



AUTORITÀ GARANTE  
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

# Bollettino

Settimanale

Anno XXX - n. 40

**Publicato sul sito [www.agcm.it](http://www.agcm.it)  
12 ottobre 2020**



## SOMMARIO

<b>INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE</b>	<b>5</b>
<b>I780 - MERCATO DEL CALCESTRUZZO IN VENETO</b>	<b>5</b>
<i>Provvedimento n. 28356</i>	<i>5</i>
<b>I780 - MERCATO DEL CALCESTRUZZO IN VENETO</b>	<b>7</b>
<i>Provvedimento n. 28357</i>	<i>7</i>
<b>OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE</b>	<b>9</b>
<b>C11205B - ELETTRONICA INDUSTRIALE/DIGITAL MULTIMEDIA TECHNOLOGIES-REVISIONE MISURE</b>	<b>9</b>
<i>Provvedimento n. 28354</i>	<i>9</i>
<b>C12319 - INTESA SANPAOLO/EUROCONSULT RENTAL DIVISION</b>	<b>11</b>
<i>Provvedimento n. 28355</i>	<i>11</i>
<b>ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA</b>	<b>15</b>
<b>AS1700 – CONSIP - BANDO DI GARA PER LA FORNITURA DI STAMPANTI E APPARECCHIATURE MULTIFUNZIONE - EDIZIONE 18</b>	<b>15</b>
<b>PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE</b>	<b>18</b>
<b>PS11550 - VODAFONE-CONCORSO "HAPPY &amp; WIN"</b>	<b>18</b>
<i>Provvedimento n. 28358</i>	<i>18</i>
<b>PS11722 - CARLITA SHOP-INTEGRATORI ANTIVIRALI</b>	<b>28</b>
<i>Provvedimento n. 28360</i>	<i>28</i>
<b>CONFLITTO DI INTERESSI</b>	<b>38</b>
<b>SI1166C - C.A. AURELIO CALIGIORE-COMMISSARIO STRAORDINARIO DEL GOVERNO PER IL RECUPERO DELLE BALLE DI RIFIUTI PLASTICI PRESSATI PERSE DALLA MOTONAVE "IVY" IN PROSSIMITA' DELL'ISOLOTTO DI CERBOLI NELLE ACQUE DEL GOLFO DI FOLLONICA-PARERE</b>	<b>38</b>



## INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

### I780 - MERCATO DEL CALCESTRUZZO IN VENETO

*Provvedimento n. 28356*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 22 settembre 2020;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTA la legge del 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la propria delibera del 22 ottobre 2014 con cui sono state adottate le *Linee guida sulle modalità di applicazione dei criteri di quantificazione delle sanzioni amministrative pecuniarie* irrogate dall'Autorità in applicazione dell'articolo 15, comma 1, della legge n. 287/90 (di seguito, in breve, *Linee guida sanzioni*);

VISTO il proprio provvedimento n. 25801 del 22 dicembre 2015, di chiusura dell'istruttoria I780, con il quale l'Autorità ha accertato che le società General Beton Triveneta S.p.A. (di seguito anche GBT), SuperBeton S.p.A., Mosole S.p.A., Ilsa Pacifici Remo S.p.A., Jesolo Calcestruzzi S.r.l. e Intermodale S.r.l. hanno posto in essere una complessa e continuata intesa orizzontale avente per oggetto il coordinamento del comportamento commerciale di vendita del calcestruzzo nel mercato rilevante costituito dall'area geografica Venezia Mare. Per GBT la durata dell'infrazione è stata accertata dal 17 giugno 2010 al 20 giugno 2013;

VISTA la sanzione amministrativa pecuniaria pari a 487.114 euro, irrogata a carico della società GBT per la violazione accertata, in ragione della sua gravità e durata;

VISTA la sentenza del Consiglio di Stato, Sez. VI, n. 5257 del 27 agosto 2020 con cui è stato accolto in parte il ricorso in appello presentato da GBT e, per l'effetto, è stato annullato il provvedimento n. 25801 del 22 dicembre 2015 limitatamente alla parte relativa alla quantificazione della sanzione;

VISTA, in particolare, la motivazione della sentenza citata, con cui il Consiglio di Stato, in parziale riforma della sentenza di primo grado (TAR del Lazio, Sez. I, n. 12417/2017) ha disposto che "*l'Autorità dovrà procedere alla riduzione del 15% della sanzione irrogata*", così che spetta all'Autorità la quantificazione in concreto dell'importo della medesima, in conformità alle indicazioni dettate nella riferita sentenza;

CONSIDERATO quanto ritenuto dal Consiglio di Stato, in merito all'applicazione del principio di proporzionalità che la Corte costituzionale ha esteso alle sanzioni amministrative punitive (sent. n. 112/2019), nonché alla valutazione complessiva della situazione economica del settore e delle condizioni economiche di GBT, in attuazione del paragrafo 34 delle *Linee guida sanzioni*, che ammette motivate deroghe all'applicazione dei principi in esse individuati, in ragione delle specifiche circostanze del caso concreto;

CONSIDERATO che il Consiglio di Stato, nell'esercizio della sua giurisdizione di merito, tenendo conto delle motivazioni sopra evidenziate, ha individuato una riduzione del 15% della sanzione

originariamente irrogata nei confronti di GBT e che tale criterio risulta puntuale, oggettivo e di applicazione automatica e non lascia alcun margine discrezionale nell'attuazione del vincolo conformativo derivante dalla sentenza da eseguire;

RITENUTO, pertanto, di dover procedere, in ottemperanza all'indicata sentenza del giudice amministrativo e in conformità alle indicazioni e al criterio ivi enucleato, alla rideterminazione della sanzione irrogata con il provvedimento n. 25801 del 22 dicembre 2015 nei confronti della parte ricorrente;

VISTI tutti gli atti del procedimento;

CONSIDERATO che, in conformità ai parametri indicati nella sentenza del Consiglio di Stato n. 5257 del 27 agosto 2020, l'ammontare della sanzione originariamente irrogata alla società General Beton Triveneta S.p.A., pari a 487.114 euro, è ridotto di una percentuale del 15%. L'ammontare finale della sanzione irrogata a General Beton Triveneta S.p.A. risulta, quindi, pari a 414.047 (quattrocentoquattordicimilaquarantasette) euro;

#### DELIBERA

che la sanzione amministrativa pecuniaria da applicare alla società General Beton Triveneta S.p.A. per l'infrazione alla stessa ascritta con il provvedimento dell'Autorità n. 25801 del 22 dicembre 2015, è quantificata nella misura di 414.047 euro.

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 presente provvedimento sarà notificato al soggetto interessato e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

*Filippo Arena*

IL PRESIDENTE

*Roberto Rustichelli*

---

**I780 - MERCATO DEL CALCESTRUZZO IN VENETO**

*Provvedimento n. 28357*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 22 settembre 2020;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTA la legge del 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la propria delibera del 22 ottobre 2014 con cui sono state adottate le Linee guida sulle modalità di applicazione dei criteri di quantificazione delle sanzioni amministrative pecuniarie irrogate dall'Autorità in applicazione dell'articolo 15, comma 1, della legge n. 287/90 (di seguito, in breve, *Linee guida sanzioni*);

VISTO il proprio provvedimento n. 25801 del 22 dicembre 2015, di chiusura dell'istruttoria I780, con il quale l'Autorità ha accertato che le società General Beton Triveneta S.p.A., SuperBeton S.p.A., Mosole S.p.A. (di seguito anche Mosole), Ilsa Pacifici Remo S.p.A., Jesolo Calcestruzzi S.r.l. e Intermodale S.r.l. hanno posto in essere una complessa e continuata intesa orizzontale avente per oggetto il coordinamento del comportamento commerciale di vendita del calcestruzzo nel mercato rilevante costituito dall'area geografica Venezia Mare. Per Mosole la durata dell'infrazione è stata accertata dal 17 giugno 2010 al 24 maggio 2013;

VISTA la sanzione amministrativa pecuniaria pari a 368.836 euro, irrogata a carico della società Mosole per la violazione accertata, in ragione della sua gravità e durata;

VISTA la sentenza del Consiglio di Stato, Sez. VI, n. 5258 del 27 agosto 2020 con cui è stato accolto in parte il ricorso in appello presentato da Mosole e, per l'effetto, è stato annullato il provvedimento n. 25801 del 22 dicembre 2015 limitatamente alla parte relativa alla quantificazione della sanzione;

VISTA, in particolare, la motivazione della sentenza citata, con cui il Consiglio di Stato, in parziale riforma della sentenza di primo grado (TAR del Lazio, Sez. I, n. 12419/2017) ha disposto che "*l'Autorità dovrà procedere alla riduzione del 50% della sanzione irrogata*", così che spetta all'Autorità la quantificazione in concreto dell'importo della medesima, in conformità alle indicazioni dettate nella riferita sentenza;

CONSIDERATO quanto ritenuto dal Consiglio di Stato in merito alla circostanza che Mosole ha avuto un ruolo marginale nell'intesa accertata, anche in ragione della sua posizione marginale sul mercato, e che la durata della condotta illecita per Mosole deve considerarsi cessata a partire, al più, dal 31 dicembre 2012 ("*e, dunque, prima del termine del periodo di durata dell'infrazione individuato nel provvedimento impugnato*") in quanto a tale data la società aveva dato disdetta al contratto di consulenza con Intermodale e che devono essere complessivamente considerate la situazione economica del settore e le condizioni economiche della Mosole;

CONSIDERATO che il Consiglio di Stato, nell'esercizio della sua giurisdizione di merito, tenendo conto delle motivazioni sopra evidenziate, ha individuato una riduzione del 50% della sanzione originariamente irrogata nei confronti di Mosole e che tale criterio risulta puntuale, oggettivo e di applicazione automatica e non lascia alcun margine discrezionale nell'attuazione del vincolo conformativo derivante dalla sentenza da eseguire;

RITENUTO, pertanto, di dover procedere, in ottemperanza all'indicata sentenza del giudice amministrativo e in conformità alle indicazioni e al criterio ivi enucleato, alla rideterminazione della sanzione irrogata con il provvedimento n. 25801 del 22 dicembre 2015 nei confronti della parte ricorrente;

VISTI tutti gli atti del procedimento;

CONSIDERATO che, in conformità ai parametri indicati nella sentenza del Consiglio di Stato, Sez. VI, n. 5258 del 27 agosto 2020, l'ammontare della sanzione originariamente irrogata alla società Mosole S.p.A. pari a 368.836 euro, è ridotto di una percentuale del 50%. L'ammontare finale della sanzione irrogata a Mosole S.p.A. risulta, quindi, pari a 184.418 (centottantaquattromilaquattrocentodiciotto) euro;

#### DELIBERA

che la sanzione amministrativa pecuniaria da applicare alla società Mosole S.p.A. per l'infrazione alla stessa ascritta con il provvedimento dell'Autorità n. 25801 del 22 dicembre 2015, è quantificata nella misura di 184.418 euro.

