovranazionali, sulla base di una suddivisione in macrozone (Nord, Sud, Sicilia e Sardegna) dettata sia da vincoli di trasmissione che da differenze nella struttura dell'offerta, che si riflettono in differenze stabili nei prezzi di vendita dell'energia elettrica¹. In considerazione della localizzazione dell'impianto fotovoltaico di cui è titolare il ramo d'azienda, il mercato geografico è quello della macrozona Nord.

Effetti dell'operazione

Nella macrozona Nord, il gruppo Hera attualmente detiene una quota di mercato nell'approvvigionamento all'ingrosso di energia elettrica, in termini di capacità installata, inferiore al 5%. L'impianto fotovoltaico oggetto dell'operazione in esame comporterà un incremento marginale della propria quota di mercato, in misura largamente inferiore all'1%. Ne discende che l'operazione comunicata non è idonea a modificare in maniera sostanziale le condizioni concorrenziali presenti nel mercato di riferimento.

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

¹ Indagine conoscitiva sullo stato della liberalizzazione dei settori dell'energia elettrica e del gas naturale, febbraio 2005, in Boll. n. 6/05.

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

C11441 - HERA ENERGIE RINNOVABILI/ESOLE*Provvedimento n. 23230*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 gennaio 2012;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Hera Energie Rinnovabili S.p.A., pervenuta il 30 dicembre 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

1. LE PARTI

Hera Energie Rinnovabili S.p.A. (di seguito, HER) è una società attiva nei settori dell'energia elettrica e del gas naturale. La società, in particolare, provvede allo sviluppo, realizzazione e gestione di impianti di generazione elettrica da fonti rinnovabili e/o assimilate nonché ad iniziative connesse al settore della gestione dell'energia e del risparmio energetico in generale ed a servizi connessi e accessori a quelli indicati. Il capitale della società è interamente detenuto da Hera S.p.A., società a capo di un gruppo (Gruppo Hera) operante nei settori della produzione, distribuzione e vendita dell'energia elettrica e del gas naturale, della gestione integrata delle risorse idriche e dei servizi ambientali. I maggiori azionisti di Hera sono il Comune di Bologna e il Comune di Modena, con quote pari rispettivamente a 14,76% e 13,2%. Il restante capitale sociale è detenuto da numerosi comuni dell'Emilia Romagna, tra cui quelli di Ferrara (2,14%), Imola (5,32%) e Ravenna (4,77%), e da investitori istituzionali, oltre alla quota flottante nel mercato azionario.

Nel 2010, il fatturato di HER, realizzato interamente in Italia, è stato pari a circa 872.000 euro e quello di Hera S.p.A. è stato di circa 3,9 miliardi di euro.

ESole S.r.l., è una società attiva nella progettazione, realizzazione e gestione di impianti per la produzione di energia da fonti rinnovabili, in particolare impianti fotovoltaici. La società ESole S.r.l. detiene un impianto fotovoltaico fisso a terra nel comune di Alfianello (BS), realizzato negli anni 2010/11, che non ha ancora realizzato fatturato.

2. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione da parte di HER del 100% del capitale sociale di ESole S.r.l. Il 70% sarà acquistato direttamente da Euroenergy S.p.A., attuale proprietario, e il 30% da una persona fisica, che lo detiene attualmente, per la quale la stessa Euroenergy S.p.A. si è assunta l'impegno di buon fine dell'operazione. La società ESole S.r.l. detiene un impianto fotovoltaico fisso a terra della potenza di 993,60 kWp localizzato nel comune di Alfianello (BS). In esito alla presente operazione, il capitale sociale di ESole S.r.l. sarà detenuto interamente da HER.

3. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 468 milioni di euro.

4. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato rilevante

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

Dal punto di vista geografico, il mercato dell'approvvigionamento all'ingrosso di energia elettrica è di dimensioni sovraregionali, sulla base di una suddivisione in macrozone (Nord, Sud, Sicilia e Sardegna) dettata sia da vincoli di trasmissione che da differenze nella struttura dell'offerta, che si riflettono in differenze stabili nei prezzi di vendita dell'energia elettrica¹. In considerazione della localizzazione dell'impianto fotovoltaico di cui è titolare il ramo d'azienda, il mercato geografico è quello della macrozona Nord.

Effetti dell'operazione

Nella macrozona Nord, il gruppo Hera attualmente detiene una quota di mercato nell'approvvigionamento all'ingrosso di energia elettrica, in termini di capacità installata, inferiore al 5%. L'impianto fotovoltaico oggetto dell'operazione in esame comporterà un incremento marginale della propria quota di mercato, in misura largamente inferiore all'1%. Ne discende che l'operazione comunicata non è idonea a modificare in maniera sostanziale le condizioni concorrenziali presenti nel mercato di riferimento.

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

DELIBERA

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

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

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

¹ Indagine conoscitiva sullo stato della liberalizzazione dei settori dell'energia elettrica e del gas naturale, febbraio 2005, in Boll. n. 6/05.

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

AS908 – COTRAL SPA - DOCUMENTAZIONE DI GARA RELATIVA ALL’AFFIDAMENTO DELLA FORNITURA DI RICAMBI DI CARROZZERIA ORIGINALI - MANUTENZIONE DI AUTOBUS FIAT-IVECO-IRISBUS

Roma, 23 gennaio 2012

COTRAL S.p.A.

L’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato con il presente parere motivato, deliberato ai sensi dell’articolo 21-*bis* della legge 10 ottobre 1990, n. 287, così come introdotto dal decreto-legge 6 dicembre 2011, n. 201, nella sua adunanza del 18 gennaio 2012, intende formulare alcune considerazioni in merito al contenuto di alcune previsioni della documentazione di gara relativa all’affidamento della fornitura di ricambi di carrozzeria originali, di primo impianto o equivalenti, per la manutenzione di autobus Fiat-Iveco-Iribus.

In particolare, la “Lettera di invito” prevede, da un lato, che lo sconto offerto resterà fisso ed invariabile per l’intera durata dell’affidamento (*lettera F*)), mentre, dall’altro prevede che lo sconto offerto “sarà applicato su tutto il listino Iveco in vigore alla data di emissione dell’ordine” (*lettera G*)).

Atteso che l’oggetto della gara era la fornitura di ricambi per la manutenzione di autobus Fiat - IVECO – Iribus, la suddetta previsione della documentazione di gara appare suscettibile di conferire vantaggi informativi in capo alla stessa IVECO o al soggetto alla medesima in qualche modo collegato (ad esempio, il concessionario esclusivo per il Lazio), in tal modo finendo per alterare il confronto competitivo in sede di gara.

Tali vantaggi informativi possono infatti derivare dal fatto che IVECO o il soggetto ad essa collegato potrebbe, in sede di gara, utilizzare a proprio favore eventuali informazioni circa possibili, future, modifiche dei prezzi del listino IVECO.

Inoltre, la medesima previsione appare suscettibile di rendere difficoltosa la formulazione di un’offerta razionalmente conveniente atteso che lo sconto che si chiede di formulare in sede di gara - vincolante per l’intera durata dell’affidamento - sarà di fatto applicato a variabili future e incerte al momento della formulazione dell’offerta stessa. Tale elemento è, infatti, suscettibile di costituire un disincentivo alla partecipazione alla gara per i concorrenti di IVECO o del suo concessionario esclusivo, in quanto le condizioni effettive di fornitura, in caso di aggiudicazione, dipenderebbero sostanzialmente da una variabile fuori dal loro controllo, vale a dire dalle decisioni assunte dalla stessa IVECO relativamente al proprio listino prezzi dei pezzi di ricambio.

In tale contesto, un’alternativa praticabile al suddetto meccanismo di determinazione del prezzo potrebbe essere rappresentata da un meccanismo che non faccia riferimento al listino IVECO, in modo da far venir meno il vantaggio competitivo di un soggetto, come la stessa IVECO o il suo

concessionario esclusivo per il Lazio, che potrebbe avere maggiore contezza in merito alle variazioni previste del listino stesso.

Tanto premesso, l'Autorità invita codesta società a porre in essere le misure ritenute più opportune e adeguate a ripristinare corrette dinamiche concorrenziali nel contesto della procedura competitiva in questione.

Ai sensi del citato articolo 21-*bis*, comma 2, della legge n. 287/90, codesta società deve comunicare all'Autorità, entro il termine di sessanta giorni dalla ricezione del presente parere, le iniziative adottate in relazione alle problematiche sopra evidenziate.

Laddove entro tale termine essa non dovesse conformarsi ai principi concorrenziali sopra espressi, l'Autorità potrà presentare ricorso entro i successivi trenta giorni.

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

IP106 - ONEMEET

Provvedimento n. 23189

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'11 gennaio 2012;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

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

VISTO, 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. 20416 del 28 ottobre 2009 (caso PS1459), con la quale l'Autorità ha accertato l'ingannevolezza della pratica commerciale posta in essere a Onemeet S.p.A. (di seguito, anche, "Onemeet"), consistente nel diffondere, attraverso il sito *internet* www.onemeet.net, messaggi ingannevoli e omissivi con i quali promuove abbonamenti ai propri servizi volti a favorire incontri per persone *single*;

VISTA la propria delibera n. 21655, del 6 ottobre 2010 (caso IP76), con la quale l'Autorità ha accertato una prima volta l'inottemperanza della società Onemeet al provvedimento n. 20416 del 28 ottobre 2009;

VISTA la propria delibera n. 22227 del 23 marzo 2011, con la quale l'Autorità ha contestato alla società Onemeet la violazione dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo per non avere ottemperato alla suddetta delibera n. 20416 del 28 ottobre 2009;

VISTA la propria delibera n. 22874 del 12 ottobre 2011, con la quale l'Autorità ha deliberato la proroga del procedimento istruttorio IP106 al 16 gennaio 2012, al fine di consentire il più ampio contraddittorio;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

I. PREMESSA

1. Con provvedimento n. 20416 adottato il 28 ottobre 2009 al termine del procedimento istruttorio PS1459, l'Autorità ha deliberato la scorrettezza della pratica commerciale posta in essere dalla società Onemeet, consistente nella predisposizione e diffusione, attraverso il sito *internet* www.onemeet.net, di messaggi pubblicitari che promuovono incontri per *single*. In particolare, nella *home page* di tale sito veniva promossa la possibilità per i consumatori di effettuare una prova di iscrizione gratuita e, successivamente, di acquistare un "*pass*" a scelta al costo di 27 euro, 19 euro ovvero 16,50 euro. Scegliendo una delle opzioni l'utente veniva indirizzato al *link* precompilato di accettazione delle condizioni generali del servizio. Pertanto, solo dopo

l'attivazione il consumatore scopriva che, in realtà, non aveva acquistato l'accesso al servizio per un solo mese, ma si era iscritto ad un abbonamento annuale, che prevedeva il pagamento mensile di una delle tre somme *supra* indicate, da effettuarsi con addebito su carta di credito.

