



Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 novembre 2025;

SENTITO il Relatore, Saverio Valentino;

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*”, adottato dall’Autorità con delibera del 1° aprile 2015, n. 25411;

VISTO il “Regolamento *sulle procedure istruttorie nelle materie di tutela del consumatore e pubblicità ingannevole e comparativa*”, adottato dall’Autorità con delibera del 5 novembre 2024, n. 31356 (di seguito, “Regolamento”);

VISTA la comunicazione del 28 maggio 2025, con la quale è stato avviato il procedimento PS12820 nei confronti della società Tannico & Wineplatform S.r.l., in breve Tannico S.r.l.;

VISTO il proprio provvedimento del 28 maggio 2025, con il quale è stato disposto l’accertamento ispettivo, ai sensi dell’articolo 27, commi 2 e 3, del Codice del consumo, presso la sede legale di Tannico & Wineplatform S.r.l.;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Tannico & Wineplatform S.r.l., con sede legale in Milano, Partita IVA 07344570960, in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera b), del Codice del consumo, è attiva nella commercializzazione *on line* di bevande alcoliche (di seguito anche "Tannico" o il "Professionista"). Tannico, nel 2024, ha realizzato un fatturato pari a 26.879.371 euro.

II. LA PRATICA COMMERCIALE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

2. Il procedimento riguarda la condotta, posta in essere dal Professionista, consistente nella diffusione di comunicazioni commerciali e *claim* promozionali ingannevoli e omissivi con riguardo ai prezzi e agli annunci di riduzione di prezzo dei prodotti commercializzati *on line* dal Professionista, tramite il proprio sito <https://www.tannico.it/> (di seguito, anche "Sito Tannico") e l'app *Tannico*, in violazione degli articoli 20, 21 con particolare riferimento al comma 1, lettera d), e 22 del Codice del consumo.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

III.1. L'iter del procedimento

3. L'Autorità, con comunicazione del 12 luglio 2024, ha invitato il Professionista a rimuovere i profili di possibile scorrettezza della propria condotta commerciale, ai sensi dell'articolo 4, comma 5, del "*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*", adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015, n. 25411 (c.d. *moral suasion*).

In particolare, è stato chiesto a Tannico, ai sensi degli articoli 20, 21 e 22, del Codice del consumo, di rimuovere i profili di possibile scorrettezza delle proprie comunicazioni commerciali, comunicando all'Autorità le modalità attraverso cui esso intendeva pubblicizzare correttamente i prezzi di vendita dei prodotti commercializzati.

Nonostante le richieste di informazioni inviate al Professionista successivamente alla comunicazione di *moral suasion*, in data 8 agosto 2024 e 30 settembre 2024, le iniziative poste in essere da Tannico per adeguarsi all'invito a rimuovere gli indicati profili di possibile scorrettezza non sono apparse adeguate¹.

4. Anche a causa dell'inadeguatezza delle citate iniziative, in data 28 maggio 2025, è stato comunicato al Professionista l'avvio del procedimento istruttorio PS12820 per verificare l'esistenza di una pratica commerciale scorretta riguardante la diffusione di informazioni ingannevoli ed omissive sui prezzi e sugli annunci di riduzione di prezzo dei prodotti commercializzati dal Professionista, in violazione degli articoli 20, 21 con particolare riferimento al comma 1, lettera d), e 22 del Codice del consumo.

Contestualmente alla comunicazione di avvio, al fine di acquisire elementi conoscitivi utili alla valutazione della pratica commerciale in esame, è stata formulata una richiesta di informazioni al Professionista, ai sensi dell'articolo 27, commi 3 e 4, del Codice del Consumo e dell'articolo 12, comma 1, del Regolamento.

5. In data 28 maggio 2025, sono stati svolti accertamenti ispettivi presso la sede legale di Tannico.

6. In data 4 luglio 2025 e 24 luglio 2025, la Direzione ha sollecitato Tannico a rispondere, in modo chiaro e completo, alla richiesta di informazioni di cui alla comunicazione di avvio del procedimento.

Il Professionista ha risposto alla richiesta di informazioni di cui all'avvio e a quelle successivamente inviate, con comunicazioni del 27 giugno 2025, del 15 luglio 2025, del 16 luglio 2025, del 17 luglio 2025 e del 5 agosto 2025.

7. In data 12 settembre 2025, è stata trasmessa a Tannico, ai sensi dell'articolo 17, comma 1, del Regolamento, la comunicazione di contestazione degli addebiti con contestuale assegnazione di un termine di venti giorni entro il quale poter presentare al Collegio eventuali controdeduzioni scritte in replica, che sono pervenute il successivo 29 settembre 2025.

8. In data 9 ottobre 2025, è stato richiesto il parere dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, che è pervenuto in data 4 novembre 2025.

¹ Cfr. le risposte pervenute dal Professionista in data 5 e 27 agosto 2024, nonché 14 ottobre 2024.

