



*Autorità Garante
della Concorrenza e del Mercato*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 14 giugno 2022;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287 e, in particolare l'articolo 14-ter;

VISTA la legge 18 giugno 1998, n. 192 e, in particolare, l'articolo 9;

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

VISTA la “*Comunicazione sulle procedure di applicazione dell'articolo 14-ter della legge 10 ottobre 1990, n. 287*”, adottata nell'adunanza del 6 settembre 2012 e pubblicata sul Bollettino n. 35 del 17 settembre 2012;

VISTO il proprio provvedimento n. 29793 del 27 luglio 2021, con il quale è stata avviata un'istruttoria ai sensi dell'articolo 9, comma 3-bis, della legge 18 giugno 1998, n. 192 e dell'articolo 14 della legge 10 ottobre 1990 n. 287, nei confronti della società McDonald's Development Italy LLC (di seguito anche MCDI), in relazione a condotte poste in essere nei confronti della propria rete di affiliati;

VISTA la comunicazione del 14 febbraio 2022, con la quale la società MCDI ha presentato impegni, ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90, secondo le modalità indicate nell'apposito “*Formulario per la presentazione degli impegni ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90*”,

VISTA la propria delibera n. 30059 del 15 marzo 2022, con la quale è stata disposta la pubblicazione, in data 17 marzo 2022, degli impegni proposti dalla società MCDI sul sito *Internet* dell'Autorità, al fine di consentire ai terzi interessati di esprimere le loro osservazioni;

VISTE le osservazioni sugli impegni presentate dai terzi interessati in data 15 aprile 2022;

VISTE le modifiche accessorie agli impegni presentate da MCDI in data 18 maggio 2022;

VISTI gli atti del procedimento e la documentazione acquisita nel corso dell'istruttoria;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. McDonald's Development Italy LLC (di seguito, anche, MCDI, il concedente o affiliante o *franchisor*) - già McDonald's Development Italy Inc - è una società statunitense, con sede legale a Wilmington e sede secondaria per l'Italia a Milano, appartenente al Gruppo McDonald's, facente capo alla McDonald's Corporation, società statunitense con sede a Oak Brook, Illinois. Il Gruppo McDonald's ha sviluppato e gestisce una delle principali catene mondiali di ristoranti *fast food* di origine statunitense, in parte direttamente e in parte indirettamente, mediante rapporti di affiliazioni. In Italia, i ristoranti e gli esercizi commerciali della catena sono gestiti da MCDI, che, in virtù di un "*Master License Agreement*", ha ottenuto il diritto di utilizzare e concedere in sub-licenza l'uso del Sistema McDonald's¹ e la proprietà intellettuale ad esso connessa. Attualmente, la rete di McDonald's è costituita da 640 ristoranti - oltre a 950 esercizi commerciali tra McDrive (420 punti di servizio in automobile) e McCafè (530 bar all'italiana) - gestiti prevalentemente in regime di *franchising* da 140 licenziatari e in via minoritaria direttamente (cd. ristoranti "*corporate*").

2. I segnalanti (di seguito, anche, gli imprenditori, affiliati o *franchisee*) sono

¹ Il Sistema McDonald's comprende i diritti su alcuni nomi, marchi, brevetti, opere dell'ingegno, segni distintivi forti, quali i marchi registrati "McDonald's" e "McDonald's Hamburgers", modelli e schemi di colori per le facciate e i locali dei ristoranti, le insegne, le disposizioni delle apparecchiature, le formule e specifiche per alcuni alimenti, i metodi per la gestione del magazzino, per il controllo della gestione, per la contabilità e la tenuta dei libri sociali, i manuali relativi alle pratiche, ai sistemi e alle tecniche aziendali. Il Gruppo McDonald's opera negli Stati Uniti d'America e in oltre 100 paesi.

imprenditori legali rappresentanti di tre società a responsabilità limitata, che hanno operato nell'ambito del cd. sistema McDonald's (di seguito anche McD), avendo gestito ristoranti della catena di *fast food* in diverse regioni italiane, tramite contratti di affitto di ramo di azienda e/o *franchising*, allo stato cessati.

II. LE SEGNALAZIONI

3. Nelle segnalazioni pervenute in data 12 marzo 2021, 31 marzo 2021 e 27 maggio 2021, integrate nelle date 9 e 12 luglio 2021², gli imprenditori hanno lamentato un insieme di condotte asseritamente abusive di MCDI - adottate nei confronti dei propri affiliati nel corso di tutta la relazione commerciale e ancor prima della stipula dei contratti - consistenti nell'imposizione di un sistema complesso e integrato di canoni, *royalties*, oneri finanziari e di investimento, politiche di vendita e molteplici obblighi di comportamento, estremamente gravosi e non strettamente necessari e connessi alla concessione dell'affiliazione o dell'affitto del ramo d'azienda.

4. In particolare, i denuncianti illustrano in dettaglio i rapporti di affiliazione intercorsi con MCDI, a partire dai primi contatti pre-negoziali e dalla stipula dei contratti di *franchising* e/o di affitto di ramo di azienda sino alla cessazione dei rapporti con il concedente. Sono stati inoltre allegati alle segnalazioni un contratto di *franchising* e sei contratti di affitto di ramo di azienda, di contenuto pressoché identico e con la medesima durata ventennale, tutti aventi ad oggetto le condizioni di adozione e di utilizzo del sistema McDonald's da parte dei segnalanti.

III. LE CONDOTTE CONTESTATE NEL PROVVEDIMENTO DI AVVIO

5. Nel provvedimento di avvio, deliberato dall'Autorità in data 27 luglio 2021, sono state contestate, come possibile abuso di dipendenza economica ai sensi dell'art. 9 della Legge 198/1992, una serie di condotte poste in essere da

² Cfr. docc. 1, 2, 3, 4, 5, 6 e 7 del fascicolo istruttorio

MCDI nei confronti dei propri affiliati, consistenti nell'imposizione di un insieme di condizioni e di obblighi idonei a condizionarne indebitamente l'attività imprenditoriale e a comprimerne in modo ingiustificato i margini di redditività³.

