



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXII - n. 5

Pubblicato sul sito *www.agcm.it*
il 20 febbraio 2012

SOMMARIO

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE	5
I723 - INTESA NEL MERCATO DELLE BARRIERE STRADALI	
<i>Provvedimento n. 23265</i>	5
OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	6
C11418 - ALLEGHANY CORPORATION/TRANSATLANTIC HOLDINGS	
<i>Provvedimento n. 23267</i>	6
C11430 - H3G/RAMO DI AZIENDA DI CENTRO COMMERCIALE TRIESTE	
<i>Provvedimento n. 23268</i>	9
C11431 - H3G/RAMO DI AZIENDA DI PANORAMA (PISTOIA)	
<i>Provvedimento n. 23269</i>	12
C11445 - ENEL GREEN POWER & SHARP SOLAR ENERGY/PAGLIA LONGA DUE	
<i>Provvedimento n. 23270</i>	16
C11446 - ORACLE CORPORATION/RIGHTNOW TECHNOLOGIES	
<i>Provvedimento n. 23271</i>	19
C11451 - UNPLUS/UNOPIÙ	
<i>Provvedimento n. 23272</i>	22
C11452 - STRADIVARIUS ITALIA/RAMO DI AZIENDA DI ONE SHOT REAL ESTATE	
<i>Provvedimento n. 23273</i>	25
C11453 - TERNIUM-TENARIS-NIPPON STEEL CORPORATION/USIMINAS	
<i>Provvedimento n. 23274</i>	28
ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA	32
AS909 - INTEGRITÀ E TRASPARENZA DEL MERCATO DELL'ENERGIA ALL'INGROSSO	32
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	36
IP92 - BLU EXPRESS-COMMISSIONI NON CHIARE	
<i>Provvedimento n. 23231</i>	36
PS4805 - FASTWEB-PARLA E NAVIGA CASA	
<i>Provvedimento n. 23232</i>	38
PS6055 - TELETU-TELESELLING	
<i>Provvedimento n. 23259</i>	43

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

I723 - INTESA NEL MERCATO DELLE BARRIERE STRADALI

Provvedimento n. 23265

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA de 31 gennaio 2012;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'articolo 101 del Trattato sul funzionamento dell'Unione europea (TFUE);

VISTO il Regolamento del Consiglio n. 1/2003 del 16 dicembre 2002;

VISTO il D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTO il procedimento I723 avviato con delibera del 13 gennaio 2010, ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, nei confronti delle società Metalmeccanica Fracasso S.p.A., Industria Meccanica Varricchio S.p.A., Tubosider S.p.A., Car Segnaletica Stradale S.r.l., San Marco S.p.A., Ilva Pali Dalmine Industries S.p.A. e Steam Generators S.r.l. (già Edilacciai S.r.l., già Marcegaglia Building S.p.A.) nonché del Consorzio Manufatti Stradali Metallici Comast - in liquidazione, e volto ad accertare eventuali violazioni dell'articolo 101 del TFUE;

VISTI gli atti del procedimento;

VISTA, in particolare, la comunicazione della società Ilva Pali Dalmine Industries S.p.A., pervenuta in data 15 dicembre 2011, con la quale è stato reso noto il cambio, precedentemente avvenuto, della propria denominazione sociale in Ilva Pali Dalmine Industries S.r.l.;

CONSIDERATO, pertanto, che la società Ilva Pali Dalmine Industries S.r.l. è succeduta a titolo universale in tutti i rapporti attivi e passivi di Ilva Pali Dalmine Industries S.p.A., compresi quelli relativi al presente procedimento;

DELIBERA

la prosecuzione del procedimento I723 nei confronti della società Ilva Pali Dalmine Industries S.r.l. quale nuova denominazione della società Ilva Pali Dalmine Industries S.p.A..

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

C11418 - ALLEGHANY CORPORATION/TRANSATLANTIC HOLDINGS

Provvedimento n. 23267

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 31 gennaio 2012

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione di Alleghany Corporation, pervenuta in data 16 dicembre 2011;

VISTO il parere dell'ISVAP, pervenuto in data 17 gennaio 2012;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Alleghany Corporation (di seguito anche Alleghany) società costituita secondo il diritto dello Stato del Delaware (Stati Uniti), è attiva a livello mondiale nella prestazione di servizi di assicurazione; solo recentemente ha iniziato a svolgere alcune marginali attività di riassicurazione. Alleghany è attiva in diversi paesi attraverso società controllate, quali RSUI Group, Inc. (RSUI), Capital Transamerica Corporation (CATA) e Pacific Compensation Corporation (PCC). Alleghany non opera e non ha società controllate in Italia. Nel 2010, il fatturato di Alleghany, sviluppato a livello mondiale, è stato pari a circa [700-1000]¹ milioni di euro, realizzato interamente negli Stati Uniti.

Transatlantic Holdings, Inc. (di seguito anche Transatlantic), con sede a New York, è attiva nella prestazione di servizi di riassicurazione e opera tramite le proprie filiali interamente controllate, Transatlantic Reinsurance Company, Trans Re Zurich Reinsurance Company Ltd., e Putnam Reinsurance Company. Nel 2010, il fatturato di Transatlantic è stato, a livello mondiale, pari a circa [2-3] miliardi di euro, di cui [500-800] milioni di euro circa realizzati nell'Unione Europea e [47-100] milioni di euro in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione da parte di Alleghany, tramite la società da essa interamente partecipata Shoreline Merger Sub LLC (di seguito anche Shoreline), della totalità delle azioni con diritto di voto in Transatlantic e, di conseguenza, del controllo esclusivo della stessa.

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

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.

IV. IL PARERE DELL'ISVAP

L'ISVAP, con parere pervenuto in data 17 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 il settore della riassicurazione, ove opera la Transatlantic, società acquisita, e solo marginalmente la Alleghany.

L'attività riassicurativa può essere definita come assicurazione di secondo grado, nel senso che la domanda è costituita da imprese di assicurazione, le quali domandano servizi riassicurativi per ridurre il rischio connesso all'assunzione diretta di polizze. L'offerta è rappresentata da imprese specializzate o compagnie di assicurazione diretta autorizzate anche all'attività riassicurativa, le quali si impegnano a rimborsare all'assicuratore diretto parte delle somme pagate in relazione al verificarsi di sinistri per i rischi riassicurati.

Dal punto di vista del prodotto, il mercato può essere individuato, come da precedenti dell'Autorità, nella riassicurazione vita e danni, sebbene non si possa escludere una distinzione per rami².

La dimensione geografica del mercato rilevante può essere ritenuta nazionale, in considerazione della domanda, sebbene il contesto concorrenziale, dal lato dell'offerta, stia assumendo dimensioni maggiori.

Nel caso in esame, la delimitazione del mercato rilevante, sia merceologica che geografica, può essere lasciata aperta, non mutando le considerazioni circa gli effetti concorrenziali dell'operazione.

Infatti, in base a quanto riferito dalla parte notificante, a livello nazionale, vale a dire la dimensione geografica più ristretta che si possa prendere in considerazione, anche considerando la segmentazione dei rischi ri-assicurati tra vita e danni e le aree di sovrapposizione delle attività delle parti, la posizione congiunta delle stesse sarebbe comunque del [1-5%]. In particolare, vale considerare che, in Europa, Alleghany è attiva solo dal 2011 nell'offerta dei servizi di riassicurazione, detenendo una posizione marginale e, a livello nazionale, non è invece ancora attiva. Transatlantic, attiva nel solo settore della ri-assicurazione danni, detiene, a livello nazionale, una posizione di mercato pari circa a [1-5%].

Pertanto, in considerazione delle ridotte quote di mercato delle parti, l'operazione di concentrazione in esame non appare idonea ad alterare in misura significativa le condizioni concorrenziali esistenti nel settore della riassicurazione.

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;

² Cfr. provv. n. 22686 del 4 agosto 2011, C11139 – *Allied World Assurance Company Holdings/Transatlantic Holdings*, in Boll. n. 32/11 e provv. n. 5818 del 26 marzo 1998, C3011 – *Munchener Ruck Italia/Reale Riassicurazioni*, in Boll. n. 13/98.

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 e delle Infrastrutture e dei Trasporti.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella

C11430 - H3G/RAMO DI AZIENDA DI CENTRO COMMERCIALE TRIESTE*Provvedimento n. 23268*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 31 gennaio 2012;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'atto della società H3G S.p.A., pervenuto in data 21 dicembre 2011;

VISTA la richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, inviata in data 12 gennaio 2012 ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249;

VISTO il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, pervenuto in data 30 gennaio 2012 ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

H3G S.p.A. (di seguito, H3G) è una società attiva nel settore delle telecomunicazioni in forza di una licenza individuale nazionale per i sistemi di comunicazioni mobili terrestri di terza generazione (UMTS) rilasciata dal Ministero delle Telecomunicazioni in data 10 gennaio 2001, nonché soggetto autorizzato alla fornitura di contenuti televisivi ed alla fornitura al pubblico di servizi ad accesso condizionato, in tecnologia DVB-H (*Digital Video Broadcasting Handheld*).

H3G è controllata da 3 Italia S.p.A., a sua volta controllata dalla società Hutchison 3G Italy Investments S.a.r.l., che ne detiene il 95,4% del capitale sociale. Hutchison 3G Italy Investments S.a.r.l. è a sua volta partecipata al 100% dalla società Hutchison Whampoa Europe Investments S.a.r.l., controllata indirettamente e totalitariamente dalla società Hutchison Whampoa Limited.

Nel 2010 il gruppo 3 Italia ha realizzato un fatturato di circa 1,86 miliardi di euro per vendite in Italia.

Oggetto dell'operazione è l'affitto del ramo d'azienda della società Centro Commerciale Trieste S.r.l. (di seguito, Centro Commerciale Trieste), costituito da un esercizio commerciale all'interno del Centro Commerciale "Il Giulia", sito nel comune di Trieste.

La società Centro Commerciale Trieste ha per oggetto l'acquisto, la vendita, l'affitto, la locazione, il leasing non finanziario di edifici civili e commerciali, nonché la gestione di aziende commerciali, centri commerciali, ipermercati, supermercati e simili.

Centro Commerciale Trieste è controllata da Schroders Italien Fonds GmbH.

Il dato relativo al fatturato realizzato nel 2010 dal ramo d'azienda di Centro Commerciale Trieste non è disponibile.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame ha per oggetto l'affitto, per la durata di cinque anni, da parte di H3G, tacitamente rinnovabile per un periodo di ulteriori cinque anni, del ramo d'azienda di cui sopra, costituito dai locali, dalle attrezzature ivi presenti, dall'autorizzazione amministrativa e dall'avviamento.

L'operazione è volta ad ottenere la disponibilità di uno spazio commerciale al fine di ottimizzare la rete commerciale di H3G.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parte di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/90. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della stessa 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 DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata interessa il mercato della distribuzione al dettaglio di prodotti e servizi di telefonia mobile e relativi accessori.

Tale mercato è caratterizzato da una notevole capillarità dei punti vendita; la commercializzazione dei prodotti e servizi di telefonia mobile avviene tramite molteplici canali distributivi, costituiti in particolare dagli ipermercati e dai punti vendita specializzati nell'informatica e nel "*consumer electronics*", nonché dai punti vendita specializzati nelle telecomunicazioni. Accanto ai punti vendita di proprietà degli operatori mobili, vi sono i punti vendita in *franchising* che distribuiscono esclusivamente prodotti e servizi a marchio di uno specifico operatore nonché numerosi altri punti vendita indipendenti che distribuiscono i prodotti e servizi di più operatori. Dal punto di vista geografico il mercato rilevante appare coincidere col territorio nazionale data la presenza di molteplici operatori che agiscono in condizioni di concorrenza omogenee su tutto il territorio nazionale, e considerata l'uniformità dei prodotti distribuiti, anche in termini di prezzo, nell'ambito del territorio nazionale¹.