III.2. Le evidenze acquisite

A) La pratica commerciale

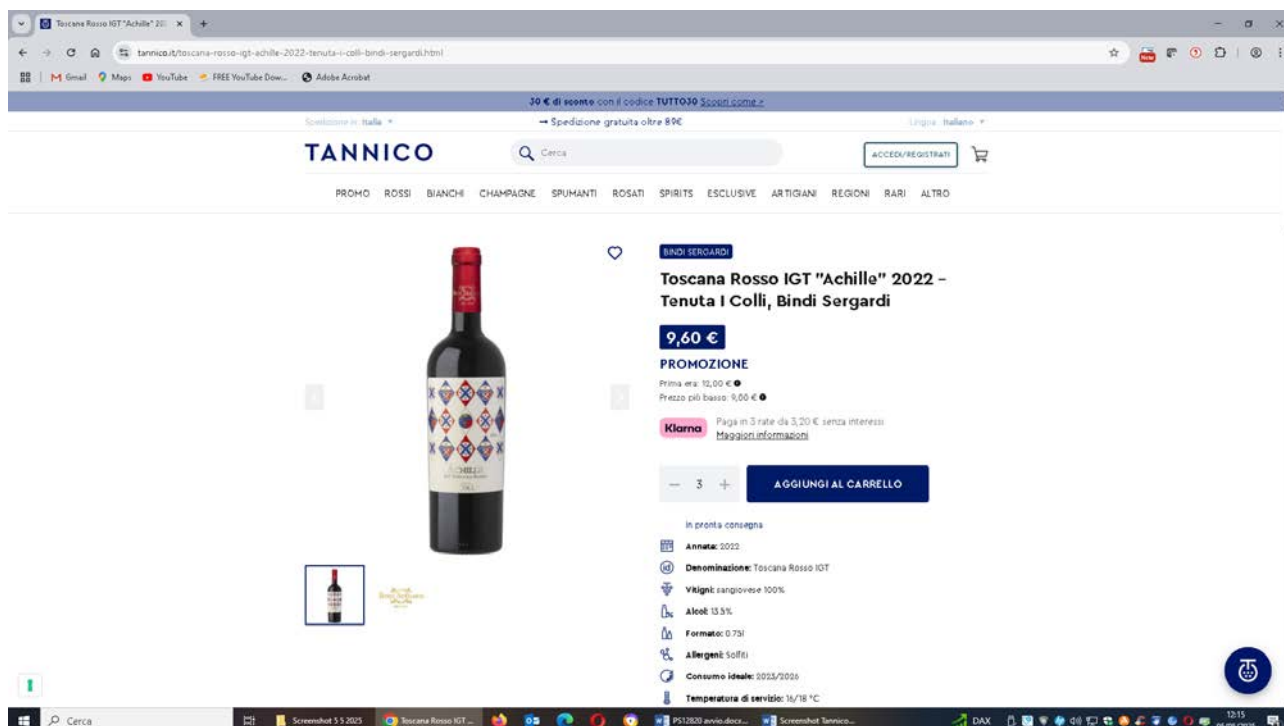
9. Con riferimento alla scorretta indicazione dei prezzi e degli annunci di riduzione di prezzo dei prodotti pubblicizzati dal Professionista, a mero titolo esemplificativo, in data 5 maggio 2025 sul Sito Tannico e sull'app Tannico (che risultano gli unici “canali di vendita e promozione” impiegati dalla Società²) era indicato quanto segue:

(i) All’inizio della pagina delle “promozioni” del Sito Tannico, era indicato “**TUTTE LE OFFERTE - In un colpo solo, qui trovi tutte le promozioni attive su Tannico. [...] Tutte le migliori etichette scontate sono in questa collezione: se vuoi risparmiare sui tuoi vini online preferiti, ora è il momento**”³. Inoltre, e a mero titolo esemplificativo, sia nella citata pagina delle promozioni del Sito Tannico, sia in quella dedicata ai singoli vini in offerta, era indicato quanto segue: “**Toscana Rosso IGT Achille 2022 - Tenuta I Colli, Bindi Sergardi**” venduto a “**9,60 € PROMOZIONE - Prima era: 12,00 € - Prezzo più basso: 9,00 €**”⁴;

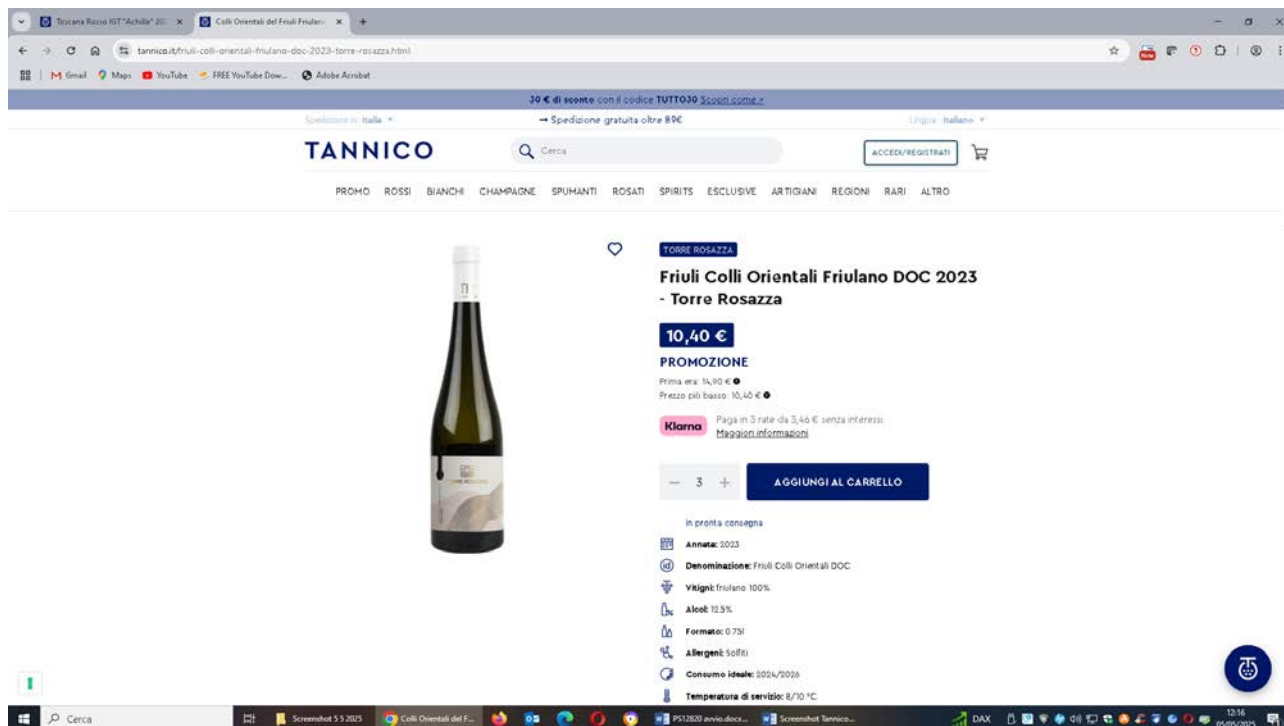
² Cfr. la comunicazione del Professionista del 17 luglio 2025.

