

PS11605 - BIRRA PERONI-PUBBLICITÀ OCCULTA

Provvedimento n. 28387

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 13 ottobre 2020;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

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

VISTO il "Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015;

VISTO il proprio provvedimento del 29 aprile 2020, con il quale, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per particolari esigenze istruttorie;

VISTE le comunicazioni, pervenute nelle date 14 febbraio, 5 marzo, 28 aprile, 29 maggio, 17 e 18 giugno 2020, con le quali le Parti hanno presentato impegni, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 9 del Regolamento;

VISTI l'articolo 103, del d.l. n. 18/2020 e l'articolo 37, del d.l. n. 23/2020 che dispongono una sospensione *ex lege* dei termini procedurali per effetto della quale il termine di conclusione del presente procedimento è stato posticipato al 27 ottobre 2020;

VISTA la "Comunicazione sull'interpretazione dell'articolo 103 del decreto legge 17 marzo 2020, n. 18, così come modificato dall'articolo 37 del decreto legge 8 aprile 2020, n. 23", approvata dal Collegio dell'Autorità nelle sedute del 1° aprile e del 10 aprile 2020;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Birra Peroni S.r.l., in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società è *leader* nella produzione di birra che commercializza con diversi marchi tra cui "Birra Peroni".

2. B1 S.r.l., in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società, di cui risulta unico socio e rappresentante legale il Sig. Angelo Cisternino, componente del gruppo musicale *Boombabash*, è titolare dei diritti di immagine, nonché produttore fonografico dello stesso gruppo musicale.

3. Sig. Angelo Rogoli, titolare dell'impresa individuale Rogoli Angelo, in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo. Lo stesso professionista è componente del gruppo musicale *Boombabash*.

4. Sig. Paolo Pagano, titolare dell'impresa individuale Pagano Paolo, in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo. Lo stesso professionista è componente del gruppo musicale *Boombabash*.

5. Sig. Fabio Clemente, titolare dell'impresa individuale Clemente Fabio, in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo. Lo stesso professionista è componente del gruppo musicale *Boombabash*.

6. Sig.ra Alessandra Amoroso, cantante e titolare dell'impresa individuale Amoroso Alessandra, in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo.

7. Sandrina & Family S.r.l., in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società, partecipata al 99% da Alessandra Amoroso, è cessionaria dei diritti di immagine, di replica e pubblica rappresentazione della stessa cantante.

8. Universal Music Italia S.r.l., in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società è la filiale italiana del gruppo Universal Music Group, di proprietà di Vivendi, che produce e commercializza registrazioni fonografiche e audiovisivi relative a prestazioni di artisti, dei quali acquisisce la titolarità dei diritti, nonché diffonde e pubblica fonogrammi e audiovisivi ottenuti in licenza.

9. Bmovie Italia S.r.l., in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera b), del Codice del Consumo. La società è una casa di produzione che si è occupata dell'organizzazione delle riprese del *videoclip* "Mambo salentino".

10. 9.99 Films S.r.l., in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera b), del Codice del Consumo. La società svolge l'attività di casa di produzione specializzata in video musicali.

11. Associazione Unione Nazionale Consumatori, in qualità di segnalante.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

12. Il procedimento concerne le condotte tenute dai professionisti, consistenti nella realizzazione di una forma di pubblicità non trasparente, mediante l'inserimento del *brand Birra Peroni* nel *videoclip* della canzone "Mambo salentino" di Boomdabash con la partecipazione di Alessandra Amoroso, rinvenibile sulle piattaforme digitali VEVO-Youtube, su *internet* e su alcune reti televisive.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO: LA PRESENTAZIONE DEGLI IMPEGNI

III.1 L'iter del procedimento

13. Con atto dell'8 gennaio 2020, è stato comunicato a Birra Peroni S.r.l., B1 S.r.l., Bmovie Italia S.r.l., 9.99 Films S.r.l., Angelo Rogoli, Paolo Pagano, Fabio Clemente e Alessandra Amoroso, l'avvio del procedimento istruttorio n. PS11605, per possibile violazione degli artt. 20, comma 2, 22, comma 2 e 23, comma 1, lettera m), del Codice del Consumo.