Ad oggi la rete distributiva di H3G risulta composta da 1938 punti vendita². Si segnala che, contestualmente alla presente operazione, H3G procederà, attraverso una distinta operazione di concentrazione, all'acquisizione di un altro esercizio commerciale³. All'esito delle due operazioni, per quanto riguarda il mercato della distribuzione al dettaglio di prodotti e servizi di telefonia mobile e relativi accessori, la rete di vendita di H3G sarà quindi incrementata di due punti vendita. Il mercato in questione è caratterizzato dalla presenza di numerosi e qualificati operatori quali Telecom Italia, Vodafone e Wind, le cui reti di vendita risultano di dimensioni superiori a quelle di H3G⁴. Per tale ragione anche gli effetti verticali dell'operazione appaiono marginali.

Alla luce di quanto precede, dunque, la presente operazione non appare idonea a determinare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nel mercato rilevante tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza.

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

Con atto pervenuto in data 30 gennaio 2012, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera *c*), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha espresso parere favorevole allo schema di provvedimento dell'Autorità, in cui si rileva che la concentrazione in esame non è suscettibile di determinare, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della

¹ Cfr. provv. n. 19987 del 18 giugno 2009, C10063 – *MONDO WIND/PHONE*, in Boll. n. 24/09, e provv. n. 22591 del 13 luglio 2011, C11076 – *TLC COMMERCIAL SERVICES 4G HOLDING*, in Boll. n. 28/11.

² Il dato include sia i punti vendita esclusivi sia i punti vendita multibrand.

³ Cfr. C11431 – *H3G/PANORAMA*.

⁴ Cfr. C11076, cit...

legge n. 287/90, la costituzione di una posizione dominante sul mercato interessato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza.

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

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

C11431 - H3G/RAMO DI AZIENDA DI PANORAMA (PISTOIA)

Provvedimento n. 23269

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 31 gennaio 2012;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'atto della società H3G S.p.A., pervenuto in data 21 dicembre 2011;

VISTA la richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, inviata in data 12 gennaio 2012 ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249;

VISTO il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, pervenuto in data 30 gennaio 2012 ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

H3G S.p.A. (di seguito, H3G) è una società attiva nel settore delle telecomunicazioni in forza di una licenza individuale nazionale per i sistemi di comunicazioni mobili terrestri di terza generazione (UMTS) rilasciata dal Ministero delle Telecomunicazioni in data 10 gennaio 2001, nonché soggetto autorizzato alla fornitura di contenuti televisivi ed alla fornitura al pubblico di servizi ad accesso condizionato, in tecnologia DVB-H (*Digital Video Broadcasting Handheld*).

H3G è controllata da 3 Italia S.p.A., a sua volta controllata dalla società Hutchison 3G Italy Investments S.a.r.l., che ne detiene il 95,4% del capitale sociale. Hutchison 3G Italy Investments S.a.r.l. è a sua volta partecipata al 100% dalla società Hutchison Whampoa Europe Investments S.a.r.l., controllata indirettamente e totalitariamente dalla società Hutchison Whampoa Limited.

Nel 2010 il gruppo 3 Italia ha realizzato un fatturato di circa 1,86 miliardi di euro per vendite in Italia.

Oggetto dell'operazione è l'affitto del ramo d'azienda della società Pam Panorama S.p.A. (di seguito, PANORAMA), costituito da un esercizio commerciale all'interno del Centro Commerciale "Panorama" sito in Pistoia, Via Bure Vecchia.

PANORAMA è controllata da Gruppo PAM S.p.A., a sua volta controllata da Gecos – Generale di Commercio e Servizi S.p.A. Le società controllate da Gruppo PAM S.p.A. operano nel settore della grande distribuzione con il marchio "PAM" nelle medie superfici, con il marchio "Panorama" nelle grandi superfici, con il marchio "IN's mercato" nei *discounts* e con i marchi META', PAM Club, ILDI e PAM Express nell'affiliazione commerciale.

Il dato relativo al fatturato realizzato nel 2010 dal ramo d'azienda di PANORAMA non è disponibile.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame ha per oggetto l'affitto, per la durata di cinque anni, da parte di H3G, del ramo d'azienda di cui sopra, costituito dai locali, dalle attrezzature ivi presenti, dall'autorizzazione amministrativa e dall'avviamento.

L'operazione è volta ad ottenere la disponibilità di uno spazio commerciale al fine di ottimizzare la rete commerciale di H3G.

Nell'ambito dell'operazione è previsto un patto di non concorrenza in base al quale H3G si impegna, per la durata del contratto di affitto, a non intraprendere attività in concorrenza con quella del ramo d'azienda in oggetto entro una zona ricompresa in un raggio di 2.000 metri in linea d'aria dal perimetro esterno del Centro Commerciale.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parte di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/90. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della stessa 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 assunto da H3G non costituisce una restrizione accessoria all'operazione in esame in quanto, come regola generale, le restrizioni poste a beneficio del venditore non sono direttamente connesse alla realizzazione della concentrazione e ad essa necessarie¹.

IV. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata interessa il mercato della distribuzione al dettaglio di prodotti e servizi di telefonia mobile e relativi accessori.

Tale mercato è caratterizzato da una notevole capillarità dei punti vendita; la commercializzazione dei prodotti e servizi di telefonia mobile avviene tramite molteplici canali distributivi, costituiti in particolare dagli ipermercati e dai punti vendita specializzati nell'informatica e nel "*consumer electronics*", nonché dai punti vendita specializzati nelle telecomunicazioni. Accanto ai punti vendita di proprietà degli operatori mobili, vi sono i punti vendita in *franchising* che distribuiscono esclusivamente prodotti e servizi a marchio di uno specifico operatore nonché numerosi altri punti vendita indipendenti che distribuiscono i prodotti e servizi di più operatori. Dal punto di vista geografico il mercato rilevante appare coincidere col territorio nazionale data la presenza di molteplici operatori che agiscono in condizioni di concorrenza omogenee su tutto il territorio nazionale, e considerata l'uniformità dei prodotti distribuiti, anche in termini di prezzo, nell'ambito del territorio nazionale².

Ad oggi la rete distributiva di H3G risulta composta da 1938 punti vendita³. Si segnala che, contestualmente alla presente operazione, H3G procederà, attraverso una distinta operazione di concentrazione, all'acquisizione di un altro esercizio commerciale⁴. All'esito delle due operazioni, per quanto riguarda il mercato della distribuzione al dettaglio di prodotti e servizi di telefonia mobile e relativi accessori, la rete di vendita di H3G sarà quindi incrementata di due punti vendita. Il mercato in questione è caratterizzato dalla presenza di numerosi e qualificati operatori quali Telecom Italia, Vodafone e Wind, le cui reti di vendita risultano di dimensioni superiori a quelle di H3G⁵. Per tale ragione anche gli effetti verticali dell'operazione appaiono marginali.

¹ Cfr. Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni, 2005/C 56/03, pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea del 5/3/2005.

² Cfr. provv. n. 19987 del 18 giugno 2009, C10063 – *MONDO WIND/PHONE*, in Boll. n. 24/09, e provv. n. 2259113 luglio 2011, C11076 – *TLC COMMERCIAL SERVICES/4G HOLDING*, del, in Boll. n. 28/11.

³ Il dato include sia i punti vendita esclusivi sia i punti vendita *multibrand*.

⁴ Cfr. C11430 – *H3G/CENTRO COMMERCIALE TRIESTE*.

⁵ Cfr. C11076, cit..

Alla luce di quanto precede, dunque, la presente operazione non appare idonea a determinare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nel mercato rilevante tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza.

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

Con atto pervenuto in data 30 gennaio 2012, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha espresso parere favorevole allo schema di provvedimento dell'Autorità, in cui si rileva che la concentrazione in esame non è suscettibile di determinare, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione di una posizione dominante sul mercato interessato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza.

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

RITENUTO, infine, che il patto di non concorrenza sopra descritto, posto a carico dell'affittuario, non costituisce oggetto della presente delibera in quanto restrizione non accessoria all'operazione di concentrazione in esame;

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 e delle Infrastrutture e dei Trasporti.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

C11445 - ENEL GREEN POWER & SHARP SOLAR ENERGY/PAGLIALONGA DUE*Provvedimento n. 23270*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 31 gennaio 2012

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

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 9 gennaio 2012;

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 i fatturati 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.

Paglialonga Due S.r.l. Unipersonale (di seguito, PDU), società interamente posseduta da Sansol S.r.l. (di seguito, Sansol), è titolare di un progetto per la realizzazione di un impianto fotovoltaico di potenza nominale pari a 1,5 MW nel Comune di Bisignano, in provincia di Cosenza.

Alla data della presente comunicazione PDU 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 PDU, e pertanto del controllo esclusivo sulla medesima società.

Le parti hanno siglato un patto di non concorrenza in virtù del quale Sansol si impegna per sé e per le società controllate a non svolgere nel raggio di 2,5 Km dal confine del progetto detenuto da PDU, per un periodo di cinque anni, le attività commerciali della società ceduta¹.

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.

¹ Nella specie Sansol si impegna a non realizzare, direttamente o indirettamente, parchi fotovoltaici nella zona interessata.

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 necessarie². In particolare, nel caso di specie gli impegni assunti dal venditore vanno a beneficio dell'acquirente e rispondono all'esigenza di garantire a quest'ultimo il trasferimento dell'effettivo valore dell'acquisizione. Ciò, tuttavia, a condizione che la durata sia limitata a due anni, in ragione del fatto che l'operazione comporta solo il trasferimento dell'avviamento del progetto in capo a ESSE³, e che la portata geografica sia limitata al territorio nel quale la società ceduta aveva pianificato di operare prima della realizzazione della presente operazione.

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 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 elettrica⁴. 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 solo attraverso la *joint venture* con EGP, non è ancora attiva nel mercato interessato dall'operazione in oggetto.

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;

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;

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 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 due anni, a meno che l'operazione di concentrazione comporti, oltre che il trasferimento dell'avviamento dell'impresa o della parte di impresa acquisita, anche il suo *know how*.

⁴ 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 e delle Infrastrutture e dei Trasporti.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

C11446 – ORACLE CORPORATION/RIGHTNOW TECHNOLOGIES*Provvedimento n. 23271*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 31 gennaio 2012;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Oracle Corporation, pervenuta in data 9 gennaio 2012;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Oracle Corporation (di seguito, Oracle) è una società di diritto statunitense, costituita secondo le leggi del Delaware, attiva nello sviluppo, produzione, commercializzazione e distribuzione di *software* aziendali (inclusi *middleware*, *software* per *database* e *software* applicativi aziendali e servizi connessi), nonché sistemi *hardware* e servizi di supporto *hardware*.

Oracle è una società quotata dal 1986 al mercato azionario NASDAQ. La proprietà del capitale azionario di Oracle è ampiamente diffusa e nessun soggetto controlla Oracle direttamente o indirettamente.

Nel 2010/11¹, il fatturato realizzato a livello mondiale da Oracle è stato di circa 26,5 miliardi di euro, di cui circa [6-7]² miliardi di euro realizzati nell'Unione Europea e circa [468-700] milioni di euro realizzati in Italia.

RightNow Technologies, Inc. (di seguito, RightNow) è una società di diritto statunitense, costituita secondo le leggi del Delaware, la quale offre in licenza soluzioni di *software* aziendale progettate per aiutare le imprese a migliorare le proprie interazioni con i clienti che avvengono in rete, sui *social network*, e nei centri di assistenza.

Il pacchetto di soluzioni *software* di RightNow include *RightNow CX*TM, *RightNow Web*TM *Experience*, *RightNow Social*TM *Experience*, *RightNow Contact Center*TM *Experience* e *RightNow CX Cloud Platform*TM. Le soluzioni di *software* di RightNow vengono offerte su richiesta e sono installate su macchine di proprietà di RightNow per poi venire rese accessibili ed utilizzabili dai clienti via *internet*, senza necessità di installazione sulle macchine di questi ultimi.