6. Le condotte prese in considerazione ai fini della qualificazione e configurazione della fattispecie, comunque indicate in modo esemplificativo e non esaustivo, sono state raggruppate in 4 grandi categorie: *i)* le condotte adottate prima della stipula del contratto; *ii)* le clausole inserite nei contratti di affitto di ramo di azienda e/o *franchising*; *iii)* le condotte adottate durante il rapporto negoziale e *iv)* le ulteriori condotte adottate al termine del rapporto negoziale.

i) Le condotte adottate prima della stipula del contratto

7. Tale categoria di condotte è stata presa in considerazione in quanto la gestione della fase pre-contrattuale da parte di MCDI è apparsa idonea a porre i futuri affiliati, già al momento della stipula del contratto, in una condizione di assenza di potere negoziale e di alternative di scelta. A tale riguardo, sono stati considerati, in particolare: l'obbligo imposto all'aspirante affiliato di effettuare, interamente a proprio carico, un periodo di formazione presso i ristoranti del Gruppo McDonald's; l'assenza di informazioni, durante tale periodo di *training*, sulla gestione economico-finanziaria dei ristoranti e sulla loro redditività media, oltre che sui termini dell'eventuale futura proposta negoziale e sull'ubicazione del ristorante eventualmente assegnato; l'impossibilità di prendere visione del contratto prima della data di stipula dello stesso.

ii) Le clausole inserite nei contratti di affitto di ramo di azienda e/o franchising

8. Nell'ambito dei contratti agli atti del fascicolo al momento dell'avvio, (tutti stipulati entro il 2000), numerose condizioni negoziali sono state ritenute, nel loro insieme, particolarmente gravose per gli affiliati, sia sotto il profilo dell'onerosità economica che sotto quello dell'idoneità a comprimerne i margini di autonomia imprenditoriale.

³ Cfr. docc. 8 e 9 del fascicolo istruttorio.

9. Sotto il primo profilo, in particolare, sono stati presi in considerazione: l'imposizione di un sistema di corrispettivi molto ampio e articolato, non sempre necessario a remunerare la possibilità di aderire al sistema McDonald's⁴; l'obbligo di farsi carico, nel corso del rapporto contrattuale, di tutte le spese per le dotazioni, i macchinari e gli arredi dei locali oltre che, in deroga alle disposizioni del codice civile, di ogni spesa di sostituzione e manutenzione, ordinaria e straordinaria, delle apparecchiature e dei locali commerciali; l'obbligo di farsi carico di ogni spesa per le attività di formazione del gestore di volta in volta indicate da MCDI; l'obbligo di investire una percentuale non inferiore all'1,5% del fatturato per la pubblicità a livello locale.

10. Sotto il profilo della limitazione dell'autonomia imprenditoriale dell'affiliato, sono state evidenziate, tra le altre, le seguenti clausole contrattuali: l'obbligo di rispetto di tutte le politiche, pratiche e tecniche aziendali imposte da MCDI; l'obbligo di rispetto della politica di prezzo di McDonald's, con variazioni in aumento dei prezzi consigliati da comunicare preventivamente; l'obbligo di rispetto dei termini e delle condizioni delle promozioni di volta in volta proposte.

11. Altresì penalizzanti per gli affittuari sono stati ritenuti, in sede di avvio, i seguenti ulteriori vincoli contrattuali: mantenere la propria residenza a non più di 50 km dal locale e devolvere tutta la propria attività lavorativa in esclusiva a favore della gestione dei locali; un obbligo di non concorrenza esteso a qualsiasi attività di somministrazione di alimenti, per tutta la durata dei contratti e per un anno dalla loro cessazione.

12. Infine, con riferimento alle condizioni di uscita dal contratto, sono state evidenziate sia la mancata previsione, alla cessazione del rapporto contrattuale, di indennizzi o compensi all'affiliato per qualunque causa sia l'obbligo di rinuncia da parte dell'affiliato a qualsiasi diritto relativo a differenze positive tra le spese sostenute per le attrezzature e il valore di queste alla scadenza.

⁴ Si tratta, in particolare, dei seguenti corrispettivi: *fee* d'ingresso in misura fissa e ulteriore c.d. extra *fee* in misura fissa; fideiussione bancaria; canone di locazione suddiviso in una base fissa annua - modificabile unilateralmente da MCDI - e in una percentuale variabile e crescente al crescere del fatturato; *royalty* per l'utilizzo del sistema McDonald's; contributo non inferiore al 4% del fatturato lordo mensile per la promozione nazionale, da versare al Consorzio McCoop Italia '96; acquisto degli allestimenti e delle attrezzature necessari a un prezzo indicato nel contratto.

iii) Le condotte adottate durante il rapporto negoziale

13. Nell’ambito del provvedimento di avvio, si è altresì evidenziato come, sulla base di quanto dichiarato dai segnalanti, i dettami e le indicazioni agli affiliati fornite da MCDI nel corso del rapporto contrattuale - ai quali gli affiliati sarebbero obbligati a conformarsi – siano anche più numerosi e pervasivi rispetto a quanto previsto dal contratto di affiliazione. Essi riguarderebbero, infatti, tutti gli aspetti della gestione dei ristoranti in locazione, tanto da azzerare qualsiasi margine di autonomia decisionale degli affiliati nell’esercizio della propria attività di impresa.

14. A tale riguardo, sono stati ritenuti di particolare rilievo, ad esempio, sia l’obbligo dell’affiliato di conformarsi alle decisioni assunte in materia di prezzi di vendita dal Comitato esecutivo di McCoop sia l’obbligo di utilizzare esclusivamente i fornitori indicati da MCDI. E ciò non soltanto con riferimento alle attrezzature e alle materie prime, ma anche a tutti gli altri prodotti necessari all’esercizio dell’attività di ristorazione.