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 presente provvedimento sarà notificato al soggetto interessato e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE  
*Filippo Arena*

IL PRESIDENTE  
*Roberto Rustichelli*

---

## OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

### **C11205B - ELETTRONICA INDUSTRIALE/DIGITAL MULTIMEDIA TECHNOLOGIES-REVISIONE MISURE**

*Provvedimento n. 28354*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 22 settembre 2020;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la propria delibera n. 23117 del 14 dicembre 2011, con la quale è stata autorizzata ai sensi dell'articolo 6, comma 2, della legge n. 287/90, l'operazione di concentrazione consistente nell'acquisizione del controllo della società Digital Multimedia Technologies S.p.A. da parte della società Elettronica Industriale S.p.A., prescrivendo specifiche misure, ai sensi dell'articolo 6, comma 2, della legge n. 287/90;

VISTA la propria delibera del n. 23138 del 15 dicembre 2011 con la quale l'Autorità ha ritenuto di precisare il contenuto della misura di cui al punto m) del dispositivo del provvedimento del 14 dicembre 2011, n. 23117;

CONSIDERATO che in data 30 dicembre 2011 è stato stipulato l'atto di esecuzione della fusione per incorporazione, avvenuta in data 2 gennaio 2012, di EI Towers S.p.A. in Digital Multimedia Technologies S.p.A., che ha assunto la denominazione dell'incorporata;

VISTA la propria delibera n. 27315 del 13 settembre 2018 di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, in merito all'operazione di concentrazione consistente nell'acquisizione del controllo della società EI Towers S.p.A. da parte di F2i S.G.R. S.p.A.;

VISTA la propria delibera n. 27984 del 12 novembre 2019, con la quale è stata autorizzata ai sensi dell'articolo 6, comma 2, della legge n. 287/90, l'operazione di concentrazione consistente nell'acquisizione del controllo della società Persidera S.p.A. da parte da parte di F2i S.G.R. S.p.A., prescrivendo specifiche misure, ai sensi dell'articolo 6, comma 2, della legge n. 287/90 in capo a F2i S.G.R. S.p.A., EI Towers S.p.A., Persidera S.p.A. e Mediaset S.p.A.;

VISTA la propria delibera n. 28242 del 20 maggio 2020, con la quale è stato avviato un procedimento per valutare se l'evoluzione del contesto fattuale, societario e di mercato, sia tale da giustificare la revoca, totale o parziale, delle misure prescritte dalla delibera dell'Autorità n. 23117 del 14 dicembre 2011;

VISTA la richiesta di partecipazione al procedimento presentata da Rai Way S.p.A.;

VISTA la Comunicazione delle Risultanze Istruttorie trasmessa in data 5 agosto 2020;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATA la necessità di richiedere il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249;  
RITENUTO, pertanto, necessario prorogare il termine di conclusione del procedimento, attualmente fissato al 30 settembre 2020;

**DELIBERA**

di prorogare al 31 ottobre 2020 il termine di conclusione del procedimento.

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

**IL SEGRETARIO GENERALE**

*Filippo Arena*

**IL PRESIDENTE**

*Roberto Rustichelli*

---

**C12319 - INTESA SANPAOLO/EUROCONSULT RENTAL DIVISION***Provvedimento n. 28355*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 22 settembre 2020;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione della società Intesa Sanpaolo S.p.A., pervenuta in data 24 agosto 2020;

CONSIDERATO quanto segue:

**I. LE PARTI**

1. Intesa Sanpaolo S.p.A. (di seguito, ISP) è la società a capo del Gruppo ISP, uno dei principali gruppi bancari italiani.

2. ISP è attiva – direttamente e tramite le società facenti parte del Gruppo ISP – nella fornitura di servizi bancari e finanziari a livello sia nazionale che internazionale. Le azioni di ISP sono quotate presso il Mercato Telematico di Borsa Italiana (indice FTSE MIB). Nessuno degli azionisti di ISP, da solo o congiuntamente con altri azionisti, esercita il controllo della società.

3. Nel 2019 il gruppo ISP<sup>1</sup> ha realizzato, a livello mondiale, un fatturato consolidato pari a circa [80-90]\* miliardi di euro, di cui circa [80-90] miliardi di euro per vendite nell'Unione Europea e circa [60-70] miliardi di euro per vendite in Italia<sup>2</sup>.

4. Euroconsult Rental Division S.p.A. (di seguito, ERD o *Target*) è una società attiva esclusivamente sul territorio nazionale nel settore del *leasing* operativo. In particolare, ERD offre alle imprese clienti beni strumentali di vario genere (fatta eccezione per quelli del settore *automotive*), prevalentemente standardizzati e di importo contenuto (di regola sino a € 100.000). Le imprese cui ERD fornisce i propri servizi sono attive in diversi comparti merceologici, tra cui quelli dell'office *automation*, dell'elettromedicale, degli arredamenti e dell'efficientamento energetico.

5. Il capitale sociale di ERD è detenuto per il 75% da Euroconsult 2001 S.r.l. (di seguito, EC 2001) e per il restante 25% da Locatec S.a.s. di Miscioscia Francesco & C. (di seguito, LOCATEC e, congiuntamente a EC 2001, i Venditori). A sua volta, il capitale sociale di EC 2001 è detenuto

---

<sup>1</sup> I dati di fatturato includono anche il fatturato di UBI, di cui ISP ha recentemente acquisito il controllo esclusivo (cfr. Caso C12287 – Intesa Sanpaolo/UBI Banca-Unione Di Banche Italiane, in Bollettino n. 29/2020).

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

<sup>2</sup> Fatturato al netto delle vendite infra-gruppo calcolato ai sensi dell'art. 16, comma 2, della legge n. 287/90 per quanto riguarda le attività bancarie e assicurative.

interamente da persone fisiche appartenenti alla Famiglia Allegretti, mentre i soci della LOCATEC sono tutti appartenenti alla Famiglia Miscioscia.

6. Nel 2019 ERD ha realizzato, interamente in Italia, un fatturato pari a circa 39,5 milioni di euro.

## II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

7. In data 5 agosto 2020, ISP ha sottoscritto un accordo quadro vincolante (di seguito, l'Accordo), tramite il quale si è impegnata ad acquistare dai Venditori azioni ordinarie di ERD rappresentative del 60% del relativo capitale sociale.

8. All'Accordo farà seguito, entro il termine improrogabile del 31 dicembre 2020, la sottoscrizione del contratto di compravendita di azioni tra ISP e i Venditori, il cui contenuto riprodurrà i termini e le condizioni essenziali dell'Accordo.

9. In seguito al perfezionamento dell'Operazione, il rimanente 40% del capitale sociale di ERD continuerà a essere detenuto da EC 2001 e da LOCATEC, che manterranno una partecipazione rispettivamente pari al 30% e al 10%.

10. Ai sensi dell'Accordo, è previsto che – a esito dell'Operazione, e fino alla data di esercizio delle opzioni *put* e *call* di cui *infra*, e comunque non oltre il quinto anno dal *closing* – il Consiglio di Amministrazione di ERD sarà composto da sette membri, cinque dei quali designati da ISP (tra cui il Presidente e l'Amministratore delegato) e due, uno per parte, dai Venditori.

11. Al Consiglio di Amministrazione di ERD, che delibererà a maggioranza semplice, saranno demandate tutte le decisioni strategiche della *Target*. Dal momento che i Consiglieri designati dai Venditori non godranno di diritti di veto su decisioni che determinano l'indirizzo strategico degli affari di ERD, quest'ultima sarà soggetta, *post*-Operazione, al controllo esclusivo di ISP.

12. L'Accordo prevede, infine, la possibilità per ISP di incrementare la propria partecipazione azionaria fino ad arrivare al 100% del capitale sociale di ERD, tramite opzioni *put* e *call* aventi a oggetto il rimanente 40% del capitale sociale di ERD, detenuto da EC 2001 e LOCATEC (di seguito, le Opzioni).

13. Ai sensi dell'Accordo, per un periodo di cinque anni dal *closing* dell'Operazione, EC 2001 e LOCATEC si asterranno dallo svolgere attività che siano in concorrenza con quelle svolte da ERD. In particolare, il patto di non concorrenza avrà ad oggetto le attività attualmente svolte da ERD nel settore del noleggio operativo di beni strumentali per le imprese. Da un punto di vista geografico, il patto di non concorrenza sarà riferito esclusivamente all'Italia.

14. Inoltre, EC 2001 e LOCATEC faranno in modo che i due Consiglieri di amministrazione di ERD designati da tali società non oltre il quinto anno dalla data del *closing*, e comunque alla cessazione dell'incarico di Consiglieri di amministrazione di ERD, sottoscrivano un patto di non concorrenza con ERD con durata fino al 31 dicembre 2026.

## III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

15. L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo esclusivo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/90.

**16.** Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 504 milioni di euro e il fatturato realizzato individualmente a livello nazionale da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 31 milioni di euro.

**17.** Le pattuizioni di non concorrenza descritte nel paragrafo precedente possono ritenersi direttamente connesse e necessarie alla realizzazione dell'operazione di concentrazione in esame, in quanto funzionali alla salvaguardia del valore dell'impresa acquisita, a condizione che esse siano limitate temporalmente ad un periodo di tre anni e non impediscano ai venditori di acquistare o detenere azioni a soli fini di investimento finanziario<sup>3</sup>.

#### IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

**18.** La presente operazione riguarda il settore del *leasing*, ovvero dei contratti di locazione di beni necessari all'esercizio di un'attività di impresa dietro pagamento di un canone periodico. Secondo precedenti decisioni dell'Autorità, tale settore comprende i due segmenti del *leasing* operativo e del *leasing* finanziario<sup>4</sup>. Le due tipologie di *leasing* si differenziano tra loro in ragione della maggiore flessibilità che presenta il *leasing* operativo. Questo, infatti, permette all'impresa di rinnovare con maggior frequenza le apparecchiature necessarie all'esercizio della propria attività, limitando i rischi dell'obsolescenza tecnologica di tali beni. Esso si caratterizza per il fatto che la proprietà del bene non viene trasferita in capo al locatario allo scadere del contratto, a fronte del pagamento di un prezzo di riscatto, circostanza viceversa prevista in operazioni di *leasing* finanziario. Dal lato dell'offerta, si registra una sostituibilità imperfetta. Mentre il *leasing* finanziario è un'attività regolamentata e riservata alle banche e agli intermediari finanziari iscritti in apposito elenco, l'offerta di *leasing* operativo è consentita anche a società commerciali e intermediari finanziari. Dal punto di vista geografico, il settore del *leasing*, e in particolare il *leasing* operativo, ha dimensione nazionale, in considerazione del fatto che il fornitore offre anche servizi di manutenzione e deve, pertanto, garantire una rete di assistenza organizzata a livello nazionale.

**19.** La società *target* ERD è attiva esclusivamente nel *leasing* operativo, ove detiene a livello nazionale una quota pari al [1-5%] circa, mentre la società acquirente ISP, attiva nel *leasing* finanziario, non è attiva nel *leasing* operativo.

**20.** Nel complessivo settore del *leasing*, ERD e ISP detengono a livello nazionale quote pari rispettivamente allo [inferiore all'1%] e al [5-10%].

**21.** In tali mercati sono presenti numerosi e qualificati concorrenti.

---

<sup>3</sup> Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle operazioni di concentrazione (2005/C 56/03) pubblicata in GUCE del 5 marzo 2005.

<sup>4</sup> Cfr., tra gli altri, provv. n. 27292 del 1 agosto 2018, C12169 – Costituzione del Gruppo Bancario Cassa Centrale Banca, in Bollettino n. 32/2018, provv. n. 27272 del 20 luglio 2018, C12173 – Cassa Centrale Banca – Credito Cooperativo Del Nord Est/Clariss Leasing, in Bollettino n. 30/2018, provv. n. 21315 del 30 giugno 2010, C10636 – GE Capital Services/Siemens Renting, in Bollettino n. 26/2010, provv. n. 10918 del 27 giugno 2002, C5303 – GE Capital Equipment Finance/Comdisco Italia, in Bollettino n. 26/2002 e provv. n. 10656 del 17 aprile 2002, C5179 – ABB Credit Holding/Xerox Noleggi, in Bollettino n. 16/2002.

**22.** In virtù di quanto considerato, si ritiene che nei mercati di riferimento l'operazione non avrà effetti pregiudizievoli per la concorrenza, non determinando modifiche sostanziali nella struttura concorrenziale degli stessi.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sui mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

RITENUTO, altresì, che le pattuizioni di non concorrenza tra le parti risultano accessorie alla presente operazione nei soli limiti sopra descritti e che l'Autorità si riserva di valutare tali pattuizioni ove si realizzino oltre i limiti ivi indicati;

#### DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

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

IL SEGRETARIO GENERALE  
*Filippo Arena*

IL PRESIDENTE  
*Roberto Rustichelli*

---

## ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

### AS1700 – CONSIP - BANDO DI GARA PER LA FORNITURA DI STAMPANTI E APPARECCHIATURE MULTIFUNZIONE - EDIZIONE 18

Roma, 24 giugno 2020

Ministero dell'Economia e delle Finanze

Con riferimento alla richiesta di parere, formulata dal Ministero dell'Economia e delle Finanze, sulla bozza del “*Bando di gara per la stipula della Convenzione per la fornitura di stampanti, apparecchiature multifunzione, consumabili e servizi connessi per le PA - Edizione n. 18 - Lotti n. 5 (ID SIGeF 2243)*”, l’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella sua adunanza del 17 giugno 2020, ha deliberato di svolgere, ai sensi dell’articolo 22 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, le considerazioni di seguito riportate.

Preliminarmente, si osserva come la filiera produttiva del settore delle tecnologie dell’informazione e della comunicazione e, nello specifico, delle stampanti e delle apparecchiature multifunzione di stampa e copia, sia caratterizzata da un numero significativo di produttori di rilevanza internazionale, i quali spesso partecipano indirettamente alle gare aperte, attraverso l’intermediazione dei distributori e dei rivenditori nazionali.

Dall’osservazione delle precedenti gare, tuttavia, si rileva la partecipazione indiretta di un numero sempre più ristretto di produttori, così come dei rivenditori nazionali, nonostante la sussistenza di condizioni di mercato favorevoli alla configurazione di lotti contendibili<sup>1</sup>. Nel medio-lungo periodo, la riduzione del numero dei fornitori diretti (rivenditori) e indiretti (produttori) può comportare per la Pubblica Amministrazione un peggioramento degli *standard* di qualità offerti sul mercato e un conseguente aumento dei prezzi dei prodotti e servizi oggetto di gara.

La gara, diversamente dalle sue precedenti edizioni, prevede precisi obblighi di fornitura di materiale di consumo “rigenerato” in ossequio al dettato normativo del nuovo CAM<sup>2</sup>. In particolare il disciplinare di gara prevede: i) una fornitura minima del 30% di materiali consumabili “rigenerati”;

---

<sup>1</sup> Alto numero di concorrenti potenziali, apparente assenza di barriere tecniche ed economiche.

<sup>2</sup> V. Decreto Ministero dell’Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare dal titolo “*Criteri ambientali minimi per l’affidamento del servizio di stampa gestita; l’affidamento del servizio di noleggio di stampanti e di apparecchiature multifunzione per ufficio; l’acquisto o il leasing di stampanti e di apparecchiature multifunzione per ufficio*” del 17 ottobre 2019, in G.U. n. 261 del 7 novembre 2019. In particolare il CAM recita: “*laddove la fornitura di cartucce di toner e a getto di inchiostro sia prevista nell’ambito del contratto di acquisto o leasing dei dispositivi per la riproduzione di immagini, le cartucce di toner e a getto di inchiostro fornite devono essere, **per almeno il 30% in numero**, rigenerate («preparate per il riutilizzo») conformi alle specifiche tecniche contenute nei CAM per le forniture di cartucce toner e cartucce a getto di inchiostro vigenti*”.

ii) l'inclusione nell'offerta richiesta del servizio opzionale di assistenza e manutenzione delle apparecchiature per la durata di sessanta mesi, ritenuto un criterio premiante all'interno dello stesso CAM. Al riguardo, analizzando gli operatori del mercato, si osserva che, tipicamente, i materiali di consumo "rigenerati" sono sviluppati e prodotti da aziende differenti da quelle che sviluppano e producono le apparecchiature e i materiali di consumo "originali".

L'Autorità ritiene che una diversa definizione delle procedure di gara potrebbe contribuire a superare gli effetti di una limitata partecipazione alla gara, come registrata nelle edizioni precedenti.

La riduzione della percentuale di fatturato specifico medio annuo rispetto alla base d'asta del lotto – prevista nella documentazione di gara in esame quale requisito di capacità economico-finanziaria richiesta per la partecipazione – appare idonea a incrementare la partecipazione alla gara.

Tuttavia, al riguardo, l'estensione del possesso di tale requisito ai tre anni antecedenti alla gara, in luogo dei due anni previsti nelle edizioni precedenti della medesima procedura competitiva, appare un elemento idoneo a vanificare il beneficio derivante dalla riduzione del valore soglia di fatturato richiesto quale garanzia di capacità economico-finanziaria.

In relazione al criterio di aggiudicazione della gara, analogamente a quanto già rilevato per procedure equivalenti di fornitura di PC<sup>3</sup>, si rileva come il criterio del minor prezzo non risulti essere – nel caso di specie – la modalità più idonea ad assicurare la completa valutazione di offerte articolate, caratterizzate da un insieme composito di prodotti (stampante/apparecchiatura multifunzione – nel caso di un lotto anche dotata di un cassetto opzionale – dotazioni e rifornimenti di consumabili "originali" e/o "rigenerati") e di servizi diversi (assistenza e manutenzione, con possibilità di estensione dei servizi), relativi a prestazioni tecniche fornite con tempistiche e modalità distinte nel tempo.

Tale previsione, ove applicata a siffatto contesto di gara, può limitare la partecipazione dei produttori che non dovessero disporre di modelli di apparecchiature dotate di tutte le caratteristiche che incrementano la prestazione o i servizi connessi alla fornitura, specialmente in relazione ai materiali di consumo "rigenerati".

Per tali ragioni appare preferibile che le prestazioni aggiuntive siano individuate e valorizzate attraverso l'attribuzione di un punteggio tecnico da affiancare all'offerta economica. Infatti, trattandosi di beni e servizi forniti con tempistiche, modalità e qualità differenti, il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa appare essere il più adeguato.

Pertanto in relazione a tale specifica procedura di gara, l'Autorità ritiene che il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa potrebbe consentire una piena valutazione delle offerte, che valorizzi, da un lato, le caratteristiche di base delle apparecchiature e dei servizi oggetto di gara e, dall'altro, le prestazioni aggiuntive proposte, garantendo un sostanziale incremento della partecipazione e un migliore confronto concorrenziale.

L'Autorità confida che le considerazioni suesposte possano essere utili in sede di definizione del bando di gara per la fornitura dei prodotti in oggetto.

In ogni caso, l'Autorità si riserva di valutare il bando pubblicato nonché gli esiti della gara, ove nel corso del suo svolgimento dovessero emergere elementi suscettibili di configurare illeciti concorrenziali.

---

<sup>3</sup> V. AS1647 - CONSIP - BANDO DI GARA PER LA FORNITURA DI PC DESKTOP E WORKSTATION EDIZIONE I del 3 dicembre 2019, in Boll. 8/2020.

Il presente parere sarà pubblicato sul bollettino di cui all'articolo 26 della legge n. 287/90 successivamente alla pubblicazione del bando di gara.