RightNow è una società a capitale diffuso, le cui azioni ordinarie sono scambiate sul mercato azionario NASDAQ della borsa di New York. La proprietà del capitale azionario di RightNow è ampiamente diffusa. Nessun singolo individuo o impresa controlla RightNow direttamente o indirettamente.

Nel 2010, il fatturato realizzato a livello mondiale da RightNow è stato di circa 140 milioni di euro, di cui circa [10-47] milioni di euro realizzati nell'Unione Europea e circa [inferiore a 1 milione di] euro realizzati in Italia.

¹ Nell'esercizio decorrente dal 1° giugno 2010 al 31 maggio 2011

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

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

In base ad un *Agreement and Plan of Merger* (di seguito Accordo di compravendita), RightNow verrà fusa con Rhea Acquisition Sub- Corporation (di seguito il Veicolo), società veicolo interamente controllata da Oracle.

Alla data di perfezionamento dell'operazione, il Veicolo verrà fuso per incorporazione in RightNow e cesserà di esistere come entità separata, mentre RightNow continuerà ad esistere come società risultante dalla fusione e il capitale sociale di RightNow sarà interamente detenuto da Oracle.

In base a quanto dichiarato dalle Parti, l'operazione non prevede restrizioni accessorie.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta la fusione di due imprese, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera a), 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.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

L'operazione comunicata riguarda il settore della tecnologia dell'informazione (*Information Technology* o IT), all'interno del quale è possibile individuare un più ristretto ambito merceologico, consistente nei *software* aziendali; nell'ambito dei *software* aziendali è poi possibile identificare i programmi applicativi aziendali (*enterprise application software*). A loro volta, i programmi applicativi aziendali includono, tra l'altro, le soluzioni per la gestione dei rapporti con la clientela (*customer relationship management* o soluzioni CRM).

Al fine di chiarire a livello merceologico il concetto di "soluzioni", le parti precisano che tali prodotti ricomprendono sia il *software* sia i servizi applicati al *software*.

RightNow è attiva nelle soluzioni CRM³, ma non nei restanti segmenti degli *enterprise application software*. Oracle è attiva sia nelle soluzioni CRM, sia nei restanti segmenti degli *enterprise application software*, così come nel resto del settore IT.

Ai fini della valutazione della presente operazione non è comunque necessario procedere ad un'esatta definizione del mercato merceologico rilevante, in quanto, anche nell'ipotesi più restrittiva, l'operazione non appare idonea a modificare le condizioni di concorrenza esistenti.

Il mercato geografico

La Commissione Europea, come anche l'Autorità, hanno ripetutamente ritenuto che i mercati dei *software* aziendali abbiano ambito globale. Le soluzioni *software* sono acquistate e vendute su scala globale, non sussistono barriere di natura commerciale, ed i costi di trasporto sono assenti o del tutto trascurabili.

³ In particolare, RightNow offre in licenza soluzioni CRM

Effetti dell'operazione

Nelle soluzioni CRM, a livello mondiale RightNow detiene una quota inferiore al [1-5%] mentre Oracle detiene una quota pari al 16% circa.

In tale mercato sono presenti numerosi e qualificati concorrenti.

In virtù di quanto considerato, si ritiene che nel mercato di riferimento l'operazione non avrà effetti pregiudizievoli per la concorrenza, non determinando modifiche sostanziali nella struttura concorrenziale dello stesso.

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 e delle Infrastrutture e dei Trasporti.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

C11451 - UNPLUS/UNOPIÙ*Provvedimento n. 23272*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 31 gennaio 2012;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Unplus Sàrl, pervenuta in data 13 gennaio 2012;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Unplus Sàrl (di seguito, Upl), di diritto lussemburghese, è una società di nuova costituzione creata ai fini della presente operazione e appartenente al gruppo Investindustrial attivo nell'assunzione, attraverso fondi di investimento di *private equity*, di partecipazioni finanziarie e di controllo in imprese di dimensioni medio-grandi, localizzate prevalentemente nel Sud Europa e attive in tre principali settori (servizi e concessioni, industria manifatturiera, distribuzione al dettaglio).

Upl risulta indirettamente controllata dalla *holding* del gruppo Investindustrial, la società Bi-Invest Holdings Sa.

Il fatturato conseguito dal gruppo Investindustrial nell'esercizio 2010 è stato complessivamente pari a [2-3]¹ miliardi di euro, di cui [2-3] miliardi e [700-1.000] milioni per vendite realizzate, rispettivamente, nell'Unione europea e in Italia.

Unopiù S.p.A. (di seguito Unp) è una società italiana posta al vertice dell'omonimo gruppo attivo - principalmente in Italia ma anche, per il tramite di società controllate, in Francia, Spagna, Germania, Austria e Olanda- nella produzione e commercializzazione di mobili per esterno e altri complementi d'arredo.

Il controllo di Unp risulta riconducibile a due persone fisiche.

Il fatturato conseguito dal gruppo Unopiù nell'esercizio 2010 è stato complessivamente pari a [47-100] milioni di euro, di cui [10-47] e [10-47] milioni per vendite realizzate, rispettivamente, in Italia e nel resto dell'Unione europea.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

La comunicazione in esame riguarda l'acquisizione, da parte di Upl e quindi del gruppo Investindustrial, del controllo di Unp mediante l'acquisto dell'intero capitale sociale in particolare ad esito dell'azzeramento, ricostituzione e successivo aumento del capitale medesimo².

L'operazione si inserisce nell'ambito di un processo volto alla ristrutturazione dei debiti e al riequilibrio della situazione finanziaria e patrimoniale di Unp.

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

² Nell'ambito dell'operazione alcuni istituti bancari finanziatori sottoscriveranno con Upl un accordo parasociale che darà loro la facoltà di proporre una rosa di nominativi tra cui selezionare un Amministratore indipendente all'interno dei Consigli di amministrazione di Unp e Upl, amministratore cui sarà attribuito un diritto di veto solo in relazione a operazioni di carattere straordinario (oggetto sociale, fusioni e scissioni, scioglimento e liquidazione, investimenti e finanziamenti rilevanti, ecc) diverse dalla gestione strategica delle società.

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

Da un punto vista merceologico, il settore interessato dall'operazione in esame è quello dei mobili in cui opera, con specifico riferimento alla produzione e commercializzazione di mobili per esterno e altri complementi d'arredo (gazebo, pergole, ecc), la società oggetto di acquisizione. Nel caso di specie, tuttavia, stante l'assenza di sovrapposizioni tra le parti, la questione dell'esatta delimitazione merceologica del mercato può essere lasciata aperta.

Il mercato geografico

Dal punto di vista della rilevanza geografica, l'estensione del mercato può considerarsi in prima approssimazione pari al territorio nazionale, in considerazione dei limitati costi di trasporto rispetto al prezzo di vendita³.

Ad ogni modo, nel caso in specie anche la definizione geografica del mercato può essere lasciata aperta, giacché quale che sia l'ipotesi adottata la valutazione dell'operazione non muterebbe.

Effetti dell'operazione

Il gruppo acquirente non risulta difatti presente nel medesimo ambito merceologico né in settori posti a monte o a valle di esso, risolvendosi pertanto l'operazione in esame essenzialmente nella sostituzione di un operatore con un altro, operatore caratterizzato peraltro da una modesta incidenza di mercato (stimata pari a [1-5%] del totale nazionale relativo ai mobili per esterno e altri complementi d'arredo), a fronte della presenza di diversi operatori concorrenti quali Il Ceppo, EmuGroup, Roda, Pircher e Corradi.

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 e delle Infrastrutture e dei Trasporti.

³ Cfr. C7195 - *S.M.J./Emu Group*, provv. n. 14638 del 25 agosto 2005, in Boll. n. 32-33-34/05.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

C11452 - STRADIVARIUS ITALIA/RAMO DI AZIENDA DI ONE SHOT REAL ESTATE*Provvedimento n. 23273*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 31 gennaio 2012;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Stradivarius Italia S.r.l., pervenuta in data 13 gennaio 2012;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Stradivarius Italia S.r.l. (di seguito, Stradivarius) è una società di diritto italiano attiva nel settore della commercializzazione e distribuzione di capi di abbigliamento femminili, maschili e per bambino, di genere sia formale che informale, *casual*, sportivo e c.d. *street wear*, abbigliamento intimo, nonché articoli e accessori per l'abbigliamento, inclusi complementi per l'abbigliamento, la casa ed il tempo libero, calzature, cosmetici, occhiali, orologi, borse ed ombrelli, contraddistinti dal marchio *Stradivarius* di proprietà del gruppo Inditex.

La commercializzazione e la vendita dei prodotti per l'abbigliamento ed accessori di abbigliamento avviene per il tramite di esercizi commerciali ad insegna "*Stradivarius*", tutti di proprietà e specializzati nella vendita dei summenzionati prodotti.

Stradivarius è interamente controllata dalla società di diritto spagnolo Stradivarius Espana S.A., a sua volta interamente controllata dalla società di diritto spagnolo Inditex S.A., la quale è la *holding* dell'omonimo gruppo spagnolo (di seguito, gruppo Inditex), quotata alla borsa valori di Madrid.

Nel 2010 il gruppo Inditex ha realizzato a livello mondiale un fatturato consolidato di circa 12,5 miliardi di euro, di cui circa 9,1 miliardi di euro per vendite nell'Unione Europea e circa 877 milioni di euro per vendite in Italia.

Oggetto dell'operazione è il ramo d'azienda della società One shot Real Estate S.r.l. (di seguito, One Shot), costituito dai locali siti in Milano, in Via Torino n. 44, al piano interrato, piano terra e primo piano.

One Shot è una società che ha per oggetto sociale, fra le altre, l'attività di commercio al dettaglio e all'ingrosso di prodotti non alimentari. Il capitale sociale di One Shot è detenuto da due persone fisiche.

Nel 2010, il fatturato del ramo d'azienda oggetto dell'operazione è stato pari a circa 1,2 milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame ha ad oggetto l'affitto, da parte di Stradivarius, per un periodo di dodici anni, rinnovabile tacitamente per altri sei anni, del ramo d'azienda sopra citato, comprensivo di beni materiali ed immateriali organizzati per l'attività di vendita al dettaglio di generi non alimentari, dell'autorizzazione amministrativa, dell'avviamento e del diritto di usare *pro tempore* gli impianti, le attrezzature e i componenti di arredamento facenti parte del patrimonio aziendale.

L'operazione è volta a consentire a Stradivarius di espandere la propria rete distributiva, acquisendo la disponibilità di nuovi spazi commerciali per la vendita dei propri prodotti a marchio *Stradivarius*.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

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

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

Il settore interessato dalla presente operazione è quello della distribuzione al dettaglio di capi di abbigliamento e dei relativi accessori.

Il mercato rilevante ai fini della presente operazione coincide con il mercato della commercializzazione e distribuzione al dettaglio di capi di abbigliamento femminili, maschili e per bambino, di genere sia formale che informale, *casual* e sportivo c.d. *street wear*, nonché articoli ed accessori per l'abbigliamento, abbigliamento intimo, inclusi complementi per l'abbigliamento ed il tempo libero, calzature, cosmetici, occhiali, orologi, borse ed ombrelli.

In Italia, la distribuzione dei capi d'abbigliamento e degli accessori avviene attraverso due canali principali: i negozi tradizionali, spesso specializzati per tipologie di prodotto, e la distribuzione moderna. La distribuzione moderna si distingue da quella tradizionale al dettaglio innanzitutto per il servizio offerto al cliente: nei punti vendita della distribuzione moderna prevale infatti il libero servizio, mentre nei negozi tradizionali la vendita assistita. Inoltre la distribuzione moderna si caratterizza, dal punto di vista della tipologia dei punti vendita, per la grande superficie di questi ultimi e per la presenza di reparti dedicati a differenti categorie di prodotti (abbigliamento uomo, donna, bambino, abbigliamento intimo), mentre i punti vendita tradizionali sono spesso specializzati in una gamma ristretta di prodotti.

