



Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 7 luglio 2026;

SENTITO il Relatore, Saverio Valentino;

VISTO il Capo III del Decreto-Legge 11 marzo 2020, n. 16, recante *“Disposizioni urgenti per l'organizzazione e lo svolgimento dei Giochi olimpici e paralimpici invernali Milano Cortina 2026 e delle finali ATP Torino 2021-2025, nonché in materia di divieto di attività parassitarie”*, convertito con modificazioni dalla legge 8 maggio 2020, n. 31 (di seguito, “Decreto Legge” o “D.L. n. 16/2020”);

VISTO il Decreto legislativo 2 agosto 2007, n. 145, recante *“Attuazione dell'articolo 14 della direttiva 2005/29/CE che modifica la direttiva 84/850/CEE sulla pubblicità ingannevole”* (di seguito, “Decreto Legislativo”);

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 27 gennaio 2026, con la quale sono stati avviati, nei confronti della società Harmont & Blaine S.p.A., il procedimento PV23, volto a verificare la possibile violazione del divieto di “attività parassitarie”, di cui all'articolo 10, commi 1 e 2, lettera a), del D.L. n. 16/2020, con riferimento ad alcuni post diffusi sui principali *social network*, e il contestuale sub-procedimento cautelare *audita altera parte*, per l'eventuale sospensione provvisoria, ai sensi dell'articolo 8, comma 3, del Decreto Legislativo;

VISTO il proprio provvedimento del 27 gennaio 2026, con il quale è stato disposto l'accertamento ispettivo, ai sensi dell'articolo 8, comma 2 e 3, del Decreto Legislativo, presso la sede della società Harmont & Blaine S.p.A.;

VISTA la comunicazione del 5 febbraio 2026, con la quale è stata disposta l'integrazione oggettiva del procedimento PV23, per verificare l'esistenza di una possibile violazione del divieto di "attività parassitarie" di cui all'articolo 10, commi 1 e 2, lettere a) e c), del D.L. n. 16/2020, in riferimento all'attività di sponsorizzazione/brandizzazione dello Chalet Tofane, ed è stato avviato il contestuale sub-procedimento cautelare, per l'eventuale sospensione provvisoria, ai sensi dell'articolo 8, comma 3, del Decreto Legislativo;

VISTO il proprio provvedimento del 10 febbraio 2026, con il quale l'Autorità, valutate le memorie difensive pervenute dalla società Harmont & Blaine S.p.A. il 3 e 10 febbraio 2026¹, ha deliberato, in merito a entrambi i sub-procedimenti cautelari, di non adottare misure cautelari, in considerazione del venir meno del requisito della particolare urgenza;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. La società Harmont & Blaine S.p.A. (C.F. 01392681217; di seguito, anche "Professionista", "Società" o "H&B"), in qualità di professionista ai sensi dell'articolo 2, lettera c), del Decreto Legislativo è attiva nella vendita al dettaglio di capi di abbigliamento dell'omonimo marchio, sia attraverso negozi fisici che *online* attraverso il sito *internet* <https://www.harmontblaine.com/home/>. La Società ha realizzato, nel 2024², un fatturato pari a 94.162.249 euro.

II. LA CONDOTTA OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

2. Il procedimento concerne la condotta posta in essere da H&B in possibile violazione del divieto di attività parassitarie di cui all'articolo 10, commi 1 e 2, lettere a) e c), del Decreto Legge n. 16/2020.

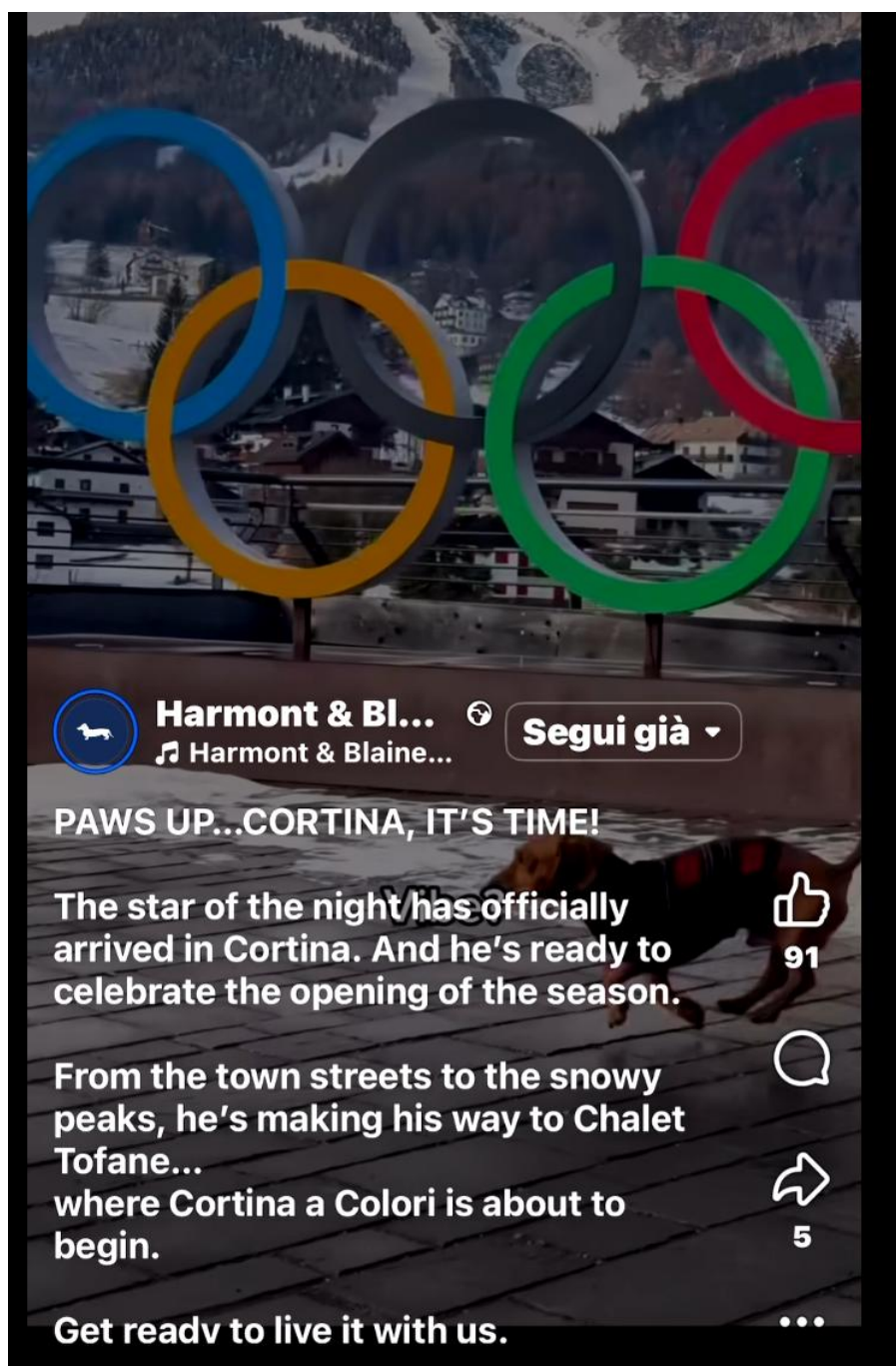
3. Più nel dettaglio, il Professionista, in occasione dello svolgimento dei Giochi Olimpici Invernali Milano-Cortina 2026, ha diffuso alcuni *post* attraverso i principali *social network* nei quali - anche sfruttando le immagini di un