IL PRESIDENTE

*Roberto Rustichelli*

---

## PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

### PS11550 - VODAFONE-CONCORSO "HAPPY & WIN"

*Provvedimento n. 28358*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 22 settembre 2020;

SENTITO il Relatore, Professore Michele Ainis;

VISTE la Parte II, Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, e successive modificazioni (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015, n. 25411;

VISTO il proprio provvedimento del 3 marzo 2020, con il quale, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, in considerazione della necessità di procedere alla valutazione degli impegni presentati dal Professionista;

VISTO il proprio provvedimento del 14 luglio 2020, con il quale, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta un'ulteriore proroga del termine di conclusione del procedimento, in considerazione della necessità di esaminare le risultanze agli atti ai fini della valutazione della fattispecie oggetto del procedimento;

VISTI gli atti del procedimento;

### I. LA PARTE

1. Vodafone Italia S.p.A. (di seguito Vodafone) in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera b), del Codice del Consumo. La società è attiva nel settore dei servizi di telefonia.

### II. LA CONDOTTA OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

2. Il procedimento concerne una condotta posta in essere da Vodafone in relazione al concorso a premi *Happy&Win*. In particolare, Vodafone nel periodo 26 settembre-28 ottobre 2019 ha promosso un concorso a premi denominato *Happy&Win* che metteva in palio per i partecipanti *smartphone*, crociere e automobili BMW X2. Il concorso, come indicato nel relativo regolamento, era rivolto a clienti Vodafone che al momento della partecipazione al concorso avevano attivato il servizio *Happy Black*, oppure, durante il periodo promozionale, avevano attivato l'offerta 10GB.

3. Le modalità di partecipazione al concorso per i clienti che attivavano 10GB erano descritte nel regolamento, in cui si specificava che la partecipazione era permessa "*a un cliente 10GB che abbia aderito, al momento dell'accesso all'Applicazione, all'offerta 10GB e che ciascun cliente può partecipare al concorso una volta per ogni attivazione dell'offerta 10GB la quale può essere attivata*

*fino ad un massimo di 10 volte in un giorno, ciascuna attivazione al costo di 0,99 euro*". Come precisato nel regolamento, anche il cliente *Happy Black*, che - dopo aver effettuato la prima partecipazione del giorno - chiedeva l'attivazione dell'offerta 10GB, aveva diritto nello stesso giorno dell'attivazione a un titolo di partecipazione aggiuntivo. Anche in questo caso vi era il limite massimo di 10 attivazioni giornaliere dell'offerta 10GB.

**4.** In caso di utilizzo dell'App Vodafone, nella prima pagina compariva il seguente messaggio "*Happy&Win Puoi vincere uno smartphone all'ora, una crociera sulla nuova Costa Smeralda al giorno e una BMW X2 a settimana...e con Happy Black partecipi una volta al giorno!*". Sotto il messaggio compariva la scritta "*Scopri di più*" cliccando sulla quale si passava ad una seconda pagina dove si leggeva: "*Happy&Win. Puoi vincere uno smartphone ogni ora, una crociera sulla nuova Costa Smeralda al giorno e una BMW X2 a settimana. Cliccando su Partecipa attivi 10 Giga per 48 ore a soli 0,99 euro e confermi di aver letto il Regolamento con Informativa Privacy.*"

In basso si leggeva "*Regolamento Concorso e Maggiori dettagli*" e compariva la scritta "*Partecipa*". Cliccando su "*Regolamento concorso e Maggiori dettagli*" si apriva una pagina dove si leggeva: "*Con Happy Giga hai 10 Giga per due giorni. Happy Giga costa 0,99 euro e si disattiva in automatico dopo due giorni. L'attivazione di Happy 10 Giga ti consente di partecipare a Happy & Win fino alle 23,59 del giorno dell'attivazione. Se hai altre offerte dati, consumi prima Happy 10 Giga*".

**5.** Secondo quanto contestato in avvio di istruttoria, i messaggi della società invitavano a partecipare al concorso dopo aver sottoscritto l'offerta 10GB, ma non fornivano chiare informazioni sulle modalità di funzionamento del concorso stesso, con particolare riguardo al fatto che era possibile partecipare una sola volta al concorso a premi se non si voleva sostenere il costo di una nuova attivazione di 10GB, la sola che dava diritto ad effettuare una nuova giocata.

**6.** Le criticità evidenziate nella pubblicità non venivano superate nemmeno in base alla lettura del regolamento di partecipazione al concorso che parimenti appariva ambiguo. Il regolamento infatti stabiliva: "*Un cliente 10GB avrà diritto a partecipare al Concorso una volta per ogni attivazione dell'offerta nel corso del Periodo Promozionale, purchè la partecipazione avvenga entro il termine sopra indicato (ossia entro le 23:59:59 del medesimo giorno di attivazione dell'offerta 10GB) e comunque con il limite massimo di dieci partecipazioni giornaliere*". Infatti, nonostante venisse indicata la possibilità di partecipare al concorso una volta per ogni attivazione della promozione, si lasciava anche intendere che per i clienti 10GB nello stesso giorno di attivazione della promozione fosse possibile partecipare al concorso con un limite massimo di 10 partecipazioni e senza precisare che per fare ciò occorreva attivare ogni volta la promozione per ulteriori 10GB.

**7.** Le modalità di rappresentazione della partecipazione al concorso a premi non apparivano idonee a fornire una completa e corretta informazione ai consumatori, sotto il profilo delle caratteristiche del concorso e dei costi da sostenere per parteciparvi.

Pertanto, i messaggi pubblicitari come integrati dal regolamento di partecipazione apparivano ingannevoli, ai sensi degli articoli 20, comma 2, 21, comma 1, lettera b) e 22 del Codice del Consumo.

### III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

#### *1) L'iter del procedimento*

**8.** In relazione alla condotta sopra descritta, in data 16 settembre 2019 è stato avviato il procedimento istruttorio PS11550 nei confronti della società Vodafone, per presunta violazione degli artt. 20, comma 2, 21, comma 1 lettera *b*) e 22 del Codice del Consumo<sup>1</sup>.

**9.** In data 18 ottobre 2019 è pervenuta da parte della società un'istanza di accesso agli atti che si è svolto in data 28 ottobre 2019<sup>2</sup>.

**10.** In data 5 novembre 2019<sup>3</sup> la società Vodafone ha fornito risposta alla richiesta di informazioni formulata con l'avvio del procedimento ed ha presentato le proprie argomentazioni difensive.

**11.** In data 29 novembre 2019<sup>4</sup>, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, Vodafone ha presentato impegni volti a rimuovere i profili di scorrettezza della condotta oggetto di contestazione. Nella riunione dell'Autorità del 14 gennaio 2020, gli impegni presentati sono stati valutati e ritenuti solo parzialmente idonei a rimuovere i profili di scorrettezza della pratica oggetto di contestazione; nella relativa comunicazione alla società, effettuata in data 23 gennaio 2020, è stato fissato un termine di venti giorni per consentire alla stessa di presentare un'integrazione agli impegni<sup>5</sup>.

**12.** In data 12 febbraio 2020, Vodafone ha presentato una proposta integrativa di impegni, integrata in via definitiva il 9 giugno 2020<sup>6</sup>.

**13.** In considerazione delle necessità connesse alla valutazione degli impegni presentati dal Professionista, nella riunione dell'Autorità del 3 marzo 2020 il termine di conclusione del procedimento veniva prorogato di sessanta giorni, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento e, in pari data, veniva effettuata la relativa comunicazione alla Parte<sup>7</sup>.

**14.** In data 28 maggio 2020 la società Vodafone veniva sentita in audizione<sup>8</sup>.

**15.** In data 1° luglio 2020 veniva inviata a Vodafone la comunicazione del termine della fase istruttorio<sup>9</sup>.

**16.** In considerazione della necessità di esaminare le risultanze in atti ai fini della valutazione della fattispecie oggetto del procedimento, nella riunione dell'Autorità del 14 luglio 2020 il termine di conclusione del procedimento, già differito al 3 agosto 2020, ai sensi dell'articolo 103 del D.L. 17 marzo 2020, n. 18 e dell'articolo 37 del D.L. 8 aprile 2020, n. 23, veniva prorogato di ulteriori sessanta giorni<sup>10</sup>.

---

<sup>1</sup> Cfr. Doc. n. 9.

<sup>2</sup> Cfr. Doc. nn.10 e 12.

<sup>3</sup> Cfr. Doc. n. 14.

<sup>4</sup> Cfr. Doc. n. 17.

<sup>5</sup> Cfr. Doc. n. 18.

<sup>6</sup> Cfr. Doc. n. 19.

<sup>7</sup> Cfr. Doc. n. 22.

<sup>8</sup> Cfr. Doc. n. 25.

<sup>9</sup> Cfr. Doc. n. 28.

<sup>10</sup> Cfr. Doc. n. 29.

**17.** In data 29 luglio 2020 è stata inoltrata richiesta di parere all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (di seguito anche AGCOM), ai sensi dell’articolo 27, comma 1-*bis*, del Codice del Consumo<sup>11</sup>. Il parere è pervenuto in data 11 settembre 2020<sup>12</sup>.

## **2) Le evidenze acquisite**

**18.** Nella risposta alla richiesta di informazioni formulata contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento, Vodafone ha ribadito che il concorso a premi *Happy&Win* era rivolto, come indicato nel regolamento di partecipazione, a clienti Vodafone che durante il periodo promozionale attivavano l’offerta Happy 10GB. Anche il cliente *Happy Black* che, come precisato nel citato regolamento, dopo aver effettuato la prima partecipazione del giorno chiedeva l’attivazione dell’offerta 10GB, aveva diritto - nello stesso giorno della relativa attivazione - a un titolo di partecipazione aggiuntivo. Anche in questo caso vi era il limite massimo di 10 attivazioni giornaliere dell’offerta 10GB.

**19.** Ad avviso della società, il costo dell’attivazione dell’offerta Happy 10GB pari a 0,99 euro è riportato: a) nella prima schermata dedicata al concorso accessibile dall’applicazione; b) nella sezione alla quale i clienti accedono per effettuare la lettura del regolamento, denominata “*Regolamento Concorso e Maggiori Dettagli*”, nella quale si accede sia alle condizioni dell’offerta 10GB, sia al regolamento completo; c) nella schermata a cui i clienti accedono per acquistare nuovamente, ove lo desiderino, l’offerta 10GB.

In particolare, nella prima schermata dedicata al concorso, è presente l’informativa che segue: “*Partecipa al concorso attivando 10GB per 48 ore a soli 0,99 euro*”. Successivamente viene ribadito: “*Cliccando su Partecipa attivi 10 Giga per 48 ore a soli 0,99 euro e confermi di aver letto il Regolamento con Informativa Privacy*”.