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

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

Il mercato geografico

Dal punto di vista geografico, il mercato del prodotto risulta avere dimensione locale. L'esatta delimitazione della dimensione geografica deve essere effettuata caso per caso sulla base della dimensione dei bacini di utenza dei singoli punti vendita delle imprese interessate e del loro livello

di sovrapposizione. Ai fini della presente operazione, il mercato geografico coincide con la provincia di Milano, nella quale si colloca il ramo d'azienda interessato.

Effetti dell'operazione

Nella provincia di Milano, il gruppo Inditex detiene una quota di mercato pari a circa il [1-5%]¹. Si osserva, altresì, che nella stessa provincia sono presenti numerosi e qualificati concorrenti. Pertanto, vista la modesta entità della quota di mercato detenuta dal gruppo Inditex nella provincia interessata e la trascurabile incidenza dell'acquisizione da parte di quest'ultimo del controllo del ramo d'azienda sopra descritto, si ritiene che l'operazione di concentrazione comunicata non avrà effetti pregiudizievoli per la concorrenza nel mercato della distribuzione di capi di abbigliamento e accessori nella provincia di Milano.

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 e delle Infrastrutture e dei Trasporti.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

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

C11453 - TERNIUM-TENARIS-NIPPON STEEL CORPORATION/USIMINAS*Provvedimento n. 23274*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 31 gennaio 2012;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione delle società Ternium S.A. e Nippon Steel Corporation, pervenuta in data 13 gennaio 2012;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Ternium S.A. (di seguito, Ternium) è una società di diritto lussemburghese attiva nella produzione e distribuzione di prodotti in acciaio piani e lunghi. Tenaris S.A. (di seguito, Tenaris) è una società di diritto lussemburghese a capo di un gruppo attivo a livello mondiale nella produzione e nella vendita di tubi in acciaio e servizi correlati per l'industria energetica e altre applicazioni industriali.

Ternium e Tenaris sono controllate da Techint Holdings S.à.r.l. (di seguito, Techint), società a sua volta controllata da San Faustin S.A., la società holding del Gruppo Techint (di seguito, il Gruppo Techint). San Faustin S.A. (previamente nota come San Faustin NV) è controllata da Rocca & Partners Stichting Administratiekantoer Aandelen San Faustin, una fondazione privata olandese, che non è a sua volta controllata da soggetti terzi.

Nel 2010/2011¹ il Gruppo Techint ha realizzato a livello mondiale un fatturato consolidato di circa [10-20]² miliardi di euro, di cui circa [1-2] miliardi di euro per vendite in Europa e circa [700-1.000] milioni di euro per vendite in Italia.

Nippon Steel Corporation (di seguito, NSC) è una società di diritto giapponese a capo del gruppo Nippon Steel, attivo principalmente nella (i) produzione e fornitura di prodotti in acciaio, (ii) offerta di servizi di ingegneria e costruzione, (iii) sviluppo urbano, (iv) prodotti chimici, (v) nuovi materiali e (vi) soluzioni di sistema.

Nel 2010/2011³ NSC ha realizzato a livello mondiale un fatturato consolidato di circa 36,3 miliardi di euro, di cui circa [47-100] milioni di euro per vendite in Europa e circa [1-10] milioni di euro per vendite in Italia.

Usinas Siderurgica de Minas Gerais S.A. – USIMINAS (di seguito, Usiminas) è una società di diritto brasiliano che opera prevalentemente in quattro settori di attività: (i) estrazione, (ii) produzione, e (iii) trasformazione dell'acciaio, nonché (iv) in materia di servizi di investimento. In particolare, Usiminas è attiva nella produzione e vendita di prodotti finiti in acciaio, quali lamiere medie/grosse, acciaio zincato, prodotti piani laminati a freddo e prodotti piani laminati a caldo.

Le azioni ordinarie di Usiminas sono detenute attualmente dai seguenti azionisti: NSC (27,47%), Votorantim Industrial S.a. (di seguito, Votorantim) insieme a VBC Energia S.a. (di seguito, VBC),

¹ L'anno finanziario del Gruppo Techint inizia il 1 luglio e si conclude il 30 giugno.

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

³ In Giappone, l'esercizio finanziario si chiude il 31 marzo di ogni anno.

25,96%; Caixa dos Empregados da Usiminas (di seguito, CEU), 10,13%; Caixa de Previdencia dos Funcionarios do Banco do Brasil (di seguito, Previ), 10,44%; Companhia Siderurgica Nacional (di seguito, CSN), 11,66%; Mitsubishi Corporation do Brasil, S.A. (di seguito, Mitsubishi) e la sua controllata Metal One Corporation (di seguito Metal One), 1,62%; e altri (12,72%).

Nel 2010 Usiminas ha realizzato a livello mondiale un fatturato consolidato di circa 5,6 miliardi di euro, di cui circa [100-468] milioni di euro per vendite in Europa e circa [10-47] milioni di euro per vendite in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

Come previsto dagli accordi di acquisto delle partecipazioni azionarie (Share Purchase Agreements), Ternium e Tenaris intendono acquistare, tramite proprie controllate, circa il 27,66% delle azioni ordinarie di Usiminas (i.e., delle azioni di Usiminas che conferiscono diritto di voto⁴) come segue: esse acquisteranno (i) il 12,98% da Votorantim; (ii) il 12,98% da VBC; e (iii) l'1,69% da CEU. Inoltre, NSC, che attualmente detiene il 27,47% delle azioni ordinarie di Usiminas, acquisterà un ulteriore 1,69% delle azioni ordinarie di Usiminas da CEU. Di conseguenza, Votorantim e VBC usciranno dalla compagine sociale; Ternium e Tenaris verranno a detenere il 27,66% delle azioni ordinarie di Usiminas, mentre NSC avrà una partecipazione pari al 29,16%, e CEU pari al 6,75%.

Nell'ambito dell'Operazione, Ternium e Tenaris hanno stipulato un Patto Parasociale con NSC, che entrerà in vigore soltanto dopo il perfezionamento dell'acquisto delle azioni di Votorantim e VBC, in base al quale Ternium/Tenaris e NSC avranno il controllo congiunto di Usiminas⁵. Secondo quanto previsto dal Patto Parasociale, i firmatari dello stesso eserciteranno congiuntamente i loro diritti di voto in assemblea e faranno in modo che i membri del consiglio di amministrazione di Usiminas da essi nominati votino in seno al consiglio di amministrazione conformemente alle decisioni predeterminate nell'ambito di incontri preparatori con il consenso necessario delle sole NSC e Ternium/Tenaris⁶.

In base a quanto dichiarato dalle Parti, l'operazione non prevede restrizioni accessorie.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo congiunto 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

⁴ Il capitale sociale di Usiminas è suddiviso in azioni ordinarie con diritto di voto (il 49,8% del capitale sociale di Usiminas) e azioni privilegiate (senza diritto di voto, il 50,2% del capitale sociale di Usiminas).

⁵ CEU, Mitsubishi e Metal One sono anch'esse parti del Patto Parasociale. Tuttavia, i diritti di veto di CEU sono unicamente volti a proteggere la sua partecipazione quale azionista di minoranza. Si precisa che CEU è un fondo pensione privato dei dipendenti di Usiminas avente lo scopo di garantire prestazioni pensionistiche ai dipendenti di Usiminas e ai loro familiari. Come tale, non vende beni o servizi. Anche Mitsubishi e Metal One non hanno altri diritti se non quelli comunemente riconosciuti agli azionisti di minoranza che non esercitano il controllo dell'impresa comune.

⁶ Il Patto Parasociale prevede che un incontro preparatorio debba essere tenuto tra i principali azionisti di Usiminas, firmatari del patto, per stabilire come essi voteranno in seno all'assemblea generale e su come voteranno gli amministratori da essi designati negli incontri del Consiglio di amministrazione (di seguito gli Incontri Preparatori). Le deliberazioni adottate nel corso degli incontri preparatori vincolano dunque questi azionisti e gli amministratori da essi nominati. In sede agli incontri preparatori, le deliberazioni ordinarie su materie diverse da quelle di straordinaria amministrazione e che comprendono, in via esemplificativa, la nomina del Presidente del Consiglio di amministrazione, sono necessariamente adottate con il voto favorevole di Ternium/Tenaris e di NSC. Inoltre, il Patto Parasociale concede ulteriori diritti speciali a NSC e Ternium/Tenaris (ad esempio, (i) il diritto di opporsi alla nomina dell'Amministratore delegato e (ii) il diritto di designare congiuntamente la maggioranza dei membri del Consiglio di amministrazione).

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

I mercati del prodotto

L'operazione in esame interessa il settore dei prodotti siderurgici in acciaio, che risulta estremamente complesso e variegato, e nel cui ambito è possibile individuare diversi mercati⁷. In particolare, sulla base delle attività svolte da Usiminas in Italia e nello SEE, l'operazione interessa il settore dei prodotti in acciaio piani, e precisamente i seguenti prodotti: (i) prodotti piani laminati a caldo; (ii) lamiere medie/grosse; (iii) prodotti piani laminati a freddo; (iv) prodotti in acciaio zincato.

(i) Prodotti piani laminati a caldo

L'Autorità ha identificato un mercato del prodotto distinto per i prodotti piani laminati a caldo (vale a dire, nastri larghi laminati a caldo, lamiere laminate a caldo, e nastri stretti laminati a caldo), ad eccezione delle lamiere da quarto, le quali potrebbero costituire un mercato separato⁸.

(ii) Lamiere medie/grosse

Le parti non sono in posizione di valutare se le lamiere medie/grosse da esse vendute sono riconducibili alla categoria delle "lamiere da quarto" di cui al precedente punto (i). Ciò posto, ai fini della presente operazione, le parti forniscono comunque informazioni sulle lamiere medie/grosse considerate separatamente.

(iii) Prodotti piani laminati a freddo

L'Autorità ha identificato un mercato del prodotto distinto per i prodotti piani laminati a freddo⁹.

(iv) Prodotti in acciaio zincato

Come chiarito dalla Commissione, i prodotti in acciaio zincato sono quelli risultanti dal "rivestimento dell'acciaio con lo zinco"¹⁰. I prodotti in acciaio zincato sono utilizzati in una serie di applicazioni che richiedono una particolare resistenza alla corrosione, come ad esempio nell'industria edilizia, automobilistica, per uso negli elettrodomestici e negli arredi in metallo.

I mercati geografici

Nelle precedenti decisioni dell'Autorità e della Commissione, la dimensione geografica dei mercati relativi ai prodotti in acciaio piani è stata definita su base quantomeno pari allo SEE. Pertanto, ai fini della presente comunicazione, le parti considerano che i mercati per i prodotti laminati a caldo, le lamiere medie/grosse, i prodotti laminati a freddo e l'acciaio zincato debbano essere considerati di dimensione quantomeno pari allo SEE.

Effetti dell'operazione

Sia nel mercato dei prodotti piani laminati a caldo, sia nel mercato delle lamiere medie/grosse, sia nel mercato dei prodotti piani laminati a freddo, sia nel mercato dei prodotti in acciaio zincato, la quota di Usiminas è inferiore al [1-5%], la quota di Ternium/Tenaris è inferiore all'1% (ed in alcuni casi pari a zero) e la quota di NSC è inferiore all'1% (ed in alcuni casi pari a zero).

⁷ Cfr. provv. n. 15188 del 8 febbraio 2006, caso C7521 - *Arcelor/Dofasco*, in Boll. n. 6/06.

⁸ Cfr. provv. n. 15188 del 8 febbraio 2006, caso C7521 - *Arcelor/Dofasco*, in Boll. n. 6/06.