2. L'Autorità ha ritenuto il messaggio pubblicitario in questione ingannevole, in quanto idoneo ad indurre in errore il consumatore medio circa il costo complessivo e la durata dell'abbonamento, pregiudicandone la capacità di effettuare scelte economiche consapevoli. In particolare, il messaggio *de quo*, a fronte della particolare attrattiva destinata negli utenti dal *claim* "iscrizione gratuita", rafforzata dalla dicitura "abbonamento mensile" riportata sulla pagina da compilare per iscriversi, è risultato ingannevole nella misura in cui ha indotto i consumatori a ritenere, contrariamente al vero, che fosse possibile abbonarsi al servizio anche per un solo mese. Viceversa, solo cliccando sul link "Accetta le condizioni di utilizzo", l'utente scopriva che l'unica tipologia di abbonamento era quella annuale e che le tre opzioni descritte si riferivano a modalità di versamento degli acconti, sempre relative all'abbonamento annuale.

3. Pertanto, con il citato provvedimento n. 20416 adottato il 28 ottobre 2009 l'Autorità ha deliberato che la pratica commerciale in esame, posta in essere dalla società Onemeet S.p.A., fosse in violazione degli articoli 20 e 21, comma 1, lettere *b*) e *d*), del Codice del Consumo, vietandone l'ulteriore diffusione; inoltre, al professionista è stata irrogata una sanzione di 40.000 euro. Il provvedimento risulta essere stato notificato all'operatore in data 11 novembre 2009.

4. A seguito di segnalazioni pervenute successivamente e di informazioni acquisite d'ufficio, l'Autorità, con provvedimento n. 21204 del 9 giugno 2010, ha contestato a Onemeet l'inottemperanza al citato provvedimento n. 20416 (procedimento IP76).

5. In particolare, come risultava dalla documentazione agli atti, nella *home page* del sito *internet* www.onemeet.net vi era un riquadro, con l'indicazione "REGISTRATI ORA GRATIS" e i campi da compilare per registrarsi. Una volta compiuta la registrazione, l'utente, per contattare i nominativi di soggetti registrati, veniva indirizzato alla pagina contenente le diverse offerte. In particolare, nella rilevazione del 13 aprile 2010, le offerte erano presentate in quattro distinte icone, ciascuna dedicata ad una modalità di abbonamento, ossia:

- "Abbonamento Light per i primi 10 giorni" al costo di 9,90 euro;
- "Abbonamento standard a tariffa mensile" al costo di 27 euro;
- "Abbonamento agevolato per i primi 3 mesi" al costo di 57 euro;
- "Abbonamento agevolato Prepagato 6 mesi" al costo di 99 euro.

6. A titolo esemplificativo, cliccando sull'icona relativa all'"Abbonamento Light per i primi 10 giorni" si accedeva ad una pagina dove era riportata, come intestazione, la scritta (a caratteri molto evidenti rispetto al contesto del messaggio): "offerta speciale [...] ABBONAMENTO 'LIGHT', euro 27 (cancellato con una barra), euro 9,90", seguita dalla scritta (a caratteri molto più ridotti): "la tariffa scontata è valida per i primi 10 giorni dalla data di attivazione del servizio" e dall'ulteriore informazione "Stai acquistando un abbonamento promozionale al servizio Onemeet alla tariffa scontata di euro 9,90 per i primi 10 giorni", con accanto il link "Vedi condizioni generali". Seguivano i campi da compilare, con i dati personali e le coordinate bancarie per il pagamento con carta di credito, al fine di sottoscrivere l'abbonamento. 7. Data la struttura della pagina *internet*, l'utente finiva per attivare un abbonamento di durata annuale, credendo invece di avere sottoscritto un abbonamento per soli dieci giorni.

8. L'Autorità, con provvedimento n. 21655 del 6 ottobre 2010, ha deliberato che il comportamento contestato alla società Onemeet costituisse un'inottemperanza al citato provvedimento n. 20416 del 28 ottobre 2009 e ha irrogato al professionista una sanzione pecuniaria di 60.000 euro. Al professionista è stato contestato che le modalità con cui promuoveva sul sito *internet* il proprio

servizio - con quattro distinte icone, ciascuna rappresentante ciò che sembrava una tipologia distinta di abbonamento, riferendosi in realtà sempre all'iscrizione ad un abbonamento annuale – erano idonee ad indurre in errore il consumatore medio circa il costo complessivo e la durata del contratto, pregiudicandone la capacità di effettuare scelte consapevoli. Inoltre, il messaggio contestato, che si fondava su una registrazione “gratuita”, appariva meramente strumentale ad agganciare il consumatore medio per indurlo a sottoscrivere in modo non pienamente consapevole l’abbonamento annuale. La predetta modalità di presentazione del servizio, pur presentando lievi differenze di natura formale, riproponeva un contenuto sostanzialmente inalterato rispetto a quello ritenuto ingannevole con la delibera del 28 ottobre 2009, n. 20146. Il provvedimento di chiusura del procedimento di inottemperanza (IP76) risulta notificato al professionista in data 18 ottobre 2010.

9. Con segnalazione prevenuta in data 14 febbraio 2011, un consumatore ha lamentato di aver ricevuto un’e-mail che lo invitava a effettuare una prova sul sito *www.bestsingle.com* per una settimana ad un costo irrisorio. Dopo aver preso visione di tale sito, il consumatore si è registrato, pagando la somma richiesta tramite Postepay. Secondo quanto segnalato, dopo qualche mese ha controllato la propria Postepay e ha constatato che continuava a ricevere addebiti mensili di 29 euro. Solo dopo aver inviato la richiesta di recesso, il gestore del sito gli avrebbe comunicato che *“accettando la prova aveva accettato anche un abbonamento annuale”*.

10. Da informazioni acquisite d’ufficio in data 4 e 14 marzo 2011, risulta che il sito *internet www.bestsingle.com* fa capo alla società Onemeet S.p.A., come indicato espressamente nel sito stesso. Nella *home page* del suddetto sito, a cui è possibile accedere anche direttamente da un *link* presente nella *e-mail* di invito inoltrata ai consumatori, vi è un riquadro denominato *“JOIN NOW”* (aderisci ora), tramite il quale si arriva alla pagina intitolata *“Registrati su BestSingle.com”*, dove vi sono i campi da compilare per registrarsi. Al fine di completare la registrazione, è obbligatorio inserire la “spunta” in un riquadro posizionato accanto al *link* *“Certifico di essere maggiorenne e di avere letto e accettato le Condizioni Generali di Servizio. Vedi Condizioni Generali”*. Non è, invece, obbligatorio entrare nella pagina web che riporta le suddette Condizioni Generali.

11. Una volta compiuta la registrazione, l’utente accede ad una pagina web che illustra i servizi di Onemeet e, tramite il *link* *“Abbonamenti”*, ad una successiva pagina che presenta quattro distinte icone, ciascuna dedicata ad una modalità di abbonamento, ossia:

- *“Abbonamento mensile. Tariffa mensile”* al costo di 29 euro,
- *“Abbonamento Prepagato 6 mesi + 50 sms”* al costo di euro 135.00,
- *“Abbonamento light flexi valido per primi 10 giorni”* al costo di euro 12,90”,
- *“Abbonamento 12 mesi+ 50 sms”* al costo di euro 175.00.

Accanto a ciascuna icona vi è *link* *“Acquista ora”* e i simboli della Visa e Master Card.

12. A titolo esemplificativo, cliccando sull'icona relativa a *“Abbonamento mensile”* si accede ad una pagina intitolata *“Prodotto selezionato: Abbonamento Standard”*, seguito dalla scritta, a caratteri minuscoli: *“stai acquistando un abbonamento a tariffa mensile di 29 euro - vedi condizioni di utilizzo e abbonamento del servizio”*. Seguono i campi in cui inserire i propri dati personali e le coordinate bancarie per il pagamento con carta di credito, al fine di sottoscrivere l’abbonamento. Al fondo di tale pagina vi è il *link* con scritto *“Dichiaro di avere preso visione e accettato le condizioni generali, di avere un’età maggiore di anni 18, di essere a conoscenza dei termini e delle tariffe proposte”*, già “spuntato”, che comporta, quindi, l’automatica accettazione con l’attivazione del pagamento.

13. Inoltre, da accertamenti effettuati d’ufficio dall’Autorità in data 4 e 14 marzo 2011, risulta che la società Onemeet continua a diffondere, anche attraverso il sito *internet www.onemeet.net*,

messaggi che promuovono incontri per persone *single*, con un contenuto sostanzialmente identico rispetto a quello contestato nel summenzionato provvedimento. In particolare, nella home page del sito internet www.onemeet.net vi è un riquadro, intitolato “*REGISTRATI GRATIS ORA*” seguito da diverse scritte, fra cui: “*Basta registrarsi gratuitamente ed in pochi secondi è possibile accedere al servizio ed iniziare la ricerca del single più affine a te*”. Per completare la registrazione, diversamente da quanto si verificava in precedenza, è obbligatorio compilare, “spuntandolo”, il riquadro: “*Certifico di essere maggiorenne e di aver letto e accettato senza riserve le CGU*”. Come nel caso del sito precedentemente descritto, vi è solo un obbligo di compilazione (inserimento della “spunta”) ma non di apertura delle pagine contenenti le Condizioni Generali.