In ogni schermata è sempre presente il richiamo al regolamento, in cui si specifica che la partecipazione al concorso è permessa a un cliente che abbia aderito all’offerta 10GB e che ciascun cliente può partecipare al concorso una volta per ogni attivazione della suddetta offerta, la quale può essere attivata fino ad un massimo di 10 volte in un giorno.

**20.** Il costo di 0,99 euro è previsto per l’attivazione dell’offerta Happy 10GB e non per la partecipazione al concorso. Si tratta di un concorso a premi che conformemente a quanto previsto dall’art. 1, comma 5, del DPR n. 430/2001 non prevede alcun costo di partecipazione.

**21.** Alla data di chiusura del concorso il numero dei clienti che ha aderito all’offerta Happy 10 Giga è risultato pari a [100.000-400.000]\*; di questi [100.000-300.000] hanno partecipato al concorso Happy&Win. I clienti che hanno partecipato al concorso almeno due volte nella stessa giornata sono stati pari a [100.000-200.000]. Il numero complessivo di partecipazioni effettuate da parte dei suddetti clienti durante il periodo di validità del concorso è risultato pari a [1.000.000-2.000.000]. I reclami ricevuti dalla società in relazione al concorso *Happy&Win* sono stati [10-30] e di questi solo [1-5] hanno riguardato attivazioni plurime dell’offerta 10GB. I clienti che hanno presentato reclamo sono stati rimborsati.

---

<sup>11</sup> Cfr. Doc. n. 30.

<sup>12</sup> Cfr. Doc. n. 32.

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

**22.** In un'ottica di maggiore trasparenza, in data 18 ottobre 2019, la società ha provveduto a dare maggiore evidenza alle informazioni già riportate nei materiali di comunicazione. Pertanto, nelle schermate di accesso al concorso dell'app My Vodafone il tasto *PARTECIPA* sottostante alla frase "*Cliccando Partecipa attivi 10 Giga per 48 ore a soli 0,99 euro e confermi di aver letto il Regolamento con l'informativa Privacy*" è stato modificato con la dicitura "*Acquista e partecipa*". Allo stesso modo, una volta effettuata la partecipazione al concorso, il tasto "*Partecipa ancora*", sottostante alla frase "*Cliccando Partecipa ancora attivi 10 Giga per 48 ore a soli 0,99 euro e confermi di aver letto il Regolamento con l'informativa Privacy*", è stato modificato in "*Acquista e partecipa ancora*". Inoltre, le stesse frasi "*Cliccando Partecipa attivi 10 Giga per 48 ore a soli 0,99 euro e confermi di aver letto il Regolamento con l'informativa Privacy*" e "*Cliccando Partecipa ancora attivi 10 Giga per 48 ore a soli 0,99 euro e confermi di aver letto il Regolamento con l'informativa Privacy*" sono state rese graficamente più visibili.

Infine, per garantire al consumatore un'immediata comprensione in merito alla facoltà di attivare nuovamente l'offerta 10GB garantendosi la possibilità di partecipare nuovamente al concorso, nella schermata che il cliente visualizza in caso di plurime attivazioni dell'offerta e partecipazioni al concorso è stata inserita direttamente la seguente specifica: "*Ti ricordiamo che puoi partecipare fino a 10 volte al giorno acquistando ogni volta 10 GB al costo di 0,99 euro.*"

**23.** Sempre in data 18 ottobre 2020, lo stesso regolamento di partecipazione è stato modificato attraverso una maggiore evidenza dei costi delle offerte che costituiscono il titolo per la partecipazione al concorso. Pertanto, si è ulteriormente specificato che la prima partecipazione ogni giorno senza costi è prevista per il cliente iscritto al servizio *Happy Black*, servizio che ha un costo mensile di 1,99 euro; per le partecipazioni da parte del cliente *Happy Black*, successive alla prima, questi potrà acquistare fino ad un massimo di 10 offerte di 10 GB al costo di 0,99 euro ciascuna, maturando altrettante possibilità di partecipare al Concorso; per il cliente che non sia iscritto ad *Happy Black*, se acquista più offerte 10 Giga al costo di 0,99 euro a volta, acquisisce il diritto di partecipare altrettante volte al concorso.

### **3. Gli impegni del professionista**

**24.** Con nota pervenuta in data 29 novembre 2019, Vodafone ha presentato una prima proposta di impegni volti a rimuovere i profili di scorrettezza della condotta oggetto di contestazione. Nella riunione dell'Autorità del 14 gennaio 2020, gli impegni presentati sono stati valutati e ritenuti solo parzialmente idonei a rimuovere i suddetti profili di scorrettezza. Pertanto, in data 12 febbraio 2020, Vodafone ha presentato una proposta integrativa di impegni. Il testo consolidato degli impegni è stato presentato il 9 giugno 2020.

**25.** In particolare, gli impegni, che sono allegati al presente provvedimento e ne costituiscono parte integrante, prevedono che nei materiali informativi relativi alle prossime iniziative di concorsi a premi, Vodafone indichi in modo chiaro ogni costo relativo all'acquisto delle offerte che garantiscono titolo di partecipazione al concorso stesso, a titolo esemplificativo con carattere *bold*, così da assicurare la massima visibilità dell'elemento costo. Nel caso in cui la partecipazione multipla ad un concorso a premi implichi che il consumatore possa sostenere più di una volta l'importo previsto dall'attivazione delle offerte che costituiscono titolo di partecipazione, sarà prevista specifica informativa sia nell'App MyVodafone che all'interno del regolamento, richiamato ed accettato esplicitamente dal consumatore prima di poter partecipare al concorso a premi. Inoltre,

Vodafone consentirà al consumatore di conoscere, durante l'iniziativa dello specifico concorso, il numero delle partecipazioni da questi effettuate (impegno n. 1). Tali misure saranno attuate a partire dal primo concorso a premi indetto dopo l'accoglimento degli impegni.

**26.** Viene prevista una procedura di rimborsi *ad hoc* per tutti i clienti i quali abbiano partecipato al concorso *Happy&Win* conclusosi in data 28 ottobre 2019 e che richiedano di essere rimborsati per multipli addebiti ricevuti nella medesima giornata. Detta procedura di rimborsi sarà garantita per tutti i clienti che, dopo una giocata iniziale, abbiano ricevuto addebiti multipli nello stesso giorno per partecipazioni al concorso *Happy&Win* e per i quali risulti un'incomprensione delle informative rese da Vodafone. I clienti saranno informati della possibilità di ottenere un rimborso per il tramite dell'App Vodafone, ossia con le stesse modalità con cui questi erano venuti a conoscenza del concorso in questione e vi hanno partecipato. In particolare, nella sezione "Happy 😊", accessibile direttamente dal tasto "menù" della *home page*, sarà creata una nuova sezione denominata "Concorsi". Cliccando sul concorso *Happy&Win*, gli utenti titolati ad ottenere il rimborso riceveranno l'informazione sulla possibilità di ricevere il rimborso laddove non avessero compreso i criteri di partecipazione. Cliccando sulla richiesta di rimborso, il cliente sarà ricontattato entro 72 ore e - direttamente in chiamata - gli verrà riconosciuto a titolo di rimborso l'importo da lui sostenuto. Il rimborso ai clienti che hanno partecipato al concorso *Happy&Win* sarà riconosciuto da Vodafone nei tempi più brevi possibili, anche sulla base di specifiche segnalazioni che perverranno tramite App o eventualmente tramite segnalazioni telefoniche o reclami scritti (impegno n. 2). Tale misura sarà attuata a partire da 10 giorni dopo l'accoglimento degli impegni.

#### **IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI**

**27.** Poiché la condotta oggetto del presente provvedimento è stata diffusa da una società telefonica, in data 29 luglio 2020, è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi e per gli effetti dell'art. 27, comma 1-*bis*, del Codice del Consumo.

**28.** Con parere pervenuto in data 11 settembre 2020, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ha ritenuto che *"le condotte oggetto del procedimento, relative alla mancanza di trasparenza con riferimento alle modalità e ai costi di partecipazione di un concorso a premi riservato ad utenti di servizi di comunicazione elettronica, non risultano riconducibili-fermi restando i profili di ingannevolezza di cui agli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo-al quadro normativo vigente per il settore delle comunicazioni elettroniche"*.

#### **V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE**

**29.** L'Autorità ritiene che gli impegni proposti dal professionista siano idonei a rimuovere i possibili profili di illegittimità della condotta contestata nella comunicazione di avvio del 16 settembre 2019.

**30.** Le criticità evidenziate rispetto al concorso *Happy&Win* riguardavano l'informativa resa con riferimento a tale concorso, che non precisava le modalità di funzionamento dello stesso in relazione ai costi e al numero di possibili partecipazioni correlate all'attivazione dell'opzione a pagamento Happy10Giga.

**31.** Attraverso l'impegno n. 1 come sopra richiamato, il Professionista provvederà a fornire a tutti coloro che parteciperanno a futuri concorsi a premi promossi da Vodafone un'informativa chiara sui costi delle offerte connessi alle suddette iniziative. Tale impegno consentirà di prevenire il rischio

di addebiti non pienamente consapevoli a danno del consumatore che partecipi ai concorsi. Inoltre, se la partecipazione al concorso a premi implicherà la possibilità per il consumatore di sostenere più di una volta l'importo previsto per l'attivazione di offerte, si prevede una specifica informativa al riguardo sia nell'app Vodafone che nel regolamento di partecipazione, da accettare esplicitamente prima di poter partecipare al concorso. Infine, Vodafone consentirà al consumatore di conoscere, durante il concorso, il numero delle partecipazioni effettuate. In tal modo, quindi, quest'ultimo sarà reso edotto su tutti i costi sostenuti per partecipare più volte al concorso a premi e potrà effettuare una scelta pienamente libera e consapevole sulle successive partecipazioni.

**32.** Attraverso l'impegno n. 2, con il quale Vodafone riconosce un rimborso ai clienti che hanno partecipato più volte al concorso a premi nella non consapevolezza che con ciò avrebbero attivato ogni volta il pacchetto a pagamento 10GB, saranno rimosse tutte le potenziali conseguenze negative subite dai clienti impattati dalla pratica.

Per quanto concerne le modalità attraverso le quali la procedura di rimborso sarà resa conoscibile, si ritiene che esse siano idonee a rendere il cliente consapevole della possibilità di poter richiedere ed ottenere il rimborso. Tali modalità sono infatti di immediata fruibilità per i clienti che sono utilizzatori abituali dell'App Vodafone, ossia lo stesso strumento attraverso il quale i clienti sono venuti a conoscenza e hanno partecipato al concorso.

**33.** Attraverso il complesso degli impegni, Vodafone assicura a coloro che parteciperanno a futuri concorsi a premi informazioni più dettagliate e puntuali sulle condizioni di partecipazione e, nello stesso tempo, riconosce un rimborso a coloro che hanno partecipato al concorso *Happy&Win* senza aver consapevolezza dei costi da sostenere per una multipla partecipazione al concorso.

**34.** Alla luce delle suindicate considerazioni, si ritiene che gli impegni presentati soddisfino i requisiti previsti dall'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo.

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati dalla società Vodafone Italia S.p.A., nei termini sopra esposti, siano idonei a far venir meno i possibili profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di istruttoria;

RITENUTO di disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni nei confronti della società Vodafone Italia S.p.A.;

RITENUTO, pertanto, di poter chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione;

#### DELIBERA

- a) di rendere obbligatori ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, lettera a), del Regolamento, nei confronti della società Vodafone Italia S.p.A. gli impegni dalla stessa presentati nella loro versione definitiva in data 9 giugno 2020, come descritti nella dichiarazione allegata al provvedimento;
- b) di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, lettera a), del Regolamento;
- c) che la società Vodafone Italia S.p.A., entro sessanta giorni dalla data di notifica della presente delibera, informi l'Autorità dell'avvenuta attuazione degli impegni.

Ai sensi dell'articolo 9, comma 3, del Regolamento, il procedimento potrà essere riaperto d'ufficio, laddove:

- a) il professionista non dia attuazione agli impegni;
- b) si modifichi la situazione di fatto rispetto ad uno o più elementi su cui si fonda la decisione;
- c) la decisione di accettazione di impegni si fondi su informazioni trasmesse dalla Parti che siano incomplete, inesatte o fuorvianti.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza, l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Il presente provvedimento sarà notificato al soggetto interessato e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE  
*Filippo Arena*

IL PRESIDENTE  
*Roberto Rustichelli*

## ALLEGATO 1

### DICHIARAZIONE DI IMPEGNI

Nell'ambito del procedimento n. PS11550 avviato dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato in data 16 settembre 2019, avente ad oggetto la condotta posta in essere da Vodafone Italia S.p.A. in relazione al concorso a premi Happy&Win, ai sensi e per gli effetti dell'art. 27, comma 7, del "Codice del Consumo" (Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206 e successive modificazioni), la società si impegna, a decorrere dalla data di comunicazione del provvedimento dell'Autorità, a dare attuazione alle seguenti misure con le modalità e nei tempi di seguito indicati:

#### *Impegno n. 1*

- a) nei materiali informativi relativi alle prossime iniziative di Concorsi a premi, Vodafone si impegna ad indicare ogni costo relativo all'acquisto delle offerte che garantiscono un titolo di partecipazione al Concorso stesso in modo chiaro, a titolo esemplificativo con carattere *bold*, così da assicurare la massima visibilità all'elemento costo;
- b) laddove la multipla partecipazione ad un Concorso a premi implichi che il consumatore possa sostenere più di una volta l'importo previsto dall'attivazione delle offerte che costituiscono titolo di partecipazione, si prevedrà tale specifica informativa sia nell'App MyVodafone che all'interno del Regolamento, richiamato ed accettato esplicitamente dal consumatore prima di poter partecipare al Concorso a premi;
- c) quale misura pro-concorrenziale atta ad apportare un ulteriore beneficio al consumatore, Vodafone consentirà al consumatore di conoscere, durante l'iniziativa dello specifico Concorso, il numero delle relative partecipazioni rendendo, così, accessibile il numero delle partecipazioni da questi effettuate.

Le misure di impegni sopra proposte saranno rese disponibili a partire dal primo Concorso a premi indetto dopo l'accoglimento delle presenti misure.

#### *Impegno n. 2*

- d) Previsione di una procedura di rimborsi *ad hoc* per i clienti che nel partecipare al Concorso Happy&Win più volte nella medesima giornata, non avessero compreso che la multipla partecipazione implicava molteplici addebiti del costo in esso previsto. Tale misura viene estesa anche al periodo del concorso Happy & Win in cui sono state adottate misure di collaborazione ovvero al periodo successivo al 18 ottobre 2020.
- e) Previsione di una procedura di rimborsi *ad hoc* per tutti i clienti quali abbiano partecipato al concorso Happy&Win conclusosi in data 28 ottobre 2019, e che richiedano ancor oggi, di essere rimborsati per multipli addebiti ricevuti nella medesima giornata. Detta procedura di rimborsi sarà garantita per tutti i clienti che, dopo una giocata iniziale, abbiano ricevuto addebiti multipli nello stesso giorno per partecipazioni al concorso Happy&Win e per i quali risulti un'incomprensione delle informative rese da Vodafone al lancio del concorso Happy&Win.

f) Il rimborso ai clienti che hanno partecipato al concorso Happy&Win, sarà riconosciuto da Vodafone nei tempi più brevi possibili sulla base di specifiche segnalazioni che perverranno tramite App o eventualmente tramite segnalazioni telefoniche o reclami scritti.

g) Ciascuno dei clienti impattati, verrà informato della possibilità di ottenere un rimborso per il tramite dell'App Vodafone, ossia nelle stesse modalità con cui questi erano venuti a conoscenza del concorso in questione e vi hanno partecipato. In particolare nella sezione "Happy 😊" accessibile direttamente dalla home page nel tasto "menù", sarà creata una nuova sezione denominata "Concorsi". All'interno di tale sezione saranno indicati i concorsi a premi del tipo di quelli in oggetto. Cliccando sul concorso Happy&Win, per acquisire maggiori dettagli, gli utenti titolati ad ottenere il rimborso riceveranno l'informazione sulla possibilità di ricevere il rimborso laddove non avessero compreso i criteri di partecipazione. Cliccando sulla richiesta di rimborso, il cliente sarà ricontattato entro 72 ore e direttamente in chiamata gli verrà riconosciuto l'importo da lui sostenuto a titolo di rimborso.

Tale misura di impegni sarà disponibile a partire da 10 giorni dopo l'accoglimento delle presenti misure.

---

**PS11722 - CARLITA SHOP-INTEGRATORI ANTIVIRALI**

*Provvedimento n. 28360*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 22 settembre 2020;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la Parte II, Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*" e successive modificazioni (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015;

VISTA la comunicazione, pervenuta in data 27 febbraio 2020 e successivamente integrata in data 11 giugno, 2 luglio, 20 luglio e 7 agosto 2020, con la quale la società Carlita Shop S.r.l.s. ha presentato impegni ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento;

VISTI l'art. 103 del d.l. n. 18/2020 e l'art. 37 del d.l. n. 23/2020 che dispongono una sospensione *ex lege* dei termini procedurali per effetto della quale il termine di conclusione del presente procedimento è stato posticipato al 13 ottobre 2020;

VISTA la "*Comunicazione sull'interpretazione dell'articolo 103 del decreto legge 17 marzo 2020, n. 18, così come modificato dall'articolo 37 del decreto legge 8 aprile 2020, n. 23*", approvata dal Collegio dell'Autorità nelle sedute del 1° aprile e del 10 aprile 2020;

VISTI gli atti del procedimento;

**I. LE PARTI**

1. Carlita Shop S.r.l.s. (di seguito anche "Carlita") in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo.

2. Le associazioni dei consumatori Codacons e Codici, in qualità di intervenienti nel procedimento.

**II. LE PRATICHE COMMERCIALI OGGETTO DEL PROCEDIMENTO**

3. Il procedimento concerne le modalità di promozione e presentazione, attraverso il profilo *Instagram* @carlitashop\_online, il sito <https://carlitashop.com> e il profilo *Instagram* dell'influencer Carlitadolce<sup>1</sup>, di integratori, prodotti detergenti e cosmetici, di cui si vantavano capacità antivirali e di contrasto al COVID-19, nonché capacità disinfettanti e di prevenzione di infezioni respiratorie e del contagio dal nuovo coronavirus, anche mediante l'hashtag #coronavirus.

4. In particolare, il 7 marzo il professionista ha diffuso attraverso il profilo *Instagram* @carlitashop\_online un messaggio pubblicitario in cui campeggiava in grassetto la dicitura "*Contro*

---

<sup>1</sup> "Carlitadolce" è lo pseudonimo con il quale è noto sui *social media* l'amministratore unico e socio della società Carlita Shop S.r.l.s..

il *#coronavirus*”, seguita dalle illustrazioni di prodotti cosmetici e detergenti “al *Tea Tree australiano Optima Naturalis*” e all’*”Olio Essenziale di Manuka Purificante Antibatterico Optima Naturalis”*. Nella pagina delle “ultimissime novità” sono stati inoltre promossi come “*Igienizzanti antibatterici antivirali*”, saponi e detergenti per la pulizia “profonda” del viso e del corpo “al *Tea Tree australiano Optima Naturalis*”, con il *claim* “*Proteggiamoci in modo naturale!*”.

5. I medesimi prodotti, nonché l’*”Integratore antivirale Manuka Defense Plus Optima Naturalis”*, sono stati promossi anche attraverso il profilo *Instagram* dell’influencer Carlitadolce mediante messaggi nei quali compariva la scritta “*Questi prodotti vi aiuteranno a igienizzarvi, proteggervi e aumentare le difese*”, sormontata dall’hashtag “*#coronavirus*”, dall’immagine del coronavirus e del simbolo di divieto. In tali messaggi l’influencer affermava “*Vi sta consiglio questi prodotti antibatterici e antivirali 100% naturali e biologici – 20%*”, rimandando al profilo *@carlitashop\_online*.

6. In successivi *post* sul profilo *Instagram @carlitashop\_online* (“*#iorestoacasa. Scopriamo come igienizzarci ed igienizzare l’aria intorno a noi. Segui le Stories per scoprire come*”) i suddetti detergenti sono stati promossi come “*Igienizzanti antibatterici antivirali*”.

Anche la vendita di *Gel igienizzante mani* è stata promossa attraverso messaggi che facevano riferimento ad una capacità disinfettante in realtà inesistente, non trattandosi di un presidio medico chirurgico.

7. Per l’acquisto dei prodotti pubblicizzati i suddetti *post* rimandavano al sito *web* <https://carlitashop.com>, gestito da Carlita Shop S.r.l.s..

Sul tale sito erano pubblicizzati e venduti vari altri prodotti di origine vegetale, di cui si decantavano le capacità antivirali<sup>2</sup>, la capacità disinfettante e di contrasto al contagio<sup>3</sup>, nonché l’azione “*antimicrobica, specie nei confronti di alcune patologie e microorganismi in grado di scatenare infiammazioni nelle vie respiratorie e nei polmoni*”, antivirale, antiinfiammatoria e antisetica<sup>4</sup>.

Sul sito risultava, inoltre, in vendita l’*”Integratore antivirale Manuka Defense Plus Optima Naturalis”*, di cui si vantava la capacità di “*aumentare le difese del sistema immunitario, supportare le naturali difese dell’organismo, favorire le funzionalità delle prime vie respiratorie e la fluidità delle mucose bronchiali attraverso il contenuto di Vitamina C da Acerola, Zinco ed Olio Essenziale di Manuka*”.

8. Con riferimento a tali affermazioni, il professionista avrebbe posto in essere una possibile pratica commerciale scorretta, diffondendo informazioni infondate circa l’efficacia dei propri prodotti nel contrastare il COVID-19. Tali informazioni forniscono un’ingannevole e ambigua rappresentazione della realtà, in quanto dichiarano efficaci contro il COVID-19 prodotti che in realtà possono vantare

---

<sup>2</sup> L’*”Olio di sesamo Alkemilla”* (di cui si vantavano le presunte proprietà antivirali riguardo alcune patologie della pelle) e il *”Detergente intimo al Tea Tree Alkemilla”* (presunta azione antivirale ad amplissimo spettro dell’olio essenziale di *tea tree*).

<sup>3</sup> Il *”Detergente Antibatterico per Viso Corpo Capelli al Tea Tree australiano Optima Naturalis”* secondo il professionista “*contrastava l’attività contagiosa di batteri nocivi*”. La *”Crema antibatterica al Tea Tree Oil Dr Organic”* avrebbe invece “*un’azione disinfettante e antibatterica*”.

<sup>4</sup> Si tratta dell’*”Olio Essenziale di Manuka Antivirale Purificante Antibatterico Optima Naturalis”*.

solo blandi effetti topici<sup>5</sup> o un'azione coadiuvante in lievi disturbi respiratori<sup>6</sup>. Tali informazioni appaiono quindi idonee a indurre il consumatore medio all'assunzione di una decisione di natura commerciale che altrimenti non avrebbe assunto.

### III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO: LA PRESENTAZIONE DEGLI IMPEGNI

#### III.1 L'iter del procedimento

9. Sulla base delle richieste di intervento di alcuni consumatori<sup>7</sup> e delle informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo<sup>8</sup>, in data 22 marzo 2020 è stato avviato nei confronti di Carlita Shop S.r.l.s. il procedimento istruttorio n. PS11722, per possibile violazione degli articoli 20, 21, comma 1, lettera b), 23, comma 1, lettera s), e 25, comma 1, lettera c), del Codice del Consumo.

10. Il 22 marzo 2020 è stato comunicato alle Parti il provvedimento con cui l'Autorità, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo, ha disposto d'ufficio la sospensione provvisoria della pratica commerciale ritenuta scorretta, deliberando l'eliminazione da parte del professionista di ogni riferimento all'efficacia preventiva contro il COVID-19 dei prodotti pubblicizzati o commercializzati attraverso il sito <https://carlitashop.com> e il profilo *Instagram* @carlitashop\_online.

In data 10 aprile 2020, l'Autorità ha disposto la revoca della misura cautelare, avendo accertato l'ottemperanza da parte del professionista<sup>9</sup>.

11. In data 24 marzo 2020, le associazioni dei consumatori Codacons e Codici hanno chiesto, ai sensi dell'art. 10 del Regolamento, di partecipare al procedimento istruttorio nei confronti di Carlita Shop<sup>10</sup>; dette istanze sono state accolte in data 30 marzo 2020<sup>11</sup>.

12. Carlita Shop ha avuto accesso agli atti del procedimento ed estratto copia dei documenti acquisiti al fascicolo in data 3 aprile 2020.

---

<sup>5</sup> Gli effetti medicinali del *Tea Tree Oil* sono stati valutati nel 2015 a livello comunitario dal *Committee on Herbal Medicinal Products* (HMPC) della *European Medicine Agency*, che ha concluso, sulla base dell'uso tradizionale di tale olio, che esso può essere impiegato per trattare piccole ferite superficiali, morsi di insetto, foruncoli, acne moderata, prurito e irritazione in casi di moderato piede d'atleta. Le prove cliniche riguardanti la possibile azione antisettica di tale olio non sono state ritenute sufficientemente attendibili. Cfr. la pagina <https://www.ema.europa.eu/en/medicines/herbal/melaleucaeaetheroleum>, dove si possono trovare una sintesi delle conclusioni del HMPC e tutti i documenti a supporto.

<sup>6</sup> Secondo le "Linee guida Ministeriali di riferimento per gli effetti fisiologici" riportate nell'Allegato 1 al DM 10 agosto 2018 sulla disciplina dell'impiego negli integratori alimentari di Sostanze e preparati vegetali, come aggiornato con Decreto 9 gennaio 2019, è possibile attribuire alla Manuka, al Tea Tree Oil e al sesamo i seguenti effetti fisiologici:

- Tea Tree (*Melaleuca alternifolia*): Funzionalità delle vie prime respiratorie.

- Manuka (*Leptospermum Scoparium*): Fluidità delle secrezioni bronchiali. Funzionalità delle prime vie respiratorie. Effetto balsamico.

- Sesamo (*Sesamum Indicum L.*): Azione di sostegno e ricostituente.

<sup>7</sup> Cfr. docc. 1-10 del fascicolo istruttorio.

<sup>8</sup> Cfr. schermate del sito carlitashop.com e dei profili *Instagram* del 13-16-18-19-21 marzo (docc. 20 e 21 del fascicolo istruttorio).

<sup>9</sup> Cfr. doc. 18 (Relazione di ottemperanza alle misure cautelari) e doc. 25 (schermate acquisite in data 1/4/20) del fascicolo istruttorio.

<sup>10</sup> Cfr. docc. 15 e 17 del fascicolo istruttorio.

<sup>11</sup> Cfr. docc. 22 e 23 del fascicolo istruttorio.

13. Il professionista ha fornito riscontro alla richiesta di informazioni formulata nella comunicazione di avvio del procedimento e ha svolto le proprie argomentazioni difensive con note, e successive integrazioni, pervenute nelle date del 1° e 14 aprile 2020<sup>12</sup>.

14. In data 27 aprile 2020, il professionista ha presentato una proposta di impegni ai sensi dell'art. 27, comma 7 del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento, successivamente integrati in data 11 giugno, 2 luglio, 20 luglio 2020<sup>13</sup>. Una versione consolidata degli impegni è stata depositata in data 7 agosto 2020<sup>14</sup>.

15. In data 29 luglio 2020 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento<sup>15</sup>.

### **III.2 Gli elementi acquisiti e gli impegni del professionista**

16. Gli elementi agli atti riguardano innanzitutto le pagine del sito *internet* <https://carlitashop.com> contenenti le descrizioni dell'efficacia e dei benefici conseguibili con l'impiego di una serie di prodotti basati su preparati ottenuti dal *Tea Tree*, dalla *Manuka* e da altre piante, nonché alcune schermate del profilo *Instagram* @carlitashop\_online in cui si promuovono prodotti asseritamente antivirali, acquisite con i rilievi effettuati in data 13-16-18-19-21 marzo.

17. Ulteriori elementi acquisiti riguardano l'andamento delle vendite dei prodotti promossi nei messaggi contestati<sup>16</sup>. I dati forniti dal professionista mostrano che le vendite di tali prodotti sono state quasi nulle prima dei messaggi pubblicati su *Instagram*<sup>17</sup> e sono invece aumentate nella settimana 5-12 marzo, quando sono stati venduti oltre 150 pezzi (circa metà dei quali gel igienizzanti). Nelle settimane successive le vendite di igienizzanti si sono più che dimezzate, mentre quelle degli altri prodotti si sono ridotte a pochi pezzi.

18. Nelle note difensive, il professionista ha rappresentato che sul sito non sarebbe mai stata presente la parola "coronavirus", utilizzata solo nelle storie pubblicate su *Instagram* il 7 marzo 2020.

Quanto alle proprietà oggetto di contestazione riportate sul sito, il professionista ha precisato di essersi limitato a riportare quanto affermato dai fornitori riguardo alle proprietà dei prodotti oggetto del procedimento descritte sulle confezioni dei prodotti e sui relativi siti *web*.

19. Come sopra indicato, il professionista ha presentato una proposta di impegni ("Impegni") in data 27 aprile 2020, integrandola in data 11 giugno, 2 luglio, 20 luglio 2020 e fornendone una versione integrata e consolidata in data 7 agosto 2020.

20. La proposta, come integrata, è articolata nei sei punti seguenti.

#### **Impegno n. 1: Eliminazione di qualsiasi riferimento al Covid-19 e di qualsiasi altro riferimento alla pandemia in corso.**

Il professionista "*si impegna a non utilizzare le parole "COVID-19", "coronavirus" et similia in abbinamento ad alcuno dei prodotti offerti in vendita sul proprio sito web. L'impegno riguarda nello stesso modo ogni altro vocabolo o espressione che possa, direttamente o indirettamente, indurre i*

<sup>12</sup> Cfr. docc. 24 e 34 del fascicolo istruttorio.

<sup>13</sup> Cfr. docc. 35, 36, 37, 38, 39, 40 del fascicolo istruttorio.

<sup>14</sup> Cfr. doc. n. 43 del fascicolo istruttorio.

<sup>15</sup> Cfr. docc. n. 41 e 42 del fascicolo istruttorio.

<sup>16</sup> Cfr. doc. 34 (risposta alla richiesta di informazioni allegata alla comunicazione di avvio).

<sup>17</sup> Complessivamente meno di 10 pezzi nel gennaio-febbraio 2020.