³ Per questo *claim*, cfr., ad esempio, le rilevazioni effettuate sul Sito Tannico in data 5 maggio 2025 e in data 12 maggio 2025.

⁴ Cfr. la pagina <https://www.tannico.it/toscana-rosso-igt-achille-2022-tenuta-i-colli-bindi-sergardi.html>. A partire dalla citata pagina <https://www.tannico.it/tutte-le-promo.html>, era altresì pubblicizzato il seguente prodotto: “**Prosecco DOC Brut Millesimato Carlo 2023 - V8 Vineyards 9,00 € - PROMOZIONE - Prima era: 12,90 € - Prezzo più basso: 9,00 €**” (cfr. la pagina <https://www.tannico.it/prosecco-doc-brut-millesimato-carlo-2023-v8-vineyards.html>).

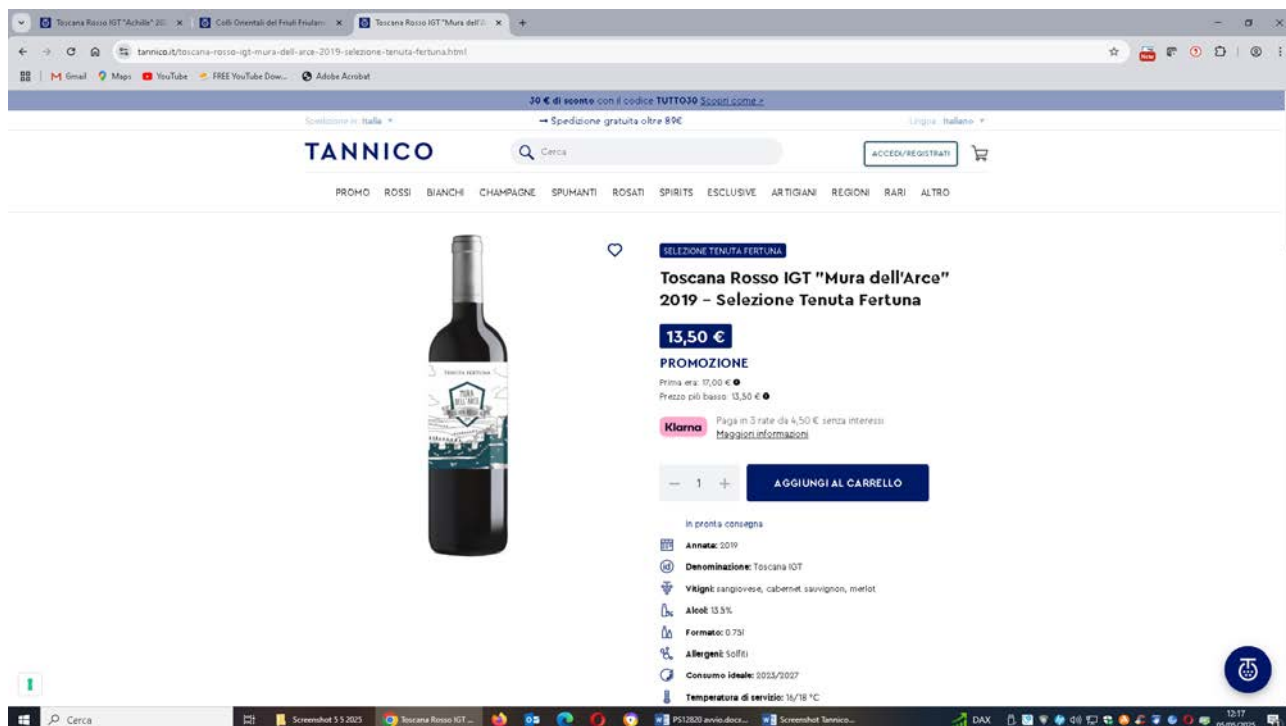


(ii) alla pagina dei vini bianchi (<https://www.tannico.it/bianchi.html>) era indicato, ad esempio, “Friuli Colli Orientali Friulano DOC 2023 - Torre Rosazza” venduto a “**10,40 € PROMOZIONE** - Prima era: **14,90 €** - Prezzo più basso: **10,40 €**”⁵;



⁵ Cfr. la pagina <https://www.tannico.it/friuli-colli-orientali-friulano-doc-2023-torre-rosazza.html>.

(iii) alla pagina dei vini rossi (<https://www.tannico.it/i-rossi.html>) era indicato, ad esempio, “*Toscana Rosso IGT - Mura dell’Arce 2019 - Selezione Tenuta Fertuna*” venduto a “**13,50 € PROMOZIONE** - *Prima era: 17,00 € - Prezzo più basso: 13,50 €*”⁶;



(iv) sull'app Tannico, nella pagina (che era indicata essere relativa a prodotti in promozione) “*30 € di sconto extra su tutto*”, era pubblicizzato, ad esempio, il “*Vermentino di Sardegna DOC - Costamolino 2023 Argiolas*” venduto a “**9,40 € Promozione** - *Prima era: 10,50 € - Prezzo più basso: 9,40 €*”⁷.

10. Cliccando sulle indicazioni “*Prima era*” e “*Prezzo più basso*”, in tutti i casi sopra indicati, compariva quanto segue: “*Su Tannico i prezzi sono applicati in piena e totale trasparenza, nel rispetto della normativa europea*”.

11. Sulla base delle rilevazioni effettuate sul Sito Tannico in data 22 novembre 2024 e in data 24 dicembre 2024, comparivano indicazioni analoghe a quelle sopra riportate⁸.

⁶ Cfr. la pagina <https://www.tannico.it/toscana-rosso-igt-mura-dell-arce-2019-selezione-tenuta-fertuna.html>.

⁷ Sempre tramite l'app Tannico, in data 12 maggio 2025, era indicato, ad esempio, “*Verdicchio dei Castelli di Jesi*” venduto a “**6,60 € Promo** - *Prima era: 10,00 € - Prezzo più basso: 6,60 €*” (grassetto nell'originale).