⁹ Cfr. provv. n. 15019 del 14 dicembre 2005, caso C7411 - *Arcelor/Companhia Aços Especiais Itabira*, in Boll. n. 50/05.

¹⁰ Cfr. decisione della Commissione del 2 giugno 2006, caso M.4137, *Mittal-Arcelor*.

In tali mercati sono presenti numerosi e qualificati concorrenti.

In virtù di quanto considerato, si ritiene che nei mercati di riferimento l'operazione non avrà effetti pregiudizievoli per la concorrenza, non determinando modifiche sostanziali nella struttura concorrenziale degli stessi.

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

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

AS909 - INTEGRITÀ E TRASPARENZA DEL MERCATO DELL'ENERGIA ALL'INGROSSO

Roma, 13 febbraio 2012

Presidente dell'Autorità per l'energia elettrica e il gas
Direttore dell'Agenzia per la Cooperazione dei
Regolatori dell'Energia

Nell'esercizio dei poteri di cui all'articolo 22 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato intende formulare alcuni rilievi riguardo alle possibili conseguenze anticoncorrenziali di alcune modalità di ottemperanza agli obblighi di trasparenza previsti dal Regolamento UE n. 1227/2011 del 25 ottobre 2011, concernente l'integrità e la trasparenza del mercato dell'energia all'ingrosso (di seguito, "REMIT"), entrato in vigore lo scorso 28 dicembre 2011.

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (nel seguito, "Autorità") aveva avuto già modo di occuparsi del tema della trasparenza nei mercati all'ingrosso dell'energia partecipando alla consultazione pubblica sulla bozza di Linee Guida sulla trasparenza dei dati fondamentali sull'elettricità, predisposta dall'ERGEG – *European Regulators' Group for Electricity and Gas*. In particolare, in quella occasione l'Autorità aveva espresso – al pari di altre Autorità nazionali di concorrenza partecipanti alla consultazione – le proprie perplessità sull'elevato grado di trasparenza del mercato all'ingrosso dell'energia elettrica prefigurato da tali Linee Guida¹.

Dato che gli obblighi di trasparenza previsti da tale bozza di Linee Guida sono assai simili a quelli previsti dal REMIT – in particolare riguardo alla comunicazione delle indisponibilità non programmate degli impianti (art. 4 del REMIT) – operatori del settore energetico² ed associazioni di categoria³ (nel seguito, i "segnalanti") hanno espresso all'Autorità il timore che l'ottemperanza alle disposizioni del REMIT possa essere considerata dall'Autorità stessa una pratica facilitante comportamenti abusivi o il coordinamento tra le imprese, alla luce delle perplessità espresse sulla bozza di Linee Guida. Per tale motivo, alcuni intenderebbero optare per specifiche modalità di ottemperanza agli obblighi disposti dal REMIT, proprio al fine di ridurre la sensibilità antitrust dei dati pubblicati.

I segnalanti hanno perciò sollecitato l'Autorità ad esprimere un proprio parere in merito ad una modalità di ottemperanza agli obblighi informativi previsti dal REMIT conforme alla normativa antitrust.

¹ Le risposte alla consultazione sono disponibili sul sito della DG Energia della Commissione Europea, al seguente indirizzo http://ec.europa.eu/energy/gas_electricity/consultations/20110916_electricity_en.htm.

² ENEL S.p.A., E.ON Italia S.p.A..

³ Assoelettrica, ANIGAS, AIGET.

L'Autorità, pur ritenendo fondate le preoccupazioni espresse dai segnalanti, ha deliberato, conformemente alla sua prassi applicativa, di non fornire agli stessi un parere interpretativo di norme vigenti. Al tempo stesso, l'Autorità ha ritenuto opportuno esercitare il potere conferitole dall'art. 22 della legge 287/90 per sottoporre all'Autorità per l'Energia Elettrica ed il Gas e all'Agenzia per la cooperazione fra i regolatori nazionali dell'energia (di seguito, "ACER"), nella loro qualità, rispettivamente, di soggetto preposto all'enforcement delle regole comunitarie ed alla predisposizione di Linee Guida non vincolanti sull'interpretazione del REMIT, le proprie considerazioni riguardo alla necessità di prediligere, nella concreta applicazione degli obblighi informativi previsti, forme di rilascio delle informazioni che non abbiano indesiderate conseguenze perverse sul funzionamento concorrenziale dei mercati all'ingrosso dell'energia elettrica⁴.

Come già rilevato nel corso della consultazione sulle Linee Guida sulla trasparenza dei dati fondamentali sull'elettricità predisposta da ERGEG, la criticità concorrenziale della pubblicazione di determinate informazioni sui mercati dell'energia all'ingrosso dipende dalla struttura dei mercati stessi. Le preoccupazioni concorrenziali saranno quindi minori per i mercati caratterizzati da una impresa largamente dominante (per i quali una maggiore trasparenza potrebbe addirittura rendere più difficile lo sfruttamento del potere di mercato unilaterale), e invece maggiori laddove esistano situazioni di oligopolio più o meno concentrato – come nei mercati all'ingrosso italiani, caratterizzati da una conformazione geografica zonale che ne esalta, in particolare nelle due isole maggiori, il carattere oligopolistico. In tali mercati, una eccessiva trasparenza delle informazioni potrebbe, infatti, facilitare esiti collusivi (agevolando il monitoraggio e l'immediata identificazione di deviazioni) o comportamenti opportunistici volti a trarre vantaggio dalla tempestiva rivelazione delle informazioni, da parte di imprese *diverse* da quelle che hanno pubblicato le informazioni privilegiate di cui erano in possesso⁵.

È per tali motivi che l'Autorità ritiene che le "informazioni privilegiate", riguardanti *"la capacità e l'uso degli stabilimenti di produzione [...] inclusa l'eventuale indisponibilità pianificata o non pianificata di tali impianti"* (art. 4 del REMIT), raccolte in forma disaggregata, debbano essere pubblicate solo dopo la chiusura del Mercato del Giorno Prima (MGP), in forma aggregata e comunque anonima.

Riguardo al livello di aggregazione, si potrebbe ipotizzare una aggregazione a livello "macrozonale", distinguendo la macrozona Nord da quella Sud e aggregando a quest'ultima le isole⁶ (come già attualmente fa Terna S.p.A. nel fornire le informazioni ex-ante sulla capacità produttiva disponibile) e a livello di tecnologia.

L'Autorità è cosciente del fatto che un'informazione aggregata (ed anonima), mentre appare sufficiente a permettere l'aggiustamento ottimale del sistema sui mercati a termine e su MGP, sui mercati infragiornalieri di aggiustamento (MA) e sui mercati dei servizi di dispacciamento (MSD), un certo livello di disaggregazione potrebbe facilitare l'adeguamento in tempo reale della domanda

⁴ Copia della presente comunicazione sarà inviata per conoscenza ai segnalanti.

⁵ Si consideri ad esempio una improvvisa avaria di un importante generatore, che avvenga poco prima della scadenza del termine per la sottoposizione delle offerte per MGP. A parità di offerte, l'avaria produrrà un prezzo marginale più elevato. Se l'informazione sull'avaria non è pubblica, l'unico che potrà avvantaggiarsi dell'avaria è il proprietario del generatore, nella misura in cui possa influenzare il nuovo prezzo marginale, ad esempio aumentando il prezzo di offerta della propria capacità che potrebbe risultare marginale. Se invece l'informazione è pubblica, *tutti* i generatori con gruppi intorno al nuovo prezzo marginale avranno l'incentivo ad aumentare il proprio prezzo offerta; grazie alla pubblicizzazione delle informazioni privilegiate, quindi, il nuovo prezzo di equilibrio sarà certamente più alto di quello che sarebbe altrimenti prevalso, in quanto l'informazione sarà sfruttata da generatori *diversi* da quello in possesso dell'informazione privilegiata.

⁶ L'aggregazione delle isole alla Macrozona Sud deriva dalla necessità di evitare che la disaggregazione per tecnologia porti ad una quasi certa identificazione di alcuni impianti, stante il limitato numero di unità di generazione di una certa tecnologia localizzati in ciascuna isola. Entrambe le isole sono aggregate alla Macrozona Sud in quanto interconnesse a zone che ne fanno parte.

e dell'offerta (con benefici effetti sui prezzi che si formano su tali mercati). La natura sequenziale dei mercati dell'energia elettrica, tuttavia, impedisce di differenziare il livello di aggregazione con il quale i dati devono essere pubblicati. In futuro, sulla base del concreto funzionamento di questi mercati – ed in particolare del grado di partecipazione della domanda - e dell'esperienza di applicazione del REMIT, la questione del livello di aggregazione dei dati pubblicati potrà essere eventualmente riesaminata.

L'Autorità rileva anche che simili problemi, connessi alla trasparenza delle informazioni, non sembrano porsi in relazione né alle infrastrutture di trasporto dell'energia elettrica o del gas naturale, né alle infrastrutture di stoccaggio del gas naturale e di rigassificazione del GNL. Per queste ultime, anzi, che sono operate in regime di sostanziale monopolio da imprese verticalmente integrate, una maggiore trasparenza non può che favorire lo sviluppo della concorrenza attraverso un accesso non discriminatorio.

L'Autorità osserva inoltre che, come rilevato anche dall'ACER, ai sensi del REMIT lo stesso TSO è un operatore di mercato. Perciò, esso dovrebbe essere soggetto ai medesimi obblighi di pubblicità riguardo allo stato della rete di trasmissione. Ciò significa che non solo il TSO dovrebbe rendere note le proprie informazioni privilegiate sulle indisponibilità di rete e sulla capacità delle infrastrutture cruciali, ma anche fornire ulteriori informazioni a livello nodale.

Con particolare riferimento al TSO elettrico italiano, si ritiene che Terna S.p.A. dovrebbe fornire in maniera tempestiva le informazioni privilegiate sia sulle indisponibilità di rete – ivi incluse le motivazioni degli eventuali lavori e le conseguenze in termini di forzata indisponibilità delle unità di generazione connesse alle porzioni di rete interessate -, sia sui transiti, sia sui principali vincoli intrazonali, sia sulle misurazioni effettuate nei nodi pilota della rete (tensione, ecc.).

La stessa tipologia di informazioni dovrebbe essere messa a disposizione da SNAM Rete Gas S.p.A..

Infine, l'Autorità concorda con la posizione espressa da ACER in merito alla preferibilità della pubblicazione centralizzata delle informazioni privilegiate, così da favorire la standardizzazione delle modalità di ottemperanza agli obblighi informativi del REMIT. A tal fine dovrebbero essere sfruttate le piattaforme già esistenti gestite dai TSO, ampliandole e migliorandone la fruibilità. Ciò anche al fine di evitare duplicazioni rispetto a quanto previsto dalla bozza di Linee Guida sulla trasparenza dei dati fondamentali del mercato elettrico prima ricordata.

La pubblicazione centralizzata potrebbe essere implementata rapidamente, imponendo ai TSO di creare una sezione apposita nel proprio sito Internet dove possano essere inserite le informazioni privilegiate via via che vengono comunicate dagli operatori, finché esse non vengono riportate negli aggiornamenti della capacità disponibile e delle indisponibilità periodicamente pubblicate dai TSO. Tali aggiornamenti dovrebbero essere eseguiti e pubblicati giornalmente sul sito Internet del TSO.

L'Autorità ringrazia per l'attenzione che verrà prestata alle preoccupazioni concorrenziali ivi espresse in merito alla pubblicazione, in forma totalmente disaggregata, delle informazioni privilegiate in possesso delle imprese operanti nei mercati all'ingrosso dell'energia elettrica ed auspica che la questione del rapporto tra normativa sulla trasparenza dei mercati energetici e norme a tutela della concorrenza – fondamentale per l'implementazione del REMIT - sia affrontata al più presto, sia a livello di Commissione Europea ed ACER sia a livello di Autorità di regolamentazione nazionali.