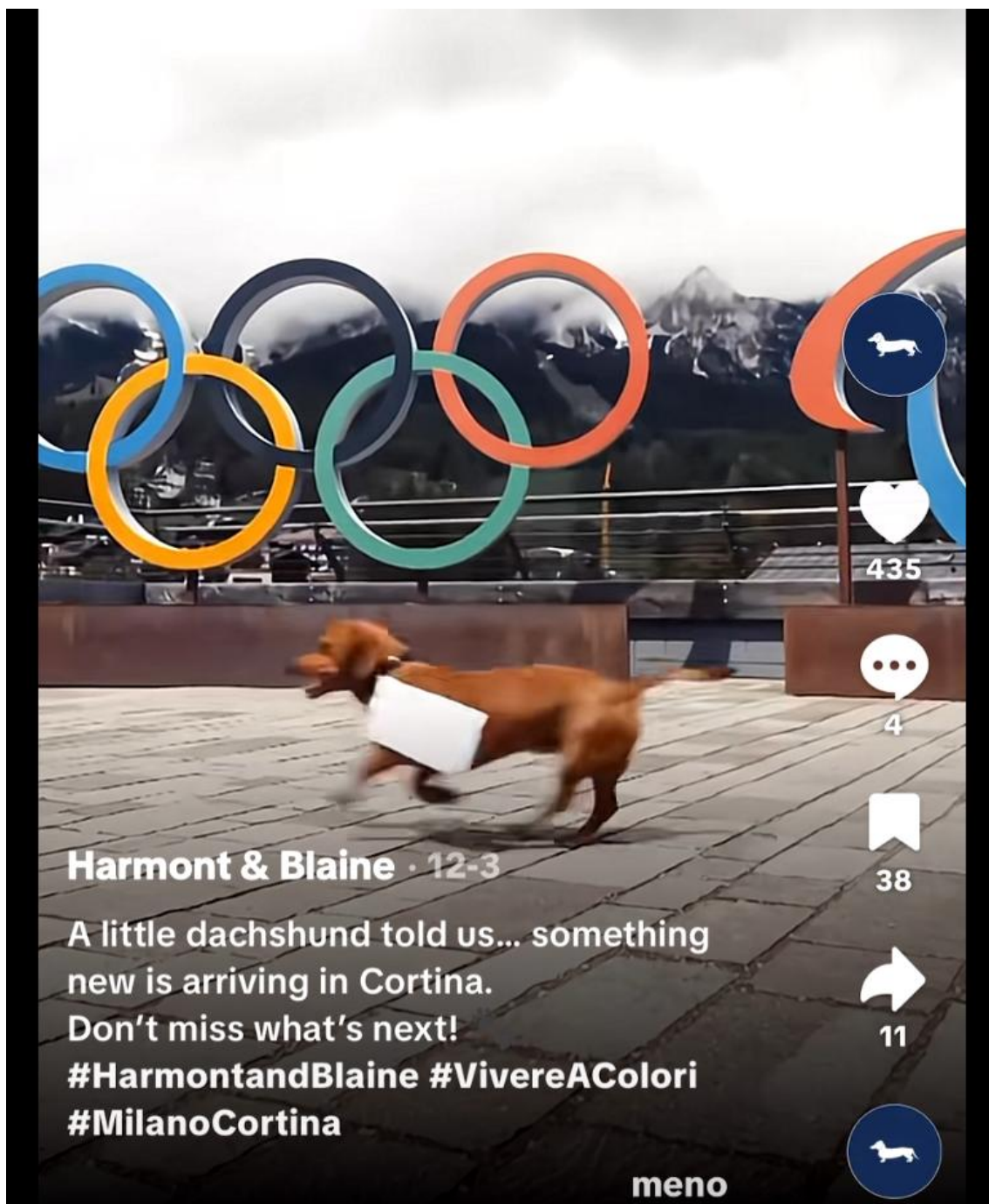
¹ Cfr. docc. nn. 11 e 18 del fascicolo istruttorio.

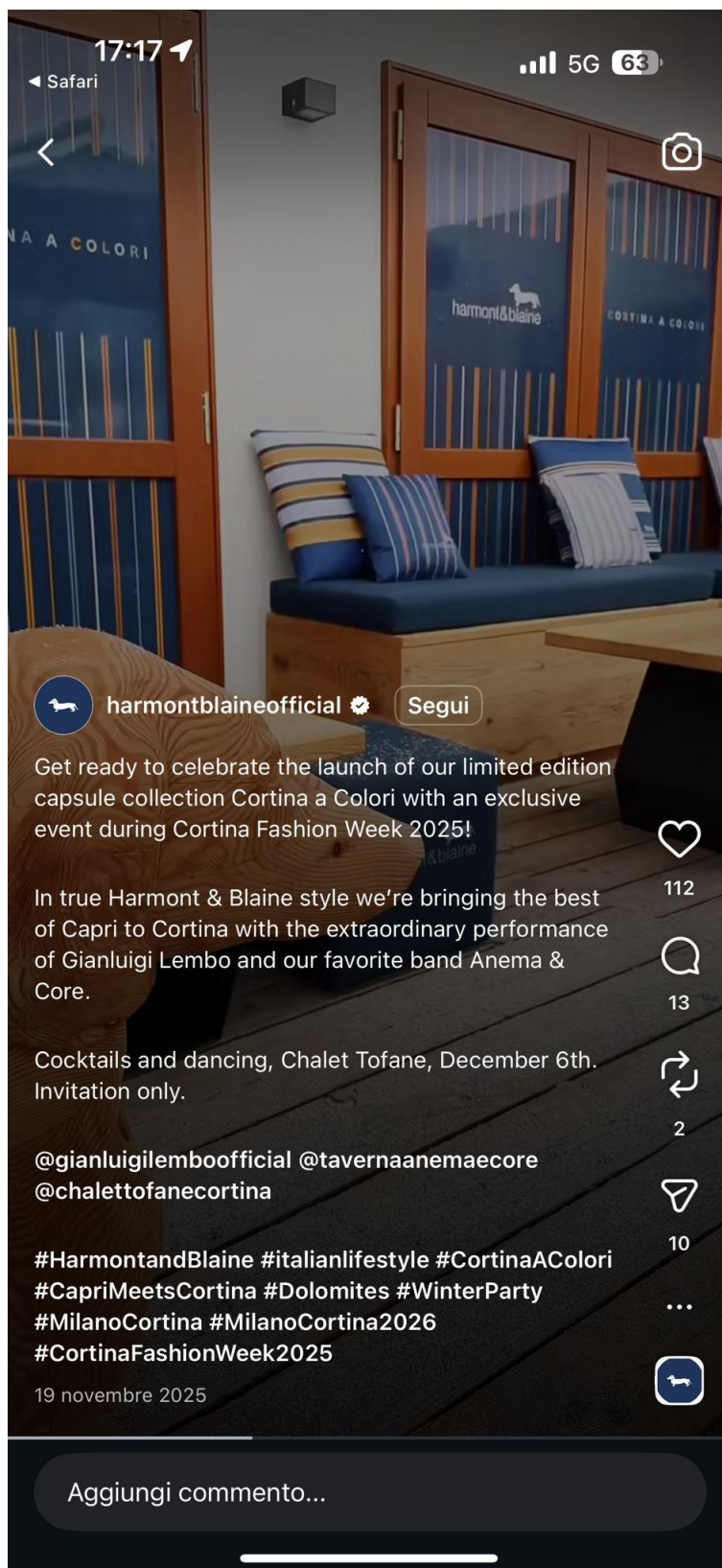
² Fonte Telemaco, ultimo bilancio depositato.

“bassotto” quale elemento caratterizzante del marchio “Harmont & Blaine” – è stato frequentemente ripreso il simbolo olimpico (costituito dai cinque cerchi colorati) e/o utilizzata la denominazione ufficiale dei Giochi olimpici Milano – Cortina 2026, attraverso l’hashtag #MilanoCortina e #MilanoCortina2026 sebbene non fosse compreso tra gli *sponsor* ufficiali dell’Olimpiade (cfr. figure n. 1).

Figure n. 1







4. Inoltre, Harmont & Blaine, attraverso la diffusione di *post* e comunicati stampa, ha promosso la linea di prodotti di abbigliamento dedicata alle Olimpiadi denominata “Cortina a colori” (cfr. figura n. 2) e ha realizzato

un'attività di brandizzazione dello Chalet Tofane, posto in prossimità delle piste destinate allo svolgimento delle gare olimpiche (cfr. figura n. 3).

Figura n. 2

H&B News

HARMONT & BLAINE TAKES OVER CORTINA!