15. Il mancato allineamento ai prezzi e a tutte le indicazioni fornite da MCDI in termini di politiche di vendita, fornitori, organico, gestione operativa e parametri finanziari, secondo quanto dichiarato dai segnalanti ed evidenziato nel provvedimento di avvio, comporterebbe la “non espandibilità” dell’affiliato, cioè l’impossibilità di essere considerato idoneo ad acquisire in gestione altri ristoranti; tale condizione viene ritenuta dai segnalanti necessaria per raggiungere un’adeguata profittabilità nella gestione.

iv) Le condotte adottate al termine del rapporto negoziale

16. Tra le condotte potenzialmente abusive, nel provvedimento di avvio sono state prese in considerazione anche le condizioni economiche di uscita dal sistema McDonald’s, che farebbero sì che gran parte degli investimenti degli affiliati si traducano in costi irrecuperabili per tali imprenditori, a tutto vantaggio del concedente. In particolare, con specifico riferimento alle spese sostenute per l’arredamento e le attrezzature dei ristoranti, strutturati esclusivamente secondo le esigenze e le scelte di MCDI, i segnalanti avevano evidenziato l’impossibilità di “riconvertire” tali beni a favore di altre affiliazioni commerciali, rendendone soltanto possibile il riacquisto da parte di MCDI a prezzi irrisori (il c.d. *Book Value*). Tali prezzi non terrebbero conto né dei costi sostenuti, anche in termini manutentivi, né del valore al quale MCDI potrebbe essere in grado di rivendere le attrezzature al nuovo affiliato

che dovesse subentrare nella gestione del ristorante⁵.

IV. IL PROCEDIMENTO ISTRUTTORIO

17. Nel corso del procedimento istruttorio, nelle date 10 e 15 settembre 2021 e 12 e 20 ottobre 2021, sono pervenute ulteriori segnalazioni da parte 3 ex licenziatari di MCDI e delle associazioni Codacons - Movimento Difesa Cittadino - Cittadinanzattiva, i quali hanno anche formulato istanza di partecipazione al procedimento. Tutte le istanze di partecipazione sono state accolte⁶.

18. In data 27 ottobre 2021, è pervenuto inoltre un contributo da parte di Assofranchising – Associazione italiana del Franchising⁷.

19. In data 6 dicembre 2021 è stata inviata un'articolata richiesta di informazioni a MCDI, che ha fornito riscontro l'11 gennaio 2022⁸. L'operatore è stato sentito in audizione il 14 gennaio 2022⁹.

20. A seguito di istanze presentate da MCDI, l'Autorità ha disposto, in ragione delle specifiche esigenze rappresentate dalla Parte, la proroga del termine per la presentazione degli impegni, ai sensi dell'art. 14-ter della legge 10 ottobre 1990, n 287, dapprima al 20 dicembre 2021 e poi al 15 febbraio 2022, ai sensi della “*Comunicazione sulle procedure di applicazione dell'articolo 14-ter della legge 10 ottobre 1990 n. 287*” del 6 settembre 2012¹⁰.

21. Le Parti e i terzi intervenienti hanno effettuato l'accesso al fascicolo in diverse occasioni¹¹.

22. In data 20 dicembre 2021, MCDI ha presentato un *set* di impegni ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/1990, finalizzati a risolvere le criticità evidenziate dall'Autorità nel provvedimento di avvio del procedimento. Tali impegni sono stati quindi ripresentati, in una versione integrata e modificata, in data 14 febbraio 2022¹².

⁵ A tale riguardo, i segnalanti avevano altresì sottolineato l'impossibilità di apprezzare pienamente, al momento della stipula del contratto, la portata e le implicazioni delle clausole che sanciscono la totale assenza di diritti a indennizzi o compensi per qualsiasi causa alla cessazione del contratto.

⁶ Cfr. docc. 14, 17, 22, 23, 26, 28, 32, 41 e 44 del fascicolo istruttorio.

⁷ Cfr. doc. 31 del fascicolo istruttorio.

⁸ Cfr. docc. 45, 54 e 55 con all. del fascicolo istruttorio

⁹ Cfr. doc. 56 con all del fascicolo istruttorio.

¹⁰ Cfr. doc. 30, 36, 56 con all. e 58 del fascicolo istruttorio.

¹¹ Cfr. docc. 13, 40 e 62, del fascicolo istruttorio e doc 5 dell'indice del sub-procedimento per impegni per quanto riguarda gli accessi di MCD; docc. 42 e 67 del fascicolo istruttorio, per quanto riguarda gli accessi delle associazioni Codacons - Movimento Difesa Cittadino - Cittadinanzattiva; docc. 47, 48 e 49 del fascicolo istruttorio per quanto riguarda gli accessi dei segnalanti *ex franchisee*.

¹² Cfr. docc. 51 con alle 64 con all del fascicolo istruttorio.

V. GLI IMPEGNI DI MCDI

i) Il sub-procedimento di valutazione degli impegni

23. Con delibera del 15 marzo 2022, l’Autorità ha ritenuto non manifestamente infondati gli impegni presentati in data 14 febbraio 2022, disponendone la pubblicazione sul proprio sito *Internet* in data 17 marzo 2022, al fine di consentire ai terzi interessati di esprimere le proprie osservazioni.

24. Entro il termine fissato per la conclusione del *market test*, sono pervenute osservazioni da parte delle associazioni Codacons - Movimento Difesa Cittadino- Cittadinanzattiva e degli *ex franchisee* segnalanti¹³.

25. In risposta all’esito della consultazione pubblica, in data 18 maggio 2022, MCDI ha presentato la versione definitiva dei propri impegni, allegata al presente provvedimento e di cui costituiscono parte integrante; in tale versione gli impegni originari sono stati integrati con modifiche accessorie.

26. MCDI ha, altresì, depositato una memoria di accompagnamento delle modifiche accessorie, nella quale ha illustrato le misure ulteriori presentate a valle della consultazione pubblica, nonché dato conto delle motivazioni per le quali ha ritenuto di non dare seguito ad alcune osservazioni formulate dai partecipanti al *market test*¹⁴.

ii) Il contenuto degli impegni sottoposti a market test

27. Gli impegni originariamente proposti da MCDI, e sottoposti a *market test*, consistevano, in sintesi, nelle misure descritte di seguito.

Misura 1: modifica del modello contrattuale di MCDI, al fine di prevedere che in capo al *franchisee* sussista, relativamente ai beni e ai locali rientranti nel ramo di azienda concesso in affitto, esclusivamente un onere di manutenzione ordinaria, a condizione che il *franchisee* abbia fatto correttamente e tempestivamente la manutenzione ordinaria degli stessi.

Misura 2: modifica del medesimo modello contrattuale, al fine di chiarire che l’articolo sui costi del *training* in corso di rapporto contrattuale si riferisce esclusivamente alla formazione dei dipendenti del *franchisee* e che i costi

¹³ Cfr. docc. 2 e 3 dell’indice del sub-procedimento per impegni.