⁸ Cfr. gli screenshot riguardanti il Sito e l'app Tannico, acquisiti agli atti del presente procedimento. Ad esempio, in data 22 novembre 2024 sul Sito Tannico era indicato “*Bonarda dell'Oltrepò Pavese Giorgi DOC - La gallina*” venduto al prezzo di “**7,50 € PROMOZIONE** - *Prima era: 9,00 € - Prezzo più basso: 7,50 €*” (pag. 1) e “*Japanese Gin Etsu*” venduto al prezzo di “**35,70 € PROMOZIONE**” “*Prima era: 42,00 € - Prezzo più basso: 35,70 €*” (pag. 3). Inoltre, sempre a titolo di esempio, in data 24 dicembre 2024 sul Sito Tannico era indicato “*Weingut Weszeli*” venduto al prezzo di “**12,50 € PROMOZIONE** - *Prima era: 18,00 € - Prezzo più basso: 11,70 €*” (pag. 8) e “*Baglio di Pianetto - Nero d'Avola*” venduto al prezzo di “**13,80 € PROMOZIONE**” *Prima era: 23,00 € - Prezzo più basso: 11,50 €*” (pag. 9).

12. Inoltre, sulla base delle rilevazioni effettuate, sul Sito Tannico e sull'app Tannico, nelle date 12 maggio 2025, 19 maggio 2025 e 26 maggio 2025, comparivano indicazioni analoghe a quelle sopra riportate⁹.

B) Le risultanze ispettive e le risposte alle richieste di informazioni

13. Nel verbale ispettivo del 28 maggio 2025, il responsabile acquisti di Tannico ha indicato che con la dicitura **«“Promozioni” sono qualificati prodotti per i quali il prezzo di vendita è più basso del prezzo di listino ma uguale o maggiore a quello degli ultimi 30 giorni, mentre per i prodotti in sconto viene riportato il prezzo di listino, il prezzo più basso degli ultimi 30 giorni, il prezzo finale scontato e la percentuale di sconto applicata»** (grassetto aggiunto).

Inoltre, secondo quanto indicato nell'e-mail del Chief technology officer di Tannico a un dipendente di una società esterna del 21 maggio 2025, h. 22:32, “A product is in promotion if it is below the «before it was», not if it's below omnibus. If a promo is only below the «before it was» but not below omnibus, then only “promotion” label is showed, with no percentages”¹⁰.

14. Nella risposta alla richiesta di informazioni del 5 agosto 2025 (pag. 2), inviata dalla Direzione¹¹ e nel documento ispettivo n. 82 “DPO Omnibus Proposal.pptx”, il Professionista indica la propria interpretazione della normativa in materia di annunci di riduzioni di prezzo: “quando applichiamo una promozione che NON rappresenta una riduzione di prezzo rispetto al prezzo più basso degli ultimi 30 giorni utilizziamo solo un generico tag «promozione» ma non facciamo MAI riferimento a sconti o riduzioni di prezzo in corso, oltre a indicare SEMPRE il prezzo più basso degli ultimi 30 giorni. Nella nostra intenzione, con il termine «promozione» non si intende forzosamente una riduzione di prezzo ma il complesso delle attività per l'incremento delle vendite” (maiuscolo nell'originale, sottolineatura aggiunta)¹².

Di seguito, è inserita una parte del citato documento ispettivo.

⁹ Cfr. gli screenshot riguardanti il Sito e l'app Tannico, acquisiti agli atti del presente procedimento.

¹⁰ Cfr. il doc. isp. n. 102.

¹¹ Cfr. il prot. n. 64983. La Direzione ha inviato la citata richiesta di informazioni in data 24 luglio 2025 (prot. n. 61478).

¹² Cfr., analogamente, il doc. isp. n. 85 ove il Professionista indica come esempio di prodotto da pubblicizzare in “PROMOZIONE” un vino il cui prezzo “promozionale” è uguale al “Prezzo più basso” degli ultimi 30 giorni e maggiore di quello “Prima era”, nonché la relativa immagine. La citata immagine è pertanto, analoga a quelle riportate a titolo esemplificativo al par. III.2.A del presente provvedimento.

1. <u>P omnibus > P promo</u> - Prima era: 16,50€ - Prezzo più basso (omnibus) 16,50€ - Promo: 15% da p omnibus - P promo: 14€	2. P omnibus = promo - Prima era: 11€ - Prezzo più basso (omnibus) 8,2€ - Promo: 0% - P promo: 8,2€	3. P Omnibus < P promo - Prima era: 60€ - Prezzo più basso (omnibus) 38,6€ - Promo: -xxx% - P promo: 41,6€
--	--	--

TANNICO IN SCONTO  MONTALBATA Laccento Alle migliori uve della vendemmia viene aggiunta una piccola percentuale di acini passiti: questo è il segreto di un Pinchio in purezza che ormai ha ridato lustro a un vitigno dimenticato fino a qualche anno fa. Oggi è la sua occasione. 16,50€ -15% 14,00 € ACQUISTA SUBITO	TANNICO IN PROMOZIONE  MONTALBATA Laccento Alle migliori uve della vendemmia viene aggiunta una piccola percentuale di acini passiti: questo è il segreto di un Pinchio in purezza che ormai ha ridato lustro a un vitigno dimenticato fino a qualche anno fa. Oggi è la sua occasione. 41,60 € ACQUISTA SUBITO	TANNICO In promozione  MONTALBATA Laccento Alle migliori uve della vendemmia viene aggiunta una piccola percentuale di acini passiti: questo è il segreto di un Pinchio in purezza che ormai ha ridato lustro a un vitigno dimenticato fino a qualche anno fa. Oggi è la sua occasione. 41,6€ ACQUISTA SUBITO
---	---	---

La citata risposta del Professionista del 5 agosto 2025 e il predetto documento ispettivo n. 82 confermano che Tannico riteneva corretto utilizzare (e utilizzava effettivamente) la dicitura “*PROMOZIONE*” sia quando il prezzo di vendita “promozionale” era uguale al prezzo più basso applicato negli ultimi trenta giorni, di cui all’articolo 17-bis del Codice del consumo, sia quando il prezzo di vendita “promozionale” era superiore al citato prezzo più basso degli ultimi trenta giorni (cfr. le ipotesi sopra citate *sub* nn. 2 e 3).