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

IP92 - BLU EXPRESS-COMMISSIONI NON CHIARE

Provvedimento n. 23231

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 25 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;

VISTA la propria delibera n. 23036 del 30 novembre 2011, con la quale l'Autorità ha accertato l'inottemperanza alla delibera n. 19953 del 11 giugno 2009 da parte della società Blue Panorama Airlines S.p.A., consistente nella reiterazione delle condotte nei termini ritenuti scorretti e ingannevoli relativamente all'eccessiva onerosità della *fee* richiesta dal professionista per processare le richieste di rimborso di un biglietto aereo non fruito, all'obbligatorietà di contattare un numero telefonico a pagamento per l'attivazione della relativa procedura, nonché all'inadeguatezza della collocazione delle informazioni rese sul proprio sito *Internet* concernenti il costo e le modalità da seguire per la richiesta di rimborso;

VISTA l'istanza presentata in data 28 dicembre 2011 con la quale Blue Panorama Airlines S.p.A. ha chiesto una riduzione della sanzione amministrativa pecuniaria comminata, ritenendola sproporzionata ed eccessivamente severa;

RITENUTO di dover considerare la situazione di difficoltà economica prospettata dall'impresa nonché di rivalutare l'opera svolta dal professionista nel corso del procedimento di inottemperanza che ha proceduto all'eliminazione della *fee* prevista per le richieste di rimborso e modificato la relativa procedura rendendola meno onerosa per i consumatori, fermi restando gli altri parametri di gravità considerati nella delibera n. 23036 del 30 novembre 2011;

RITENUTA pertanto accoglibile la predetta istanza di riduzione della sanzione;

DELIBERA

di modificare la lettera b) del provvedimento n. 23036 del 30 novembre 2011, riducendo a 60.000 € (sessantamila euro) la sanzione amministrativa pecuniaria irrogata alla Società Blue Panorama Airlines S.p.A..

La sanzione amministrativa 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

PS4805 - FASTWEB-PARLA E NAVIGA CASA

Provvedimento n. 23232

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 25 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. Fastweb S.p.A. (di seguito anche “Fastweb”), in qualità di professionista ai sensi dell'art. 18, lettera b), del Codice del Consumo. La società, attiva nella fornitura di servizi di fonia e dati su rete fissa e mobile, ha realizzato, nel 2010, un fatturato di circa 1.880 milioni di euro.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dal professionista, consistente nella diffusione – sul proprio sito *web* (www.fastweb.it) – di una campagna pubblicitaria con cui avrebbe prospettato ai consumatori la possibilità di sottoscrivere *online* gli abbonamenti “Parla&Naviga Casa”, “NavigaCasa” e “ParlaCasa”, beneficiando di uno sconto di 50 euro riferito ai costi di attivazione.

3. In particolare, secondo diverse segnalazioni pervenute nel periodo compreso fra il mese di agosto 2009 e il mese di agosto 2011, anche attraverso la Direzione *Contact Center* dell'Autorità, Fastweb, pur formalmente conteggiando lo sconto di 50 euro promesso ai nuovi abbonati, avrebbe loro comunque addebitato i costi di attivazione per intero, ovvero in misura superiore all'importo dovuto al netto dello sconto promozionale. Tali costi darebbero stati addebitati sotto forma di rate bimestrali¹, riportate nella sezione “*importi a rate*” del dettaglio dei costi afferente alle fatture inoltrate alla clientela.

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

4. In data 23 marzo 2010 è stata inviata al professionista una richiesta di informazioni, successivamente integrata in data 22 giugno 2010 e 3 giugno 2011, in merito a quanto lamentato nelle segnalazioni pervenute².

5. In data 23 aprile 2010 è pervenuta la risposta del professionista, successivamente integrata in data 8 settembre 2010 e 30 giugno 2011³.

¹ Tale importo risulta pari a €20,00.

² Cfr. doc. n. 3, n. 12 e n. 20 del fascicolo istruttorio.

³ Cfr. doc. n. 8, n. 15 e n. 21 del fascicolo istruttorio.

Attività istruttoria

6. In relazione alla condotta commerciale sopra descritta, in data 2 settembre 2011, è stato comunicato alla Parte l'avvio del procedimento istruttorio n. PS4805 per possibile violazione degli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo⁴.

In tale sede, veniva in particolare ipotizzata l'ingannevolezza della condotta posta in essere da Fastweb nella misura in cui prospettava ai consumatori uno sconto sui costi di attivazione di un servizio di rete fissa, poi non effettivamente applicato o applicato solo parzialmente rispetto a quanto pubblicizzato, ovvero non specificava le modalità e i tempi di applicazione dello sconto promozionale citato.

7. Contestualmente all'avvio del procedimento, è stata inviata a Fastweb apposita richiesta di informazioni, volta a chiarire le caratteristiche, le condizioni e il periodo di validità della promozione concernente la riduzione del contributo di attivazione relativo ai piani tariffari "Parla&Naviga Casa", "NavigaCasa" e "ParlaCasa"; le modalità attuative della promozione in oggetto; il numero complessivo delle sottoscrizioni dei piani tariffari menzionati nel periodo ricompreso fra luglio 2009 e dicembre 2010; le procedure, le direttive, le circolari o altra documentazione interna, riguardanti la disciplina delle modalità di gestione dei reclami inerenti alla attivazione dei riferiti piani tariffari; nonché ogni altro elemento ritenuto utile ai fini della valutazione del caso.

8. Fastweb ha risposto alla richiesta di informazioni con nota pervenuta in data 22 settembre 2011⁵.

9. In data 27 ottobre 2011 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento⁶.

10. In data 14 novembre 2011 è pervenuta la memoria conclusiva inoltrata dal professionista⁷.

2) Le evidenze acquisite

11. Mediante alcune pagine del sito *internet* istituzionale del professionista (www.fastweb.it), acquisite d'ufficio in data 2 agosto 2011, Fastweb ha promosso uno sconto pari a 50 euro per la sottoscrizione *online* degli abbonamenti "Parla&Naviga Casa", "NavigaCasa" e "ParlaCasa"⁸.

12. Le condizioni per usufruire dello sconto sul contributo di attivazione, siccome promosso, erano costituite dalla scelta di un metodo di pagamento inerziale (carta di credito o RID) e dall'adesione *online* alle offerte menzionate.

13. Nelle fatture allegate a talune richieste di intervento sono stati riscontrati addebiti periodici così denominati "*Importo per Rate Contributo di Attivazione*", la cui sussistenza sarebbe in contraddizione rispetto al contenuto della promozione *de qua*⁹.

14. Con le risposte alle richieste di informazioni e la memoria conclusiva inviata, il Professionista ha fornito la documentazione attestante le modalità di attivazione delle offerte sottoscritte dai segnalanti¹⁰.

15. Il professionista ha documentato, grazie alle verifiche operate sui propri sistemi, che non tutte le adesioni ai piani tariffari "Parla&Naviga Casa", "NavigaCasa" e "ParlaCasa", alle quali veniva fatto riferimento nelle segnalazioni pervenute all'Autorità all'origine del presente provvedimento,

⁴ Cfr. doc. n. 24 del fascicolo istruttorio.

⁵ Cfr. doc. n. 28 del fascicolo istruttorio.

⁶ Cfr. doc. n. 29 del fascicolo istruttorio.

⁷ Cfr. doc. n. 30 del fascicolo istruttorio.

⁸ Cfr. doc. n. 22 del fascicolo istruttorio.

⁹ Cfr. doc. n. 6, n. 14 e n. 16 del fascicolo istruttorio.

¹⁰ Cfr. doc. nn. 8, 15 e 30 del fascicolo istruttorio.

sono avvenute via *web*, di talché alcune di esse risulterebbero estranee all'ambito promozionale relativo allo sconto sui costi di attivazione.

3) *Le argomentazioni difensive della Parte*

16. Con la risposta alla richiesta di informazioni inviata da questa Autorità contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento, Fastweb ha chiarito che, nella colonna di destra delle pagine del proprio sito *web* dedicate agli abbonamenti "Parla&Naviga Casa", "NavigaCasa" e "ParlaCasa", è presente un *box* riepilogativo dei costi dell'offerta in concreto richiesta, incluse le variazioni dipendenti dal metodo di pagamento prescelto¹¹.

17. Inoltre, Fastweb S.p.A. ha specificato che la promozione oggetto del procedimento consiste nello sconto di un importo di 50 euro sul contributo di attivazione, che veniva applicato accreditando nella prima fattura successiva all'attivazione del servizio uno sconto pari alla suddetta cifra, visibile nella sezione "*Importi Una Tantum*", sotto la voce "*accredito per contributo di attivazione del.../.../... (data)*".

18. Il professionista ha precisato che, fuori dalla promozione o, comunque, per la parte eccedente la promozione, il contributo di attivazione viene addebitato ai clienti in 12 rate, senza alcun tasso di interesse.

19. Con la nota pervenuta agli Uffici in data 14 novembre 2011¹², la società Fastweb ha negato la sussistenza della violazione ipotizzata. In particolare, il professionista ha chiarito, in primo luogo, l'impossibilità che un sistema di adesione automatizzata, quale quello via *web*, possa essere manipolato, in singoli casi, e produrre fatture non fedeli a quanto immesso nel sistema.

20. Quanto alle ulteriori richieste di intervento, Fastweb ha chiarito le modalità applicative della promozione relativa al contributo di attivazione coerentemente a quanto pubblicizzato sul proprio sito *web*.

21. In definitiva, ad avviso della Parte, nella vicenda in esame le contestazioni sarebbero riconducibili ad erronee interpretazioni delle fatture. Infatti, nella prima fattura recapitata ai consumatori sarebbe indicato l'addebito ed il contestuale accredito dello sconto relativo al contributo di attivazione. Per ragioni contabili, viene aggiunto un ulteriore accredito dell'importo di 50 euro. Tale ultima somma viene successivamente recuperata dal professionista mediante sei rate bimestrali, le quali non incidono sulla fruizione dello sconto di 50 euro come promosso e applicato nella prima fattura attraverso il primo storno simultaneo all'addebito del costo di attivazione, ma corrispondono, invece, all'importo dovuto, pari alla differenza fra importo totale e sconto applicato.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

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

23. Con parere pervenuto in data 14 dicembre 2011, la suddetta Autorità ha ritenuto che la pratica commerciale in esame non risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo, sulla base delle seguenti considerazioni:

"in base a quanto si evince dalla documentazione versata in atti la pratica commerciale in oggetto si concretizza nell'attività di promozione e vendita telefonica dei servizi offerti dal professionista relativi a pacchetti composti di telefonia fissa, mobile e internet. In particolare, nel messaggio di

¹¹ Cfr. doc. n. 28 del fascicolo istruttorio.

¹² Cfr. doc. n. 30 del fascicolo istruttorio.

specie viene proposto uno sconto pari a euro 50, relativo ai costi di attivazione. Le doglianze avanzate dai consumatori sono state originate dalla circostanza che, in realtà, il ribasso di prezzo in oggetto non sarebbe stato praticato, in quanto lo stesso professionista avrebbe addebitato loro il suddetto costo. Dalla documentazione versata in atti è emerso come, nelle realtà dei fatti, il professionista abbia agito correttamente e conseguentemente l'informativa fornita nella campagna promozionale di specie risulti veritiera, in quanto lo stesso ha proceduto, a causa della rigidità dei sistemi di billing adottati da tutta la struttura societaria, ad un'operazione di addebito e contestuale storno del costo in questione. Di conseguenza, il messaggio promozionale di specie risulta fornire al consumatore un'informativa corretta e circostanziata rispetto a quelle che sono le reali modalità di fruizione dell'offerta di specie e conseguentemente non può esser ritenuto idoneo ad alterare la libertà di scelta del consumatore medio".

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

24. Il comportamento oggetto di valutazione si sostanzia nella diffusione di un messaggio pubblicitario sul sito *internet* www.fastweb.it, con cui viene prospettata la possibilità di beneficiare di uno sconto pari a 50 euro sul costo di attivazione, nel caso della sottoscrizione *online* di uno dei seguenti abbonamenti "Parla&Naviga Casa", "NavigaCasa" e "ParlaCasa".