¹⁴ Cfr. doc. 6 con all. dell’indice del sub-procedimento per impegni.

della formazione e delle relative strutture sono sostenuti da MCDI's, nel caso in cui i corsi si tengano presso le sedi della Società;

Misura 3: non reintroduzione del precedente obbligo di investire nella pubblicità locale l'1,5% del fatturato lordo mensile di ogni ristorante, mantenendo inalterato l'obbligo dell'attuale standard contrattuale, riferito ad una percentuale già ridotta all'1%.

Misura 4: conferma della rimozione dallo standard contrattuale, già operata nel 2018, dell'obbligo di residenza del *franchisee* entro il raggio di 50 km dal ristorante; ulteriore modifica del proprio modello contrattuale volta a prevedere che la gestione del ristorante a insegna McDonald's rappresenti per il Gestore un'attività soltanto prevalente, e non più necessariamente a tempo pieno.

Misura 5: riformulazione dell'obbligo di non concorrenza in modo da: *i*) rimuovere l'obbligo di non concorrenza per il periodo successivo alla conclusione del rapporto contrattuale; *ii*) circoscriverne l'ambito di applicazione alle sole attività di ristorazione di tipo informale.

Misura 6: introduzione di precisazioni, nello standard contrattuale utilizzato, relative all'assenza di ingerenza di MCDI nella determinazione delle politiche commerciali degli affiliati, esplicitando la facoltà dell'affiliato di non aderire alle raccomandazioni di prezzo e alle promozioni proposte da MCDI. Adozione, nel corso del rapporto contrattuale, di ulteriori iniziative volte a ribadire l'autonomia degli affiliati in materia, quali l'organizzazione di corsi di *compliance* per i dipendenti sulle norme a tutela della concorrenza e, con riferimento alla c.d. espandibilità (cioè l'idoneità a negoziare un nuovo contratto), invio di un'ulteriore comunicazione ai *franchisee* per chiarire che la possibilità di accedere all'espandibilità non è subordinata al rispetto di politiche commerciali o prezzi indicati da MCDI, stante l'autonomia degli affiliati in merito.

Misura 7: ampliamento delle possibilità, per i *franchisee*, di utilizzare fornitori di propria scelta per l'acquisto di servizi, prodotti, attrezzature e materiali. Ciò soprattutto con riferimento ai beni e servizi considerati "non *core*" e non identificativi del sistema, oppure "ancillari" alla gestione del Ristorante.

Misura 8: modifica delle previsioni contrattuali in materia di adeguamento del canone di locazione, in modo da: *i*) rimuovere la rinuncia preventiva da parte del *franchisee* circa la possibilità di sollevare eccezioni in merito a suddetti costi e *ii*) circoscrivere i casi in cui può essere aumentato il canone di detenzione dei locali in corso di contratto al solo caso in cui tale modifica

derivi dal Titolo, da disposizioni normative o dal rispetto delle disposizioni contrattuali.

Misura 9: introduzione di un obbligo per MCDI, su richiesta del *franchisee*, di riacquisto delle attrezzature e degli arredi acquistati nei tre anni precedenti alla scadenza del contratto al prezzo di costo originario, al netto del deprezzamento dovuto alla normale usura quantificato nel 5% per anno.

Misura 10: modifica dello standard della “Proposta Irrevocabile” con la quale MCDI, nella fase dei contatti preliminari, invia all’aspirante licenziatario una proposta per l’affidamento della gestione di uno specifico ristorante, con allegata analisi economico-finanziaria sul ristorante stesso. A tale riguardo, l’impegno di MCDI consiste nell’estensione da 3 a 15 giorni del termine per l’accettazione e l’analisi di tale proposta da parte del candidato.

iii) Tempi e modalità di implementazione degli impegni proposti

28. Gli impegni presentati con riferimento alle modifiche contrattuali, di cui alle Misure da 1 a 9, saranno implementati dalla Società sia nei contratti standard di futura sottoscrizione sia nei contratti in essere.

29. In particolare, con riferimento alle tempistiche di attuazione, MCDI si è impegnata a:

i) implementare le modifiche contrattuali necessarie per predisporre un nuovo contratto standard da utilizzare nell’ambito dei futuri rapporti con i licenziatari entro 60 giorni dalla data di notifica da parte dell’Autorità dell’eventuale provvedimento di accettazione degli impegni e di chiusura del procedimento;

ii) estendere le modifiche contrattuali di cui alle Misure da 1 a 9 anche ai contratti in essere, per la loro durata residua, entro 9 mesi dalla data di notifica da parte dell’Autorità dell’eventuale provvedimento di accettazione degli impegni e di chiusura del procedimento;

iii) effettuare le comunicazioni di cui alla Misura 6 entro 60 giorni dalla data di notifica da parte dell’Autorità dell’eventuale provvedimento di accettazione degli impegni e di chiusura del procedimento;

iv) implementare la modifica di cui alla Misura 10 entro 10 giorni dalla data di notifica da parte dell’Autorità dell’eventuale provvedimento di accettazione degli impegni e di chiusura del procedimento.

iv) Le principali osservazioni dei terzi interessati

30. Sia le associazioni di consumatori intervenienti (Codacons - Movimento Difesa Cittadino- Cittadinanzattiva) che gli *ex franchisee* segnalanti hanno formulato numerose osservazioni sugli impegni presentati da MCDI, tanto di carattere generale quanto riferite alle singole misure proposte.

31. Sotto il profilo generale, gli interessati hanno sottolineato l'inadeguatezza degli impegni proposti, consistenti in prevalenza in una serie di modifiche delle clausole contrattuali, a sanare le gravi distorsioni del gioco della libera concorrenza causate dalle pratiche e dalle *policy* adottate dal *franchisor* nel corso del rapporto negoziale con i propri affiliati. In ogni caso, gli interessati ritengono gli impegni insufficienti sia a ristabilire una condizione di sostanziale equilibrio tra le parti contrattuali sia a ristorare adeguatamente i *franchisee* (attuali o già usciti dal sistema) per gli abusi subiti da parte di MCDI nel periodo di vigenza della relazione di affiliazione.