In particolare, veniva contestata una fattispecie di pubblicità occulta mediante l'inserimento del *brand Birra Peroni* nel *videoclip* della canzone "Mambo salentino". La condotta è stata segnalata dall'Unione Nazionale Consumatori. Nella comunicazione di avvio del procedimento è stato rilevato che le modalità utilizzate per evidenziare il predetto inserimento a fini promozionali potevano risultare inadeguate a rendere manifesta l'esistenza di un rapporto di committenza con il marchio mostrato nel video diffuso su VEVO-Youtube, al fine di garantire al consumatore la fruizione dell'opera con adeguato spirito critico. Le avvertenze utilizzate "IL FILMATO CONTIENE MARCHI E PRODOTTI PER FINI COMMERCIALI Grazie a: Birra Peroni (...)", erano infatti esterne al video e di consultazione eventuale, visibili solo cliccando sulla scritta "MOSTRA ALTRO" posta nella parte testuale sottostante al video insieme a numerose ulteriori informazioni.

14. In data 3 febbraio 2020, le società Birra Peroni S.r.l. e B1 S.r.l. hanno effettuato l'accesso agli atti del procedimento. Il successivo 26 febbraio l'ha effettuato la società Bmovie Italia S.r.l.

15. In data 20 marzo 2020, il procedimento istruttorio è stato esteso soggettivamente alla società Universal Music Italia S.r.l., avendo la stessa acquisito da B1 S.r.l. il diritto esclusivo di diffondere o trasmettere le registrazioni e il *videoclip* in questione per la radiodiffusione, telediffusione, telefonia, televisione. Il 17 aprile 2020, il procedimento è stato esteso alla società Sandrina & Family S.r.l., in quanto cessionaria dei diritti di immagine, di replica e pubblica rappresentazione della Sig.ra Alessandra Amoroso.

16. I professionisti hanno fornito riscontro alle richieste di informazioni formulate nella comunicazione di avvio del procedimento e nelle successive estensioni soggettive con memorie del 22 gennaio, 14 febbraio, 5 marzo, 9 aprile e 29 maggio 2020.

17. In data 4 maggio 2020, è stata comunicata alle Parti la proroga del termine di conclusione del procedimento, per esigenze istruttorie.

18. In data 14 febbraio 2020, Birra Peroni S.r.l. e B1 S.r.l. hanno presentato impegni – in prosieguo integrati il successivo 17 giugno – volti a rimuovere i profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di contestazione.

Il 28 aprile 2020 è stata depositata la proposta di impegni di Sandrina & Family S.r.l. che, in data 17 giugno 2020, è pervenuta nella versione definitiva.

Il 5 marzo 2020, sono stati depositati anche gli impegni di Bmovie Italia S.r.l., integrati il 18 giugno 2020, e il 29 maggio 2020 quelli di Universal Music Italia S.r.l., integrati il 17 giugno 2020.

19. Il 25 giugno 2020, la società Universal Music Italia S.r.l. ha avuto accesso agli atti del procedimento.

20. In data 14 luglio 2020, è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttorie, ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento.

21. Il 30 luglio 2020 è pervenuta la memoria conclusiva di Bmovie Italia S.r.l.

22. Il 20 agosto 2020, è stato chiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, che lo ha reso in data 11 settembre 2020.

III.2 Le evidenze acquisite

23. Il video diffuso tramite la piattaforma digitale VEVO-Youtube collocava le avvertenze e i ringraziamenti relativi all'esistenza di sponsorizzazioni e all'inserimento di immagini a fini pubblicitari in sezioni esterne ai video, visibili solo dopo aver cliccato la scritta "MOSTRA ALTRO"¹.

24. Rispetto al ruolo svolto dai professionisti del procedimento in esame nella realizzazione del video "Mambo salentino", è emerso che l'inserimento a fini commerciali del prodotto Birra Peroni è scaturito da un contratto sottoscritto dalle società Birra Peroni S.r.l. e B1 S.r.l., titolare dei diritti di immagine, nonché produttore fonografico del gruppo musicale "Boombash"². La stessa B1 S.r.l. ha poi appaltato alla società Bmovie Italia S.r.l. la produzione esecutiva del video e ha stipulato con Universal Music Italia una licenza per lo sfruttamento del medesimo mediante qualsiasi mezzo di diffusione e/o trasmissione a distanza, incluse alcune reti televisive specializzate in video musicali. Universal Music Italia il 7 giugno 2019 ha pubblicato il video musicale sulla piattaforma digitale VEVO³.