C) Le modifiche apportate dal Professionista al Sito e all’app Tannico

15. Tannico, in data 15 luglio 2025, ha indicato di aver modificato il Sito e l’app Tannico in modo che i prodotti inseriti nelle sezioni promozionali siano solo quelli il cui prezzo scontato di vendita è inferiore al prezzo più basso degli ultimi trenta giorni, di cui all’articolo 17-bis del Codice del consumo.

Sulla base delle rilevazioni effettuate dalla Direzione in data 16 luglio 2025 e in data 4 settembre 2025, sia nelle sezioni “promozionali” sia in quelle “non promozionali” del Sito e dell’app Tannico, i prodotti pubblicizzati come scontati/“*in promozione*” risultano solo quelli per cui il prezzo scontato di vendita è inferiore al predetto prezzo più basso degli ultimi trenta giorni¹³.

Tramite le predette modifiche, Tannico risulta, pertanto, aver rimosso nel corso dell’istruttoria i profili di scorrettezza delle proprie comunicazioni commerciali, diffuse tramite il Sito e l’app Tannico, contestati nell’atto di avvio del procedimento.

¹³ Cfr. le acquisizioni agli atti del presente procedimento.

IV. LE ARGOMENTAZIONI DIFENSIVE DEL PROFESSIONISTA

16. Con comunicazione del 27 giugno 2025, Tannico ha indicato che erano in corso le attività di modifica del proprio Sito in conformità al Codice del consumo.

17. In data 15 luglio 2025, il Professionista ha comunicato di aver modificato il Sito e l'app Tannico, in modo che i prodotti inseriti nelle sezioni promozionali siano solo quelli il cui prezzo attuale di vendita è inferiore al prezzo più basso degli ultimi trenta giorni.

18. Con comunicazione del 5 agosto 2025, Tannico ha indicato di non aver ricevuto segnalazioni di propri clienti riguardanti comportamenti scorretti nella gestione delle promozioni.

V. CONTRODEDUZIONI DELLA PARTE ALLA COMUNICAZIONE DI CONTESTAZIONE DEGLI ADDEBITI

19. Nella propria memoria conclusiva, pervenuta in data 29 settembre 2025, Tannico ha indicato quanto segue:

(i) la fattispecie oggetto del presente procedimento sarebbe diversa da quella decisa dalla Corte di Giustizia dell'Unione europea con la pronuncia del 26 settembre 2024 (causa C-330/23, caso *Aldi*).

Infatti, secondo Tannico, nelle comunicazioni commerciali oggetto dell'avvio di istruttoria, *“la parola «promozione» è stata adoperata in senso meramente descrittivo e in piena buona fede»,* per cui *“[n]on vi era [...] alcuna volontà di presentare artificiosamente una riduzione, né tantomeno di sottolineare in modo capzioso o fraudolento il carattere vantaggioso del prezzo”;*

(ii) la circostanza che la Corte di Giustizia dell'Unione europea si sia pronunciata sulla questione, tramite rinvio pregiudiziale ex articolo 267 TFUE, ne evidenzierebbe la novità e la difficoltà d'interpretazione, per cui *“l'operato della Società non può essere qualificato come violazione manifesta o consapevole, bensì come espressione di un'applicazione in buona fede di una disciplina nuova e non ancora consolidata, il cui perimetro è stato definito solo in via successiva dall'intervento ermeneutico della Corte”.*

In proposito, Tannico ha evidenziato di aver sempre indicato, nelle comunicazioni commerciali contestate, anche il prezzo più basso degli ultimi trenta giorni, di cui all'articolo 17-bis, comma 2, del Codice del consumo;

(iii) riguardo alle proprie condizioni economiche, Tannico ha indicato che, sulla base del bilancio 2024, i ricavi sono stati pari a 26,9 milioni di euro [omissis]* e che nel 2024 è risultata una perdita pari a 32,1 milioni di euro e che [omissis]. Pertanto, il Professionista ha sottolineato che un'eventuale sanzione dovrebbe essere parametrata al minimo edittale.

VI. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

20. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso il Sito e l'app Tannico, in data 9 ottobre 2025 è stato richiesto il parere all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del consumo.

21. Con delibera n. 258/25/CONS del 28 ottobre 2025 pervenuta in data 4 novembre 2025, la suddetta Autorità ha espresso il proprio parere, limitando le proprie valutazioni all'attitudine dello specifico mezzo di comunicazione, utilizzato per diffondere la pratica commerciale, a incidere e amplificare l'eventuale ingannevolezza e/o scorrettezza della medesima pratica.

22. In particolare, la suddetta Autorità ha considerato che, con riferimento al caso di specie, il mezzo di comunicazione e acquisto utilizzato, in relazione al servizio offerto dalla Società, risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che, sulla base delle informazioni lette nel sito e nell'app utilizzati dalla Società, potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità delle modalità di promozione e vendita utilizzate. L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni ha quindi ritenuto che, nel caso di specie, *“Internet sia uno strumento di comunicazione idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale rispetto alla quale è richiesto il parere”*.

VII. VALUTAZIONI

23. La condotta oggetto del presente procedimento integra una pratica commerciale scorretta, ai sensi degli articoli 20, 21 con particolare riferimento al comma 1, lettera d), e 22, del Codice del consumo, con riguardo alla

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

diffusione di comunicazioni commerciali e *claim* promozionali ingannevoli e omissivi relativi ai prezzi e agli annunci di riduzione di prezzo dei prodotti commercializzati *on line* dal Professionista. Ciò anche in relazione al citato articolo 17-bis del Codice del consumo che ha attuato e che corrisponde nell'ordinamento italiano all'articolo 6-bis della direttiva 98/6/CE.