25. Secondo le denunce pervenute all'Autorità, l'offerta non sarebbe stata coerentemente applicata dal professionista, il quale avrebbe addebitato i costi di attivazione per intero, ovvero in misura superiore all'importo dovuto al netto dello sconto promozionale¹³, sotto forma di rate bimestrali, riportate nella sezione "*importi a rate*" del dettaglio dei costi afferente alle fatture inoltrate alla clientela.

26. In base alle evidenze acquisite nel corso del procedimento, nel caso di specie il professionista ha rispettato quanto promosso attraverso il messaggio oggetto di contestazione, relativo allo sconto di 50 euro sul contributo di attivazione dei piani tariffari "Parla&Naviga Casa", "NavigaCasa" e "ParlaCasa" limitato agli abbonamenti sottoscritti *online*.

27. Invero, nella prima fattura recapitata ai clienti è indicato l'addebito e il contemporaneo storno del costo di attivazione a titolo di sconto promozionale. Nella medesima fattura è aggiunto un ulteriore storno di 50 euro. Per ragioni contabili, tale importo sarà recuperato dal professionista in rate bimestrali dall'ammontare omogeneo. In definitiva, lo sconto viene contabilizzato già nella prima fattura, mentre l'importo complessivamente versato a titolo di contributo di attivazione è rappresentato dalla somma degli importi rateizzati, a cui deve sottrarsi la somma di 50 euro stornata anch'essa nella prima fattura. Gli importi versati complessivamente dal consumatore come contributo di attivazione sono, quindi, effettivamente al netto dello sconto di 50 euro ravvisabile, appunto, nella prima fattura. Il sistema di calcolo è configurato nel modo descritto in ragione del meccanismo di contabilizzazione adottato dal professionista, che deve necessariamente seguire schemi analoghi per tutti i contratti stipulati con i propri utenti.

28. In conclusione, allo stato le risultanze istruttorie non consentono di accertare nella fattispecie l'esistenza di una violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del Consumo.

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base e nei limiti delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame non presenti, allo stato, elementi sufficienti ad integrare una violazione degli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo;

¹³ Tale importo risulta pari a circa 20 euro.

DELIBERA

che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Fastweb S.p.A., non presenta, allo stato, elementi sufficienti ad integrare una violazione degli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo.

Il presente provvedimento verrà comunicato 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 comunicazione 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 comunicazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

PS6055 - TELETU-TELESELLING*Provvedimento n. 23259*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 31 gennaio 2012;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la Parte II, Titolo III, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206 e successive modificazioni 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;

VISTA la comunicazione di avvio del procedimento PS6055 del 7 dicembre 2011, volto a verificare l'esistenza di pratiche commerciali scorrette in violazione degli articoli 20, 21, 22, 24 e 26, lettera f), del Codice del Consumo, poste in essere dalla società TeleTu S.p.A. (di seguito TeleTu);

VISTE le proprie delibere del 7 dicembre 2011, con cui sono state autorizzate ispezioni, ai sensi dell'art. 27, commi 2 e 3, del Codice del Consumo, presso le sedi della società TeleTu e delle società Transcom Worldwide, Blucall International e System House, in qualità di *call center* che hanno svolto in nome e per conto di TeleTu l'attività di *teleselling*;

VISTE le memorie presentate da TeleTu pervenute in data 23 dicembre 2011 e 23 e 30 gennaio 2012;

CONSIDERATO quanto segue:

I. FATTO

1. Numerose segnalazioni di consumatori e/o di associazioni di consumatori lamentano che nelle attività di *teleselling*, gli operatori di *call center*, per conto di TeleTu, avrebbero veicolato informazioni fortemente ingannevoli, al fine di condizionare la scelta del consumatore, con riguardo alla reale necessità di cambiare operatore. In particolare, dalle segnalazioni è emerso che, nel corso delle telefonate volte ad acquisire nuova clientela, gli operatori di TeleTu, qualificandosi come altri gestori telefonici o adducendo presunti sconti o la necessità di effettuare verifiche e lavori sulle linee telefoniche, avrebbero indotto i consumatori a concludere nuovi contratti telefonici con il professionista interessato.

2. Numerosi segnalanti lamentano, inoltre, che gli operatori di *call center* di TeleTu avrebbero indotto i consumatori a prestare il loro consenso, informandoli che la semplice registrazione vocale non aveva effetto vincolante, ma che avrebbero potuto decidere successivamente al ricevimento del contratto cartaceo. Altri utenti hanno denunciato che TeleTu attiverebbe contratti telefonici con il consenso di soggetti non titolari della linea telefonica.

3. Dalle segnalazioni in atti è, inoltre, emerso che alcuni *call center* di TeleTu, avrebbero omesso di indicare le reali caratteristiche e i costi delle offerte prospettate, inducendo i consumatori a sottoscrivere un contratto che non avrebbero altrimenti concluso.

4. Analogo comportamento sarebbe stato adottato anche nei confronti di consumatori già utenti TeleTu nella prospettazione e attivazione di piani tariffari diversi da quelli originariamente sottoscritti o di altri servizi non richiesti. Gli utenti hanno lamentato, peraltro, anche l'invio di fatture conseguenti ai suddetti comportamenti.

5. Dalla documentazione agli atti e in particolare da alcune richieste di intervento è, inoltre, emerso che il professionista avrebbe, in taluni casi, attivato nuovi contratti di utenza telefonica, staccando la linea telefonica del segnalante e senza alcun preventivo contatto telefonico con l'utente, il quale avrebbe appreso dell'avvenuta migrazione a TeleTu, solo a seguito di contatto telefonico con l'operatore *donating*. Tali consumatori lamentano, infatti, che TeleTu avrebbe attivato nuove utenze telefoniche utilizzando registrazioni vocali false e/o contratti le cui firme sono state disconosciute dagli utenti interessati. Anche in questi casi al comportamento descritto sarebbe seguita l'emissione di fatture riferite a servizi non richiesti.

6. Sulla base delle informazioni acquisite in atti, in data 7 dicembre 2011, è stato avviato il procedimento istruttorio PS6055, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo, nonché ai sensi dell'art. 6 del Regolamento, al fine di verificare l'esistenza di pratiche commerciali scorrette in violazione degli articoli 20, 21, 22, 24 e 26, lettera f), del Codice del Consumo.

7. Parte del procedimento, in qualità di professionista, è la società TeleTu.

8. Contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento, la Parte è stata invitata, ai sensi dell'art. 9, comma 2, del Regolamento, a presentare memorie scritte e documenti entro sette giorni dal suo ricevimento, al fine della valutazione dei presupposti per la sospensione provvisoria delle pratiche, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo.

9. In sintesi, i comportamenti oggetto di contestazione come "*pratiche commerciali*" consistono nella conclusione di contratti a distanza in assenza di un consenso consapevole, con riferimento tanto alle condizioni e caratteristiche del servizio, quanto alla stessa attivazione del rapporto contrattuale.

10. In particolare, TeleTu avrebbe posto in essere azioni ingannevoli in quanto ai consumatori sarebbero state fornite informazioni non rispondenti al vero, ambigue, inesatte, fuorvianti o incomplete ovvero non sarebbero state fornite loro informazioni rilevanti in ordine alle caratteristiche e alle condizioni economiche dei servizi telefonici oggetto di promozione, così da indurli in errore e ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbero altrimenti preso.

11. Inoltre, il medesimo professionista avrebbe adottato pratiche aggressive in quanto idonee a limitare considerevolmente la libertà di scelta o di comportamento dei consumatori e consistenti in una fornitura di servizi non richiesti consapevolmente dagli utenti e per i quali la società telefonica avrebbe richiesto o sollecitato il pagamento.

II. ACCERTAMENTI ISPETTIVI

12. In data 7 dicembre 2011, vista la comunicazione di avvio del procedimento, l'Autorità ha deliberato di autorizzare ispezioni, ai sensi dell'art. 27, commi 2 e 3, del Codice del Consumo, presso le sedi della società TeleTu e delle società Transcom Worldwide e System House, in qualità di call center che hanno svolto in nome e per conto di TeleTu l'attività di *teleselling*.

Gli accertamenti ispettivi sono stati svolti presso le sedi delle predette società in data 13 dicembre 2011.

13. Dagli accertamenti effettuati presso la sede di TeleTu, in estrema sintesi, è emerso che solo dal 24 ottobre 2011 TeleTu ha avviato il nuovo processo *quality* sui servizi addizionali venduti dai partner "*con lo scenario 1 ovvero [omissis]¹ di welcome call e [omissis] di ascolto rec.. Dal 1 novembre saremo sullo scenario 2 con [omissis] di w.c., [omissis] di ascolto rec. e [omissis] di validazione massiva*" (doc. 43 ind. Isp). La stessa TeleTu ammette in una mail che i numeri dei

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

reclami sui disconoscimenti sono alti, in particolare su firme false. Ancora dal mese di ottobre 2011 risultano mail che dimostrano come nelle vendite tramite teleselling gli operatori dei call center continuano ad omettere informazioni rilevanti per i consumatori come, ad esempio, le incompatibilità tecniche dei *router* ovvero a dare informazioni non veritiere circa l'effettiva identità del professionista (doc. 13 e 39 ind. Isp.).

14. Dagli accertamenti effettuati presso la sede di Transcomm Worldwide è emerso che (doc. 5 ind. Isp) nel periodo aprile-dicembre 2010 sono pervenuti circa 25.000 reclami per “disconoscimenti” in fase di attivazione del contratto; nel periodo gennaio – dicembre 2011 i reclami per “disconoscimenti” sono stati circa 23.000. I reclami vengono gestiti attraverso un applicativo di proprietà della società TeleTu.

15. Dagli accertamenti effettuati presso la sede di System House è emerso che gli operatori del *call center* sono addetti a eseguire chiamate *outbound* su liste direttamente fornite da TeleTu, allo scopo di promozione e conseguimento di adesioni su offerte di pacchetti telefonici *single play* (solo traffico voce) o *double play* (voce+adsl) proposti da TeleTu. La telefonata è impostata nel rispetto del codice di condotta per le attività di teleselling TeleTu e seguendo lo *script* fornito dalla società stessa, direttamente su loro piattaforma dedicata alla registrazione dei dati sensibili delle utenze.

III. MEMORIE DELLA PARTE

16. A seguito della comunicazione di avvio del procedimento del 7 dicembre 2011, con riferimento al procedimento cautelare, è stata prodotta una memoria difensiva da parte di TeleTu, pervenuta in data 23 dicembre 2011.

17. Dall'esame della memoria della Parte emerge che TeleTu, a conoscenza del fenomeno, avrebbe censurato i comportamenti scorretti adottati dai *partner* commerciali, titolari dei *call center*, i quali svolgono materialmente l'attività di teleselling. Inoltre, secondo il professionista questi comportamenti sarebbero ascrivibili solo ed esclusivamente alle società terze in quanto svolgono l'attività di call center in autonomia per conto di numerose aziende, tra le quali vi è anche TeleTu. Nella memoria TeleTu fa presente di aver posto in essere un processo di controllo del sistema di vendita a distanza affidato ai *call center* esterni. Questo processo prevede un monitoraggio preventivo rispetto all'attivazione del servizio ed un controllo successivo ogni volta giunga una segnalazione dei clienti o dalla struttura dedicata al c.d. *Quality Check*. Il *Quality Check* consiste nella verifica dell'effettiva volontà del cliente ad attivare un servizio effettuato attraverso la c.d. *welcome call* la quale ha lo scopo di verificare la veridicità della vendita, la congruenza di quanto proposto con quanto richiesto dal cliente, nonché l'esattezza dei dati forniti dal cliente. TeleTu avrebbe iniziato questo tipo di controllo a partire dalla metà dell'anno 2009, per arrivare, nel mese di gennaio 2011, ad una copertura totale di tutte le vendite a distanza. La percentuale dei potenziali clienti che effettivamente rispondono al telefono è pari a *[omissis]*. Il controllo di TeleTu sull'attività dei *call center* esterni prevede anche lo storno delle commissioni di vendita e l'applicazione di penali per ogni singolo caso di attivazione non conforme.