32. Inoltre, gli interessati hanno contestato come, tra le misure proposte da MCDI, non vi sia l'inserimento di alcuna previsione contrattuale che disponga, a favore dei *franchisee*, una qualche forma di protezione territoriale. A tale riguardo, in particolare, essi hanno fatto presente come, tra le pratiche concretamente poste in essere da MCDI nel corso del rapporto contrattuale, vi sarebbe quella di aprire nuovi ristoranti nella stessa *trading area* del *franchisee*, affidati in gestione ad altri imprenditori, con conseguente distrazione di una parte significativa della clientela del ristorante già presente e una corrispondente diminuzione del fatturato dello stesso.

33. Con riferimento a ciascuna delle singole misure sotto indicate, i segnalanti hanno formulato le osservazioni riportate di seguito.

Misura 1. Il fatto che MCDI intenda assumersi gli oneri di manutenzione straordinaria di Locali e Impianti soltanto laddove il *franchisee* abbia eseguito correttamente e tempestivamente la manutenzione ordinaria degli stessi renderebbe la misura inefficace e insufficiente. Infatti, da un lato, si tratterebbe di una previsione incongruente con la normativa sulle locazioni e con la prassi prevalente, dall'altro, la sua applicazione presupporrebbe un giudizio di merito e discrezionale, che, in casi di urgenza – quali sono tipicamente quelli di manutenzione straordinaria – potrebbe comportare il rischio di un esborso immediato da parte dei *franchisee* (fatto salvo l'eventuale rimborso all'esito della verifica); infine, la previsione relativa alla manutenzione straordinaria andrebbe resa coerente con altre clausole contrattuali.

Misura 2. Non vi sarebbe alcuna ragione razionale per limitare l'onere di MCDI alle sole spese di *training* sostenute “presso le sedi della Società”. Sarebbe infatti corretto che il rimborso di tutte le spese di formazione fosse sostenuto da MCDI sia durante il rapporto contrattuale che durante la fase di formazione precontrattuale.

Misura 3. La riduzione delle spese pubblicitarie locali proposta da MCD – dall'1,5% all'1% del fatturato - non mitigherebbe il carattere abusivo della previsione, imposta unilateralmente e senza tenere conto delle specifiche esigenze e peculiarità (ad esempio geografiche e di bacino di utenza) dei diversi *franchisee*. Le decisioni in merito a quali e quanti investimenti pubblicitari effettuare dovrebbero essere tipicamente scelte discrezionali rimesse alla libera autonomia imprenditoriale. Tale previsione, pertanto, dovrebbe essere eliminata *tout court* dai contratti standard.

Misura 4. L'allentamento degli obblighi del *franchisee*, relativamente al luogo di residenza e al tempo dedicato all'attività di gestione dei ristoranti, andrebbe portata a coerenza con altre previsioni del contratto standard del 2021, non modificate da MCDI.

Misura 5. Il novero delle Attività (ritenute da MCDI) in Concorrenza sarebbe ingiustificatamente ampio, includendo tipi di esercizi (e.g., pizzerie, chioschi di *street food*, *kebab*, *poke*) non assimilabili - né per tipologia di offerta né per tipologia di consumatori né per fascia di prezzo - alle attività di ristorazione del *fast food* americano, alle quali dovrebbe invece essere limitato l'obbligo di non concorrenza; inoltre, la formulazione proposta da MCDI estenderebbe, in modo ingiustificato, il divieto di concorrenza anche alle attività condotte in forma diversa dall'affiliazione commerciale e non prevedrebbe alcuna limitazione territoriale.

Misura 6. L'impegno relativo all'assenza di ingerenza di MCDI nella determinazione delle politiche commerciali degli affiliati sarebbe inadeguato a rimuovere gli abusi segnalati nei confronti dei *franchisee*, secondo i quali MCDI avrebbe attuato e continuerebbe ad attuare, costantemente e indipendentemente dalle previsioni contrattuali, svariate pratiche volte all'imposizione dei prezzi e delle politiche commerciali (attraverso le deliberazioni in seno al Consorzio McCoop, l'applicazione del criterio della espandibilità, il lancio di campagne promozionali nazionali a prezzi predeterminati, le agevolazioni sui corrispettivi dovuti dagli affiliati collegate ai prezzi applicati, il caricamento dei prezzi sui *software* di gestione delle casse dei ristoranti).

Misura 7. Nella misura relativa alla scelta dei fornitori non vi sarebbe alcuna

definizione univoca dei prodotti e servizi inclusi nelle categorie “*core*” e “*non core*”. Inoltre, la formulazione dell’impegno postulerebbe comunque la necessità di una approvazione preventiva da parte di MCDI sui fornitori cd. alternativi (che il *franchisor* avrebbe la facoltà, ma non l’obbligo, di concedere).

Misura 9. L’obbligo di riacquisto di arredi e attrezzature da parte di MCDI sarebbe limitato (i) solo ai casi di scadenza naturale del contratto di affiliazione, escludendo quindi tutti i casi di scioglimento anticipato del medesimo, anche per mutuo consenso o per inadempimento di MCDI; (ii) ai beni acquistati nei 3 anni precedenti. Al contrario, tale obbligo dovrebbe operare automaticamente per tutti i beni del ristorante (impianti, dotazioni, attrezzature, inclusi gli arredi), indipendentemente dal momento del loro acquisto da parte del *franchisee* e/o del loro periodo di ammortamento. Né sarebbe equo che tale obbligo venga subordinato alla “corretta manutenzione” dei beni. Inoltre, le modifiche proposte da MCDI andrebbero portate a coerenza con altre previsioni del contratto standard.

Misura 10. La misura di ampliamento (da 3 a 15 giorni) del termine per l’accettazione della Proposta Irrevocabile di MCDI da parte degli aspiranti *franchisee* sarebbe insufficiente a sanare il problema delle carenze informative precontrattuali.

v) *Le modifiche accessorie apportate da MCDI ad esito del market test*

34. MCDI - a seguito delle osservazioni delle associazioni Codacons - Movimento Difesa Cittadino- Cittadinanzattiva e degli ex *franchisee* segnalanti - in sede di modifiche accessorie, ha arricchito le misure già presentate e aggiunto ulteriori misure. In particolare, alle misure già proposte, sono state apportate le integrazioni e/o modifiche sinteticamente descritte di seguito.