A) La pronuncia della Corte di Giustizia dell'Unione europea del 26 settembre 2024

24. In proposito, la Corte di Giustizia dell'Unione europea, con la pronuncia del 26 settembre 2024 (causa C-330/23, caso Aldi), ha statuito che:

(i) la direttiva 98/6/CE intende “migliorare l'informazione dei consumatori [...] in modo da permettere a questi ultimi di procedere a scelte consapevoli [...] assicurare un'informazione omogenea e trasparente [e che] il prezzo di vendita dei prodotti offerti ai consumatori [sia] non equivoco, agevolmente identificabile e facilmente leggibile, affinché tale informazione sia precisa, trasparente e univoca”¹⁴;

(ii) “un'interpretazione dell'articolo 6-bis, paragrafo 1, della direttiva 98/6/CE nel senso che sarebbe sufficiente, in un annuncio di riduzione di prezzo, menzionare il «prezzo precedente», ai sensi del paragrafo 2 di detto articolo, a titolo di mera informazione, senza che la riduzione sia effettivamente determinata sulla base di tale prezzo, consentirebbe ai professionisti, in violazione di tale obiettivo specifico, di indurre i consumatori in errore attraverso annunci di riduzioni di prezzo che non sono reali, in contrasto con l'obiettivo stesso dell'articolo 6 bis” della citata direttiva¹⁵;

(iii) “il prezzo di vendita di un prodotto presentato in un annuncio come prezzo ridotto non può essere [...] lo stesso del «prezzo precedente» [cioè, il prezzo più basso applicato nei trenta giorni precedenti la riduzione del prezzo, di cui all'articolo 6-bis, paragrafo 2, della direttiva 98/6/CE e di cui all'articolo 17-bis, comma 2, del Codice del consumo] o essere addirittura superiore a esso”¹⁶.

Con la citata pronuncia, la Corte di Giustizia dell'Unione europea ha, dunque, indicato che “una riduzione di prezzo di un prodotto, annunciata da un professionista sotto forma di una percentuale o di una dicitura pubblicitaria

¹⁴ Cfr. il punto 22 della citata pronuncia e gli Orientamenti della Commissione europea sull'interpretazione e l'applicazione dell'articolo 6-bis dir. 98/6 (2021/C 526/02; nel prosieguo anche gli “Orientamenti”).

¹⁵ Cfr. il punto 2 della citata pronuncia.

¹⁶ Cfr. il punto 27 della citata pronuncia.

diretta a sottolineare il carattere vantaggioso del prezzo annunciato [deve essere] determinata sulla base del «prezzo precedente»”, di cui all’articolo 6-bis, paragrafo 2, della direttiva 98/6/CE¹⁷ e, conseguentemente nel diritto nazionale, di cui all’articolo 17-bis, comma 2, del Codice del consumo (sottolineature aggiunte).

25. In particolare, la semplice menzione, in annunci di riduzioni di prezzo, del prezzo più basso degli ultimi trenta giorni “*senza che la riduzione sia effettivamente determinata sulla base di tale prezzo*” può risultare ingannevole per i consumatori “*attraverso [la diffusione di] annunci di riduzioni di prezzo che non sono reali in contrasto con l’obiettivo stesso*” dell’articolo 6-bis, della direttiva 98/6/CE.

26. L’impiego di *claim* come “*PROMOZIONE*” e simili in annunci di riduzioni di prezzo è idoneo a indurre in errore il consumatore medio sulla convenienza dell’acquisto, in particolare, sul fatto che il professionista stia effettivamente praticando un prezzo inferiore rispetto a quello più basso a cui il prodotto è stato offerto in vendita negli ultimi 30 giorni. Pertanto, il consumatore medio, tramite la diffusione di *claim* come “*PROMOZIONE*” e simili in annunci di riduzioni di prezzo, è indotto a ritenere che sussista “*uno specifico vantaggio*” rispetto al prezzo più basso degli ultimi 30 giorni, ai sensi dell’art. 21, comma 1, lett. d), del Codice del consumo, analogamente al caso in cui la comunicazione commerciale contenga un espresso riferimento ad uno “sconto” in percentuale determinato sulla base del citato prezzo più basso degli ultimi 30 giorni.

B) Le comunicazioni commerciali diffuse da Tannico

27. Si premette che i fatti, vale a dire la diffusione delle comunicazioni commerciali e dei *claim* promozionali oggetto del presente procedimento, possono ritenersi pacifici in quanto non contestati dal Professionista.

Numerose indicazioni sugli annunci di riduzione di prezzo - precedentemente diffuse tramite il Sito Tannico (sia alla pagina “promozionale” <https://www.tannico.it/tutte-le-promo.html> sia, ad esempio, in quelle non espressamente “promozionali” dei vini bianchi e rossi) e l’app Tannico - risultavano ancora scorrette alla data di avvio del presente procedimento. In proposito, il Professionista pubblicizzava, in violazione del canone di diligenza professionale ex articolo 20, comma 2, del Codice del consumo,

¹⁷ Cfr. il dispositivo della citata pronuncia

come “in offerta” prodotti per cui i prezzi indicati come “promozionali” erano maggiori o uguali a quelli più bassi degli ultimi trenta giorni¹⁸.

28. In particolare, i *claim* che evidenziavano la vantaggiosità dei prezzi indicati - presenti alla citata pagina “promozionale” del Sito Tannico (“TUTTE LE OFFERTE - In un colpo solo, qui trovi tutte le promozioni attive su Tannico. [...] Tutte le migliori etichette scontate sono in questa collezione: se vuoi risparmiare sui tuoi vini online preferiti, ora è il momento” - sottolineature aggiunte) - e la dicitura “PROMOZIONE” con riferimento ai singoli prodotti in offerta risultavano ingannevoli, non riferendosi al “prezzo precedente”, ovvero quello più basso applicato alla generalità dei consumatori nei trenta giorni precedenti all’applicazione della (presunta) riduzione di prezzo.