25. La società 9.99 Films S.r.l. ha affermato di non aver svolto alcun ruolo nella lavorazione del videoclip "Mambo salentino"⁴. Tale circostanza è confermata dalla ricostruzione dei fatti effettuata dagli altri professionisti coinvolti nella pratica. La Sig.ra Alessandra Amoroso ha fatto presente che, come persona fisica, non è stata parte di alcun accordo avente ad oggetto il *product placement* in questione⁵, riconducibile all'iniziativa delle sole società Birra Peroni S.r.l. e B1 S.r.l. per espressa ammissione degli stessi professionisti.

26. Nel corso del procedimento è emerso che una modifica del video volta ad inserire all'interno del medesimo nuove scritte e avvertenze richiederebbe l'eliminazione del video stesso dal canale Youtube dell'artista per caricarne una nuova versione. Ciò comporterebbe la perdita di tutte le visualizzazioni conteggiate, con conseguente ingente danno economico per il professionista.

III.3 Gli impegni dei professionisti

27. Le società Birra Peroni S.r.l.⁶ e B1 S.r.l.⁷, da un lato, e i componenti del gruppo musicale Boombash, Angelo Rogoli, Paolo Pagano e Fabio Clemente e Sandrina & Family S.r.l.⁸, dall'altro lato, nelle date, rispettivamente, 14 febbraio e 17 giugno 2020 e 28 aprile e 17 giugno 2020, hanno presentato proposte di impegni di contenuto analogo prevedendo:

a) con riguardo al video oggetto del procedimento:

i) lo spostamento dell'avvertenza inserita nella descrizione del videoclip ("Il filmato contiene marchi e prodotti per fini commerciali") in alto nelle prime righe della descrizione, in luogo delle diciture "Mambo Salentino è anche qui: <https://pld.Ink.to/MamboSalentino>" o "Una produzione Borotalco.tv";

ii) l'inserimento di un apposito *disclaimer/popup* che contenga l'avvertenza relativa all'avvenuto *product placement* all'inizio, o durante o alla fine del videoclip, compatibilmente con quanto previsto dal regolamento tecnico della piattaforma VEVO;

iii) la sostituzione del file del videoclip "Mambo Salentino" utilizzato per la diffusione sulle reti televisive con un nuovo videoclip analogo contenente l'avvertenza nei titoli di coda circa l'inserimento di prodotti per fini commerciali con la specificazione del marchio. Inoltre, il professionista B1 S.r.l. si impegna a fornire copia di tale nuovo videoclip a Universal Music Italia S.r.l. che è licenziataria dei diritti relativi alla stessa opera.

b) con riguardo ai videoclip di futura diffusione: i professionisti prevedono di chiedere e ottenere dalle case di produzione che dovessero curare l'inserimento di *product placement* nei propri videoclip, di posizionare l'avvertenza circa la presenza di marchi e/o prodotti a fini commerciali direttamente all'interno degli stessi, all'inizio o nei titoli di coda.

Tali impegni saranno attuati entro trenta giorni dalla data in cui saranno resi vincolanti.

28. In data 5 marzo 2020, la società Bmovie Italia S.r.l. ha presentato impegni che prevedono nei futuri contratti⁹:

a) con riguardo ai videoclip completamente realizzati dal professionista: l'inserimento di una clausola con la quale il Cliente dichiara espressamente di essere stato reso edotto dalla Bmovie Italia S.r.l. che, in ipotesi di *product placement*, è fatto obbligo al Produttore, a tutela dei diritti del consumatore, dell'inserimento di idoneo avviso all'interno dello stesso, e comunque, nei titoli di coda, laddove presenti, specificando la presenza di prodotti a fini commerciali con l'indicazione del nome del prodotto commercializzato;

¹ [Doc. 13 prot. 19716 e doc. 15 prot. 19721, entrambi del 14/02/2020.]