Harmont & Blaine annuncia con entusiasmo una nuova partnership con Chalet Tofane, situato nel cuore delle Dolomiti, vicino a Cortina d'Ampezzo. Questa collaborazione triennale segna l'ingresso del brand nel mondo della montagna, portando la filosofia "Vivere a Colori" tra le vette delle Dolomiti, in vista delle Olimpiadi Invernali del 2026. A partire dal 1° dicembre, Chalet Tofane si trasforma nella "base alpina" di Harmont & Blaine, con arredi personalizzati e sculture in legno del bassotto, realizzate dagli artigiani locali. Inoltre, il personale indosserà capi e accessori del brand, unendo comfort e stile alpino. La collaborazione debutta durante la 14ª edizione di Cortina Fashion Weekend (6-8 dicembre), con una teca espositiva e un servizio di hospitality esclusivo per media e influencer. Nei prossimi mesi, sarà lanciata una capsule collection esclusiva ispirata alla montagna, con un'iconica tote-bag con lo slogan "CORTINA A COLORI". Scopri questa straordinaria collaborazione e vivi la magia delle Dolomiti con Harmont & Blaine!

Figure n. 3



III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

5. Sulla base delle informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Decreto Legge n. 16/2020 e della dettagliata segnalazione del Nucleo Antitrust della Guardia di Finanza pervenuta in data 14 gennaio 2026³ all'esito di un'attività di monitoraggio, è stato avviato, in data 27 gennaio 2026⁴, un procedimento istruttorio, con sub-procedimento cautelare *audita altera parte*, nei confronti di H&B. L'istruttoria è stata volta a verificare l'esistenza di una possibile violazione del divieto di "attività parassitarie" di cui all'articolo 10, commi 1 e 2, lettera a), del D.L. n. 16/2020, in riferimento ad alcuni *post* diffusi sui principali *social network*, nonché a una linea dedicata di prodotti di abbigliamento denominata "*Cortina a colori*".

6. In data 29 gennaio 2026⁵, è stato svolto un accertamento ispettivo presso la sede legale della Società.

7. In data 3 febbraio 2026⁶, nel termine di cinque giorni assegnato nella comunicazione di avvio del procedimento, la Società ha comunicato di aver provveduto alla rimozione delle pubblicazioni censurate e ha trasmesso elementi utili alla valutazione dei presupposti per l'eventuale sospensione provvisoria del messaggio pubblicitario, ai sensi dell'articolo 9, comma 2, del Regolamento.

8. In data 3 febbraio 2026⁷, la Società ha presentato istanza di accesso agli atti, la quale è stata accolta in data 6 febbraio 2026⁸.

9. In data 5 febbraio 2026⁹, H&B, a integrazione di quanto già comunicato il 3 febbraio 2026, ha reso noto di aver proseguito il monitoraggio su profili e pagine *web* al fine di richiedere la rimozione delle pubblicazioni oggetto di avvio dell'istruttoria.

10. In data 5 febbraio 2026¹⁰ e sulla base di un'ulteriore e dettagliata segnalazione del Nucleo Antitrust della Guardia di Finanza pervenuta in data 4 febbraio 2026¹¹, è stata disposta l'integrazione oggettiva del procedimento PV23, con contestuale avvio sub-procedimento cautelare *audita altera parte*,

³ Cfr. doc. n. 2 del fascicolo istruttorio.

⁴ Cfr. prot. n. 7084/2026, doc. n. 5 del fascicolo istruttorio.

⁵ Cfr. doc. nn. 8 e 9 del fascicolo istruttorio.

⁶ Cfr. docc. nn. 11 e 12 del fascicolo istruttorio.

⁷ Cfr. docc. nn. 11 e 12 del fascicolo istruttorio.

⁸ Cfr. doc. n. 17 del fascicolo istruttorio.

⁹ Cfr. doc. n. 15 del fascicolo istruttorio.

¹⁰ Cfr. doc. n. 16 del fascicolo istruttorio.

¹¹ Cfr. docc. nn. 13 e 14 del fascicolo istruttorio.

volto a verificare l'esistenza di una possibile violazione del divieto di "attività parassitarie" di cui all'articolo 10, commi 1 e 2, lettere a) e c), del D.L. n. 16/2020, in riferimento all'attività di sponsorizzazione/brandizzazione dello Chalet Tofane.

11. In data 10 febbraio 2026¹², nel termine di cinque giorni assegnato nella comunicazione di integrazione oggettiva del procedimento, la Società ha comunicato che tutte le sponsorizzazioni riconducibili alla Società e al suo marchio, visibili all'esterno dello "Chalet Tofane", sono state integralmente rimosse o coperte.

12. In data 10 febbraio 2026¹³, sulla base di quanto comunicato dal Professionista con memorie del 3 e 10 febbraio 2026¹⁴, l'Autorità ha deliberato la non adozione delle misure cautelari in considerazione del venir meno del presupposto della particolare urgenza.

13. In data 10 febbraio 2026¹⁵, la Società ha presentato istanza di accesso agli atti che è stata accolta il successivo 19 febbraio 2026¹⁶.

14. In data 25 febbraio 2026¹⁷, H&B ha depositato una memoria di merito.

15. In data 2 marzo 2026¹⁸, la Società ha riscontrato la richiesta di informazioni e documentazione contenuta nella comunicazione di avvio del procedimento.

16. In data 13 marzo 2026¹⁹, il Professionista ha presentato una proposta di impegni il cui rigetto gli è stato comunicato il successivo 16 aprile 2026²⁰.

17. In data 7 maggio 2026²¹, è stata comunicata alla Società la conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'articolo 17, comma 1, del Regolamento, attraverso la comunicazione di contestazione degli addebiti.

18. In data 8 maggio 2026²², H&B ha presentato istanza di accesso agli atti che è stata accolta in pari data²³.

19. In data 27 maggio 2026²⁴, il Professionista ha depositato le controdeduzioni scritte alla comunicazione di contestazione degli addebiti, rivolte al Collegio.

¹² Cfr. doc. n. 18 del fascicolo istruttorio.

¹³ Cfr. doc. n. 19 del fascicolo istruttorio

¹⁴ Cfr. nn. 9720/2026 e 12143/2026, docc. nn. 11 e 18 del fascicolo istruttorio.

¹⁵ Cfr. doc. n. 18 del fascicolo istruttorio.

¹⁶ Cfr. doc. n. 20 del fascicolo istruttorio.

¹⁷ Cfr. doc. n. 22 del fascicolo istruttorio.

¹⁸ Cfr. docc. nn. 23 e 24 del fascicolo istruttorio.

¹⁹ Cfr. doc. n. 26 del fascicolo istruttorio.

²⁰ Cfr. doc. n. 27 del fascicolo istruttorio

²¹ Cfr. doc. n. 28 del fascicolo istruttorio.

²² Cfr. doc. n. 29 del fascicolo istruttorio.

²³ Cfr. doc. n. 30 del fascicolo istruttorio.

²⁴ Cfr. doc. n. 31 del fascicolo istruttorio.

20. In data 27 maggio 2026²⁵, è stato richiesto, ai sensi dell'articolo 17, comma 2, del Regolamento, il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (di seguito anche AGCOM) che è pervenuto il 22 giugno 2026²⁶.

2) Le evidenze acquisite

21. In data 29 gennaio 2026, è stata svolta un'ispezione presso la sede legale di H&B nel corso della quale sono stati acquisiti elementi (dichiarazioni e documentazione) che confermano la violazione del divieto di c.d. “attività parassitarie” oggetto della comunicazione di avvio del procedimento e nella successiva estensione oggettiva.

22. Sul punto, come riportato nel verbale ispettivo, il Direttore generale della Società ha dichiarato che H&B “*non è tra gli sponsor ufficiali dell'evento Milano Cortina 2026 e che nella propria strategia aziendale ha deciso di realizzare una linea di abbigliamento (capsule «Cortina a colori») al fine di promuovere il marchio [omissis]*. A tal fine, è stato sottoscritto un contratto di sponsorizzazione con lo Chalet Tofane sito in Cortina.*”²⁷.

23. Più in generale, dall'analisi di tali documenti emerge che la scelta sia ricaduta, in generale, su Cortina, quale città ospitante i Giochi Olimpici 2026 e, in particolare, sullo Chalet Tofane proprio per la sua posizione strategica, in quanto in prossimità delle piste olimpiche. Analogamente, dai documenti ispettivi emerge che la realizzazione della linea di abbigliamento “Cortina a colori” – dedicata al c.d. “lifestyle” invernale – è frutto di una precisa strategia commerciale finalizzata a collegare tali prodotti, e il marchio H&B, alle Olimpiadi invernali di Milano-Cortina 2026.