Nelle memoria, inoltre, TeleTu contesta alcuni fatti segnalati dai consumatori in quanto riferibili ad un periodo di tempo già coperto da un altro procedimento. Eliminando queste segnalazioni dagli atti del procedimento emergerebbe che nel corso degli anni il trend dei fatti contestati sarebbe in costante diminuzione (23 negli undici mesi dell'anno 2011 rispetto a 37 dell'anno 2010).

18. Nella memoria depositata in data 23 gennaio 2012, TeleTu ha, altresì, rappresentato di aver deciso di sanzionare in modo esemplare il *teleseller* ritenuto responsabile delle recenti segnalazioni, già in passato destinatario dell'applicazioni di alcune penali, “*interrompendo*

immediatamente il contratto in essere così da dare anche agli altri telesellers un segno tangibile di quella “tolleranza zero” che emerge nitidamente come segno e carattere della propria strategia reale aziendale, anche dai documenti acquisiti nel corso dell’ispezione” (All. 1 mem.). TeleTu, inoltre, ha rappresentato che un’altra segnalazione riguarda una vendita in cui “l’operatore si è presentato al potenziale cliente come incaricato di Vodafone”; “TeleTu ha potuto accertare che effettivamente l’operatore di vendita non ha scandito bene la parola “TeleTu” durante la registrazione della vendita e per un mero errore umano la Quality Call, effettuata con la moglie (perché l’intestatario della linea era assente in quel momento), non è stata ritenuta idonea a bocciar la vendita, come avrebbe dovuto secondo procedura. Si tratta di un caso evidente di errore umano, in quanto nella circostanza in questione è effettivamente possibile che l’operatore non si fosse identificato correttamente come incaricato di TeleTu: si tratta tuttavia di un episodio sporadico, peraltro veniale, sfuggito alle procedure di controllo solo per un errore umano, che può sempre capitare, pur con le migliori intenzioni e attenzioni (oggetto di accertamento da parte dell’Autorità è infatti la diligenza ragionevolmente pretendibile, come precisa in modo perspicuo la legge, non la perfezione assoluta, che non è peraltro di questo mondo). In ogni caso TeleTu ha già provveduto, anche in questo caso, ad annullare la vendita e ad annullare integralmente le fatture emesse”.

19. In data 30 gennaio 2012, è pervenuta un’ulteriore memoria da parte della società TeleTu nella quale ribadisce che non sussisterebbero i gravi motivi richiesti per l’adozione di un provvedimento cautelare in quanto non sarebbe emersa alcuna conferma della pratica commerciale scorretta ipotizzata nei confronti di TeleTu, in termini di “strategia aziendale volta ad acquisire nuova clientela indipendentemente dalla reale volontà dell’utente”. Inoltre la società fa presente di aver adottato nei confronti di altri due call center, ritenuti responsabili di attivazioni non richieste consapevolmente dagli utenti, la misura dell’interruzione del rapporto contrattuale. Alla memoria è stato allegato esclusivamente il nuovo testo degli *script* di “Quality call” per vendita di servizi accessori e per nuovi clienti.

IV. VALUTAZIONI

20. Sotto il profilo del *fumus boni iuris*, gli elementi sopra descritti inducono a ritenere sussistenti *prima facie* le pratiche commerciali descritte, in violazione degli artt. 20, 21, 22, 24 e 26, lettera f), del Codice del Consumo, in quanto i fatti riportati nelle segnalazioni dei consumatori, di cui agli atti del procedimento, sono confermati dai numerosi reclami pervenuti anche alla stessa società TeleTu e al *call center* che svolge per conto della stessa società l’attività di assistenza alla clientela. Il numero dei reclami è particolarmente elevato². Dalle risultanze istruttorie emerge, pertanto, che la società è pienamente consapevole delle criticità esistenti nella fase di attivazione tramite *teleselling* e le misure dalla stessa adottate appaiono insufficienti. Infatti, a fronte dei numerosi reclami registrati dalla società di cui molti ritenuti da TeleTu stessa fondati, il numero di penali applicate ai *call center* è risultato particolarmente basso, nonché - probabilmente - inefficace stante il protrarsi e reiterarsi del fenomeno³. Inoltre, il professionista ha fatto cenno ad alcune iniziative di risoluzione contrattuale e revoche dell’incarico nei confronti dei *call center* responsabili delle fattispecie in contestazione solo nell’ambito del *sub* procedimento per l’adozione della misura cautelare.

² Doc. n 4 ind. Ispet. Transcom da cui si evince che nel periodo gen.-dic.2011 il numero dei reclami per disconoscimenti è stato di circa 23.000.

³ Memoria di TeleTu del 23 dicembre 2011 con la quale è stata fornita una tabella riepilogativa con i dati relativi a “storni” e “storni malagestione”.

21. Sotto il profilo del *periculum in mora*, vale osservare che le condotte sopra descritte, consistenti in attivazioni non richieste dei servizi di telefonia fissa, sono caratterizzate da un elevato grado di offensività, in quanto il consenso al contratto appare essere stato acquisito attraverso modalità scorrette riguardanti, in particolare, indicazioni non veritiere sulla reale natura e sugli effetti dello stesso contatto telefonico, sull'identità del professionista, ecc., ovvero l'attivazione delle stesse sembra essere avvenuta in assenza del consenso dell'altro contraente oppure di un consenso pienamente informato e consapevole. Il *periculum* poi sussiste ancora posto che, nonostante i processi di controllo asseriti da TeleTu, il fenomeno delle attivazioni non richieste sembra persistere. Infatti, il professionista, pur a conoscenza delle criticità verificatesi nel corso degli anni in fase di acquisizione di nuova clientela, nel momento in cui ha iniziato la vendita di servizi aggiuntivi, come ad esempio l'ADSL, ha riprodotto le stesse metodologie di vendita senza applicare, in maniera sistematica e capillare, quelle misure che avrebbero dovuto ovviare alle vendite "dolose" di cui TeleTu era conoscenza. Il sistema di vendita tramite *teleselling* è particolarmente insidioso, considerata la capacità di penetrazione presso i consumatori, e facilmente alterabile a causa della possibilità di fornire verbalmente informazioni non riscontrabili ovvero idonee a carpire il consenso del consumatore, come dimostrano da un primo esame le risultanze istruttorie. Le misure adottate da TeleTu, al momento, appaiono del tutto inadeguate ad eliminare il fenomeno. Sussiste, quindi, una situazione di pericolo per il reiterarsi di comportamenti scorretti da parte di TeleTu, come dimostrano anche alcune segnalazioni di consumatori che continuano a evidenziare attivazioni non consapevoli ancora nel mese di dicembre 2011⁴.

22. Si osserva che, comunque, la prima misura adottata da TeleTu nei confronti dei *teleseller* ed evidenziata nella memoria del 23 gennaio 2012 non appare idonea a rimuovere il *periculum* del reiterarsi dei comportamenti contestati né, come sostenuto da TeleTu, idonea a "*dare anche agli altri telesellers un segno tangibile di quella "tolleranza zero" che emerge nitidamente come segno e carattere della propria strategia reale aziendale*", posto che la risoluzione contrattuale decorre soltanto dal 1° giugno 2012. Peraltro, si tratta della facoltà di recesso anticipato dal contratto prevista dall'art. 3 dell'Accordo Quadro e non dell'applicazione della misura della clausola risolutiva espressa per inadempimento di uno degli obblighi contrattuali di cui all'art. 14 del suddetto Accordo. Infine, l'utilizzo della facoltà di recesso anticipato appare inefficace anche rispetto allo scopo che TeleTu afferma di voler perseguire, dando un esempio agli altri *partner* commerciali. Quanto, poi, alla misura che il professionista segnala di aver adottato nei confronti di altri due *teleseller* (evidenziata nell'ultima memoria del 30 gennaio 2012) non è stata fornita alcuna documentazione comprovante le risoluzioni contrattuali in questione con la precisazione circa la relativa tempistica e le modalità attuative. Infatti, gli unici documenti allegati sono rappresentati dal testo dei due nuovi citati *script* di *Quality Call*. Pertanto, pur essendo apprezzabili gli sforzi e l'attenzione che il professionista ha cercato recentemente di attuare per arginare le fattispecie oggetto di contestazione, le misure a cui si fa cenno non appaiono adeguatamente precisate in maniera da poterne apprezzare la corretta portata in relazione alla tempistica e alle specifiche modalità attuative.

Nella predetta memoria del 30 gennaio 2012, il professionista ha fatto cenno, altresì, ad alcuni impegni che intende implementare al più presto, riservandosi comunque di precisarli ulteriormente, con particolare riferimento a:

la revisione degli *script* della c.d. *Quality Call*, che viene condotta in via preventiva sul 100% delle richieste di attivazione di un servizio;

⁴ Segnalazioni dell'11 e 17 gennaio 2012.

per quanto riguarda in particolare la vendita dell'ADSL, l'adozione di un processo interno che preveda, a sessanta giorni dall'attivazione, la verifica dell'uso effettivo del servizio da parte del cliente e, nel caso risulti che il servizio non è stato usato, l'annullamento *ex tunc* dell'attivazione. In ogni caso, il professionista non ha adeguatamente documentato di aver adottato misure finalizzate ad una verifica capillare e sistematica del consenso prestato dagli utenti prima di procedere alle attivazioni e all'avvio dei processi di fatturazione. In particolare, il professionista non ha fornito appositi riscontri probatori adeguatamente documentati per la tempistica e le modalità attuative circa l'immediata e concreta adozione di iniziative, quali -ad esempio- attività di "recall", finalizzate a ricontattare il 100% dei consumatori destinatari di attività di *teleselling* e contrattazione a distanza ad opera di call center ed agenti, bloccando le relative attivazioni prima che la conferma in questione sia effettivamente andata a buon fine e documentata.

RITENUTO, pertanto, che dall'esame degli atti del procedimento emergono elementi tali da avvalorare la necessità di provvedere con particolare urgenza al fine di impedire che le pratiche commerciali sopra descritte, consistenti in attivazioni ed avvio della fatturazione di servizi telefonici non richiesti in maniera pienamente consapevole ed informata dagli utenti, continuino ad essere poste in essere nelle more del procedimento di merito;

DISPONE

ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 1, del Regolamento, che la società TeleTu S.p.A.:

a) adotti, entro e non oltre dieci giorni dalla data di ricevimento del presente provvedimento, strumenti capillari e sistematici volti alla verifica di una volontà espressa in maniera pienamente consapevole ed informata dai consumatori titolari delle relative utenze. In assenza delle predette misure e decorso il termine assegnato, il professionista dovrà sospendere le relative procedure di attivazione e fatturazione nei confronti dei consumatori interessati;

b) trasmetta all'Autorità, entro il termine di dieci giorni dalla data di ricevimento del presente provvedimento, un'apposita relazione con adeguata documentazione probatoria comprovante le misure adottate nei confronti della totalità dei consumatori coinvolti dalle predette iniziative di contrattazione a distanza.

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 comunicato 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 comunicazione 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'articolo 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199 entro il termine di centoventi giorni dalla data di comunicazione del provvedimento stesso.

Si ricorda che, ai sensi dell'art. 9, comma 5, del Regolamento, la presente decisione di sospensione deve essere immediatamente eseguita a cura del professionista e che il ricorso avverso il provvedimento di sospensione dell'Autorità non sospende l'esecuzione dello stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

*Autorità garante
della concorrenza e del mercato*

Bollettino Settimanale
Anno XXII- N. 5 - 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