Inoltre, risultava ingannevole, sia nelle pagine “promozionali” sia in quelle “non promozionali” del Sito Tannico e dell’app Tannico, la contemporanea indicazione per numerosi prodotti in offerta: (i) del prezzo più basso degli ultimi 30 giorni¹⁹ (cd. “prezzo più basso”); (ii) del prezzo di vendita attuale più elevato o uguale a quello più basso degli ultimi 30 giorni ma inferiore a quello di listino, accompagnato dalla dicitura “PROMOZIONE” e (iii) del prezzo di listino più elevato di quello attuale (cd. prezzo “Prima era”). Infatti, l’indicazione di un prezzo di listino più elevato di quello attuale e l’impiego della dicitura “PROMOZIONE” (con riferimento al prezzo attuale) poteva indurre ingannevolmente il consumatore a ritenere che fosse in corso un’offerta particolarmente vantaggiosa (“TUTTE LE OFFERTE [...] Tutte le migliori etichette scontate sono in questa collezione: se vuoi risparmiare sui tuoi vini online preferiti, ora è il momento”), mentre tale circostanza non corrispondeva al vero, essendo il prezzo di vendita di numerosi prodotti uguale o superiore a quello più basso degli ultimi trenta giorni²⁰. Questa circostanza contrastava con quanto stabilito dalla Corte di Giustizia dell’Unione europea,

¹⁸ Ad esempio, “Toscana Rosso IGT Achille 2022 - Tenuta I Colli, Bindi Sergardi” venduto al prezzo di “9,60 € PROMOZIONE - Prima era: 12,00 € - Prezzo più basso: 9,00 €”.

¹⁹ Secondo gli Orientamenti, “[l’] articolo 6 bis [dir. 98/6] si applica alle dichiarazioni promozionali del professionista che annunciano una riduzione del prezzo”. A ciò segue, sempre negli Orientamenti, un’elencazione esemplificativa di alcune modalità tramite cui le riduzioni di prezzo possono essere comunicate ai consumatori, che comprende anche l’indicazione di “un nuovo prezzo (inferiore) assieme al prezzo applicato in precedenza (più elevato). Il prezzo precedente può essere sbarrato. Ad esempio, «ora 50 EUR (in precedenza 100 EUR)» o «50 EUR/100 EUR»”.

²⁰ In proposito, nella comunicazione pervenuta in data 27 giugno 2025, Tannico ha indicato che – a seguito dell’avvio del presente procedimento istruttorio – era in corso “una verifica interna” sulle modalità di gestione delle promozioni e della rappresentazione dei prezzi nella piattaforma e-commerce all’esito della quale sarebbero state apportate modifiche alle proprie comunicazioni commerciali volte alla “Esclusione automatica di prodotti non effettivamente scontati”.

nella citata pronuncia, e con il canone di diligenza professionale cui è tenuto il Professionista.

29. Infine, nonostante i citati profili di scorrettezza ed ambiguità nell'indicazione dei prezzi dei prodotti in offerta, sul Sito Tannico e nell'app Tannico, il Professionista indicava che *“Su Tannico i prezzi sono applicati in piena e totale trasparenza, nel rispetto della normativa europea”*.

30. Le risultanze ispettive e quanto indicato dal Professionista nella risposta alla richiesta di informazioni del 5 agosto 2025 confermano pienamente le contestazioni di cui alla comunicazione di avvio del procedimento.

C) Le risposte alle argomentazioni difensive del Professionista

31. In proposito, oltre a quanto osservato precedentemente, si indica quanto segue:

(i) sulla base di quanto indicato nella citata pronuncia della Corte di Giustizia dell'Unione europea, le comunicazioni commerciali relative ad annunci di *“riduzione di prezzo di un prodotto”* possono indicare sia una percentuale di sconto, sia *“una dicitura pubblicitaria diretta a sottolineare il carattere vantaggioso del prezzo annunciato”* (come i *claim* precedentemente diffusi da Tannico²¹). In entrambi i citati casi, il prezzo scontato/promozionale, indicato nelle comunicazioni commerciali, deve essere determinato sulla base del prezzo più basso degli ultimi trenta giorni prima dell'applicazione della riduzione di prezzo/promozione, di cui all'articolo 6-bis, della direttiva 98/6/CE.

Diversamente, la semplice menzione, nelle citate comunicazioni commerciali, del prezzo più basso degli ultimi 30 giorni *“senza che la riduzione sia effettivamente determinata sulla base di tale prezzo”* può risultare scorretta e ingannevole per i consumatori, pubblicizzando *“annunci di riduzioni di prezzo che non sono reali”*²².

Pertanto, la circostanza che Tannico, nelle comunicazioni commerciali contestate, abbia indicato confusoriamente, tra gli altri elementi economici delle proprie offerte (seppur con minore evidenza rispetto al prezzo “promozionale”), il prezzo più basso degli ultimi trenta giorni non esclude l'idoneità delle comunicazioni commerciali in esame a ingenerare nel

²¹ In particolare, si trattava dei *claim* “PROMOZIONE” e “TUTTE LE OFFERTE - In un colpo solo, qui trovi tutte le promozioni attive su Tannico. [...] Tutte le migliori etichette scontate sono in questa collezione: se vuoi risparmiare sui tuoi vini online preferiti, ora è il momento”.

²² Cfr. il punto 26 della citata pronuncia.

consumatore la falsa convinzione dell'esistenza di uno specifico vantaggio quanto al prezzo;

(ii) premesso che, come noto, le sentenze pregiudiziali della Corte di Giustizia dell'Unione europea hanno valore puramente dichiarativo e che, in esse, la Corte si limita a chiarire e a precisare il significato e la portata di una norma di diritto UE, quale deve o avrebbe dovuto essere intesa e applicata dal momento della sua entrata in vigore²³, per mero scrupolo si osserva comunque che la pronuncia in esame della Corte di Giustizia dell'Unione europea è del 26 settembre 2024. Come indicato, tuttavia, Tannico ha posto in essere la pratica commerciale oggetto del presente procedimento quantomeno dal 22 novembre 2024. Pertanto, a tutto voler concedere, il Professionista, nel citato periodo di tempo di quasi due mesi, avrebbe ben potuto - conformemente alla diligenza professionale ragionevolmente esigibile da un importante operatore del settore quale esso è - eliminare prontamente i profili di ingannevolezza sottesi alle proprie comunicazioni commerciali (diffuse *on line* e tramite *app* e, dunque, facilmente modificabili), anche in considerazione dei principi espressi dalla Corte;

(iii) infine, riguardo alla buona fede del Professionista e all'assenza di una consapevole finalità di ingannare i consumatori, si ricorda che - per giurisprudenza amministrativa costante - ai fini dell'accertamento dell'illecito consumeristico i predetti elementi non rilevano²⁴, come anche non rileva la presenza di segnalazioni di consumatori²⁵.