24. Sul punto, in un'e-mail del Direttore generale della Società si legge che: “*la mia posizione sull'evento Cortina è di procedere con la proposta della Direzione Marketing, sul presupposto che l'Azienda ha da tempo strategicamente deciso di investire su Cortina e sulle Olimpiadi e quindi che l'opportunità di questo evento è unica e irripetibile.*”²⁸. Nella stessa e-mail, il Direttore generale di H&B condivide gli obiettivi della *partnership* con Chalet Tofane tra i quali sono compresi quelli di “*rafforzamento [omissis] in vista delle Olimpiadi Milano-Cortina 2026, [omissis]*”.

²⁵ Cfr. doc. n. 32 del fascicolo istruttorio.

²⁶ Cfr. doc. n. 34 del fascicolo istruttorio.

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

²⁷ Cfr. verbale ispettivo del 29 gennaio 2026.

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

25. Analogamente, in un'e-mail avente a oggetto "*Business Review 17 luglio*"²⁹, è stato, tra l'altro, trasmesso ai componenti del Consiglio di Amministrazione (di seguito, "CdA") di H&B, un file denominato "*Pop up – La Cooperativa di Cortina*" in cui la portata strategica dell'iniziativa è spiegata proprio in considerazione della visibilità che l'abbinamento con l'evento olimpico conferisce al brand. In particolare, è stato individuato il "periodo di lancio strategico: *Il progetto sarà attivo durante le Olimpiadi Invernali 2026, evento globale che porterà un notevole incremento di visibilità e traffico nella zona*" nonché l' "Evento catalizzatore: *Le Olimpiadi richiameranno centinaia di migliaia di visitatori, media internazionali, VIP, sponsor e pubblico da tutto il mondo*" (cfr. figura n. 4).

Figura n. 4 – Descrizione location

[omissis]

26. Inoltre, in un'e-mail scambiata tra tutti i membri del CdA e il Direttore generale della Società si legge, a proposito dell'aumento di alcuni costi connessi alla sponsorizzazione dello Chalet Tofane: "*sicuramente si sono resi conto dell'enorme potenziale che noi per primi avevamo individuato soprattutto in vista delle Olimpiadi (la pista antistante sarà una delle piste di discesa durante le gare nel 2026.)*"³⁰.

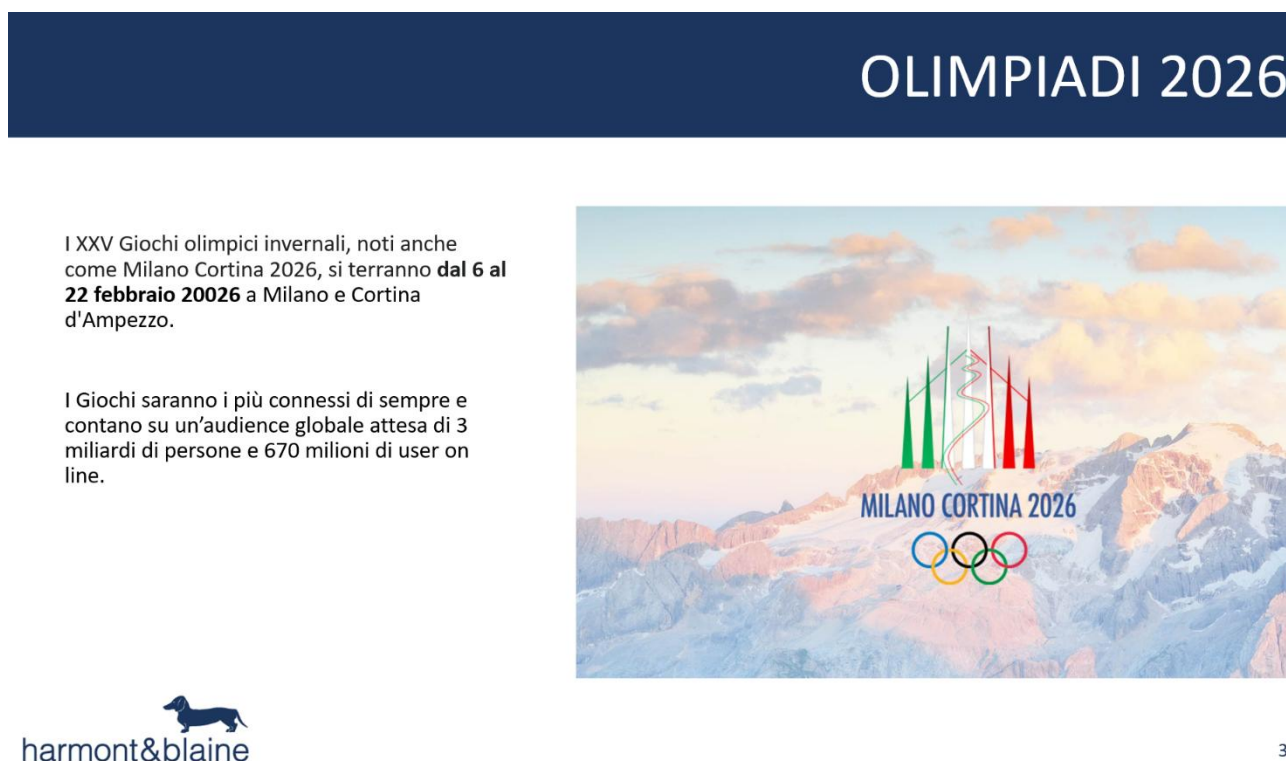
27. L'iniziativa della sponsorizzazione dello Chalet Tofane era stata oggetto di una presentazione *power point*³¹ al CdA della Società già in data 2 ottobre 2024 nella quale era stata sottolineata proprio la circostanza che Cortina sarebbe stata una delle città ospitanti le Olimpiadi 2026 (cfr. figura n. 5).

²⁹ Cfr. doc. n. 15 del fascicolo ispettivo.

³⁰ Cfr. doc. n. 17 del fascicolo ispettivo.

³¹ Cfr. doc. n. 20 del fascicolo ispettivo.

Figura n. 5



28. Inoltre, nel verbale³² della stessa riunione del CdA, nel corso della quale era stato approvato il “Progetto Take Over Cortina d’Ampezzo”, l’Amministratore Delegato della Società ha rappresentato che: “Cortina d’Ampezzo unitamente a Milano ospiterà i XXV Giochi Olimpici invernali che si terranno dal 6 al 22 febbraio 2026, rivelandosi pertanto una location strategica” e che “sono in corso valutazioni legate alla creazione di una capsule collection dedicata appositamente al Progetto Cortina ma solamente una volta sottoscritto il Partnership Agreement Tofane”. Sul punto, un componente del CdA di H&B ha affermato: “si auspica che, vista l’importanza e l’opportunità fornita dal progetto in parola, vengano dedicate tutte le funzioni aziendali necessarie ivi compreso il coinvolgimento del top management.”.

29. Mentre, in un’e-mail del 3 settembre 2024 - con la quale era stato convocato un meeting per organizzare le varie attività di sponsorizzazione a Cortina - veniva rappresentato che “Abbiamo concluso un accordo con uno Chalet molto bello a Cortina d’Ampezzo a partire da questo dicembre 2024 [omissis], dunque il nostro presidio sarà assicurato durante l’importante momento delle Olimpiadi Milano-Cortina 2026. E’ una bellissima occasione sia di visibilità, ma anche di affermazione del nostro Brand in un contesto che finora non era mai stato

³² Cfr. doc. n. 39 del fascicolo ispettivo.

*esplorato, quello della montagna. Data la centralità del progetto e lo sforzo di investimento, è necessario che tutti i Dipartimenti interessati siano coinvolti, sarà fondamentale un grande lavoro di squadra per portare a casa un successo e in tempi stringenti”*³³.

30. In un report trasmesso ai componenti del CdA della Società in riferimento a una trasferta di luglio 2024, il dipendente incaricato ha sottolineato che *“onestamente e per le cifre che abbiamo orecchiato durante la trasferta dai referenti in loco per proposte simili di altri brand, ci sembra un’ottima opportunità a maggior ragione poiché ci assicuriamo la presenza durante le Olimpiadi 2026”*.