14. Una volta completata la registrazione, si può accedere tramite successivi link ipertestuali alla pagina web dedicata agli abbonamenti, nella quale, come in precedenza, vi sono quattro distinte icone, che presentano le tariffe disponibili:

- “*Tariffa Light per i primi 10 giorni*” al costo di 12,90 euro
- “*Tariffa standard a tariffa mensile*” al costo di 24 euro
- “*Tariffa agevolata 60 giorni*” al costo di 40 euro
- “*Tariffa agevolata Prepagata 180 giorni*” al costo di 119 euro.

Accanto a ciascuna icona vi è il link “Acquista ora” e i simboli della Visa e di MasterCard.

15. A titolo esemplificativo, cliccando sul link in corrispondenza dell'icona “*Tariffa Light per i primi 10 giorni*” si accede ad una pagina che riporta “*Abbonamento light per i primi 10 giorni*”, seguita dall'indicazione “*Stai acquistando un abbonamento a tariffa agevolata per i primi 10 giorni a 12,90 euro. Vedi CGU*”. Vi sono, poi, gli spazi da compilare con i dati per il pagamento con carta di credito e il riquadro da compilare (“spuntandolo”): “*Dichiaro di aver preso visione e accettato le CGU e di avere un'età maggiore di 18 anni di essere a conoscenza dei termini e delle tariffe proposte. Per maggiori informazioni sull'uso, navigabilità e regole di comportamento si rimanda al link CGU*”.

16. Come risulta da rilevazioni effettuate d'ufficio in data 29 settembre 2011, modalità sostanzialmente analoghe di promozione sono ancora presenti sui due suddetti siti internet.

17. I messaggi *supra* descritti presentano il medesimo profilo di scorrettezza già accertato. In particolare, il sito www.bestsingle.com e anche l'attuale versione del sito internet www.onemeet.net (quest'ultimo con alcune modifiche rispetto alla versione contestata in precedenza), per le modalità con cui promuovono il servizio di Onemeet - con distinte icone, ciascuna rappresentante ciò che sembra una tipologia distinta di abbonamento, riferendosi in realtà sempre all'iscrizione ad un abbonamento annuale ovvero semestrale - sono idonei ad indurre in errore il consumatore medio, circa il costo complessivo e la durata del contratto proposto. Infatti, data la struttura dei suddetti siti internet, l'utente finisce per attivare un abbonamento annuale o semestrale, rinnovabile automaticamente, credendo invece di aver sottoscritto un abbonamento per periodi assai più limitati (dieci giorni, 1 mese o 6 mesi non rinnovati automaticamente).

18. Di conseguenza, la diffusione dei messaggi in questione costituisce una reiterazione sostanziale della pratica commerciale scorretta accertata e vietata con provvedimento n. 20416 del 28 ottobre 2009. Pertanto, con provvedimento del 23 marzo 2011, n. 22227, l'Autorità ha deliberato l'avvio di un procedimento istruttorio nei confronti della società Onemeet S.p.A. per aver violato nuovamente la predetta delibera e la relativa diffida.

19. Il menzionato provvedimento n. 22227 è stato notificato alla Parte, tramite la Guardia di Finanza - Nucleo Speciale Tutela Mercati, in data 20 giugno 2011, dopo due tentativi di notifica effettuati con raccomandata R.R., ma ritornati al mittente.

20. Sulla base delle informazioni acquisite da Cerved¹ risulta che, nel corso di marzo 2011, Onemeet ha dapprima trasformato la propria natura giuridica da società per azioni in società a responsabilità limitata e, successivamente, ha variato la denominazione sociale in IT-PCI Payment S.r.l., trasferendo altresì la sede legale, ma mantenendo il medesimo numero di partita IVA. A luglio 2011, IT-PCI Payment S.r.l. è stata posta in liquidazione ed è stato nominato un liquidatore.

21. Nel seguito del provvedimento, tuttavia, il professionista continuerà ad essere indicato come Onemeet.

22. Una nuova segnalazione è pervenuta il 4 ottobre 2011, da parte di un consumatore che lamenta la diffusione di messaggi sostanzialmente analoghi a quelli segnalati. In particolare, il consumatore, si è iscritto al sito *internet* www.onemeet.net ad agosto 2011, ritenendo di aderire ad un'offerta promozionale per tre giorni, ma ha successivamente scoperto che si era in tal modo registrato, inconsapevolmente, ad un abbonamento annuale.

22. Infine, in data 12 ottobre 2011 il procedimento è stato prorogato al 16 gennaio 2012.

II. LE ARGOMENTAZIONI DELLA PARTE

23. Il provvedimento di contestazione dell'inottemperanza alla citata delibera n. 20416 del 28 ottobre 2009 è stato notificato alla Parte in data 20 giugno 2011, mentre il provvedimento di proroga è stato notificato in data 28 ottobre 2011.

24. La Parte, con comunicazione pervenuta in data 14 luglio 2011, ha eccepito l'irregolare notifica del provvedimento di contestazione dell'inottemperanza "*alla IT-PCI Payment S.r.l., già Onemeet S.p.A., insistendo per consegnare copia a mani del vecchio rappresentante legale di Onemeet S.p.A., sig. Daniele Milani, ovviamente non più rappresentante legale pro tempore [...]*". L'attuale rappresentante sarebbe, infatti, il sig. Aurelio Cirulli.

25. In secondo luogo, la Parte ha rilevato come il sito *internet* www.bestsingle.com oggetto del provvedimento di contestazione dell'inottemperanza non faccia capo alla società già Onemeet S.p.A. già a partire da ottobre 2010, essendone l'attuale intestatario la società Godaddy.com Inc. USA.

26. Per quanto concerne il merito, la Parte ha anzitutto rappresentato come la contestazione dell'Autorità si fondi su un unico trascurabile caso di confusione dei reali termini del contratto da parte di un utente, che non rappresenta un dato significativo a fronte dei numerosi contratti conclusi regolarmente e privi di qualsivoglia contestazione. Inoltre, secondo la Parte il contenuto del proprio sito presenta una chiarezza di gran lunga maggiore rispetto alle informazioni diffuse dai propri concorrenti. In particolare, le condizioni generali di contratto, oltre ad essere consultabili dalla *home page* del sito in oggetto, vengono riportate in fase di registrazione dell'utente, con l'indicazione "*Stai acquistando un abbonamento promozionale al servizio Onemeet alla tariffa scontata di Euro 9,90 per i primi 10 giorni. Al termine di questo periodo verrà applicata la tariffa standard che è riportata nelle condizioni generali*". Tale dicitura, a detta della Parte, renderebbe consapevole l'utente medio della durata limitata della promozione che si appresta a sottoscrivere nell'ambito di un abbonamento che prosegue oltre il periodo a tariffa scontata.

27. Successivamente alla proroga del procedimento, la Parte non ha presentato ulteriori memorie.

¹ Cfr. rilevazioni effettuate d'ufficio in varie date, agli atti del fascicolo.

III. VALUTAZIONI

28. Con riferimento alla supposta irregolarità della notifica del provvedimento di contestazione dell'inottemperanza sollevata dalla Parte, dalla documentazione agli atti risulta che a Onemeet S.p.A. è succeduta IT-PCI Payment S.r.l. nella gestione dei siti *internet* illustrati in precedenza. Più precisamente, dalle visure Cerved effettuate e come affermato dalla stessa Parte nei propri scritti difensivi, Onemeet S.p.A. ha semplicemente modificato la propria denominazione sociale in IT-PCI Payment S.r.l., variando la sede legale. Dal verbale allegato alla relata di notifica risulta che il provvedimento di avvio del procedimento di inottemperanza è stato notificato presso la sede legale di IT-PCI Payment S.r.l., precedentemente denominata Onemeet S.p.A.. In ogni caso, il provvedimento è stato rinotificato all'attuale rappresentante legale di IT-PCI Payment S.r.l., prorogando il termine di conclusione del procedimento.

29. Si rileva, infine, che la Parte ha presentato una memoria e, nel corso del procedimento, si è ampiamente difesa nel merito delle contestazioni.

30. Inoltre, sebbene come affermato dalla Parte il sito *www.bestsingle.com* risulti intestato ad una società statunitense, nondimeno dalle pagine dello stesso si evince che l'autore dei contenuti è Onemeet S.p.A. (ora IT-PCI Payment S.r.l. in liquidazione). Difatti, come risulta da pag. 1 e 11 del documento n. 7 agli atti del fascicolo, i contenuti del sito sono riconducibili a Onemeet S.p.A. e non vi sono elementi per dubitare del fatto che il professionista continui a beneficiare dei proventi dell'attività promossa tramite detto sito.

31. Passando ora alla valutazione nel merito della condotta realizzata dal professionista, alla luce delle risultanze istruttorie si ritiene che tale comportamento costituisca inottemperanza alla delibera del 28 ottobre 2009, n. 20416.