² [Doc. 13 prot. 19716 e doc. 15 prot. 19721, entrambi del 14/02/2020.]

³ [Doc. 15 prot. 19721 del 14/02/2020.]

⁴ [Doc. 9 prot. 13908 del 22/01/2020.]

⁵ [Doc. 14 prot. 19720 del 14/02/2020.]

⁶ [Doc. 13 prot. 19716 del 14/02/2020 integrati in data 17/06/2020 prot. 47354.]

⁷ [Doc. 14 prot. 19720 del 14/02/2020 integrati in data 17/06/2020 prot. 47426.]

⁸ [Doc. 31 prot. 35532 del 28/04/2020 integrati in data 17/06/2020 prot. 47426.]

⁹ [Doc. 24 prot. 24741 del 05/03/2020 integrati in data 18/06/2020 prot. 47725.]

b) con riguardo ai videoclip per i quali il professionista si è limitato alla esecuzione di alcune riprese: l'inserimento nella bolla di consegna dell'hard disk contenente le riprese effettuate di un avviso che preveda, in caso di diffusione del videoclip con inclusione di prodotti a fini promozionali, l'obbligatorietà di indicare all'interno del video e, comunque, nei titoli di coda, laddove presenti, la presenza di inserimento di prodotti a fini commerciali con l'indicazione del nome del prodotto commercializzato.

29. Universal Music Italia, in data 29 maggio 2020, ha presentato i seguenti impegni¹⁰:

- 1) con riferimento al videoclip oggetto del procedimento: si impegna ad agevolare l'attuazione degli impegni proposti dalla società B1 S.r.l. relativi alle modifiche del video caricato sulle piattaforme digitali;
- 2) con riferimento alla diffusione del Videoclip attraverso emittenti televisive: si impegna ad inviare alle emittenti televisive il videoclip che sarà realizzato dalla società B1 S.r.l. per tale canale distributivo, chiedendo di cessare la diffusione della precedente versione;
- 3) con riferimento a futuri video realizzati da B1 S.r.l. e concessi in licenza a Universal e da essa diffusi in forza del contratto di licenza: si impegna a favorire l'attuazione dell'impegno della società B1 S.r.l., consistente nel chiedere e ottenere dalle case di produzione che dovessero curare l'inserimento di *product placement* nei videoclip di inserire l'avvertenza relativa alla presenza di marchi o prodotti a fini commerciali direttamente all'interno degli stessi, all'inizio o nei titoli di coda;
- 4) con riferimento ai futuri videoclip di propria produzione e titolarità che saranno diffusi da Universal tramite emittenti televisive o piattaforme digitali: si impegna a inserire o far inserire nei titoli di testa o nei titoli di coda dei videoclip realizzati dagli artisti con i quali l'esponente stabilirà rapporti contrattuali specifiche avvertenze o *disclaimer* dell'eventuale presenza di *product placement*, in modo analogo a quanto avviene per le opere cinematografiche. Inoltre, si impegna a inserire o far inserire l'esplicita menzione di eventuali *sponsor* o *partner* commerciali compatibilmente con le regole tecniche previste dalle piattaforme digitali attraverso le quali i video saranno diffusi. Tale misura sarà adottata per i prossimi videoclip prodotti e di titolarità di Universal.
- 5) con riferimento alle attività dei propri collaboratori e funzionari coinvolti in attività di marketing e artistiche: si impegna a predisporre ed inviare ai medesimi linee guida finalizzate al rispetto della normativa a tutela dei consumatori relativa alla pubblicità occulta e alle pratiche commerciali scorrette.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

30. Poiché la pratica commerciale oggetto del procedimento è stata posta in essere tramite la rete *internet*, in data 20 agosto 2020, è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo.

Con parere pervenuto in data 11 settembre 2020, la suddetta Autorità ha ritenuto che nel caso di specie il mezzo *internet* sia uno strumento idoneo ad influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale oggetto del procedimento.

V. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

V. 1 Premessa

31. Il procedimento in esame riguarda le modalità utilizzate per evidenziare l'inserimento a fini promozionali del *brand Birra Peroni* nel videoclip della canzone *Mambo Salentino*. In particolare, è stato ipotizzato che la presenza di *partner* commerciali non esplicitata in modo adeguato potesse integrare una fattispecie di pubblicità occulta.