31. In un’e-mail, trasmessa da un responsabile marketing di H&B si legge, con riferimento alla linea di abbigliamento *“capsule Cortina a Colori”* –che: *“la capsule sarà lanciata per celebrare le olimpiadi di Milano-Cortina”*³⁴ (cfr. figura n. 6).

Figura n. 6

CAPSULE CORTINA A COLORI

Dal 6 al 22 Febbraio 2026 si terranno le Olimpiadi Invernali di Milano-Cortina.

Harmont & Blaine vuole celebrare questo momento con una capsule esclusiva che sarà disponibile solo in **punti vendita selezionati**:

1. Ecom (A)
2. Milano Matteotti (B)
3. Madrid Serrano (B)
4. Cooperativa (B) (TBC – in alternativa possibile rotazione su Forte dei Marmi)
5. Napoli Piazza dei Martiri (C) – con rotazione su Capri

La Capsule è progettata con capi di altissima qualità **100% made in Italy**. I materiali principali utilizzati sono il **cashmere**, il **velluto** e la **pelle**. Con questo drop esclusivo h&b vuole comunicare ed elevare il percepito dei propri flagship.

Delivery: 6 Novembre 2025


harmont&blaine

*A/B/C: Cluster assortimento

32. In un’altra e-mail, nella quale venivano rappresentati alcuni *bullet point* strategici per sostenere l’organizzazione di un evento a Cortina presso Chalet Tofane, il Direttore Marketing e Comunicazione pone l’accento sulla *“Proiezione verso le Olimpiadi Milano-Cortina 2026”* evidenziando che *“• Cortina sarà uno degli epicentri olimpici, e costruire una presenza forte fin da*

³³ Cfr. doc. n. 21 del fascicolo ispettivo.

³⁴ Cfr. doc. n. 47 del fascicolo ispettivo.

ora significa consolidare il brand come attore protagonista dell'atmosfera pre-olimpica; • L'evento può diventare il primo tassello di un percorso di avvicinamento alle Olimpiadi; [...] • Dimostra visione strategica e leadership nel presidiare in anticipo un territorio ad altissimo potenziale di visibilità internazionale.”³⁵.

33. In un'altra comunicazione del 17 ottobre 2025³⁶, il Direttore Marketing e Comunicazione di H&B ha trasmesso una bozza di newsletter per valorizzare il marchio in occasioni delle Olimpiadi. In particolare, nell'e-mail il Direttore ha evidenziato che: “cominciano ad arrivare parecchie newsletter sulle olimpiadi” e “appena abbiamo la nostra capsule pronta farei anche io una NL (newsletter) che parla delle olimpiadi”, proponendo il seguente testo “HB si prepara alle Olimpiadi. Posto in prima fila presso Chalet Tofane e con il corner in Cooperativa, HB aspetta le olimpiadi.”.

34. In sede ispettiva sono stati, altresì, acquisiti alcuni comunicati stampa - predisposti dal Professionista - nei quali, tra l'altro, si legge “Dopo l'estate al mare, il bassotto iconico esplora le cime innevate delle Dolomiti mentre il brand consolida la propria presenza in un contesto d'eccellenza che si prepara all'attesissimo avvio dei Giochi Olimpici Invernali del 2026” oltre che “La scelta di Cortina d'Ampezzo, tra le mete resort più ambite dagli appassionati di sport e natura, non solo in inverno, è perfettamente in linea con la strategia di experiential marketing del brand. La località, inoltre si appresta a vivere un momento di visibilità globale con l'arrivo delle Olimpiadi Invernali del 2026, evento che richiamerà migliaia di visitatori, media, VIP e sponsor da tutto il mondo.”³⁷.

35. Inoltre, è stato acquisito il comunicato stampa dedicato al lancio della “Capsule Cortina a Colori” nel quale veniva riportato che “Il cocktail del 6 dicembre è un omaggio alla kermesse cortinese e ha un triplice obiettivo: riconfermare la partnership triennale con Chalet Tofane, presentare ufficialmente la nuova capsule collection «Cortina a Colori» e celebrare l'attesissimo avvio dei Giochi Olimpici Invernali del 2026”³⁸.

36. Inoltre, è stata acquisita una comunicazione con le Question and Answer relative a una intervista con Milano Finanza dalla quale emerge che, alla domanda “Cosa organizzerete di speciale in occasione delle Olimpiadi?”, H&B ha risposto: “In occasione delle Olimpiadi di Milano Cortina, stiamo lavorando

³⁵ Cfr. doc. n. 48 del fascicolo ispettivo.

³⁶ Cfr. doc. n. 49 del fascicolo ispettivo.

³⁷ Cfr. doc. n. 62 del fascicolo ispettivo.

³⁸ Cfr. doc. n. 63 del fascicolo ispettivo.

a un progetto in itinere che prevederà una serie di experience dedicate, pensate per essere condivise con la nostra community attraverso i nostri canali social. In collaborazione con gli organizzatori ufficiali dei Giochi, stiamo definendo un pacchetto di iniziative pienamente in linea con i valori e l'identità del brand: il nostro obiettivo è offrire ai clienti l'opportunità di vivere da vicino le emozioni uniche di un evento sportivo di portata globale. Per Harmont & Blaine, lo sport rappresenta da sempre un terreno di valori condivisi – impegno, energia positiva, spirito di squadra, fair play – elementi che ritroviamo sia nel nostro approccio creativo sia nel modo in cui costruiamo le nostre collaborazioni. Le attivazioni dedicate alle Olimpiadi si inseriscono pienamente in questo percorso, dando continuità a una visione che avvicina il brand a realtà dove lo stile incontra la performance e dove l'esperienza diventa un modo autentico per creare connessione con il pubblico.”³⁹.

37. Nel corso dell'attività ispettiva è stato, inoltre, acquisito un documento denominato “Company Profile” – quale documento di presentazione della società, con il suo brand e i valori di riferimento – nel quale viene elencato tra i progetti di partnership quello con “Chalet Tofane” quale progetto “che guarda alle montagne e ai grandi eventi internazionali, in vista dei Giochi Olimpici di Cortina 2026”⁴⁰ (cfr. figura n. 7).

Figura n. 7



Progetti di Partnership

harmont&blaine

La Partnership con Chalet Tofane

Harmont & Blaine amplia la propria visione lifestyle con una partnership triennale che guarda alle montagne e ai grandi eventi internazionali, in vista dei Giochi Olimpici di Cortina 2026.

Il progetto prevede la personalizzazione degli ambienti dello Chalet Tofane, destinazione iconica delle Dolomiti, amata tanto dagli appassionati degli sport invernali quanto da chi esplora la natura e i paesaggi unici della regione tutto l'anno.

La filosofia “Vivere a Colori” si integra con l'atmosfera calda e accogliente dello Chalet. Dalle insegne esterne alle decorazioni delle vetrine, dalle sculture in legno del bassotto — realizzate da artigiani locali — fino alle grafiche nelle aree di accoglienza e ai totem a forma di sci.

Anche le divise dello staff sono disegnate ad hoc, con capi e accessori tratti dalle collezioni stagionali di Harmont & Blaine, portando l'identità del brand in ogni dettaglio dell'esperienza.

³⁹ Cfr. doc. n. 66 del fascicolo ispettivo.

⁴⁰ Cfr. doc. n. 69 del fascicolo ispettivo.

38. Quanto allo “ChaleTofane”, lo stesso Professionista ha trasmesso la comunicazione ricevuta in data 6 febbraio 2026, da parte di ISTA S.p.A. (di seguito, “ISTA”), proprietaria dello “Chalet Tofane”, con la quale sono stati annunciati i seguenti interventi: (i) copertura delle insegne H&B sui poggiali esterni; (ii) copertura degli ombrelloni e dei divani brandizzati; (iii) rimozione dei cuscini recanti il marchio H&B; (iv) copertura delle vetrofanie e delle placche esterne con loghi H&B. Nella stessa comunicazione è precisato anche che: *“La Terrazza Corona potrà invece rimanere visibile, in quanto sponsor olimpico”* (cfr. figura n. 8).