32. Come visto *supra*, difatti, sia il sito *www.bestsingle.com* nella versione rilevata in data 14 marzo e 29 settembre 2011, sia il sito *www.onemeet.net* nella versione rilevata in data 4 e 14 marzo, nonché 29 settembre 2011, per come strutturati, sono idonei ad indurre in errore i destinatari circa la durata dell'abbonamento; quest'ultimo, infatti, che sembrerebbe potersi sottoscrivere per periodi di tempo più brevi rispetto a quelli reali di sei mesi per il sito *www.onemeet.net* ovvero di un anno per il sito *www.bestsingle.com*. In particolare, diciture quali: "«Abbonamento mensile. Tariffa mensile» al costo di 29 euro", "«Abbonamento Prepagato 6 mesi + 50 sms» al costo di euro 135.00", "«Abbonamento light flexi valido per primi 10 giorni» al costo di euro 12,90", "«Abbonamento 12 mesi+ 50 sms» al costo di euro 175,00", ovvero "«Tariffa Light per i primi 10 giorni» al costo di 12,90 euro", "«Tariffa standard a tariffa mensile» al costo di 24 euro", "«Tariffa agevolata 60 giorni» al costo di 40 euro", "«Tariffa agevolata Prepagata 180 giorni» al costo di 119 euro", utilizzate rispettivamente sul sito *www.bestsingle.com* e *www.onemeet.net*, in assenza di chiare indicazioni circa l'effettiva durata dell'abbonamento proposto, della durata minima di un anno ovvero sei mesi, inducono i destinatari a ritenere, contrariamente al vero, di potersi abbonare per periodi più brevi e quindi ad un prezzo inferiore. In effetti, a fronte delle predette informazioni ambigue e confusorie sulle offerte promosse, in nessuna parte dei siti è precisato che l'unica tipologia di abbonamento offerta dalla Parte è, in realtà, quella annuale o semestrale, mentre le diverse opzioni descritte nelle icone rappresentano solo modalità di versamento degli acconti dell'abbonamento annuale/semestrale. Inoltre, non vi è ancora un passaggio obbligatorio alla pagina *web* che riporta il "Contratto di Abbonamento/Condizioni di utilizzo", ma il consumatore può registrarsi direttamente senza averne preso visione, in quanto l'unico obbligo previsto è di avere compilato, "spuntandolo", lo spazio a fianco di tale informativa. Tale ambiguità, nel caso del sito *www.onemeet.net*, è corroborata

dall'invito nelle pagine iniziali a iscriversi gratuitamente, attraverso le diciture “*REGISTRATI GRATIS ORA*” e “*Basta registrarsi gratuitamente [...]*”.

33. Contrariamente a quanto sostenuto dalla Parte, non vale a rimuovere i profili di ingannevolezza – e quindi di inottemperanza - ivi rilevati l’indicazione presente sui siti in oggetto “*stai acquistando un abbonamento promozionale al servizio Onemeet alla tariffa scontata di euro 9,90 per i primi 10 giorni. Vedi CGU*” ed altre forme sostanzialmente identiche, in quanto non idonee a specificare la durata minima semestrale o annuale degli abbonamenti *de quibus* rinnovabili automaticamente.

34. Di nessun pregio può, inoltre, ritenersi quanto osservato dalla parte circa la sussistenza di un’unica denuncia agli atti del fascicolo. Si rammenta in primo luogo che l’Autorità ha facoltà di agire di ufficio nell’investigazione di possibili pratiche scorrette, ancor di più nell’ambito delle verifiche di ottemperanza ad una precedente diffida; deve inoltre considerarsi che l’ampia nozione di pratica commerciale tra professionisti e consumatori di cui all’art. 18, lettera *d*), del Codice del Consumo prescinde da qualsiasi connotazione di carattere statistico o quantitativo, ricomprendendo qualsivoglia condotta posta in essere dal professionista prima, durante o dopo un’operazione commerciale relativa ad un prodotto o servizio e tale da poter essere astrattamente replicata nei confronti di una categoria generalizzata di consumatori indipendentemente dal numero concreto di soggetti destinatari di tale condotta.

35. Come già rilevato nel primo provvedimento di constatazione di inottemperanza da parte del professionista, nessun rilievo può attribuirsi all’argomento secondo cui il professionista ha adottato una pratica del tutto analoga agli standard di comportamento dei propri concorrenti, giacché “una simile condotta, pur essa lesiva dei consumatori e del mercato, risulta del pari censurabile” in quanto in violazione del Codice del Consumo². In ogni caso, la società Onemeet (ora IT-PCI Payment in liquidazione) era tenuta ad ottemperare alla diffida contenuta nella citata delibera n. 20416 del 2009.

36. In conclusione, sia il sito *internet* www.bestsingle.com, sia il sito www.onemeet.net, così come sopra descritti, pur presentando lievi differenze di natura formale, ripropongono un contenuto sostanzialmente inalterato rispetto a quello ritenuto ingannevole con la delibera del 28 ottobre 2009, n. 20416, in violazione della diffida ivi contenuta. Infatti, in tali siti vengono riportate distinte icone, ciascuna dedicata a ciò che apparentemente sembra una distinta tipologia di abbonamento per prezzo e durata, ma che invece si riferiscono sempre ad un abbonamento di durata minima semestrale o annuale rinnovabili automaticamente; inoltre, nel caso del sito www.onemeet.net il consumatore medio viene agganciato mediante la proposta di una registrazione “gratuita”.

IV. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

37. 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.

38. 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.

² Cfr. TAR Lazio, Sez. I, n. 8395/09.

39. Con riguardo alla gravità della violazione si considera che trattasi di una seconda inottemperanza alla diffida contenuta nella citata delibera del 28 ottobre 2009, n. 20416. Sotto il profilo della gravità deve inoltre considerarsi che detta reiterata inottemperanza è stata attuata tramite due distinti siti *internet*, *www.bestsingle.com* e *www.onemeet.net*. In merito alla durata della violazione, sulla base degli elementi in atti risulta che la stessa si è protratta quantomeno da novembre 2010 a settembre 2011.

40. Considerati tali elementi, si ritiene di irrogare alla società IT-PCI Payment S.r.l. in liquidazione, già Onemeet S.p.A., una sanzione amministrativa pecuniaria pari a 100.000 € (centomila euro).

Tutto ciò premesso e considerato;

DELIBERA

a) che il comportamento della società IT-PCI Payment S.r.l. in liquidazione (già Onemeet S.p.A.), consistito nell'aver violato la delibera del 28 ottobre 2009, n. 20416, costituisce inottemperanza a quest'ultima;

b) di irrogare alla società IT-PCI Payment S.r.l. in liquidazione (già Onemeet S.p.A.) una sanzione amministrativa pecuniaria di 100.000 € (centomila 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'art. 135, comma 1, lettera *b*), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199 entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

PS6793 - TISCALI-FATTURAZIONE POST RECESSO

Provvedimento n. 23215

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 gennaio 2012;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

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

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette*" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 15 novembre 2007;

VISTO il proprio provvedimento del 28 settembre 2011, con il quale è stato disposto l'accertamento ispettivo, ai sensi dell'art. 27, commi 2 e 3, del Codice del Consumo, presso Tiscali Italia S.p.A.;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. La società Tiscali Italia S.p.A. (di seguito, anche "Tiscali") in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società è attiva nel settore delle telecomunicazioni e, in particolare, nella fornitura di servizi di telefonia fissa voce e *internet*. I ricavi di Tiscali nell'esercizio 2010 ammontano a circa 276,5 milioni di euro.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Secondo le segnalazioni di numerosi consumatori, pervenute anche tramite la Direzione Contact Center dell'Autorità, nel periodo novembre 2010 - agosto 2011 il professionista non avrebbe dato corso alle richieste di cessazione della fornitura – tramite rete fissa - di servizi di telefonia e/o navigazione in *internet* (di seguito anche "servizi"), continuando a emettere le relative fatture.

3. Inoltre, il servizio "*Customer Care*" di Tiscali non avrebbe fornito informazioni chiare, precise e dettagliate sulle modalità per richiedere la cessazione della fornitura dei servizi e gli elementi da inserire nelle richieste onde consentirne un'efficace e tempestiva lavorazione.

4. In aggiunta, gli operatori incaricati da Tiscali non avrebbero fornito ai consumatori informazioni corrette e aggiornate circa lo stato di lavorazione delle relative richieste di cessazione della fornitura di servizi.

5. Infine, il professionista avrebbe continuato a fatturare i servizi ormai disdettati dagli utenti e avrebbe dato mandato a legali esterni al fine di indurre i consumatori a effettuare il relativo pagamento.

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

6. In relazione alla condotta sopra descritta, in data 28 settembre 2011 è stato disposto l'avvio del procedimento istruttorio n. PS6793 nei confronti del professionista per possibile violazione degli artt. 20, 22, 24 e 25, lettera *d*), del Codice del Consumo.

7. A seguito di quanto disposto nella delibera dell'Autorità del 28 settembre 2011, in data 6 ottobre 2011 è stato effettuato un accertamento ispettivo presso la sede di Tiscali in Cagliari.

8. In data 29 novembre 2011 è pervenuta una memoria difensiva di Tiscali, contenente anche le informazioni richieste in sede di avvio del procedimento.

9. In data 15 dicembre 2011 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

10. In data 28 dicembre 2011, cioè il giorno antecedente la scadenza del termine di conclusione dell'istruttoria, è pervenuta una comunicazione di Tiscali in cui il professionista, nel confermare quanto esposto nella precedente memoria difensiva, fa cenno a una generica disponibilità ad assumere impegni in relazione alla pratica commerciale oggetto del procedimento, senza tuttavia definire, né precisare, contenuti e limiti di tale asserita disponibilità.

2) *Le evidenze acquisite*

11. Tre sono le modalità con cui il cliente può decidere di interrompere il rapporto di fornitura dei servizi di telecomunicazioni con Tiscali. Una di queste, la procedura di migrazione o di portabilità pura, si caratterizza per l'assenza di un contatto diretto tra il cliente e la società poiché la richiesta avviene per tramite del nuovo operatore ed esula, pertanto, dall'ambito del procedimento avviato. Nella cessazione per disdetta il cliente invia una formale comunicazione a Tiscali mediante lettera raccomandata A.R., allegando copia di un valido documento di identità secondo le modalità previste dall'art. 3.2. delle condizioni generali di contratto (di seguito anche cgdc)¹. In base a quanto indicato nelle cgdc, Tiscali procede con la cessazione tecnico amministrativa del servizio entro trenta giorni dal ricevimento della disdetta. Il perfezionamento della cessazione del servizio importa, per il cliente, la perdita della numerazione. Infine, la terza possibilità è quella del recesso *ad nutum*, nel quale il cliente può esercitare il cosiddetto diritto di ripensamento, senza alcuna penalità o costo a suo carico, dandone comunicazione a Tiscali entro dieci giorni dalla data di conclusione del contratto.

12. Antecedentemente al 15 febbraio 2011 l'art. 3.2. delle cgdc contemplava, in alternativa alla raccomandata, la possibilità di invio della disdetta anche a mezzo *fax*.