32. Va infatti osservato che l'inserimento di prodotti e marchi a fini commerciali all'interno di video veicolati tramite *internet* è un fenomeno che richiede un bilanciamento tra le esigenze di tutela dell'espressione artistica e il diritto dei consumatori ad essere informati dell'esistenza di messaggi pubblicitari nel prodotto di intrattenimento visualizzato, nel caso in cui sussista un rapporto di committenza tra il professionista e il *brand*. Si ritiene infatti che il *marketing* occulto sia particolarmente insidioso, in quanto diretto ad una vasta ed eterogenea platea di consumatori che potrebbe non attivare le naturali difese interpretative che invece si innescano in presenza di un dichiarato intento pubblicitario.

33. I professionisti coinvolti nel procedimento hanno collocato meri ringraziamenti in sezioni esterne al video, di consultazione solo eventuale.

34. Si premette che, alla luce degli elementi acquisiti, la società 9.99 Films S.r.l. è risultata del tutto estranea alla fattispecie contestata e, pertanto, non ha presentato impegni. Neppure ha proposto impegni la Sig.ra Alessandra Amoroso, che non è stata coinvolta nell'accordo tra Birra Peroni S.r.l. e B1 S.r.l. per la realizzazione dell'inserimento pubblicitario all'interno del videoclip in questione¹¹.

¹⁰ [Doc. 36 prot. 42648 del 29/05/2020 integrati in data 17/06/2020 prot. 47442. In data 11/09/2020 prot. 68630 è stata depositata una versione degli impegni con modifiche di carattere redazionale.]

¹¹ [Impegni sono stati invece proposti dalla società Sandrina & Family S.r.l., partecipata al 99% da Alessandra Amoroso, cessionaria dei diritti di immagine, di replica e pubblica rappresentazione della stessa cantante.]

V. 2 Valutazione degli impegni

35. Inquadrate il contesto in cui si colloca la valutazione delle proposte delle Parti del procedimento, l'Autorità ritiene che gli impegni assunti dai professionisti siano idonei a sanare i possibili profili di illegittimità della pratica commerciale contestata.

Nella valutazione di idoneità degli impegni rileva la circostanza che l'attività di produzione di video musicali diffusi tramite piattaforme coinvolge numerose tipologie di professionisti e che gli impegni proposti nel corso del procedimento, in quanto riconducibili ai soggetti attivi a vario titolo nell'intera filiera del processo di realizzazione del *videoclip*, nella loro complementarietà e ampiezza, rappresentano una comunanza di sforzi particolarmente efficace nell'assicurare il rispetto delle regole di trasparenza a tutela del consumatore.

36. Nel merito, per quel che riguarda il video oggetto del procedimento, diffuso tramite le piattaforme VEVO-Youtube, attraverso gli impegni il richiamo alle finalità pubblicitarie di alcuni elementi dell'opera sarà immediatamente visibile, senza che il consumatore debba espandere la descrizione sottostante al video cliccando sul pulsante "Mostra altro". In particolare, le misure previste, consistenti nell'anticipare l'avvertenza relativa alla presenza del *brand* nelle prime righe della descrizione del filmato e nell'inserimento di un *popup* contenente analoga avvertenza durante il video, appaiono proporzionali e funzionali allo scopo di superare ogni profilo di carenze informativa circa la finalità commerciale di immagini contenute nel *videoclip*, evitando al contempo la modifica di un frammento del video già in diffusione da tempo che avrebbe un impatto economico significativo per gli artisti derivante dall'azzeramento delle visualizzazioni. Inoltre, i professionisti produrranno una versione del video con apposite avvertenze all'interno dello stesso nei titoli di coda, con esplicita menzione dei *partner* commerciali per la diffusione, di rilevanza residuale, attraverso le emittenti televisive.

37. L'impegno a rendere palese l'inserimento di marchi a fini promozionali riguarderà anche diversi e futuri *videoclip/brand* rispetto a quello oggetto del procedimento.