Figura n. 8

Per quanto riguarda la gestione delle sponsorizzazioni, nei giorni scorsi è pervenuta un’indicazione (verosimilmente dal Comune di Cortina) secondo cui, nel periodo 26/01–15/03, dovranno essere rimosse o coperte tutte le sponsorizzazioni visibili all’esterno dello Chalet, mentre le sponsorizzazioni interne potranno rimanere.

Sono ancora in fase di definizione le modalità operative di copertura delle nostre insegne. In linea generale è previsto che:

- le insegne sui poggiali vengano coperte con striscioni olimpici
- gli ombrelloni vengano coperti
- i cuscini vengano portati all’interno e i divani coperti
- i loghi applicati sui vetri (vetrofanie) vengano coperti
- vengano coperte anche le placche degli altri sponsor esterni (Lavazza, Valdo, Grey Goose)

La Terrazza Corona potrà invece rimanere visibile, in quanto sponsor olimpico.

IV. LE ARGOMENTAZIONI DIFENSIVE DEL PROFESSIONISTA

39. H&B, in data 25 febbraio 2026⁴¹, ha depositato una prima memoria difensiva rappresentando quanto di seguito.

40. In particolare, il Professionista ha eccepito che *“le Violazioni non sussistono, sotto il profilo oggettivo e soggettivo, per [la]: (a) assenza di collegamento funzionale e temporale tra le condotte sottese alle Violazioni e l’Evento e inidoneità delle stesse a fuorviare il pubblico circa l’esistenza di rapporti di sponsorizzazione ufficiale con la relativa organizzazione (mai prospettati o anche solo suggeriti); (b) mancanza di una consapevole finalità parassitaria e lucrativa in capo alla Società, che ha anzi agito in spirito di massima correttezza e buona fede.”*.

⁴¹ Cfr. doc. n. 22 del fascicolo istruttorio.

41. Più nel dettaglio, il Professionista ha rappresentato che *“le condotte sottese alle Violazioni si inseriscono in una strategia di comunicazione e posizionamento del marchio già consolidata dalla Società anteriormente alle Olimpiadi”* in quanto *“Sin dal 2023, la Società ha sviluppato una serie di partnership e iniziative di brand-takeover in alcune iconiche località estive”* e *“per quanto riguarda Cortina d’Ampezzo nello specifico, nel 2024. Tali iniziative non hanno quindi nulla a che fare con le Olimpiadi”*.

42. Sotto il profilo oggettivo, H&B ha, invece, rappresentato che *“la preesistenza, la continuità e la riconoscibilità della campagna «“Cortina a Colori» rimuovono in radice il rischio che – in ragione delle condotte e dei post censurati, ivi incluse le pochissime pubblicazioni [...]in cui sono stati utilizzati simboli rientranti tra quelli astrattamente vietati – il pubblico possa essere stato indotto in errore o fuorviato circa l’identità degli sponsor”*. Secondo il Professionista, infatti: *“(i) la percezione delle iniziative commerciali e dei messaggi pubblicitari non avviene in modo atomistico, ma all’interno di un quadro informativo complessivo, nel quale i contenuti successivi sono interpretati alla luce delle informazioni già acquisite; (ii) il pubblico medio era già a conoscenza delle informazioni relative alle iniziative della Società a Cortina d’Ampezzo – ove peraltro i simboli olimpici sono esposti mediante installazioni in aree pubbliche – e delle relative comunicazioni, sicché è in grado di ricondurre i post censurati a tale contesto noto, senza potere inferire da essi l’assunzione da parte di H&B dello status di sponsor, mai prospettato o suggerito.”*.

43. Inoltre, sotto il profilo quantitativo, il Professionista ha rappresentato che *“il numero di tali pubblicazioni è decisamente esiguo, sia in termini assoluti sia rispetto alla quantità di contenuti diffusi da H&B nell’ambito della propria strategia di comunicazione tramite social network.”*.

44. In relazione alla contestazione oggetto dell’integrazione oggettiva del procedimento, ovvero l’attività di sponsorizzazione dello Chalet Tofane, il Professionista ha rappresentato che *“la mera promozione di un marchio in un luogo in cui si svolgono manifestazioni sportive o fieristiche di rilevanza nazionale e internazionale non è di per sé sufficiente a integrare la fattispecie vietata”* e che *“la Brandizzazione non è stata realizzata in occasione delle Olimpiadi, inserendosi invece nel contesto delle attività commerciali e promozionali avviate dalla Società a Cortina d’Ampezzo sin dal 2024 e, quindi, in una strategia commerciale antecedente e autonoma.”*.

45. Relativamente, invece, al profilo soggettivo della violazione, la Società ha eccepito *“l’impossibilità di accertare in capo a H&B: (i) ogni volontà,*

consapevole o inconsapevole, di agganciarsi in modo fraudolento o parassitario all'Evento; e, con essa, (ii) ogni e qualsivoglia finalità di ricavare un vantaggio economico e concorrenziale per il tramite delle condotte sottese alle Violazioni, che rispondono invece a tutt'altra strategia e azione.”.

V. CONTRODEDUZIONI DELLA PARTE ALLA COMUNICAZIONE DI CONTESTAZIONE DEGLI ADDEBITI

46. La Società, in data 27 maggio 2026⁴², ha depositato le controdeduzioni scritte in replica alla comunicazione di contestazione degli addebiti inviata in data 7 maggio 2026⁴³.

47. In particolare, il Professionista, richiamando integralmente la memoria di merito depositata in data 25 febbraio 2026, ha eccepito nuovamente *“l’assenza di un nesso temporale e teleologico con l’Evento”, “l’infondatezza delle violazioni”* oltre che *“l’insussistenza dell’elemento soggettivo in capo alla Società.”*.

48. Più nel dettaglio, la Società, in riferimento alla pubblicazione di alcuni post, ha eccepito che *“non è ravvisabile, sul piano oggettivo, il requisito richiesto dal legislatore della idoneità della condotta a indurre in errore il pubblico circa l’identità degli sponsor ufficiali. La preesistenza e la riconoscibilità della campagna «Cortina a Colori», infatti, escludono in radice che i post contestati potessero essere percepiti dal pubblico come idonei a suggerire l’esistenza di un rapporto di sponsorizzazione ufficiale tra H&B e le Olimpiadi.”*.

49. In riferimento alla contestazione circa la capsule denominata “Cortina a Colori”, il Professionista ha eccepito che *“La denominazione «Cortina a Colori» costituisce, infatti, una scelta pienamente coerente con la strategia di comunicazione e posizionamento del marchio già adottata dalla Società, antecedente rispetto alle Olimpiadi e fondata sul Brand Statement «“Vivere a Colori». I consumatori erano già esposti allo schema comunicativo e potevano riconoscere nella denominazione «Cortina a Colori» la naturale prosecuzione del format già adottato da H&B in altre campagne/località”*.

50. Quanto, invece, alla attività di brandizzazione dello Chalet Tofane, la Società ha ribadito che *“la Brandizzazione non è stata realizzata “in occasione” delle Olimpiadi, ma si colloca nel più ampio contesto delle iniziative commerciali e promozionali avviate da H&B a Cortina d’Ampezzo già nel 2024.*

⁴² Cfr. doc. n. 31 del fascicolo istruttorio.

⁴³ Cfr. doc. n. 28 del fascicolo istruttorio.

Essa costituisce espressione di una strategia commerciale autonoma e antecedente rispetto all'Evento, non già una iniziativa ideata o attuata in funzione dello stesso.”.

VI. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

51. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso *internet*, in data 27 maggio 2026⁴⁴ è stato richiesto il parere all'AGCOM, ai sensi dell'articolo 8, comma 6, del Decreto Legislativo.

52. L'AGCOM, con delibera n. 146/26/CONS dell'11 giugno 2026, pervenuta in data 22 giugno 2026⁴⁵, 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.

In particolare, Autorità di settore, considerato che *“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 nei siti/app/social 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”*, ha 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 a questa Autorità.”.*

VII. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

VII.1. Premessa

53. La condotta sopra descritta integra una attività parassitaria in violazione del divieto di cui all'articolo 10, commi 1 e 2, lettere a) e c), del D.L. n. 16/2020.

54. In particolare, dalla documentazione acquisita nell'ambito del presente procedimento emerge che H&B ha posto in essere una attività parassitaria

⁴⁴ Cfr. doc. n. 32 del fascicolo istruttorio.