Misura 1: i costi di manutenzione straordinaria dei Locali e degli Impianti saranno a carico di MCDI e potranno essere addebitati al *franchisee* solo in presenza di una valutazione tecnica oggettiva da parte dei professionisti incaricati dell’intervento, che accerti l’esistenza di un preciso nesso di causalità tra la mancata (o inadeguata) manutenzione ordinaria del *franchisee* e la necessità dell’intervento di manutenzione straordinaria. Le disposizioni contrattuali relative a Locali e Impianti vengono conseguentemente riformulate per superare ogni incertezza sul corretto riparto degli oneri di manutenzione.

Misura 3: la percentuale minima di investimento del *franchisee* in pubblicità e promozione del Ristorante a livello locale viene ulteriormente ridotta dall'1% allo 0,5% del Fatturato Lordo Mensile.

Misura 4: vengono portate a coerenza tutte le disposizioni contrattuali in modo da chiarire che la gestione del Ristorante McD deve rappresentare per il Gestore *franchisee* un'attività prevalente (e non più a tempo pieno) e che la residenza deve essere fissata in modo conseguente, per assicurare una presenza adeguata a garantire il rispetto del sistema.

Misura 6: nel ribadire la facoltà dell'affiliato di non aderire alle raccomandazioni di prezzo e alle promozioni proposte, MCDI si impegna esplicitamente a:

i) (continuare a) prevedere prezzi massimi solo in relazione a un numero limitato di prodotti o servizi offerti ai consumatori, con la precisazione che, in ogni caso, l'indicazione di prezzi massimi non dovrà diventare un principale e prevalente strumento della propria politica commerciale;

ii) (continuare a) non prevedere e applicare incentivi (come ad esempio le de-rentizzazioni) condizionati al rispetto dei prezzi, con la sola eccezione di quelli collegati al rispetto dei prezzi massimi, nei limiti di quanto indicato al punto che precede.

Misura 7: lo standard contrattuale relativo alla scelta dei fornitori viene ulteriormente modificato per delineare con chiarezza il regime diversificato applicabile ai prodotti e servizi identificativi del sistema rispetto a quello applicabile agli altri prodotti e servizi, specificando i servizi ancillari per i quali i *franchisee* possono liberamente individuare i fornitori.

Misura 9: l'obbligo di riacquisto di arredi e attrezzature da parte di MCDI per i casi in cui il contratto giunga a scadenza naturale viene esteso a tutti gli acquisti effettuati nel corso del rapporto contrattuale, prevedendo una valorizzazione che, per le Attrezzature e gli arredi acquistati precedentemente ai tre anni dalla scadenza naturale del Contratto, è pari al valore di tali beni risultante dai libri contabili maggiorato del 20%.

35. MCDI, infine, ha aggiunto alle misure già proposte le seguenti due ulteriori misure:

Misura 11: con riferimento alla fase precontrattuale, MCDI si impegna a continuare a garantire, anche in futuro, ai candidati *franchisee*: i) remunerazioni e rimborsi in linea con quelli attualmente messi a disposizione; ii) un' informativa adeguata in materia di *policy*, procedure e altri elementi del sistema McD necessari per una corretta comprensione dello stesso; iii) un' adeguata informativa sugli standard che gli aspiranti affiliati saranno tenuti

ad osservare nella gestione del Ristorante e sul fatto che l'osservanza degli stessi sarà oggetto di valutazione nel corso del rapporto contrattuale.

Misura 12: ferma restando l'assenza di diritti, interessi o prelazioni per il *franchisee* in relazione all'apertura di nuovi ristoranti McDonald's, qualora il fatturato di un ristorante gestito da un affiliato subisca un grave pregiudizio a seguito dell'apertura di un nuovo ristorante da parte di MCDI nelle immediate vicinanze (sempre che il *franchisee* provi il nesso causale tra il calo del fatturato e la nuova apertura), le Parti si incontreranno per negoziare in buona fede possibili misure per mitigare l'effetto della nuova apertura sui risultati economici del ristorante del *franchisee*.

VI. LA VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

i) Le misure relative alla gestione della fase pre-contrattuale (10 e 11)

36. Preliminarmente si osserva come, sulla base delle informazioni e della documentazione fornita da MCDI, risulta che, già attualmente, ad esito delle numerose modifiche apportate alla prassi utilizzata per il reclutamento e la formazione dei gestori, gli aspiranti affiliati giungano alla sottoscrizione del contratto in una situazione di sostanziale consapevolezza dei contenuti dell'accordo che andranno a firmare, senza peraltro avere effettuato investimenti onerosi e non recuperabili nell'attività di formazione.

37. In particolare, sulla base di quanto dichiarato da MCDI, la fase pre-contrattuale degli aspiranti affiliati, ad oggi, si articola come di seguito descritto:

i) un *iter* preliminare di candidatura della durata di 4 mesi, che comporta numerosi incontri ed esperienze operative e nel quale il candidato già riceve informazioni di carattere economico e finanziario relative alla gestione di un ristorante McD. In questa fase, tra l'altro, il candidato indica/conferma le proprie preferenze in termini di *location* del ristorante;

ii) un periodo di *training* svolto a Roma o Milano - che gli aspiranti *franchisee* decidono liberamente se intraprendere o meno una volta terminato positivamente l'*iter* preliminare - che dura da 6 a 12 mesi e durante il quale, dal 2019, i candidati vengono regolarmente assunti con contratto di lavoro subordinato, senza versare alcun contributo di partecipazione. Durante tale percorso formativo, sono previsti diversi momenti e moduli formativi dedicati alla spiegazione e comprensione degli aspetti finanziari e delle regole di

gestione, anche operativa, che sottendono l'adesione al sistema;

iii) formalizzazione ed invio all'aspirante affiliato - una volta terminato positivamente il periodo di formazione e comunque circa 3 mesi prima della sottoscrizione del contratto – di una “Proposta Irrevocabile” (per MCDI) per la gestione di un ristorante, che contiene sia i termini essenziali del futuro rapporto contrattuale sia un'analisi economico-finanziaria "*tailor-made*" del ristorante, sulla base della quale valutare la redditività della gestione e richiedere gli eventuali finanziamenti necessari agli istituti di credito.

38. MCDI ha altresì precisato come, anche in attuazione della legge n. 129 del 2004 ("*Legge Franchising*"), il *franchisor* invia all'aspirante *franchisee*, almeno 30 giorni prima della prevista stipula notarile, il contratto e i rispettivi allegati, comprensivi di una tabella riepilogativa dei costi e delle condizioni economiche applicate, con una formulazione descrittiva delle singole voci.