32. In conclusione, nel caso in esame, la diffusione, da parte del Professionista, di comunicazioni commerciali che presentavano confusoriamente – con riferimento all'indicazione dei prezzi – i propri prodotti come “in promozione” risulta contraria alla diligenza professionale ragionevolmente esigibile da Tannico e idonea a falsare in misura apprezzabile la libertà di scelta dei

²³ Cfr., *ex multis*, sentenza del 10 marzo 2022, *Grossmania* (C-177/20), punto 41.

²⁴ Cfr. Consiglio di Stato, sez. VI, sentenza 10 dicembre 2020, n. 7852: “[...] non è necessario, per garantire l'applicazione della direttiva n. 2005/29 sulle pratiche commerciali sleali delle imprese nei confronti dei consumatori, verificare la contrarietà alle regole di diligenza professionale [e] la presenza dell'intenzionalità”; si veda anche Tar Lazio, sez. I, 18 agosto 2023, n. 13368, (confermata da Consiglio di Stato n. 8520/2024) “[...] deve osservarsi come al fine di configurare l'illecito de quo non sia necessaria una strategia d'impresa volta ad ingannare i consumatori, trattandosi di fattispecie per le quali è sufficiente la colpevolezza del professionista. Quest'ultima va intesa come assenza della diligenza tipica che ci si può attendere da un'impresa analoga”.

²⁵ Cfr. Tar Lazio, sez. I, 9 aprile 2019, n. 4621: “[Non] rileva, al fine di escludere la ricorrenza della sanzionata violazione del codice del consumo, [...] l'assenza di denunce o di esposti, atteso che quelli consumeristici sono illeciti di mero pericolo e non di danno, con la conseguenza che l'effettiva incidenza della pratica commerciale scorretta sulle scelte dei consumatori non costituisce un elemento idoneo a elidere o ridurre i profili di scorrettezza accertati”.

consumatori, inducendoli ad assumere decisioni di natura commerciale che non avrebbero altrimenti preso.

La condotta oggetto del presente procedimento costituisce, pertanto, una pratica commerciale scorretta ed ingannevole, in violazione degli articoli 20, 21, comma 1, lettera d), e 22, Codice del consumo.

VIII. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

33. Ai sensi dell'articolo 27, comma 9, del Codice del consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 10.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

34. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'articolo 11 legge n. 689/1981, in virtù del richiamo previsto all'articolo 27, comma 13, del Codice del consumo: in particolare, della gravità della violazione, dell'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare l'infrazione, della personalità dell'agente, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

35. Ai fini della gravità, rileva la scorretta presentazione dei prezzi nelle "promozioni" *on line* di bevande alcoliche diffuse dal Professionista, essendo i prezzi tra i principali elementi di scelta del consumatore. Tuttavia, deve considerarsi che Tannico risulta aver effettivamente applicato i "*prezzi pieni*" o di "*listino*" indicati nelle vendite ordinariamente effettuate al di fuori dei periodi promozionali.

36. Riguardo alle condizioni economiche di Tannico, sulla base del bilancio 2024, il Professionista ha ottenuto ricavi per circa 26,9 milioni di euro, [omissis] e una perdita pari a circa 32,1 milioni di euro.

37. Per quanto riguarda la durata della violazione posta in essere da Tannico, dagli elementi disponibili in atti, risulta che la suddetta pratica è stata posta in essere quantomeno dal 22 novembre 2024²⁶ e fino al 15 luglio 2025, a seguito delle modifiche poste in essere dal Professionista al Sito e all'*app* Tannico²⁷.

38. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria nei confronti della società Tannico & Wineplatform S.r.l. in 300.000 euro.

²⁶ Cfr. le acquisizioni effettuate in data 22 novembre 2024 e in data 24 dicembre 2024 sul Sito Tannico sopra citate.

²⁷ Cfr. le acquisizioni effettuate agli atti del procedimento in data 16 luglio 2025 e in data 4 settembre 2025.

In considerazione delle condizioni economiche del Professionista, con particolare riferimento alle perdite di bilancio, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria nei confronti della società Tannico & Wineplatform S.r.l. in 150.000 euro (centocinquantamila euro).

RITENUTO, pertanto, tenuto conto del parere dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale posta in essere dalla società Tannico & Wineplatform S.r.l. risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, 21 comma 1, lettera d), e 22, del Codice del consumo, in quanto idonea a indurre il consumatore medio - tramite la diffusione di comunicazioni commerciali ingannevoli ed omissive sui prezzi e sugli annunci di riduzione di prezzo dei prodotti commercializzati *on line* dal Professionista - ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II, del presente provvedimento, posta in essere dalla società Tannico & Wineplatform S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, 21 comma 1, lettera d), e 22, del Codice del consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare alla società Tannico & Wineplatform S.r.l. una sanzione amministrativa pecuniaria di 150.000 € (centocinquantamila euro).

La sanzione amministrativa irrogata deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando i codici tributo indicati nell'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto legislativo n. 241/1997.

Il pagamento deve essere effettuato 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.

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. 689/1981, 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 della documentazione attestante il versamento effettuato.

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

Ai sensi dell'articolo 27, comma 12, del Codice del consumo, in caso di inottemperanza al provvedimento, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 10.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

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 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