⁴⁵ Cfr. doc. n. 34 del fascicolo istruttorio.

creando un collegamento (illecito, non essendo *sponsor* ufficiale) fra il proprio marchio e le Olimpiadi di Milano-Cortina 2026. Tale attività parassitaria si è realizzata tramite la diffusione di alcuni *post* sui principali *social network* nei quali è stato ripreso, in maniera espressa e diretta, il simbolo olimpico (costituito dai cinque cerchi colorati) e/o è stata utilizzata la denominazione ufficiale dei Giochi olimpici Milano – Cortina 2026 (i.e. *#MilanoCortina* e *#MilanoCortina2026*). A tal riguardo, rilevano anche, quali elementi idonei ad amplificare la portata parassitaria della condotta illecita, la creazione di una linea dedicata di prodotti di abbigliamento denominata “*Cortina a colori*” e la brandizzazione dello Chalet Tofane – individuato per la prossimità alle piste destinate allo svolgimento delle gare olimpiche – in occasione delle Olimpiadi di Milano-Cortina 2026.

VII.2. Valutazioni

55. Il Decreto Legge n. 16/2020 – compreso tra gli interventi normativi previsti dal *Dossier*⁴⁶ della candidatura italiana a ospitare i XXV Giochi olimpici invernali ufficializzato l’11 gennaio 2019 – contiene specifiche disposizioni “*per l’organizzazione e lo svolgimento dei Giochi olimpici e paralimpici invernali Milano Cortina 2026*”, sancendo, in particolare, il divieto di attività parassitarie (articolo. 10).

56. Il richiamato articolo 10 vieta, infatti, le attività di pubblicizzazione e commercializzazione parassitarie, fraudolente, ingannevoli o fuorvianti (c.d. “*Ambush marketing*”) poste in essere in relazione all’organizzazione di eventi sportivi o fieristici, di rilevanza nazionale o internazionale, non autorizzate dai soggetti organizzatori e aventi la finalità di ricavare un vantaggio economico o concorrenziale.

57. In proposito, l’articolo 11 dello stesso D.L. definisce l’ambito temporale di vigenza del divieto stabilendo che: “*i divieti di cui all’articolo 10 operano a*

⁴⁶ Il Dossier è consultabile al link:

<https://gstatic.olympics.com/s3/mc2026/documents/Documents/Section%203/Dossier%20di%20Candidatura.pdf>. In particolare, proprio in riferimento all’*ambush marketing* si legge che “*Non esiste una legge specifica sul contrasto delle attività di marketing parassitario, ma i paragrafi 1, 2 e 3 dell’art. 2598 del codice civile italiano contengono efficaci disposizioni atte al contrasto di qualsiasi forma di concorrenza sleale; questo vale anche per l’art. 1 del D.lgs. 146/2007 concernente le pratiche commerciali scorrette. Inoltre, saranno varate norme legislative speciali per il contrasto del marketing parassitario, sul modello adottato in occasione di Torino 2006*”. Inoltre, tra le iniziative riguardante la nuova legislazione contenuta nella “*Legge Olimpica 2026*” vengono individuate “*Misure atte alla protezione delle proprietà olimpica, come definita dalla Carta Olimpica e da altri documenti al riguardo del CIO, tra cui misure di contrasto del marketing parassitario e di qualsiasi sfruttamento illegittimo dei diritti di proprietà intellettuale del Movimento Olimpico. Saranno adottati provvedimenti specifici per reprimere le attività economiche non autorizzate di qualsiasi genere all’interno o in prossimità delle sedi olimpiche e dei siti collegati ai Giochi.*”.

partire dalla data di registrazione dei loghi, brand o marchi ufficiali degli eventi di cui al comma 1 del medesimo articolo 10 fino al centottantesimo giorno successivo alla data ufficiale del termine degli stessi.”.

58. Inoltre, l’articolo 5-bis, rubricato *“Titolarità e tutela delle proprietà olimpiche”*, stabilisce, tra l’altro, che: il *“simbolo olimpico”* (i.e. i cinque anelli) rappresenta una *“proprietà olimpica”* (cfr. articolo 5-bis, comma 1); *“l’uso delle proprietà olimpiche è riservato esclusivamente al Comitato olimpico internazionale, al Comitato olimpico nazionale italiano, al Comitato organizzatore, alla società [Infrastrutture Milano Cortina 2020-2026 S.p.A.] e ai soggetti espressamente autorizzati”* (cfr. articolo 5-bis, comma 2). Inoltre, è previsto un divieto di registrazione del *“simbolo olimpico”* (cfr. articolo 5-bis, comma 3) precisando che *“il divieto si applica in ogni caso alle parole [...] «Milano Cortina» [...] anche in combinazione con l’anno 2026”* (cfr. articolo 5-bis, comma 4).

59. La *ratio* delle disposizioni in esame è di evitare che operatori economici non autorizzati da contratti di sponsorizzazione pongano in essere condotte volte ad associare illecitamente il loro marchio a un evento sportivo o fieristico di rilevanza nazionale o internazionale con pregiudizio degli organizzatori, dell’operatore economico autorizzato e del pubblico.

60. La normativa richiamata rileva nel caso di specie, perché il Professionista, attraverso la pubblicazione di *post* sui *social network* - nei quali appare l’immagine di un *“bassotto”*, elemento caratterizzante il marchio *“Harmont & Blaine”* – ha ripreso frequentemente il simbolo olimpico (costituito dai cinque cerchi colorati) e/o utilizzato l’*hashtag* *#MilanoCortina* e *#MilanoCortina2026*, richiamando così in maniera diretta e testuale i Giochi olimpici Milano – Cortina 2026 (cfr. figure n. 1).

61. Sul punto, priva di fondamento è l’eccezione formulata da H&B secondo cui la *“preesistenza della campagna «Cortina a Colori»”* sarebbe, di per sé, sufficiente a escludere l’idoneità dei *post* in contestazione a indurre in errore il pubblico: infatti e come pacificamente ammesso dallo stesso Professionista, tale iniziativa s’inserisce *“nel contesto delle attività commerciali e promozionali avviate dalla Società a Cortina d’Ampezzo sin dal 2024”*. Questa argomentazione difensiva non appare, quindi, escludere affatto la violazione del divieto di attività parassitarie per due ragioni: i) Cortina è stata designata quale città ospitante le Olimpiadi invernali 2026 molto prima del *“2024”*, ovvero già a partire dal 2020 (quando lo stesso Decreto Legge n. 16/2020 è stato emanato); ii) i *post* – seppur rientranti in una strategia risalente al 2024 – sono stati diffusi dal Professionista *online* attraverso i propri canali *social* solo in prossimità

dell'inizio delle Olimpiadi (avvenuto il 6 febbraio 2026), ovvero a partire da ottobre 2025.

62. Peraltro, le Olimpiadi di Milano-Cortina 2026 sono state oggetto di vastissima copertura mediatica (radiotelevisiva, *social*, ecc.) anche ben prima della data di inizio (6 febbraio 2026).

63. Dunque, nel caso di specie, l'utilizzo testuale e diretto nelle comunicazioni pubblicitarie del simbolo olimpico e della denominazione ufficiale delle Olimpiadi Milano-Cortina 2026 rappresentano, nel contesto di una manifestazione di rilevanza internazionale, elementi idonei a indurre in errore il pubblico sull'identità degli *sponsor* al fine di ottenere un vantaggio economico o concorrenziale.

64. Pertanto, dall'analisi della documentazione agli atti, emerge che il Professionista abbia creato un collegamento diretto e testuale fra il proprio marchio "Harmont&Blaine" e i Giochi olimpici invernali Milano-Cortina 2026; detto collegamento è idoneo a indurre in errore il pubblico sull'identità degli *sponsor* ufficiali⁴⁷, in violazione del divieto di "attività parassitaria" di cui all'articolo 10, commi 1 e 2, lettera a), del Decreto Legge n. 16/2020.

65. L'attività parassitaria, incentrata sulla creazione di un collegamento tra il marchio "Harmont&Blaine" e le Olimpiadi, è stata, inoltre, amplificata attraverso la creazione della "*capsule Cortina a Colori*" – linea di abbigliamento dedicata alle Olimpiadi – nonché attraverso l'azione di brandizzazione dello Chalet Tofane.