13. La procedura di gestione delle richieste di cessazione dei servizi è articolata in tre distinte fasi. La prima è dedicata al censimento e all'immissione della richiesta nel sistema informatizzato di gestione del cliente. Tale fase è ulteriormente suddivisa in una prima attività di smistamento postale, una seconda di normalizzazione e digitalizzazione e una terza di censimento, in cui viene visionato il documento, verificata la tipologia del prodotto per cui viene chiesta la cessazione e individuata nei sistemi l'anagrafica cliente corrispondente al mittente.

14. Una seconda fase è dedicata alla verifica della richiesta di disdetta, volta ad accertare, da un lato, la reale volontà del consumatore e, dall'altro, la sussistenza dei requisiti minimi in assenza dei quali non è oggettivamente possibile dare seguito alla richiesta avanzata. In particolare, tutti clienti che hanno avanzato una richiesta di cessazione del servizio vengono richiamati al fine di accertare l'effettiva volontà degli stessi di cessare la linea, nonché di fornire le informazioni relative alla restituzione del *modem* (ove prevista), alla portabilità del numero e all'applicazione degli eventuali costi di disattivazione².

15. L'ultima fase è dedicata al *deprovisioning* tecnico, il quale segue tre diversi percorsi a seconda che la richiesta di disdetta riguardi il solo servizio ADSL, i servizi ADSL e telefonia o i servizi con

¹ L'art. 3.2 delle cgdc recita: "Il Cliente può recedere dal Contratto in qualsiasi momento dandone comunicazione con almeno 30 giorni di anticipo mediante lettera raccomandata A.R. ai recapiti indicati al successivo articolo 11 ed allegando una copia del documento di identità. Il Cliente potrà chiedere, inoltre, la migrazione verso altro operatore con le modalità e le tempistiche indicate all'indirizzo <http://assistenza.tiscali.it/commerciale/costidisattivazione/> o dal Servizio Clienti Tiscali. Il recesso avrà efficacia dal momento in cui Tiscali abbia adempiuto a tutte le attività necessarie all'espletamento della relativa richiesta e comunque non oltre 30 giorni dal ricevimento della comunicazione del Cliente (...)". Cfr. all. 1, doc. 26 del fascicolo istruttorio.

unica componente telefonia. In tutti i casi, comunque, ai fini della cessazione del servizio è necessario l'intervento di Telecom Italia così come disciplinato dalla regolamentazione settoriale.

16. Come già menzionato, in base alle cgdc di Tiscali la cessazione effettiva del servizio deve avvenire entro trenta giorni dal ricevimento della raccomandata. Tuttavia, poiché alcuni servizi sono soggetti a fatturazione anticipata, può accadere che al cliente vengano effettuati addebiti anche in relazione a periodi successivi all'invio della richiesta di disdetta. In tal caso, Tiscali provvede allo storno dell'importo non dovuto.

17. La possibilità per il cliente di presentare reclami è espressamente prevista nei contratti relativi ai servizi offerti da Tiscali, con la precisa indicazione dei recapiti a cui inviarli e con il richiamo alla Carta dei Servizi per tutti i dettagli ulteriori³. L'art. 3.3 della Carta dei Servizi evidenzia la disponibilità di diversi metodi per l'inoltro di reclami, ivi inclusi quelli a carattere amministrativo relativi alla fatturazione⁴:

“Reclami - Il Cliente può inoltrare formale reclamo in caso di inadempienza dei principi sanciti dalla presente Carta dei Servizi o delle norme che regolano le Condizioni Generali di Contratto attraverso uno dei seguenti canali:

posta presso Tiscali Italia S.p.A. Servizio Clienti, Sa Metta, 09123 Cagliari;

fax ai numeri dedicati 800910028 per i privati e 800910032 per le aziende;

via telefono al numero 130 per i privati e 192130 per le aziende;

Tiscali riferisce il risultato degli accertamenti entro un tempo massimo di 45 (quarantacinque) giorni dalla presentazione del reclamo; nel caso di rigetto del reclamo risponderà per iscritto fornendo i necessari dettagli e motivazioni.

Tiscali garantisce la tracciabilità e la conservazione dei reclami presentati dal Cliente, singolarmente o tramite associazioni.

Resta inteso che, a pena di decadenza, i reclami dovranno essere presentati entro 3 mesi dal verificarsi della circostanza da cui lo stesso scaturisce o, nel caso di reclami relativi ad una fattura, entro 60 giorni dalla scadenza della fattura stessa”.

18. Inoltre, l'art. 3.4 della Carta dei Servizi, al fine di fornire ulteriori strumenti al cliente con specifico riferimento a questioni inerenti la fatturazione, precisa quanto segue:

“Rettifiche di Fatturazione - Qualora nei processi di rilevazione del traffico, e/o di fatturazione vengano commessi errori in eccesso od in difetto, Tiscali provvede d'ufficio alla correzione degli stessi, alla rettifica della fatturazione ed all'emissione dei corrispondenti addebiti o accrediti entro 30 (trenta) giorni solari dall'accertamento dell'errore”.

19. Tiscali fornisce ai propri clienti assistenza, anche in ambito amministrativo, con i seguenti canali: a) il Call center b) il numero gratuito 130; c) il sito internet www.tiscali.it; d) il servizio My Tiscali; e) la Chat Assistenza; f) il Forum Assistenza.

20. In corso di fornitura sono a disposizione dei clienti vari strumenti affinché i prodotti Tiscali possano essere gestiti direttamente dal cliente. In particolare, le informazioni in merito alle modalità attraverso cui è possibile recedere dal contratto sono veicolate attraverso i seguenti canali:

a) nell'area di *self care* My Tiscali è possibile accedere ad un'apposita sezione, dove è possibile scaricare un modulo di disdetta precompilato con i dati del cliente;

b) senza la necessità di autenticarsi, è possibile per chiunque accedere alla sezione *Assistenza Amministrativa Disattivazione e Costi del Servizio*, in cui è presente una chiara descrizione della

² Cfr. verbale ispettivo, doc. 25 del fascicolo istruttorio.

³ Cfr. art. 7.1 e 11 delle cgdc, all. 1, doc. 26 del fascicolo istruttorio.

⁴ Cfr. all. 2, doc. 26 del fascicolo istruttorio.

procedura di “cessazione”, oltre al modulo di disdetta, che deve essere compilato con i dati personali ed inviato alla società unitamente alla fotocopia del documento d’identità⁵;

c) in una apposita sezione dell’area “Assistenza Amministrativa” è possibile reperire le cgdc, il cui art. 3.2 disciplina i termini di disdetta;

d) dal lunedì al sabato dalle 08.30 alle 21.30 e la domenica dalle 08.30 alle 19.30, è gratuitamente disponibile la *Chat* di Assistenza con gli operatori Tiscali, a cui sia accede via *web* compilando l’apposita scheda;

e) via contatto telefonico, dal lunedì al sabato, dalle 8.30 alle 21.30 gratuitamente da linea fissa, i clienti possono informarsi circa le modalità di disdetta chiamando il numero di assistenza 130 e digitando la specifica sequenza di tasti per parlare con un operatore dell’area amministrativa⁶;

f) presso i punti vendita Tiscali, tramite la documentazione contrattuale cartacea sottoposta ai consumatori - in linea con quella reperibile via *web* - e le informazioni fornite dagli addetti ai punti vendita;

g) nel *welcome pack*, inviato a seguito dell’adesione all’offerta commerciale, sarebbe presente copia cartacea della documentazione contrattuale, fra cui le cgdc cui occorre far riferimento per conoscere i termini di disdetta.

21. Nel periodo interessato dal procedimento le richieste di cessazione dei servizi inviate al professionista sono pari a [10.000–60.000]⁷, di cui [10.000–60.000] sono state ritenute effettivamente lavorabili. Di queste, [5.000–50.000] sono state lavorate entro trenta giorni dalla ricezione, mentre [1.000–10.000] sono state lavorate in un lasso temporale superiore ai quarantacinque giorni⁸. Nello stesso periodo, il professionista ha ricevuto [1.000–5.000] reclami concernenti la tematica interessata dal procedimento⁹, di cui [100–1.000] inviati oltre trenta giorni dopo la disdetta¹⁰.

3) Le argomentazioni difensive della Parte

22. Con specifico riferimento all’esercizio della disdetta, Tiscali ha evidenziato che i servizi offerti sono disciplinati dalle proprie cgdc insieme alle condizioni economiche e tecniche indicate nel materiale informativo, come precisato all’art. 1.1 delle cgdc ADSL, Voce, Voce WLR e Voce CS e CPS¹¹. In linea con la normativa regolamentare e con la prassi del settore, nella documentazione contrattuale le clausole a carattere strettamente giuridico, contenute nelle cgdc, sarebbero separate dalle informazioni commerciali e tecniche relative alle diverse offerte al fine di consentire al consumatore un’immediata e chiara percezione di tutte le condizioni del prodotto.

23. In base all’art. 3.2 delle cgdc, il cliente può inviare disdetta in qualsiasi momento dandone comunicazione con almeno trenta giorni di anticipo mediante lettera raccomandata A.R. ai recapiti indicati nella documentazione contrattuale, allegando copia di un valido documento di identità. Al fine di agevolare l’esercizio del diritto Tiscali avrebbe predisposto anche un formulario di disdetta, che peraltro, a differenza di altri operatori concorrenti, sarebbe meramente indicativo, essendo riconosciuta la facoltà del cliente di manifestare in qualunque altra forma la propria volontà, fatta salva la presenza degli elementi sostanziali necessari a identificare il cliente e il servizio di cui si richiede la cessazione. In sostanza, il formulario fornito da Tiscali sarebbe un reale supporto al

⁵ Cfr. all. 5 doc. 26 del fascicolo istruttorio.

⁶ Cfr. all. 6 doc. 26 del fascicolo istruttorio.

⁷ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

⁸ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

⁹ Cfr. doc. 26 del fascicolo istruttorio.

¹⁰ Cfr. all. 1 del verbale ispettivo, doc. 25 del fascicolo istruttorio.