In particolare, per i *videoclip* di futura diffusione, tutti i professionisti si impegnano ad inserire (o a chiedere e ottenere dagli artisti e dalle case di produzione di inserire) al loro interno, all'inizio o nei titoli di coda, specifiche avvertenze relative alla presenza di marchi e prodotti a fini commerciali. Si ritiene che tali misure risultino adeguate e idonee allo scopo di rendere il consumatore pienamente avvertito sulla presenza di elementi o inserimenti di natura promozionale. Essendo avvertenze interne al video stesso, esse saranno visualizzabili a prescindere dalle modalità tecniche di diffusione del medesimo, ovvero sui vari tipi di piattaforme, sui siti *internet* e sui canali televisivi.

38. Infine, si osserva che l'esigenza di assicurare il rispetto delle regole di trasparenza trova attuazione concreta anche nei rapporti contrattuali. Infatti, i professionisti dell'intera filiera, inclusi coloro che rivestono ruoli tecnici nella realizzazione dei *videoclip* e che forniscono servizi di *marketing* digitale, hanno assunto l'impegno di prevedere nei futuri contratti apposite clausole che obbligano artisti, titolari dei marchi e *influencers* ad inserire idonee avvertenze all'interno del video, al fine di rendere trasparenti eventuali finalità pubblicitarie. Dette misure, poi, nel caso di Universal, si completano con l'adozione di specifiche Linee Guida da inviare alle figure apicali della società o ai dipendenti deputati allo svolgimento di funzioni artistiche, commerciali, di *marketing*, promozionali, che contengano le regole per evitare la violazione del divieto di pubblicità occulta.

V. 3 Conclusioni

39. Per quanto esposto, si ritiene che le misure proposte dai professionisti siano idonee a rendere trasparente, ove sussistente, la finalità anche pubblicitaria delle loro creazioni artistiche e generano un effetto utile di ampia portata, in quanto non si limitano al *videoclip* oggetto di istruttoria, ma sono estese, in modo permanente, al comportamento complessivo, anche futuro, di ciascun professionista. Tali misure, inoltre, data la rilevanza complessiva per il settore delle Parti coinvolte nel procedimento, potrebbero generare effetti emulativi virtuosi negli altri operatori della stessa categoria.

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

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati dalle società Birra Peroni S.r.l., B1 S.r.l., unitamente ai componenti del gruppo musicale Boombash Sig.ri Angelo Rogoli, Paolo Pagano e Fabio Clemente, Sandrina & Family S.r.l., Bmovie Italia S.r.l. e Universal Music Italia S.r.l., nei termini sopra esposti, siano idonei a far venir meno i possibili profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di istruttoria;

RITENUTO di disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni nei confronti delle società Birra Peroni S.r.l., B1 S.r.l. e Sig.ri Angelo Rogoli, Paolo Pagano e Fabio Clemente, Sandrina & Family S.r.l., Bmovie Italia S.r.l. e Universal Music Italia S.r.l.;

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

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti delle società Birra Peroni S.r.l., B1 S.r.l. e Sig.ri Angelo Rogoli, Paolo Pagano e Fabio Clemente, Sandrina & Family S.r.l., Bmovie Italia S.r.l. e Universal Music Italia S.r.l., ai sensi dell'articolo 27,

comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 9, comma 2, lettera a), del Regolamento, gli impegni proposti dai menzionati professionisti, come descritti nei formulari allegati al presente provvedimento;

b) di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 9, comma 2, lettera a), del Regolamento;

c) che le società Birra Peroni S.r.l., B1 S.r.l. e Sig.ri Angelo Rogoli, Paolo Pagano e Fabio Clemente, Sandrina & Family S.r.l., Bmovie Italia S.r.l. e Universal Music Italia S.r.l., entro novanta giorni dalla data di notifica della presente delibera, informino l'Autorità dell'avvenuta attuazione degli impegni.

Ai sensi dell'articolo 9, comma 3, del Regolamento, il procedimento potrà essere riaperto d'ufficio, laddove: a) i professionisti non diano attuazione agli impegni; b) si modifichi la situazione di fatto rispetto ad uno o più elementi su cui si fonda la decisione; c) la decisione di accettazione di impegni si fondi su informazioni trasmesse dalle Parti che siano incomplete, inesatte o fuorvianti.

Ai sensi dell'articolo 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 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 sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli