



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 19 febbraio 2026¹, con cui è stato avviato nei confronti della società MD S.p.A. il procedimento istruttorio PV28, 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 alla campagna pubblicitaria *“Inizio dei Giochi Olimpici MD Edition”* nonché ad alcuni post diffusi sui principali social network;

VISTI gli atti del procedimento;

¹ Cfr. doc. n. 2 del fascicolo istruttorio.

I. LA PARTE

1. La società MD S.p.A. (C.F. 03185210618; di seguito anche “Professionista”, “Società” o “MD”), in qualità di professionista ai sensi dell’articolo 2, lettera c), del Decreto Legislativo è attiva nel commercio al minuto e all’ingrosso di generi alimentari attraverso diversi punti vendita presenti sul territorio nazionale. MD, nel 2024², ha realizzato un fatturato pari a euro 3.694.114.270.

II. LA CONDOTTA OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

2. Il procedimento concerne la condotta posta in essere dalla società MD S.p.A. in 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, in riferimento alla campagna pubblicitaria “*Inizio dei Giochi Olimpici MD Edition*” nonché ad alcuni *post* diffusi sui principali *social network*.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L’iter del procedimento*

3. 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 11 febbraio 2026³ all’esito di un’attività di monitoraggio, è stato avviato, in data 19 febbraio 2026⁴ un procedimento istruttorio nei confronti della società MD S.p.A. 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 alla campagna pubblicitaria “*Inizio dei Giochi Olimpici MD Edition*” nonché ad alcuni *post* diffusi sui principali *social network*.

4. In data 25 febbraio 2026⁵, la Società ha presentato istanza di accesso agli

² Fonte Telemaco, ultimo bilancio depositato.

³ Cfr. doc. n. 1 del fascicolo istruttorio.

⁴ Cfr. doc. n. 2 del fascicolo istruttorio.

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

atti che è stata accolta in pari data⁶.

5. In data 26 febbraio 2026⁷, MD ha presentato istanza di proroga del termine per il deposito delle informazioni e della documentazione richieste nella comunicazione di avvio del procedimento, che è stata accolta in pari data⁸.

6. In data 11 marzo 2026⁹, il Professionista ha depositato le informazioni e la documentazione richieste nella comunicazione di avvio del procedimento, unitamente a una memoria di merito.

7. In data 2 aprile 2026¹⁰, la Società ha presentato una proposta di impegni il cui rigetto le è stato comunicato in data 30 aprile 2026¹¹.

8. In data 7 maggio 2026¹², è stata comunicata al Professionista la conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'articolo 17, comma 1, del Regolamento, attraverso la comunicazione di contestazione degli addebiti.

9. In data 27 maggio 2026¹³, MD ha depositato le controdeduzioni scritte alla comunicazione di contestazione degli addebiti, rivolte al Collegio.

10. In data 27 maggio 2026¹⁴, 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 successivo 24 giugno 2026¹⁵.

2) Le evidenze acquisite

11. La società MD, in occasione dell'inizio dei Giochi olimpici invernali Milano-Cortina 2026, ha realizzato la campagna pubblicitaria "*Inizio dei Giochi Olimpici MD Edition*" attraverso la diffusione di alcune immagini raffiguranti, in maniera diretta ed esplicita, il simbolo olimpico dei cinque cerchi colorati, unitamente alla rappresentazione di una fiamma (olimpica), allo slogan "*Inizio dei Giochi Olimpici*" ed al marchio MD (cfr. figura n. 1).

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

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

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

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

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

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

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

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

¹⁴ Cfr. doc. n. 15 del fascicolo istruttorio.

¹⁵ Cfr. doc. n. 16 del fascicolo istruttorio.

Figura n. 1 – Campagna pubblicitaria “Inizio dei Giochi Olimpici MD Edition”



12. Inoltre, MD ha diffuso il “volantino con le offerte in corso” con lo slogan “Oggi iniziamo le olimpiadi invernali Milano-Cortina 2026!” in cui è presente anche la raffigurazione dei cinque cerchi olimpici, unitamente al marchio MD (cfr. figura n. 2).

Figura n. 2 – Volantino offerte MD

 **MD SpA**  1 g · 

Oggi iniziamo le Olimpiadi Invernali Milano Cortina 2026! C'è chi si allena in pista e... chi si allena sul divano! Noi siamo pronti a guardarle con una bella pizza calda! 🍕 E voi?

Stasera:
Olimpiadi + pizza
= Sì o no?

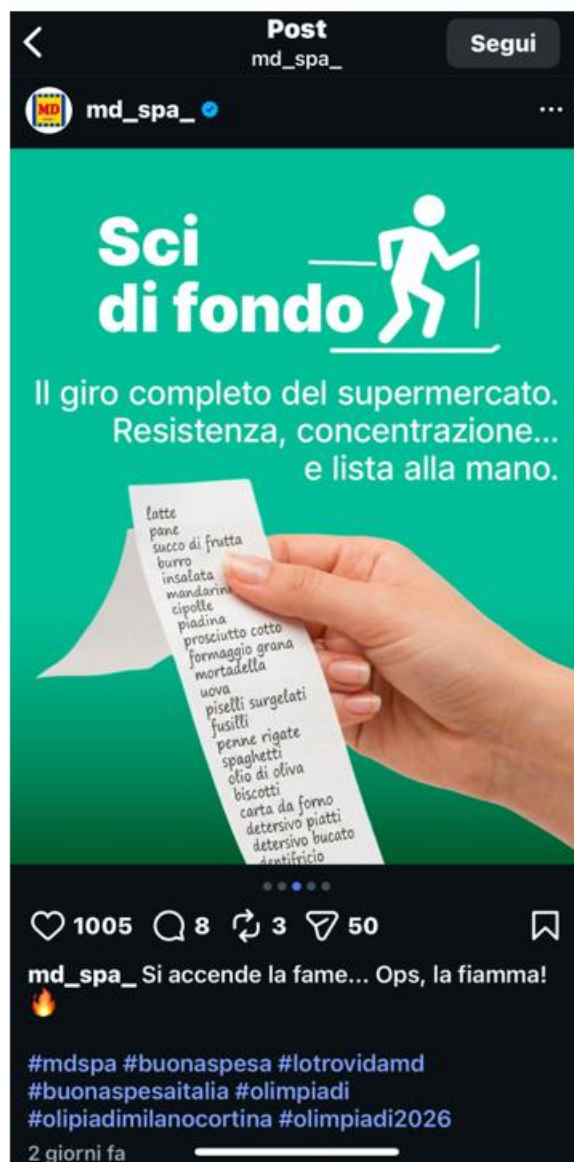


mdspa.it
Volantino con le offerte in corso • MD

Scopri di più

13. Inoltre, MD, nell'ambito della medesima campagna pubblicitaria, ha diffuso alcuni *post* incentrati su alcune discipline olimpiche (i.e. curling, sci di fondo, pattinaggio artistico), con la frase “*Si accende la fame... Ops, la fiamma!*” e l'utilizzo di *hashtag*, tra cui, *#olimpiadi*, *#olimpiadimilanocortina*, *#olimpiadi2026* (cfr. figura n. 3).

Figura n. 3 – Post pubblicati da MD





14. La descritta campagna pubblicitaria è stata diffusa sugli *account social* ufficiali (Facebook e Instagram) di MD in data 6 febbraio 2026, ovvero proprio in occasione della giornata inaugurale delle Olimpiadi.

IV. LE ARGOMENTAZIONI DIFENSIVE DEL PROFESSIONISTA

15. MD, in data 11 marzo 2026¹⁶, ha depositato una prima memoria difensiva eccependo, in particolare, “*l’esiguità del disvalore della condotta risulta innanzitutto dalla circostanza che è consistita esclusivamente nella*

¹⁶ Cfr. doc. n. 9 del fascicolo istruttorio.

pubblicazione estemporanea di n. 2 singoli Post.”.

16. Quanto all’esposizione dei post contestati, la Società ha rappresentato che *“il Post Facebook ha raggiunto solo il [1-5%]* degli account che sono normalmente raggiunti in un mese tramite il canale MD (copertura), e il Post Instagram appena lo [0-1%], con visualizzazioni [...] limitate alle irrisorie percentuali dello [0-1%] delle visualizzazioni totali mensili per il Post Facebook, e dello [0-1%] per il Post Instagram.”.*

17. In riferimento, invece, all’elemento soggettivo il Professionista ha rappresentato che *“non ha mai inteso sfruttare indebitamente la visibilità dei Giochi Olimpici, né ha mai aspirato a creare nel pubblico l’impressione di essere uno sponsor ufficiale dell’evento. I Post in contestazione costituivano, agli occhi di MD, esclusivamente una manifestazione dello spirito di partecipazione collettiva alle Olimpiadi, un invito giocoso e ironico per il pubblico a vivere l’esperienza delle gare olimpiche.”.*

V. CONTRODEDUZIONI DELLA PARTE ALLA COMUNICAZIONE DI CONTESTAZIONE DEGLI ADDEBITI

18. La Società, in data 27 maggio 2026¹⁷, ha depositato le controdeduzioni scritte in replica alla comunicazione di contestazione degli addebiti inviata in data 7 maggio 2026¹⁸.

19. In particolare, il Professionista, richiamando le eccezioni già sollevate nella memoria dell’11 marzo 2026, ha ribadito *“l’esiguità della condotta contestata posto che la stessa: (i) costituisce manifestazione di un singolo episodio comunicativo di natura isolata, occasionale e contingente, veicolato tramite i soli canali social e legato a un evento estemporaneo [...] ii) ha avuto una durata di poche ore.”.*

20. Inoltre, la MD ha rappresentato che *“i post in contestazione siano stati realizzati da un’agenzia di comunicazione di primario standing, cui la società si è affidata per la gestione della propria comunicazione social, e che si era obbligata a verificare la conformità normativa dei contenuti realizzati.”.*

21. Quanto alla durata, il Professionista ha rappresentato che *“i Post sono stati pubblicati il 6 febbraio 2026 e rimossi in data 8 febbraio 2026, rimanendo così accessibili per il pubblico per sole 48 ore”* e che *“le*

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

¹⁷ Cfr. docc. nn. 13 e 14 del fascicolo istruttorio.

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

comunicazioni veicolate tramite canali social producono, per loro stessa natura, un effetto pressoché istantaneo e rapidamente esauribile.”.

VI. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

22. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso internet, in data 27 maggio 2026¹⁹ è stato richiesto il parere all'AGCOM, ai sensi dell'articolo 8, comma 6, del Decreto Legislativo.

23. L'AGCOM, con delibera n. 148/26/CONS dell'11 giugno 2026, pervenuta in data 24 giugno 2026²⁰, 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.

24. In particolare, l'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

25. La condotta descritta risulta integrare 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.

26. In particolare, dalla documentazione acquisita nell'ambito del procedimento emerge che MD ha posto in essere un'attività parassitaria

¹⁹ Cfr. doc. n. 15 del fascicolo istruttorio.

²⁰ Cfr. doc. n. 16 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 è stata strutturata attraverso la realizzazione della campagna pubblicitaria “*Inizio dei Giochi Olimpici MD Edition*” nell’ambito della quale sono stati diffusi alcuni *post* sui principali *social network*.

VII.2. Valutazioni

27. Il Decreto Legge n. 16/2020 – compreso tra gli interventi normativi previsti dal *Dossier*²¹ 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, tra l’altro, il divieto di attività parassitarie (articolo 10).

28. 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 ottenere un vantaggio economico o concorrenziale.

29. In proposito, l’articolo 11 del medesimo D.L. definisce l’ambito temporale di vigenza del divieto stabilendo che “*I divieti di cui all'articolo 10 operano a 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.*”.

30. 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*

²¹ 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.*”.

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, viene stabilito un divieto di registrazione del “simbolo olimpico” (cfr. articolo 5bis, 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).

31. 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.

32. La normativa richiamata rileva nel caso di specie, perché il Professionista, proprio a partire dal 6 febbraio 2026 (data di inaugurazione delle Olimpiadi), ha diffuso la campagna pubblicitaria “*Inizio dei Giochi Olimpici MD Edition*” unitamente ad alcuni *post* diffusi sui *social network*, nei quali ha utilizzato frequentemente il simbolo olimpico (costituito dai cinque cerchi colorati) e gli *hashtag* #olimpiadi, #olimpiadimilanocortina, #olimpiadi2026, richiamando così in maniera diretta e testuale i Giochi olimpici Milano – Cortina 2026. Il fatto, dedotto dal Professionista, che la realizzazione dei *post* controversi sia stata delegata a un’agenzia di comunicazione non vale, ovviamente, a escludere la responsabilità della Società per le condotte oggetto di contestazione, trattandosi di comunicazioni commerciali diffuse dalla stessa MD e recanti il proprio marchio. È, peraltro, sufficiente considerare che la Società si è dichiaratamente limitata a valutare i *post* “da un punto di vista esclusivamente commerciale”, ciò configurando, quantomeno, una evidente *culpa in vigilando*²².

33. In particolare, l’utilizzo nel sito, nei volantini e nei *social* del simbolo olimpico e il richiamo alle Olimpiadi attraverso la denominazione della campagna pubblicitaria (“*Inizio dei Giochi Olimpici MD Edition*”) e degli *hashtag* (#olimpiadi, #olimpiadimilanocortina, #olimpiadi2026), nonché il “volantino con le offerte in corso” con lo slogan “Oggi iniziamo le olimpiadi invernali Milano-Cortina 2026!”, rappresentano elementi idonei a creare un collegamento diretto e testuale tra il marchio MD e le Olimpiadi e sono, altresì,

²² Cfr. *ex multis* Cons. Stato, VI, sent. n. 6156/2024 ove, tra l’altro, si ribadisce l’orientamento per cui “assume consistenza, ai fini perseguiti dal codice, il mancato impiego della diligenza ordinariamente pretendibile da parte dell’operatore commerciale, in eligendo e in vigilando, la cui attuazione deve riguardare non soltanto le condotte direttamente poste in essere da quest’ultimo, ma anche le attività che siano state demandate ad altri e che vengano, conseguentemente, nell’immediato interesse del mandante.”.

idonei a indurre in errore il pubblico sull'identità degli *sponsor* ufficiali, in violazione dell'articolo 10, commi 1 e 2, lettere a) del Decreto Legge n. 16/2020.

34. Inoltre, la promozione del proprio marchio attraverso una campagna pubblicitaria che attiri l'attenzione del pubblico evocando direttamente l'evento sportivo delle Olimpiadi invernali è idonea a generare nel pubblico l'erronea impressione che il Professionista sia *sponsor* dell'evento sportivo citato in violazione dell'articolo 10, commi 1 e 2, lettera c) del Decreto Legge n. 16/2020. Il consumatore, infatti, alla luce di un ripetuto collegamento diretto e testuale tra il marchio MD e le Olimpiadi, può essere ragionevolmente indotto a ritenere che l'associazione del marchio commerciale con i simboli olimpici derivi da un effettivo rapporto di sponsorizzazione.

35. Sul punto, l'eccezione sollevata dal Professionista circa l'esiguo impatto della condotta in termini di diffusione e durata dei *post* non appare meritevole di accoglimento per escludere l'illiceità della condotta, in quanto i *post* sono stati diffusi proprio in occasione della data di inaugurazione delle Olimpiadi (ovvero il 6 febbraio 2026). Mentre, quanto alla durata limitata di pubblicazione dei *post*, è la stessa Società a sottolineare l'efficacia delle comunicazioni veicolate attraverso i *social* in quanto “*producono [...] un effetto pressoché istantaneo e rapidamente esauribile*”, e ciò, quindi, a prescindere dalla relativa durata.

36. 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).

37. Ciò detto, conformemente a quanto stabilito dall'articolo 10 del D.L. n. 16/2020, quello che rileva è il collegamento diretto e testuale con le Olimpiadi e l'idoneità della condotta ad indurre in errore il pubblico. Tale idoneità, nel caso di specie, risulta alquanto evidente in considerazione: (i) della coincidenza del contesto temporale in cui si è concretizzata rispetto alle Olimpiadi; (ii) dell'utilizzo del simbolo olimpico nonché della denominazione ufficiale dei Giochi.

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

39. Sul punto, rileva, altresì, quanto rappresentato da MD ovvero che i *post* contestati “*sono stati rimossi* [...] *da Meta*” e non autonomamente dal

Professionista. A ulteriore conferma della natura illecita dei *post* oggetto di contestazione, rileva la motivazione, alquanto esplicita, che Meta – quale gestore della piattaforma su cui tali *post* sono stati pubblicati – fornisce a MD in quanto rileva che *“Il post potrebbe includere contenuti che violano i diritti del marchio registrato di qualcun altro”* e *“questo viola le nostre condizioni d’uso in materia di proprietà intellettuale.”*²³.

VII.3. Conclusioni

40. Pertanto, dall’analisi della documentazione agli atti, emerge che il Professionista abbia creato un collegamento diretto e testuale fra il proprio marchio “MD” e i Giochi olimpici invernali Milano-Cortina 2026; detto collegamento è idoneo a indurre in errore il pubblico sull’identità degli sponsor ufficiali, in violazione del divieto di attività parassitaria di cui all’articolo 10, commi 1 e 2, lettere a) e c), del Decreto Legge n. 16/2020.

41. Detta attività parassitaria, per le caratteristiche sopra descritte, è idonea ad attirare l’attenzione del pubblico e a ingenerare l’erronea impressione che MD sia *sponsor* ufficiale dell’evento²⁴.

42. A ciò si aggiunga che, come supra rappresentato, l’idoneità della condotta a indurre in errore il pubblico deve essere valutata con riferimento alle caratteristiche concrete del messaggio medesimo²⁵.

43. 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 che, in concreto, hanno effettuato un investimento economico per essere annoverate tra gli *sponsor* ufficiali.

²³ Cfr. prot. n. 22699/2026 dell’11 marzo 2026, pag. nn. 12 e 13.

²⁴ MD S.p.A. non è annoverato tra gli *sponsor* ufficiali dei Giochi olimpici invernali Milano-Cortina 2026 come emerge dalla consultazione dell’elenco pubblicato al link <https://milanocortina2026.coni.it/it/gli-sponsor.html>.

²⁵ 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.”*.

VIII. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

44. Ai sensi dell'articolo 12 del D.L. n. 16/2020, con il provvedimento che accerta la violazione del divieto di attività parassitarie di cui all'articolo 10 del medesimo D.L., l'Autorità dispone 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.

45. In ordine alla 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.

46. Con riguardo alla gravità delle violazioni poste in essere da MD S.p.A., si tiene conto della pluralità delle comunicazioni pubblicitarie diffuse online oltre che dei *claim* utilizzati, in particolare attraverso l'utilizzo del simbolo olimpico e degli *hashtag* #olimpiadimilanocortina e #Olimpiadi2026, quali collegamenti diretti e testuali alle Olimpiadi. Quanto alla dimensione economica dell'operatore, il suo fatturato, dai dati forniti dalla stessa MD S.p.A., risulta essere, in riferimento all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2024, pari a 3.694.114.270 euro, con un MOL di 229.340.587 euro e un utile di esercizio, al netto delle imposte, pari a 81.195.869 euro.

47. Quanto alla durata dell'attività parassitaria, in base agli elementi istruttori acquisiti, risulta che l'attività parassitaria sia stata posta in essere da MD S.p.A. a decorrere almeno dal 6 febbraio 2026 (data di inaugurazione delle Olimpiadi) all'8 febbraio 2026 (soltanto a seguito della rimozione dei post da parte di META quale gestore della piattaforma social sulla quale sono stati pubblicati).

48. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società MD S.p.A., anche in funzione di una effettiva deterrenza della stessa, in considerazione della dimensione economica estremamente significativa²⁶, nella misura di 400.000 (quattrocentomila) euro.

²⁶ Cfr., *ex multis*, tra le più recenti pronunce che valorizzano l'autonoma rilevanza delle dimensioni economiche del professionista ai fini della quantificazione della sanzione, anche ai fini della necessaria deterrenza della sanzione, v Consiglio di Stato, sez. VI, sentenza n. 7250 del 9 settembre 2025 e Consiglio di Stato, sez. VI, sentenza n. 7249 del 9 settembre 2025.

49. Tuttavia, trattandosi di attività parassitaria, in considerazione della limitata visibilità mediatica dei contenuti pubblicati, si ritiene di applicare a MD S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria pari a 300.000 (trecentomila) euro.

RITENUTO, pertanto, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la condotta in esame costituisce una 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 MD S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una 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 MD S.p.A., per la violazione di cui alla precedente lettera a), una sanzione amministrativa pecuniaria di 300.000 (trecentomila) 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