¹¹ Cfr. all. 3 del doc. 26 del fascicolo istruttorio.

cliente e non un ulteriore vincolo. Secondo Tiscali le formalità sopra descritte, oltre ad essere corrispondenti alla normativa vigente e ai migliori *standard* del settore, sarebbero richieste a tutela della corretta manifestazione della volontà del cliente. Infatti, la raccomandata fornirebbe prova e data certa della espressione della volontà del cliente consentendo l'immediata e sicura determinazione del tempo entro cui Tiscali deve evadere la pratica, mentre la fotocopia del documento sarebbe necessaria per confermare la provenienza della richiesta ed evitare che altri soggetti possano esprimersi per conto del cliente.

24. La citata modifica dell'art. 3.2. delle cgdc, attraverso cui è stato escluso l'invio della disdetta con mezzi alternativi alla raccomandata, sarebbe stata determinata dal fatto che le comunicazioni inviate con mezzi alternativi, fra i quali il *fax*, pervenivano spesso con risoluzione e qualità talmente basse da renderle illeggibili e quindi non censibili.

25. In relazione alle indicazioni fornite ai clienti sulle modalità di esercizio del diritto di recesso, Tiscali ha sostenuto di essersi attivata, anche oltre i propri obblighi contrattuali e normativi, utilizzando svariati strumenti. Le informazioni sarebbero fornite già nei messaggi promozionali e, successivamente al perfezionamento del rapporto contrattuale, il professionista invierebbe al cliente un'informativa completa, contenente tutte le condizioni di utilizzo del servizio e ogni altra informazione opportuna.

26. A seguito delle informazioni ottenute dagli operatori Tiscali in ordine alle procedure di migrazione/portabilità pura e alla perdita della numerazione, conseguente alla cessazione della fornitura del servizio, molti clienti avrebbero revocato la disdetta, richiedendo il codice di migrazione o il codice segreto per passare ad altro operatore con differente procedura. In ogni caso, l'attività di verifica svolta risulterebbe funzionale alla ottimale gestione della disdetta e, in particolare, al completamento delle informazioni necessarie alla clientela per attività connesse alla cessazione dei servizi (riconsegna del *modem* o pagamento del contributo di disattivazione).

27. Per quanto riguarda la tempistica di evasione delle richieste di cessazione, Tiscali ha precisato che in un numero consistente di casi (non computabile con precisione) essa non si conforma ai termini delle cgdc per cause che sfuggono al controllo della società. Le attività volte a rendere lavorabili le richieste, inoltre, sarebbero effettuate ad unico beneficio del cliente e implicherebbero ritardi non imputabili alla società stessa. Nell'ambito di tali attività, Tiscali impiegherebbe del tempo per rintracciare i clienti autori di richieste di disdetta contraddittorie o incomplete. A titolo esemplificativo, Tiscali espone alcune cause di ritardo attribuibili a soggetti terzi: a) mancato rispetto da parte di Telecom Italia delle tempistiche di lavorazione delle attività ancillari per il rientro nei propri sistemi; b) rifiuto del cliente di rientrare con l'operatore principale; c) attivazione contemporanea, da parte del cliente, della procedura di disdetta e di migrazione; d) ripensamento o sospensione della richiesta di disdetta espressi, anche oralmente, dal cliente.

28. Correttezza e tempestività della fatturazione, ad avviso del professionista, sarebbero dimostrate dal bassissimo numero di reclami ricevuti. Inoltre, i resoconti sulla qualità pubblicati da Tiscali - come da obblighi regolamentari - evidenzerebbero la particolare attendibilità delle fatture emesse. Nel 2010, infatti, Tiscali avrebbe raggiunto l'importante obiettivo di una percentuale di reclami inerenti la fatturazione pari ad appena l'1,15%¹². Per il 2011, la società si sarebbe prefissata l'obiettivo ancora migliore di una percentuale dell'1%¹³.

29. Per quanto concerne il recupero del credito, Tiscali ha sostenuto di aver implementato un processo che prevede, prima dell'avvio del c.d. *dunning* legale, una serie di attività interne,

¹² Consultabili alla pagina internet: http://assistenza.tiscali.it/download/pdf/Resoconto_qualita_Tiscali_2010.pdf.

¹³ Carta dei Servizi 2011 consultabile alla pagina internet:

http://assistenza.tiscali.it/download/pdf/carta_dei_servizi_20_09_2011_x2x.pdf.

preliminari e interlocutorie, di verifica, contatto e sollecito al cliente. Deve tenersi, presente, ad avviso del professionista, un numero significativo di cessazioni riconducibili a clienti lungamente morosi o silenti.

IV. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

a) Valutazioni di merito

30. La pratica commerciale oggetto di valutazione riguarda le modalità di gestione, da parte del professionista, delle richieste di risoluzione del contratto o di disattivazione di singoli servizi, quali il servizio voce o il servizio ADSL. In particolare, in un numero non irrilevante di casi, i consumatori, nonostante l'invio della raccomandata A/R per comunicare la volontà di recedere dal contratto o da un singolo servizio, hanno continuato a ricevere da Tiscali fatture e solleciti di pagamento, anche tramite società di recupero crediti, non avendo il professionista dato seguito alle richieste di cessazione nei tempi contrattualmente previsti.

31. Al riguardo, gli elementi acquisiti nel corso del procedimento rivelano l'esistenza di una pratica connotata da ritardi e inefficienze nel sistema di gestione dei rapporti tra il professionista e la propria clientela, tale da pregiudicare sia l'efficace esecuzione della volontà dei consumatori di recedere dal rapporto contrattuale, sia la tempestiva interruzione del processo di fatturazione successivamente alla richiesta di disattivazione dei servizi. In particolare, agli strumenti informativi e al sistema operativo predisposti, che comprendono anche il ricontatto di ciascun consumatore al fine di reperire le informazioni necessarie per dar seguito alla richiesta di cessazione dei servizi, non corrispondono i risultati operativi che dimostrino l'attuazione effettiva e in termini soddisfacenti del servizio volto ad evadere le richieste di disdetta avanzate, che in molti casi, invece, risultano rallentate o non lavorate senza una oggettiva e plausibile motivazione.

32. La documentazione agli atti rinvenuta anche in sede ispettiva testimonia, in primo luogo, la piena consapevolezza di Tiscali circa l'esistenza e la dimensione del problema relativo alla mancata/tardiva esecuzione delle richieste dei consumatori di cessazione del contratto o del singolo servizio. In particolare, su un totale di [10.000 – 60.000] richieste di cessazione pervenute nel periodo interessato dal presente procedimento, solo il [30 – 80%] circa è stato lavorato nei trenta giorni contrattualmente previsti; il [20 – 70%] circa è stato ritenuto non lavorabile; il [5 – 55%] circa è stato lavorato, invece, in un periodo superiore ai quarantacinque giorni dal ricevimento della comunicazione di disdetta. Contrariamente a quanto argomentato dal professionista, i dati palesano, quindi, la scarsa efficacia delle procedure e degli strumenti predisposti da Tiscali per la gestione delle richieste di cessazione inoltrate dalla clientela e la sussistenza, per contro, di rilevanti e non occasionali criticità.

33. Ciò non sembra essere smentito dai dati relativi ai reclami pervenuti dalla clientela. Infatti, nonostante la modesta rilevanza percentuale dei reclami inerenti la fatturazione in rapporto al totale di quelli ricevuti dal professionista (1,15% per il 2010), va comunque rilevato che su un totale di [1.000–5.000] reclami per erronea fatturazione, il [10–50%] circa è stato inviato dai consumatori a distanza di oltre trenta giorni dalla comunicazione di disdetta.

34. I dati acquisiti nel corso del procedimento indicano che Tiscali non ha predisposto un adeguato sistema di gestione delle richieste di disdetta inviate dai consumatori e che, nonostante la consapevolezza in ordine alla natura e all'entità del problema, non ha previsto misure e strumenti idonei a evitare non solo l'imposizione di oneri economici, connessi alla prosecuzione del rapporto contrattuale, ma anche la costituzione in mora del consumatore al fine di assicurare il pagamento dell'insoluto tramite società di recupero crediti.

35. Pur a fronte della possibilità che alcune richieste di cessazione provengano da clienti morosi, non può tuttavia tacersi l'assenza di una specifica procedura che consenta di gestire differentemente i ritardi di pagamento dai mancati pagamenti conseguenti a richieste di cessazione dei servizi. Dal che deriva, fra l'altro, la sussistenza di un concreto pregiudizio economico derivante dalla pratica commerciale in esame in relazione ai consumatori interessati dalla tardiva esecuzione delle proprie richieste di disattivazione del servizio, i quali hanno subito non solo il prolungamento della fatturazione dei servizi, ma anche la minaccia di esecuzione coattiva in caso di mancato versamento delle somme contestate.

36. Con riferimento alla generica assunzione d'impegno prospettata dal professionista non può che constatarsi l'impossibilità di effettuare in proposito alcuna valutazione ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, in quanto la proposta risulta non definita dallo stesso professionista nei suoi contenuti minimi essenziali.

b) Conclusioni

37. In base al complesso degli elementi acquisiti nel corso del procedimento, la condotta posta in essere da Tiscali risulta integrare una fattispecie di pratica commerciale aggressiva in quanto idonea a condizionare indebitamente la libertà di scelta dei consumatori, ostacolando il pieno ed effettivo esercizio di un loro diritto fondamentale, quale il diritto di recedere dal rapporto contrattuale con il professionista, ed esigendo il pagamento di corrispettivi per la fruizione di servizi non più richiesti.

38. Il comportamento di Tiscali deve, inoltre, ritenersi contrario al grado di diligenza ragionevolmente esigibile nel caso di specie. Infatti, attesa la propria consapevolezza circa le caratteristiche e la dimensione del problema, il professionista avrebbe dovuto assumere misure e iniziative efficaci e adeguate ad assicurare una gestione sufficientemente corretta e tempestiva delle richieste di recesso dei consumatori, nonché l'immediata sospensione del processo di fatturazione almeno per il tempo necessario a verificare, in caso di incertezza o di semplici irregolarità formali, l'effettiva volontà espressa dal cliente mediante la richiesta di interruzione del rapporto contrattuale.