39. Come si è visto, con la Misura n. 11, MCDI si impegna a mantenere sostanzialmente in vigore l'attuale prassi di gestione della fase pre-contrattuale, con particolare riferimento al livello di remunerazione e di rimborsi attualmente previsti e all'informativa fornita in materia di *policy* e procedure. A ciò si aggiunge l'impegno a garantire un'informativa sugli standard di condotte che gli aspiranti affiliati saranno tenuti ad osservare nella gestione del ristorante e sul fatto che il rispetto di tali obblighi formerà oggetto di valutazione.

40. Inoltre, la Misura n. 10 degli impegni presentati da MCDI prevede di modificare lo standard della “Proposta Irrevocabile” per estenderne il termine di accettazione da 3 a 15 giorni.

41. Le Misure 10 e 11 degli impegni assunti da MCDI, pertanto, vanno entrambe nella direzione di mantenere una consistente limitazione degli oneri sostenuti per la formazione pre-contrattuale e di garantire la consapevolezza dell'aspirante affiliato sia in relazione ai contenuti del contratto e degli accordi che regoleranno l'eventuale futuro rapporto di affiliazione, anche con riferimento alla redditività attesa della gestione.

42. L'adozione di tali misure appare quindi far venir meno i profili di preoccupazione espressi in sede di avvio in base ai quali, al momento della sottoscrizione del contratto, l'aspirante *franchisee* si troverebbe già in una condizione di dipendenza economica da MCDI che, pur rafforzandosi progressivamente nel periodo di vigenza del rapporto contrattuale, sarebbe già sufficiente a ridurre le possibilità di reperire sul mercato alternative soddisfacenti, condizionandone sostanzialmente la scelta di firmare il contratto.

43. Pertanto, le Misure 10 e 11 in esame sembrano porre gli imprenditori aspiranti *franchisee* che si accingono a firmare il contratto di affiliazione nella condizione di ponderarne con maggiore consapevolezza le conseguenze e la portata, valutando anche eventuali alternative alla sottoscrizione del contratto stesso.

ii) Le modifiche allo standard contrattuale in uso (Misure da 1 a 9 e 12)

44. Gli impegni proposti dalla Parte con riferimento alle numerose modifiche da apportare o da mantenere allo standard contrattuale in uso appaiono intervenire su tutti i principali punti critici sollevati nel provvedimento di avvio, tanto per attenuare e circoscrivere la portata degli obblighi imposti ai licenziatari quanto per chiarirne l'ambito applicativo e le implicazioni.

45. In particolare, con riferimento alle singole misure proposte, può osservarsi quanto segue:

1. la previsione che in capo al *franchisee* sussista, relativamente ai beni e ai locali rientranti nel ramo di azienda concesso in affitto, solo l'onere di manutenzione ordinaria, facendo ora ricadere su MCDI l'onere della manutenzione straordinaria, introduce una maggiore tutela dell'affiliato e assimila le obbligazioni contrattuali alle previsioni del Codice Civile in materia di locazione, senza far venir meno, allo stesso tempo, l'esigenza del concedente di garantire che gli affiliati operino nel rispetto degli standard e dei livelli qualitativi del sistema;
2. la semplificazione della logistica dei corsi di formazione obbligatori in costanza di rapporto contrattuale e il chiarimento che essi si riferiscono esclusivamente ai dipendenti del *franchisee*, da un lato, riduce significativamente i costi dell'attività di formazione, dall'altro, giustifica il fatto che essi siano sostenuti in larga parte dagli affiliati, in quanto datori di lavoro dei propri dipendenti;
3. anche l'impegno di MCDI di ridurre la percentuale da investire per la pubblicità a livello locale allo 0,5% del fatturato lordo mensile di ogni ristorante agisce nel senso di un incremento dell'autonomia imprenditoriale del *franchisee*;
4. analogamente, l'eliminazione dell'obbligo per l'affiliato di risiedere entro 50 km dal ristorante e la precisazione che la gestione del ristorante McD debba rappresentare per il gestore un'attività soltanto "prevalente" (e non più a tempo pieno) rimuovono importanti vincoli all'autonomia imprenditoriale e personale del *franchisee*;

5. così pure la riformulazione dell'obbligo di non concorrenza, comunque funzionale alla tutela del *know-how* del concedente, determina un allargamento dell'autonomia imprenditoriale del *franchisee*, nella misura in cui tale obbligo viene rimosso per tutto il periodo successivo alla cessazione del rapporto contrattuale e viene circoscritto, in costanza del rapporto di affiliazione, al solo settore della ristorazione informale, nel quale opera la rete di ristoranti di MCDI;
6. ai fini dell'allentamento degli obblighi dei *franchisee* di rispetto delle politiche commerciali di MCDI, appaiono inoltre particolarmente efficaci tutte le precisazioni contrattuali e le specifiche comunicazioni che verranno inoltrate ai licenziatari, aventi ad oggetto il riconoscimento dell'autonomia del *franchisee* di aderire o meno alle campagne promozionali proposte e ai prezzi di vendita raccomandati da MCDI, senza che tali decisioni imprenditoriali possano essere incluse tra i criteri di valutazione della c.d. espandibilità. Né appare idonea a limitare in modo ingiustificato l'autonomia dei *franchisee* la circostanza che MCDI possa continuare a prevedere incentivi al rispetto di alcuni prezzi massimi - comunque fissati per un numero limitato di prodotti - posto che l'indicazione, peraltro non imperativa, di limiti superiori dei prezzi di vendita di alcuni prodotti o servizi qualificanti o "iconici" dell'offerta di MCDI può essere ritenuta funzionale al mantenimento di un'immagine unitaria del sistema McD;
7. con riferimento ai criteri di scelta dei fornitori - che sicuramente, con riferimento ai prodotti "core" dell'attività commerciale, costituiscono anch'essi elementi identificativi e qualificanti dell'immagine del sistema McD - appare di grande rilievo la possibilità per il licenziatario, di utilizzare anche fornitori che non siano stati preventivamente approvati da McD. E ciò con specifico riferimento a tutti i prodotti "non core" e ai servizi ancillari, a condizione che i prodotti e i servizi offerti rispettino gli standard qualitativi richiesti dal licenziatario;
8. appare altresì idoneo a rimuovere un possibile profilo abusivo l'impegno di MCDI a circoscrivere i casi in cui può essere aumentato unilateralmente il canone di affitto in corso di contratto alla sola ipotesi in cui la modifica derivi dal Titolo, da disposizioni normative o dal rispetto delle disposizioni contrattuali, lasciando comunque al *franchisee* la possibilità di sollevare eccezioni in merito a suddetti costi;
9. quanto alla previsione di un obbligo di riacquisto, da parte di MCDI, delle attrezzature e degli arredi acquistati dal licenziatario - al prezzo