66. In particolare, contribuisce ad amplificare l'attività parassitaria la creazione di una linea di abbigliamento dedicata alle Olimpiadi – che riporta il nome della città ospitante – e la relativa pubblicizzazione in *post social* (cfr. figure n. 1) nei quali, insieme all'*hashtag* #CortinaAColori, veniva ripresa la denominazione dei Giochi olimpici (con l'*hashtag* #MilanoCortina e #MilanoCortina2026). Ciò in quanto, nel contesto temporale di svolgimento delle olimpiadi, configura un elemento idoneo ad amplificare l'idoneità parassitaria delle comunicazioni pubblicitarie illecite del Professionista, recanti il simbolo olimpico e la denominazione ufficiale delle Olimpiadi Milano-Cortina 2026.

67. Analogamente, l'attività di brandizzazione dello Chalet Tofane – individuato secondo il criterio di prossimità territoriale ai luoghi di svolgimento delle Olimpiadi – rappresenta un ulteriore elemento idoneo ad amplificare la portata parassitaria delle comunicazioni promozionali del Professionista, in considerazione della relativa pubblicizzazione in *post social* (cfr. figure n. 1) nei

⁴⁷ H&B non è tra gli *sponsor* ufficiali dei Giochi olimpici invernali Milano-Cortina 2026, come emerge dalla consultazione dell'elenco rinvenibile al link <https://milanocortina2026.coni.it/it/gli-sponsor.html>.

quali, insieme all’hashtag #chalettofane cortina, veniva ripresa la denominazione dei Giochi olimpici (con l’hashtag #MilanoCortina e #MilanoCortina2026).

68. Inoltre, la circostanza che si tratti di un’attività non autorizzata da parte dell’organizzatore delle Olimpiadi emerge dalla comunicazione che la Società ha ricevuto in data 6 febbraio 2026, da parte di ISTA, proprietaria dello “Chalet Tofane”, con la quale sono stati annunciati i seguenti interventi: (i) copertura delle insegne sui poggiali esterni; (ii) copertura degli ombrelloni e dei divani brandizzati; (iii) rimozione dei cuscini recanti i marchi; (iv) copertura delle vetrofanie e delle placche esterne con loghi. A riprova di ciò, nella medesima comunicazione si legge che *“La Terrazza Corona potrà invece rimanere visibile, in quanto sponsor olimpico.”*⁴⁸ (cfr. figura n. 8).

VII.3. Conclusioni

69. Alla luce di quanto rilevato, le evidenze acquisite inducono a ritenere che la condotta sopra descritta configuri una attività parassitaria in violazione del divieto di cui all’articolo 10, commi 1 e 2, lettere a) e c), del D.L. n. 16/2020.

70. Detta attività parassitaria si è realizzata tramite l’utilizzo ripetuto nelle comunicazioni pubblicitarie – in modo espresso e diretto – dei simboli olimpici e della denominazione ufficiale dei Giochi olimpici di Milano-Cortina 2026 (i.e. #MilanoCortina e #MilanoCortina2026).

71. La condotta in contestazione è idonea ad attirare l’attenzione del pubblico e a ingenerare l’erroneo convincimento che H&B sia *sponsor* ufficiale dell’evento⁴⁹. L’idoneità della condotta a indurre in errore il pubblico deve, infatti, essere valutata con riferimento alle sue caratteristiche concrete⁵⁰. L’idoneità parassitaria di tale attività è stata, altresì, amplificata dalla creazione di una linea dedicata di prodotti di abbigliamento denominata *“Cortina a colori”* e dalla brandizzazione dello Chalet Tofane – scelto proprio per la sua prossimità

⁴⁸ Birra Corona è annoverato tra gli sponsor ufficiali delle Olimpiadi Milano-Cortina 2026.

⁴⁹ H&B non è tra gli *sponsor* ufficiali dei Giochi olimpici invernali Milano-Cortina 2026 (cfr. nota a piè di pagina 49).

⁵⁰ Cfr. *ex multis*, Cons. Stato, VI, sent. n. 3118/2025 nella parte in cui viene rilevato che *“L’illecito di cui si discorre (previsto dall’art. 10 del D.L. n. 16 del 2020 consiste nella «creazione di un collegamento [anche] indiretto fra un marchio o altro segno distintivo e uno degli eventi di cui al comma 1 [...] idoneo a indurre in errore il pubblico sull’identità degli sponsor ufficiali») è un illecito di pericolo concreto (che richiede la concreta messa a rischio del bene protetto) ove rileva l’idoneità decettiva di un messaggio pubblicitario formulato in modo anche indiretto, da accertarsi in concreto non necessariamente mediante una rilevazione statistica fatta sui destinatari del messaggio ma con riferimento alle caratteristiche concrete del messaggio medesimo.”*.

alle piste destinate allo svolgimento delle gare olimpiche – in occasione delle Olimpiadi di Milano-Cortina 2026.

72. A riguardo, si osserva, inoltre, che il divieto di “attività parassitarie”, di cui all’articolo 10 del D.L. n. 16/2020, integra non solo una tutela “verticale” – ovvero verso il pubblico al fine di evitare che siano indotti in errore sull’identità degli *sponsor* ufficiali – ma anche una tutela “orizzontale” – ovvero verso quelle imprese (*sponsor* ufficiali) che hanno effettuato un investimento economico significativo per essere annoverate tra gli *sponsor* dell’evento olimpico.

VIII. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

73. L’Autorità, ai sensi dell’articolo 12 del D.L. n. 16/2020, dispone, con il provvedimento che accerta la violazione del divieto di attività parassitarie di cui all’articolo 10 dello stesso D.L., l’applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 100.000 a 2.500.000 euro, nelle forme di cui all’articolo 8, comma 9, del Decreto Legislativo n. 145/2007.

74. Al fine della quantificazione della sanzione, deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall’articolo 11 della legge n. 689/1981, in virtù del richiamo previsto all’articolo 8, comma 13, del Decreto Legislativo n. 145/2007 così come richiamato dall’articolo 12, comma 2, del Decreto Legge n. 16/2020 e, 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.

75. Con riguardo alla gravità delle violazioni poste in essere da Harmont & Blaine S.p.A., si tiene conto della pluralità delle comunicazioni pubblicitarie diffuse su diversi canali di comunicazione oltre che della pluralità dei *claim* utilizzati – quali collegamenti diretti e testuali alle citate Olimpiadi – attraverso il diffuso utilizzo degli *hashtag* #MilanoCortina e #MilanoCortina2026. Quanto alla dimensione economica dell’operatore, il suo fatturato, dai dati forniti dalla stessa H&B, risulta essere, in riferimento all’esercizio chiuso al 31 dicembre 2024, pari a 94.162.249 euro, con un MOL di 7.296.758 euro e una perdita di esercizio pari a 447.586 euro.

76. Quanto alla durata dell’attività parassitaria, in base agli elementi istruttori acquisiti, risulta che sia stata posta in essere da Harmont & Blaine S.p.A. a decorrere almeno da ottobre 2025 e cessata a far data dal 30 gennaio 2026⁵¹.

⁵¹ Cfr. doc. n. 11 del fascicolo istruttorio.

77. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Harmont&Blaine S.p.A., anche in funzione di una effettiva deterrenza della stessa, nella misura di 500.000 (cinquecentomila) euro.

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni esposte e tenuto conto del parere dell'AGCOM, che la condotta in esame costituisce un'attività parassitaria ai sensi dell'articolo 10 del D.L. n. 16/2020;

DELIBERA

- a) che la condotta descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere da Harmont&Blaine S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, un'attività parassitaria in violazione del divieto di cui all'articolo 10 del D.L. n. 16/2020, e ne vieta la reiterazione;
- b) di irrogare alla società Harmont&Blaine S.p.A., per la violazione di cui alla precedente lettera a), una sanzione amministrativa pecuniaria di 500.000 (cinquecentomila) euro;

Le sanzioni amministrative irrogate devono essere pagate 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 8, comma 12, del Decreto Legislativo n. 145/2007, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 150.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

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

LA PRESIDENTE *f.f.*
Elisabetta Iossa