39. Alla luce delle suesposte considerazioni, la pratica commerciale posta in essere da Tiscali deve ritenersi, pertanto, scorretta ai sensi degli artt. 20, 24 e 25, lettera d) del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante l'esercizio di un indebito condizionamento, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione ai servizi offerti dal professionista.

V. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

40. 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.

41. 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.

42. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto della dimensione economica del professionista, importante operatore nazionale nel settore della fornitura di servizi integrati di telefonia fissa e navigazione *internet*, nonché della sua consapevolezza in merito alla sussistenza,

alla natura e all'entità dei problemi derivanti dalle carenze del proprio sistema di gestione delle richieste di cessazione.

43. La gravità deve, inoltre, valutarsi in relazione alla diffusione della pratica commerciale, testimoniata da un numero significativo di consumatori intenzionati a porre termine al rapporto contrattuale con il professionista e direttamente interessati dall'inefficiente e tardiva gestione delle relative richieste da parte di Tiscali; nonché in relazione al pregiudizio economico effettivamente arrecato ai consumatori che hanno subito non solo il prolungamento della fatturazione per servizi di cui non intendevano fruire ulteriormente, ma, in alcuni casi, anche l'avvio di una specifica procedura volta al recupero delle somme contestate.

44. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti e sulla base delle segnalazioni ricevute, risulta che la pratica commerciale oggetto di contestazione è stata attuata nel periodo novembre 2010 - agosto 2011.

45. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria nella misura di 90.000 €(centomila euro).

46. In considerazione del fatto che il professionista risulta già destinatario di provvedimenti adottati in applicazione delle disposizioni contenute nel Codice del Consumo, si ritiene di determinare l'importo della sanzione nella misura di 120.000 €(centoventimila euro)¹⁴.

47. Inoltre, in considerazione della situazione economica del professionista, che presenta condizioni economiche non positive con un bilancio in perdita, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Tiscali Italia 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, 24 e 25, lettera *d*), del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a condizionare indebitamente la libertà di scelta dei consumatori in relazione ai servizi offerti da Tiscali, ostacolandone il pieno ed effettivo esercizio del diritto a recedere dal rapporto contrattuale con il professionista e richiedendo loro il pagamento di corrispettivi per la fruizione di servizi non più desiderati;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Tiscali Italia S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 24 e 25, lettera *d*), del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare alla società Tiscali Italia S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di 100.000 € (centomila 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

¹⁴ Cfr., fra gli altri, il provv. n. 20384 del 15 ottobre 2009, caso PS1890 – *Tiscali - limitazione adsl*, in Boll. n. 42/09; provv. n. 20349 del 1° ottobre 2009, caso PS1700 – *Tiscali ostruzionismo passaggio a Telecom*, in Boll. n. 40/09; provv. n. 19224 del 3 dicembre 2008, caso PS463 – *Tiscali – attivazione servizi non richiesti*, in Boll. n. 46/08.

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, fatti salvi i maggiori termini di cui all'art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199 entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella

PS7361 - EXPERT E CHIODI EUROPE-SCONTATISSIMI*Provvedimento n. 23216*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 gennaio 2012;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

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

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette*" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 15 novembre 2007;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Chiodi Europe S.r.l. (di seguito, anche Chiodi) in qualità di professionista ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del consumo.

La società, con sede legale ad Aprilia, opera nel commercio al dettaglio in esercizi non specializzati di elettrodomestici e prodotti di elettronica sotto il marchio Export Group. Nel 2010 il professionista ha realizzato un fatturato pari a circa 3 milioni di euro, con un utile di esercizio pari a circa 648 euro.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento concerne la presunta scorrettezza del comportamento posto in essere dal professionista, consistente nell'aver diffuso con modalità ingannevoli una vendita promozionale denominata "*SCONTATISSIMI*", avente validità dal 28 gennaio al 17 febbraio 2011, secondo quanto emerso dalla segnalazione di un consumatore acquisita dalla Guardia di Finanza¹.

3. In particolare, la prima pagina del pieghevole diffuso da Chiodi riporta il logo Expert Group, nonché l'indicazione, in basso a caratteri estremamente ridotti "*Offerte valide dal 28 gennaio al 17 febbraio, salvo esaurimento scorte e solo nei punti vendita aderenti all'iniziativa*"².

¹ In particolare, la segnalazione è pervenuta per il tramite del Nucleo Speciale Tutela dei Mercati in data 6 maggio 2011.

² L'informativa riportata in calce alla prima pagina del volantino continua così: "Vendita promozionale. Promozione non cumulabile con altre in corso. Tutti i prezzi sono IVA inclusa. Salvo errori e/o omissioni, Expert declina ogni responsabilità per le eventuali variazioni apportate dalle case produttrici. I prezzi e le caratteristiche possono variare senza preavviso anche a causa di errori tipografici e/o omissioni. Le foto dei prodotti sono a titolo puramente illustrativo. Tutti i prezzi sono comprensivi dell'Eco contributo RAEE"

OFFERTE VALIDE DAL 28 GENNAIO AL 17 FEBBRAIO 2011

SCONTATISSIMI!

PRIMA RATA DOPO PASQUA 2011



PHILIPS
TV LCD 27VLS9601
• 27" LCD
• 1080p
• 500 Hz
• 1000 Hz

SCONTO 20% ~~599~~
479

DISPONIBILI IN POCO



NOKIA
SMARTPHONE XS
• 3.5" touch screen
• 1280 x 800 pixels
• 12MP camera
• 16GB memory
• 1000mAh battery
• 1000mAh battery

SCONTO 31% ~~289~~
199

DISPONIBILI CON POCO



Lava fino a 6 kg
• 1000 Hz
• 1000 Hz

SCONTO 35% ~~389~~
249

DISPONIBILI IN POCO



Windows 7 Home Premium
• 64 bit
• 2GB RAM
• 320 GB

SCONTO 11% ~~449~~
399

DISPONIBILI IN POCO

expert group

4. Fra le offerte presenti nel volantino pubblicitario viene proposto un cellulare Samsung E1080 al prezzo di 19,90 euro, con sconto del 20% rispetto al prezzo normale di 24,90 euro, comprensivo di una scheda SIM Vodafone con 5 euro di traffico telefonico. Sotto l'immagine del prodotto riportata nel volantino è stato indicato, con caratteri di minore dimensione, "disponibili 5.000 pezzi".

5. Nella pagina finale del pieghevole è riportata con grande evidenza grafica la denominazione del professionista "**CHIODI**", seguita dall'indirizzo del punto vendita di Aprilia e dall'indirizzo internet, affiancata nuovamente al logo Expert Group.

ASUS
NUOVO KES37-TH
Processore Intel® Core™ i3-2330M a 2.9GHz
RAM 4GB
Hard Disk 500GB
Sistema Operativo Windows 7 Home Premium
SCONTO 10% ~~499~~
449

HP
MULTIMEDIA
Processore Intel® Core™ i3-2330M a 2.9GHz
RAM 4GB
Hard Disk 500GB
Sistema Operativo Windows 7 Home Premium
SCONTO 10% ~~549~~
494

Apple
iPad Mini
Processore Apple A7 a 1.3GHz
RAM 512MB
Sistema Operativo iOS 7
SCONTO 9% ~~1.048~~
949

D-link
DWR-921
Router Wireless N
Velocità massima 1.3Gbps
Porte Ethernet 4
Porte USB 2
Sistema Operativo Windows 7
SCONTO 35% ~~89,90~~
57,90

EPSON
MULTIFUNZIONE
Stampante Multifunzione
Stampa, Copia, Scansione
Sistema Operativo Windows 7
SCONTO 21% ~~69,90~~
54,90

HP
COMPACT
Stampante Compatta
Stampa, Copia, Scansione
Sistema Operativo Windows 7
SCONTO 25% ~~99~~
74

SAMSUNG
GALAXY
Smartphone
Sistema Operativo Android 4.2
RAM 1GB
Hard Disk 16GB
Sistema Operativo Windows 7
SCONTO 22% ~~89,90~~
69,90

SAMSUNG
E1000
Smartphone
Sistema Operativo Android 4.2
RAM 1GB
Hard Disk 16GB
Sistema Operativo Windows 7
SCONTO 20% ~~24,90~~
19,90

Panasonic
CORREDO ESTIVO
Smartphone
Sistema Operativo Android 4.2
RAM 1GB
Hard Disk 16GB
Sistema Operativo Windows 7
SCONTO 33% ~~74,90~~
49,90

Games

PS3 24% ~~99,30~~ **74,90**

Xbox 360 22% ~~447,95~~ **349**

Wii 20% ~~149,90~~ **119,90**

Cd

Novità 22% ~~17,90~~ **13,90**

Dvd

14,30 **10,90**

19,90 **15,90**

Libri

9,90 **7,90**

13,40 **10,72**

16,75 **13,06**

Chiodi

Via A. De Gasperi 150, Aprilia

Tel. 06.92062176 Fax 06.92062185

chiodimedia@chiodimedia.it

6. Nel corso del periodo di validità della campagna promozionale, specificamente in data 9 febbraio 2011, al segnalante - recatosi presso il punto vendita Chiodi ad insegna Expert Group, sito in Aprilia alla via A. De Gasperi n. 150 - al momento del pagamento sarebbe stato richiesto il prezzo pieno del prodotto, mancante – tra l'altro – della prevista scheda SIM, in difformità da quanto indicato nel volantino pubblicitario. Nonostante le rimozioni espresse dal cliente, gli operatori alla cassa avrebbero confermato che il prezzo da pagare per il telefonino era pari a 24,90 euro, così come memorizzato dal registratore di cassa, e che non era possibile restituire la somma versata in quanto lo scontrino era già stato emesso.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

7. In relazione alla pratica commerciale sopra descritta, in data 22 settembre 2011 è stato comunicato alla Parte l'avvio del procedimento istruttorio n. PS7361 per possibile violazione degli artt. 20, 21, comma 1, lettere b) e d), e 23, lettera e), del Codice del Consumo.