effettivamente pagato dal *franchisee*, per gli acquisti effettuati nei tre anni precedenti alla scadenza del contratto (al netto di un deprezzamento del 5% annuo), o, comunque, ad un valore proporzionale all'effettivo ammortamento dei beni, per gli acquisti effettuati a distanza di oltre 3 anni dalla scadenza - esso rappresenta un'importante forma di protezione degli investimenti effettuati dai licenziatari nel corso del proprio rapporto contrattuale con MCDI. D'altro canto, il fatto che il medesimo obbligo non sia previsto in caso di risoluzione anticipata del contratto appare coerente con la necessità, in tali circostanze, di concordare comunque le condizioni di interruzione del rapporto contrattuale nell'ambito di una specifica trattativa privata tra il licenziante e il licenziatario;

10. infine, la disposizione, del tutto nuova, che prevede l'impegno di MCDI a negoziare, in buona fede, possibili misure volte a mitigare gli eventuali effetti negativi derivanti al *franchisee* dall'ipotetica apertura di un nuovo ristorante nelle immediate vicinanze appare introdurre un'ulteriore, significativa forma di tutela per l'affiliato già presente e attivo su una determinata *trading area*. In proposito, vale osservare che l'assenza di una vera e propria clausola di esclusiva territoriale¹⁵, da un lato, può rappresentare un importante strumento di gestione della propria rete di vendita per il *franchisor*, anche in un'ottica di incremento della concorrenza *intrabrand* e di miglioramento dei benefici al consumatore, dall'altro, non appare comunque idonea a limitare l'autonomia imprenditoriale e commerciale del *franchisee*.

VII. CONCLUSIONI

46. Sulla base di quanto esposto, si ritiene che gli impegni proposti da MCDI siano complessivamente idonei a rimuovere le preoccupazioni concorrenziali connesse ai profili di abuso di dipendenza economica ipotizzati nel procedimento di avvio, ai sensi dell'art. 9 della Legge 198/1992. Si consideri, inoltre, che nel corso del procedimento è stato possibile verificare che alcune delle problematiche segnalate dagli imprenditori erano state affrontate da MCDI anche già prima dell'avvio dell'istruttoria.

47. In particolare, le misure assunte con riferimento alla gestione della fase pre-contrattuale appaiono idonee a garantire la piena consapevolezza da parte

¹⁵ Clausola il cui inserimento a contratto viene indicato soltanto come "eventuale" dalla Legge sul *Franchising*.

degli aspiranti affiliati in merito ai contenuti dell'accordo che andranno a firmare, nonché degli obblighi e degli impegni, oltre che della profittabilità, connessi all'attività di gestione di un ristorante Mc Donald's, riducendo altresì i costi sostenuti per l'attività di formazione.

48. Inoltre, il nuovo standard contrattuale proposto da MCDI, che verrebbe gradualmente esteso anche a tutti i contratti precedentemente stipulati e tuttora in essere, appare limitare in modo significativo il divario di diritti e obblighi che si viene a creare tra il licenziatario e la sua rete di *franchisee* contestualmente all'instaurazione del rapporto di affiliazione, rafforzando anche la capacità degli affiliati di negoziare, nel corso della relazione, sia la propria adesione a specifiche iniziative suggerite e/o alle indicazioni ricevute da MCDI che le eventuali condizioni di uscita dal contratto.

49. Inoltre, con riferimento alle condotte adottate da MCDI nel corso del rapporto contrattuale - sostanzialmente rappresentate dalle indicazioni fornite al licenziatario in relazione ai diversi aspetti della gestione imprenditoriale - si ritiene che le precisazioni inserite nei contratti in applicazione delle misure proposte, soprattutto con riferimento al riconoscimento dell'autonomia dei licenziatari in tema di politiche commerciali, siano idonee a garantire un margine di autonomia nelle scelte imprenditoriali dei *franchisee*, compatibilmente con la necessità di mantenere standard qualitativi e uniformità di immagine adeguati al corretto funzionamento del sistema McD.

50. Infine, con riferimento ad alcune specifiche condotte evidenziate da singoli segnalanti, ma che non risultino adottate da MCDI nell'ambito della generalità delle relazioni contrattuali (ad esempio, l'imposizione della chiusura di uno specifico ristorante, la richiesta di gestire un ristorante diverso in sostituzione di quello già avviato, la richiesta di effettuare investimenti di ristrutturazione o di sostituzione di arredi e macchinari impreveduti e/o ritenuti non necessari, ecc.), vale sottolineare come il presente provvedimento abbia ad oggetto esclusivamente le condotte standard adottate da MCDI nei confronti della generalità dei propri licenziatari, essendo la valutazione della rilevanza concorrenziale delle stesse, contenuta nel provvedimento di avvio, basata proprio su una loro applicazione generalizzata alla rete degli affiliati.

RITENUTO, quindi, che gli impegni presentati da MCDI risultano idonei a far venire meno i profili di criticità oggetto dell'istruttoria;

RITENUTO di disporre l'obbligatorietà degli impegni presentati da MCDI ai sensi dell'articolo 14-ter, comma 1, della Legge n. 287/90;

tutto ciò premesso e considerato:

DELIBERA

- a) di rendere obbligatori per la società McDonald's Development Italy LLC gli impegni presentati, ai sensi dell'articolo 14-ter, comma 1, della Legge n. 287/90, nei termini sopra descritti e nella versione allegata al presente provvedimento di cui fanno parte integrante;
- b) di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione dell'art. 9 della Legge 198/1992, ai sensi dell'articolo 14-ter, comma 1, della Legge n. 287/90;
- c) che la società McDonald's Development Italy LLC presenti all'Autorità, entro sessanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, una relazione sullo stato di attuazione degli impegni assunti.

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 135, comma 1, lettera b), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'articolo 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 8, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli