



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 marzo 2026¹, con cui è stato avviato, nei confronti della società RetailPro S.p.A., il procedimento istruttorio PV34, 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 a una campagna pubblicitaria strutturata in alcune immagini diffuse sui principali *social network*;

VISTI gli atti del procedimento;

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

I. LA PARTE

1. La società RetailPro S.p.A. (C.F. 04464080615:di seguito anche “Professionista”, “Società” o “PRO7”), 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 a marchio “Pro7” presenti sul territorio nazionale. La Società, nel 2024², ha realizzato un fatturato pari a 305.238.984 euro.

II. LA CONDOTTA OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

2. Il procedimento concerne la condotta posta in essere dalla società RetailPro 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 a una campagna pubblicitaria strutturata in alcune immagini diffuse 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 Speciale Antitrust della Guardia di Finanza pervenuta in data 5 marzo 2026³ all’esito di una attività di monitoraggio, è stato avviato, in data 19 marzo 2026⁴ un procedimento istruttorio nei confronti della società RetailPro S.p.A. 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 a una campagna pubblicitaria strutturata in alcune immagini diffuse sui principali *social network*.

4. In data 1° aprile 2026⁵, la Società ha depositato le informazioni e la documentazione richieste nella comunicazione di avvio del procedimento.

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. 4 del fascicolo istruttorio.

5. In data 7 aprile 2026⁶, il Professionista ha depositato una prima memoria di merito, unitamente ad una istanza di audizione.
6. In data 15 aprile 2026⁷, la Società è stata convocata in audizione per il giorno 24 aprile 2026 il cui verbale è stato trasmesso in data 29 aprile 2026⁸.
7. In data 8 maggio 2026⁹, 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.
8. In data 21 maggio 2026¹⁰, il Professionista ha depositato le controdeduzioni scritte alla comunicazione di contestazione degli addebiti, rivolte al Collegio.
9. In data 22 maggio 2026¹¹, 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 in data 23 giugno 2026¹².

2) Le evidenze acquisite

10. La società Pro7, in occasione dell'inizio dei Giochi olimpici invernali Milano-Cortina 2026, ha realizzato una campagna promozionale attraverso la diffusione di alcune immagini sui propri canali *social*, in un *post* in formato c.d. carosello, che riportavano, in maniera diretta, il simbolo olimpico dei cinque cerchi colorati, unitamente alla rappresentazione di una fiamma (olimpica) e allo slogan "Da noi la fiamma della convenienza non si spegne mai!" e più in basso "Neanche al banco frigo" (cfr. figura n. 1).

⁶ Cfr. doc. n. 4 del fascicolo istruttorio.

⁷ Cfr. doc. n. 6 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.

Figure n. 1 – Documentazione trasmessa dal Nucleo Speciale Antitrust della Guardia di Finanza



11. Inoltre, Pro7 - nella pubblicizzazione delle offerte di alcuni prodotti - ha utilizzato in maniera espressa il simbolo olimpico dei cinque cerchi colorati oltre che il logo e la denominazione ufficiale dei giochi “*Milano-Cortina 2026*” (cfr. figura n. 2).

Figure n. 2 – Documentazione trasmessa dal Nucleo Speciale Antitrust della Guardia di Finanza



IV. LE ARGOMENTAZIONI DIFENSIVE DEL PROFESSIONISTA

12. Pro7, in data 7 aprile 2026¹³, ha depositato una memoria difensiva, rappresentando, in particolare “i contenuti pubblicitari contestati non sono stati concepiti, né sviluppati, né diffusi con finalità di sfruttamento del marchio o dell’immaginario legato ai Giochi olimpici invernali di Milano-Cortina 2026” bensì “esclusivamente con finalità celebrative e contestuali, in

¹³ Cfr. doc. n. 5 del fascicolo istruttorio.

coincidenza con l'inizio della manifestazione sportiva.”.

13. Più nel dettaglio, la Società ha rappresentato che *“il richiamo all'inizio delle Olimpiadi va interpretato come aggancio narrativo al contesto del momento, secondo logiche tipiche di instant marketing, e non come mezzo per appropriarsi del valore distintivo dell'evento o per costruire un vantaggio economico derivante da esso.”.*

14. Quanto all'impatto della condotta contestata, il Professionista ha rappresentato che *“il contenuto non abbia tratto alcun beneficio concreto o misurabile dall'eventuale richiamo al contesto olimpico”* e che *“i risultati effettivamente ottenuti dal post oggetto di contestazione sono ampiamente inferiori rispetto alle performance medie normalmente registrate dalla pagina social media della RetailPro S.p.A.”*, in quanto *“ha registrato i seguenti risultati: [omissis]* like, [omissis] commento, [omissis] repost, [omissis] salvataggi e [omissis] account raggiunti; ciò a fronte dei dati delle medie della pagina che risultano pari a: [omissis] like, [omissis] commenti, [omissis] repost, [omissis] salvataggi, [omissis] visualizzazioni e [omissis] account raggiunti.”.*

V. CONTRODEDUZIONI DELLA PARTE ALLA COMUNICAZIONE DI CONTESTAZIONE DEGLI ADDEBITI

15. La Società, in data 21 maggio 2026¹⁴, ha depositato le controdeduzioni scritte in replica alla comunicazione di contestazione degli addebiti inviata in data 8 maggio 2026¹⁵.

16. In particolare, il Professionista ha precisato che *“non in tutte le immagini oggetto del procedimento sono presenti i «cinque cerchi olimpici colorati» o la scritta «Milano-Cortina 2026». In particolare, l'immagine dei «cinque cerchi olimpici colorati» appare solo in quattro delle sette immagini contestate, mentre la scritta «Milano-Cortina 2026» solo in due su sette.”.*

17. Inoltre, la Società ha rappresentato che i *“contenuti [...] sono stati realizzati esclusivamente con finalità celebrative e contestuali, in coincidenza con l'inizio della manifestazione sportiva, inserendosi in una dinamica comunicativa ampiamente diffusa nel panorama digitale contemporaneo”* e che *“alcun vantaggio economico e concorrenziale ha ottenuto la RetailPro*

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

¹⁴ Cfr. doc. n. 10 del fascicolo istruttorio.

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

dalla pubblicazione dell'unico post sopra richiamato”.

VI. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

18. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso *internet*, in data 22 maggio 2026¹⁶ è stato richiesto il parere all'AGCOM, ai sensi dell'articolo 8, comma 6, del Decreto Legislativo.

19. L'AGCOM, con delibera n. 144/26/CONS dell'11 giugno 2026, pervenuta in data 23 giugno 2026¹⁷, 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.

20. 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

21. 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.

22. In particolare, dalla documentazione acquisita nell'ambito del procedimento emerge che RetailPro ha posto in essere una attività parassitaria creando un collegamento (illecito, non essendo sponsor ufficiale) fra il proprio

¹⁶ Cfr. doc. n. 11 del fascicolo istruttorio.

¹⁷ Cfr. doc. n. 12 del fascicolo istruttorio.

marchio e le Olimpiadi di Milano-Cortina 2026. Tale attività parassitaria si è strutturata attraverso la realizzazione di una campagna pubblicitaria nell'ambito della quale sono state diffuse alcune immagini, in un post in formato c.d. carosello, sui principali *social network*.

VII.2. Valutazioni

23. Il Decreto Legge n. 16/2020 – compreso tra gli interventi previsti dal *Dossier*¹⁸ 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*”, vietando, tra l'altro, il divieto di attività parassitarie (art. 10).

24. Il richiamato articolo 10 vieta 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 ed aventi la finalità di ricavare un vantaggio economico o concorrenziale.

25. 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*”.

26. 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*

¹⁸ 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.*”.

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 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).

27. 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.

28. Ciò rileva in quanto il Professionista, proprio in coincidenza con il periodo di inizio e svolgimento delle Olimpiadi, ha pubblicato una campagna pubblicitaria unitamente ad alcune immagini diffuse sui *social network*, in un post in formato c.d. carosello, nei quali ha utilizzato frequentemente il simbolo olimpico dei cinque cerchi colorati oltre che il logo e la denominazione ufficiale dei giochi “*Milano-Cortina 2026*”, richiamando così in maniera diretta e testuale i Giochi olimpici Milano – Cortina 2026.

29. In particolare, l’utilizzo nel sito e nei *social* del simbolo olimpico, del logo ufficiale e della denominazione ufficiale dei giochi, rappresentano elementi idonei a creare un collegamento diretto e testuale tra il marchio Pro7 e le Olimpiadi, e sono, altresì, 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.

30. 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 Pro7 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.

31. Dunque, nel caso di specie, l’utilizzo nelle comunicazioni pubblicitarie del simbolo olimpico, del logo 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.

32. Sul punto, l'eccezione del Professionista secondo cui la condotta non sarebbe un'attività parassitaria in quanto ideata *“esclusivamente con finalità celebrative e contestuali, in coincidenza con l'inizio della manifestazione sportiva”* non appare meritevole di accoglimento. Ciò in quanto, conformemente a quanto stabilito dall'articolo 10 del D.L. n. 16/2020, ciò che rileva è il collegamento testuale e diretto con le Olimpiadi e l'idoneità della condotta a 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, in maniera diretta, del simbolo olimpico, del logo nonché della denominazione ufficiale dei Giochi.

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

VII.3. Conclusioni

34. Pertanto, dall'analisi della documentazione agli atti, emerge che il Professionista abbia creato un collegamento diretto e testuale fra il proprio marchio “Pro7” e i Giochi olimpici invernali Milano-Cortina 2026; tale collegamento è idoneo a indurre in errore il pubblico sull'identità degli sponsor ufficiali¹⁹, 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.

35. Detta attività parassitaria, per le caratteristiche sopra descritte, è idonea ad attirare l'attenzione del pubblico e a ingenerare l'erronea impressione che PRO7 sia sponsor ufficiale dell'evento.

36. A ciò si aggiunga che, come *supra* rappresentato, l'idoneità della condotta a indurre in errore il pubblico va valutata con riferimento alle caratteristiche concrete del messaggio medesimo²⁰.

37. A riguardo si osserva, inoltre, che il divieto di “attività parassitarie” di

¹⁹ RetailPro S.p.A. non è annoverato 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>.

²⁰ 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.”.

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 significativo per essere annoverate tra gli *sponsor* ufficiali.

VIII. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

38. 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.

39. 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.

40. Con riguardo alla gravità delle violazioni poste in essere da RetailPro S.p.A., si tiene conto della pluralità delle comunicazioni pubblicitarie diffuse online oltre che dei *claim* utilizzati – quali collegamenti diretti e testuali alle olimpiadi, realizzando un aggancio particolarmente significativo, in considerazione dell'utilizzo persino del logo ufficiale dei Giochi. Quanto alla dimensione economica dell'operatore, il suo fatturato, sulla base dei dati forniti da RetailPro S.p.A., risulta essere, in riferimento all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2024, pari a 305.238.984 euro, con un MOL di 6.012.807 euro e un utile di esercizio, al netto delle imposte, pari a 1.246.941 euro.

41. Quanto alla durata dell'attività parassitaria, in base agli elementi istruttori acquisiti, risulta che l'attività parassitaria sia stata posta in essere da RetailPro S.p.A. a decorrere dal 6 febbraio 2026 (data di inaugurazione delle Olimpiadi) e sia cessata a far data dal 19 marzo 2026, in occasione della comunicazione di avvio del procedimento.

42. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società RetailPro S.p.A.,

anche in funzione di una effettiva deterrenza della stessa, nella misura di 650.000 (seicentocinquantamila) euro.

43. Tuttavia, trattandosi di “attività parassitaria”, in considerazione della limitata visibilità mediatica dei contenuti pubblicati, si ritiene di applicare a RetailPro S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria pari a 550.000 (cinquecentocinquantamila) 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 RetailPro 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 RetailPro S.p.A., per la violazione di cui alla precedente lettera a), una sanzione amministrativa pecuniaria di 550.000 (cinquecentocinquantamila) 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, 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