In tale sede è stata, in particolare, ipotizzata l'ingannevolezza del comportamento posto in essere da Chiodi, in quanto contrario alla diligenza professionale e idoneo a falsare in misura apprezzabile – mediante la non veritiera prospettazione di uno sconto del 20% e della consegna di una scheda SIM – il comportamento economico del consumatore medio in relazione ai termini e ai contenuti dell'offerta pubblicizzata dal professionista.

8. In data 12 ottobre 2011 la Parte ha avuto accesso agli atti del procedimento ai sensi dell'art. 27, comma 3 del Codice del Consumo, a seguito di istanza presentata il 6 ottobre 2011.

9. In data 21 ottobre 2011 il professionista ha fornito le documentate informazioni richieste nella comunicazione di avvio, con contestuale istanza di riservatezza ai sensi dell'art. 11, comma 7, del Regolamento.

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

11. In data 6 dicembre 2011 la Parte ha trasmesso la propria memoria conclusiva, allegando ulteriore documentazione.

2) Le evidenze acquisite

12. Dall'esame della documentazione fornita dal professionista³ è emerso che:

a) in vista della promozione Chiodi ha effettuato prima della promozione un *ordine di [omissis]*⁴ pezzi del cellulare Samsung E1080⁵ ed un ulteriore ordine di *[omissis]* pezzi che è stato evaso dal fornitore il successivo 2 febbraio⁶;

b) durante il periodo di validità della promozione risultano essere stati venduti *[omissis]* cellulari del modello in questione ed, in particolare: *[omissis]* pezzi il 28 gennaio 2011 (all. 3 doc. 6); *[omissis]* pezzi il 29 gennaio 2011; *[omissis]* pezzo il 1° febbraio 2011; *[omissis]* pezzi il 3 febbraio 2011; *[omissis]* pezzi il 4 febbraio 2011; *[omissis]* pezzo il 7 febbraio 2011; *[omissis]* pezzi l'8 febbraio 2011; *[omissis]* pezzo il 12 febbraio 2011 (all. 4 doc. 6); *[omissis]* pezzi il 14 febbraio 2011 (all. 5 doc. 6);

c) a tali telefoni cellulari venduti durante il periodo di validità della promozione è stato applicato il prezzo dell'offerta pari a euro 19,90 con l'eccezione di due casi – uno dei quali relativo alla vendita segnalata – per i quali dai registri di cassa risulta essere stata rimborsata da subito la differenza tra il prezzo di listino e il prezzo promozionale pari a 5 euro (all. 7 e 8 del doc. 6);

d) durante l'offerta promozionale su tre dei 22 scontrini di vendita del cellulare risulta essere stata consegnata, al prezzo simbolico di 0,01 centesimi, anche la scheda Sim offerta gratuitamente nell'ambito della promozione.

13. Il professionista ha indicato che la vendita promozionale in esame riguardava 65 prodotti e che si è realizzata mediante la diffusione di *[omissis]* copie cartacee del relativo volantino pubblicitario, distribuite a mezzo posta nei comuni di Aprilia (LT) ed Ardea (RM).

14. Con riferimento alla quantità dei pezzi disponibili per ciascun prodotto riportata nel Messaggio (ad es. 5.000 pezzi del cellulare Samsung E1080), il professionista ha precisato che si tratta di un'indicazione relativa alla disponibilità complessiva dei prodotti presso tutti gli operatori aderenti all'iniziativa presso i relativi punti vendita. In particolare, ha precisato che il fatto che la vendita promozionale interessasse altri operatori era chiaro, non solo in ragione dell'indicazione del numero dei pezzi disponibili per ciascun prodotto, in quantità che non possono essere *prima facie* riconducibili ad un solo operatore nemmeno delle dimensioni più grandi, ma anche in ragione dell'informativa posta in calce alla prima pagina del Messaggio, che riferisce appunto la validità dell'offerta ai "*punti vendita aderenti alla iniziativa*".

³ Cfr. doc. 6 e 9

⁴ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

⁵ Fattura di SGM Distribuzione S.r.l. del 24 gennaio 2011, allegato 1 del doc. 6.

⁶ Fattura di SGM Distribuzione S.r.l. in allegato 2 doc. 6; il professionista ha anche documentato che in data 18 marzo 2011 - e, pertanto, scaduto il periodo di promozione - ha effettuato un nuovo ordinativo di *[omissis]* pezzi (all. 6 doc. 6).

3) *Le argomentazioni difensive della Parte*

15. Il professionista nelle proprie memorie difensive ha sostenuto che:

- a) l'entità delle "scorte" del telefono cellulare Samsung E1080 predisposte ai fini della promozione (tramite i due ordini trasmessi al fornitore prima dell'inizio della promozione e nei primi giorni di validità della stessa) - non trattandosi di una novità, né di un prodotto di particolare *appeal* tecnologico o stilistico - sarebbero state adeguate ed ampiamente sufficienti a soddisfare la domanda potenzialmente espressa dalla clientela, in relazione alle caratteristiche del prodotto e alle caratteristiche della promozione nel suo complesso (comprendente 65 prodotti, tra i quali numerosi prodotti di ben più elevato *appeal*), al carattere esclusivamente locale della stessa;
- b) nel caso segnalato, il cellulare in esame è stato venduto a prezzo pieno per mero errore: in tale circostanza, così come in altra analoga, una volta rilevato l'errore l'operatore alla cassa ha provveduto prontamente a restituire quanto pagato in eccesso;
- c) la scheda telefonica abbinata gratuitamente al cellulare sarebbe stata consegnata al cliente solo laddove lo stesso, al momento dell'acquisto non avesse manifestato la propria mancanza di interesse a riceverla, come nella maggior parte dei casi si sarebbe - infatti - verificato, dovendosi procedere, ai fini del relativo rilascio, all'intestazione della stessa nei confronti dell'acquirente, effettuando - tra l'altro - la registrazione dei dati personali, la loro immissione nei relativi sistemi informativi e la copia del documento di identità, con conseguente attesa alla cassa.

IV. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

16. La pratica commerciale oggetto del presente procedimento concerne la vendita promozionale relativa al cellulare Samsung E1080 effettuata da Chiodi dal 28 gennaio al 17 febbraio 2011, nella quale veniva offerto il prodotto a prezzo scontato del 20% rispetto al normale prezzo di 24,90 euro, comprensivo di una scheda Sim Vodafone con 5 euro di traffico telefonico, prospettando una disponibilità di 5.000 pezzi.

17. Dalle evidenze acquisite emerge che la condotta segnalata dal consumatore - relativamente all'effettiva vendita a prezzo pieno di un prodotto offerto a prezzo scontato in promozione - seppure confermata dal professionista, sia qualificabile in termini mero disguido in quanto si è verificato in due occasioni rispetto ai *[omissis]* pezzi complessivamente venduti nel periodo della promozione per i quali è stata documentata l'applicazione del prezzo di offerta. Inoltre, in tali specifiche situazioni, risulta che il professionista abbia prontamente risolto il disguido attraverso l'immediata restituzione al cliente della differenza tra il prezzo pieno e il prezzo in offerta dell'articolo in esame, così come documentato dalle registrazioni dei movimenti di cassa. Dalle predette registrazioni è emerso, altresì, che lo stesso errore si è verificato il primo giorno della promozione. Pertanto, non si riscontra con riferimento a questo profilo, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20 e ss. del Codice del Consumo.

18. Deve invece individuarsi un profilo di scorrettezza quanto all'indicazione quantitativa, sul volantino, dei pezzi disponibili per la promozione in esame (5.000). Dagli accertamenti svolti è infatti emerso che tale quantitativo non si riferisce all'offerta del solo professionista Chiodi, il cui nome è riportato con grande evidenza grafica nella terza pagina del volantino, quanto all'offerta complessiva di un indistinto e non precisato numero di professionisti facenti riferimento ad Expert Group e che avrebbero aderito all'iniziativa promozionale in esame.

Tale aspetto può indurre in errore i consumatori sulle effettive caratteristiche dell'offerta loro rivolta.

19. Non può essere quindi accolta l'argomentazione della Parte secondo la quale tale precisazione sarebbe comunque implicita nel messaggio e correttamente compresa dai consumatori, in quanto

nessun rivenditore, anche di grandi dimensioni, potrebbe offrire un tale quantitativo di prodotti. Infatti, l'adeguatezza del quantitativo che viene offerto in proporzione alla dimensione del professionista non è elemento conosciuto dal consumatore, mentre invece l'indicazione dei volumi di un prodotto posto in offerta rappresenta un elemento che può contribuire a sollecitare l'interesse del consumatore ad aderire alla promozione.

20. Non si riscontra, inoltre, nel caso di specie da parte del professionista il normale grado di attenzione che ragionevolmente ci si può attendere, avuto riguardo alla formulazione delle offerte promozionali e specificamente alle completezza e chiarezza delle informazioni sugli elementi essenziali delle stesse quali le quantità dei beni messi a disposizione dei consumatori.

21. La pratica commerciale risulta pertanto scorretta in quanto contraria alla diligenza professionale e suscettibile di indurre i consumatori in errore con riferimento alle modalità con le quali vengono indicate le quantità di prodotti in offerta ed integra, perciò, la violazione degli art. 20 e 21, comma 1, lettera b), del Codice del Consumo.

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 si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Chiodi nella misura del minimo edittale, pari a 5.000 € (cinquemila euro).

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta in relazione all'indicazione nel volantino del quantitativo offerto da parte della società Chiodi Europe S.r.l. nella vendita promozionale di cellulari denominata "*Scontatissimi*" valida nel periodo dal 28 gennaio al 17 febbraio 2011;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Chiodi Europe S.r.l., costituisce, per le ragioni esposte in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lettera b), del Codice del Consumo;

b) di irrogare alla società Chiodi Europe S.r.l. per le violazioni di cui alla precedente lettera a) una sanzione amministrativa pecuniaria pari a 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, fatti salvi i maggiori termini di cui all'art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199 entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

*Autorità garante
della concorrenza e del mercato*

Bollettino Settimanale
Anno XXII- N. 3 - 2012

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