*consumatori a ritenere che tali prodotti siano idonei ad eliminare o ridurre i rischi per la salute causati dal virus COVID-19”.*

**Impegno n. 2: Eliminazione di qualsiasi riferimento a proprietà protettive o curative proprie dei presidi medico-chirurgici**

21. Il professionista si impegna a (i) *“non utilizzare vocaboli che possano indurre i consumatori ad attribuire ai prodotti venduti tramite sito web, canali social, o qualsiasi altro mezzo di diffusione, proprietà terapeutiche tipiche dei presidi medico-chirurgici”* (ii) *“a rendere edotti i consumatori che i prodotti commercializzati hanno natura cosmetica e, per tale ragione, non possono in alcun modo essere assimilati a farmaci o presidi medico-chirurgici”* e (iii) *“a non utilizzare, nelle proprie campagne promozionali, immagini, termini e hashtag che facciano riferimento a condizioni che, per loro stessa natura, richiedano cure terapeutiche”.*

La validità di tale impegno non è soggetta a un termine finale.

**Impegno n. 3: Controllo preventivo sulla veridicità delle informazioni fornite dalle aziende produttrici circa le caratteristiche e le qualità dei prodotti.**

22. Tale impegno, considerato logicamente connesso al precedente, consiste nell’effettuazione di *“un controllo preventivo sulle informazioni ricevute dai fornitori dei prodotti commercializzati sulle proprie piattaforme on-line. In particolare, la Società si impegna, attraverso l’impiego di personale qualificato, a verificare minuziosamente le etichette e le descrizioni dei prodotti offerti in vendita al pubblico. Tali verifiche saranno effettuate ex ante su qualsiasi prodotto che la Carlita deciderà di rivendere sulla propria piattaforma di e-commerce.*

*L’impegno in questione, la cui validità non è soggetta a termine finale, riguarderà tutti i futuri prodotti rivenduti sul sito web e/o sulla pagina Instagram.”.*

**Impegno n. 4: Pubblicazione di contenuti digitali per la sensibilizzazione del pubblico circa i rischi associati all’acquisto online di prodotti cosmetici**

23. Tale impegno *“mira a raggiungere e sensibilizzare un ampio numero di utenti in merito ai rischi e alle insidie connesse all’acquisto di prodotti curativi o terapeutici via web”.* In particolare, *“tali post avranno ad oggetto il diritto dei consumatori ad ottenere informazioni veritiere e complete dalle aziende che offrono in vendita i propri prodotti sui social network”.*

Il professionista intende pubblicare n. 1 *post* alla settimana, per un periodo di 6 mesi a decorrere dalla data di pubblicazione del primo *post*, sul profilo *Instagram @carlitashop\_online*, con condivisione nelle *stories* dei profili *@carlitadolce* e *@carlitashop\_online*..

*”Le pubblicazioni in questione non saranno associate a post di natura più prettamente commerciale; questi potranno infatti essere condivisi via social soltanto a distanza di almeno un’ora, precedente o successiva, dalla precedente pubblicazione”.*

24. Il testo sarà il seguente<sup>18</sup>:

*“Stiamo riprendendo le nostre vite dopo il lockdown, ma non dobbiamo abbassare la guardia. Sia come Carlita Dolce sia come Carlita Shop ci stiamo impegnando nella pubblicazione di messaggi social tesi a sensibilizzare i consumatori all’acquisto consapevole sul web.*

---

<sup>18</sup> Instagram impone un limite di lunghezza ai post, pari a 2.200 caratteri.

*Oggi vogliamo soffermarci sulla definizione di prodotto cosmetico e sulle caratteristiche degli integratori.*

*L'art. 2 del Regolamento sui cosmetici specifica che per prodotto cosmetico si intenda "qualsiasi sostanza o miscela, destinata ad essere applicata sulle superfici esterne del corpo umano oppure sui denti e sulle mucose della bocca allo scopo esclusivamente o prevalentemente di pulirli, profumarli, modificarne l'aspetto, proteggerli, mantenerli in buono stato o correggere gli odori corporei."*

*I prodotti cosmetici pertanto non hanno proprietà terapeutiche o preventive e le eventuali proprietà a loro attribuite debbono essere scientificamente testate.*

*Ciò premesso, si specifica che i prodotti pubblicizzati sul nostro sito non forniscono un aiuto di carattere terapeutico e/o preventivo nei confronti del COVID-19 vista la loro natura esclusivamente cosmetica.*

*In particolare, preme sottolineare che i prodotti contenenti Tea Tree o estratto di Manuka non hanno proprietà antivirali né terapeutiche/curative.*

*Parimenti, gli integratori non possiedono proprietà terapeutiche e/o curative. Tali prodotti integrano la comune dieta, hanno effetti esclusivamente coadiuvanti e le eventuali proprietà a loro attribuite debbono essere scientificamente testate. Gli integratori debbono rispettare le prescrizioni di cui al d. lgs. 169/2004, le indicazioni delle Linee Guida ministeriali ed essere autorizzati dai competenti organismi di controllo.*

*Pertanto, coloro che hanno patologie cliniche debbono rivolgersi al proprio medico curante il quale deciderà la cura più appropriata.*

*Per maggiori informazioni, invitiamo a leggere attentamente le sezioni del sito del Ministero della Salute dedicate alle definizioni di cosmetico e di integratore (cosmetico: <https://bit.ly/3ghDXAi>; integratore: <https://bit.ly/3ePJYR>).*

*Rimaniamo disponibili a chiarire qualsiasi dubbio in merito a nostre precedenti comunicazioni".*

25. Carlita ha comunque già diffuso sul proprio profilo Instagram @carlitashop\_online, con condivisione nelle stories dei profili @carlitadolce e @carlitashop\_online, una volta la settimana per un mese, a partire dalle 17.30 del giorno 11 giugno 2020, un post del seguente tenore "L'emergenza sanitaria comporta il rischio per i consumatori di essere spinti all'acquisto di prodotti che non apportano nessun reale contributo alla salute. Tale situazione non può che coinvolgere i social network e, alla luce del loro seguito, il mondo degli Influencer. Questi ultimi devono porre la massima attenzione nella pubblicazione di dichiarazioni ambigue idonee a creare fraintendimenti sui prodotti pubblicizzati senza prima aver verificato la veridicità delle proprietà dei prodotti commercializzati. Come Carlita Shop e Carlita, ci impegneremo a verificare sempre le proprietà dei prodotti prima di suggerirvi di acquistarli e porremo estrema attenzione alla nostra condotta commerciale. Ci auguriamo che quanto scritto aiuti nella sensibilizzazione all'acquisto online, soprattutto con riguardo ai prodotti curativi e/o terapeutici e rimaniamo disponibili a rispondere a qualsiasi dubbio in merito a nostre precedenti comunicazioni".

Tale post era preceduto da un'immagine su sfondo rosa con la scritta centrale "Acquisti consapevoli" ed il sottotitolo "CarlitaShop si impegna nella tutela dei consumatori".

**Impegno n. 5: Devoluzione di una percentuale dei ricavi ottenuti tramite il sito carlitashop.com a fini di solidarietà sociale.**

26. Carlita ha già avviato una iniziativa consistente nella vendita sul sito <https://carlitashop.com> di un certo numero di prodotti a prezzo scontato, con il codice sconto "CELAFAREMO"; parte del

ricavato della vendita (1 € per prodotto) andrà ad alimentare un fondo per l'acquisto di beni alimentari per famiglie bisognose. L'iniziativa, partita il 3 aprile 2020, è stata pubblicizzata attraverso la pubblicazione di video, post e stories sui profili Instagram *@carlitashop\_online* e *@carlitadolce*, nei quali è possibile trovare le istruzioni per partecipare alla campagna di beneficenza.

Tramite le segnalazioni ricevute via *social media* sono state anche individuate le famiglie bisognose destinatarie di un "pacco dono" contenente beni alimentari.

#### **Impegno n. 6: Rimborso ai consumatori delle spese sostenute per l'acquisto di prodotti presunti "antivirali"**

27. Carlita si impegna al rimborso "*delle spese per l'acquisto di prodotti a seguito della pubblicazione dei contenuti digitali e, in generale, delle spese di acquisto relative ai prodotti contenenti, nel titolo o nella descrizione, riferimenti a proprietà antivirali (periodo 1 marzo – 24 marzo)*" sostenute dai consumatori: (a) a seguito della pubblicazione dei contenuti digitali del 7, 10 e 11 marzo (date di pubblicazione dei post oggetto della comunicazione di avvio del procedimento) nonché (b) relative ai prodotti contenuti, nel titolo o nella descrizione, riferimenti a proprietà antivirali.

28. Più precisamente, considerato che (i) non esistono strumenti sulla piattaforma *Instagram* che permettano di risalire al numero effettivo di persone che, dopo aver visto i contenuti digitali del 7, 10 e 11 marzo, abbiano acquistato sul sito *web* di Carlita e (ii) che i prodotti oggetto del Procedimento contenenti il termine "antivirale" non sono entrati in commercio sui profili collegati a Carlita prima del 1° marzo u.s.<sup>19</sup>, il professionista intende rimborsare *tutti gli acquisti effettuati sul sito web riguardanti i prodotti oggetto di istruttoria tra il 1° marzo e il 24 marzo 2020* – data in cui è stata trasmessa la relazione di ottemperanza all'Autorità.

29. Il professionista ha fornito i nominativi dei 102 consumatori da rimborsare, che sono già stati contattati via *e-mail* al fine di richiedere le coordinate bancarie per effettuare il rimborso. Il testo della *mail* inviata dal professionista fa genericamente riferimento a "*un fraintendimento concernente la vendita di alcuni articoli sul nostro shop online durante l'emergenza COVID-19*", a seguito del quale l'azienda ritiene opportuno, per "*tutelare i suoi diritti di consumatore [...] restituirle il denaro speso per tali prodotti*" attraverso un bonifico.

A partire dalla fine di giugno il professionista ha autonomamente deciso di avviare i rimborsi<sup>20</sup>, come testimoniato dai dispositivi di bonifico allegati all'integrazione alla proposta di impegni e alla versione consolidata degli stessi.

La causale del bonifico fa espressamente riferimento all'intervento dell'Autorità: "*rimborso costo sostenuto per acquisto prodotto XXX per provvedimento AGCM*".

#### **IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI**

30. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso mezzi di telecomunicazione, in data 27 agosto 2020 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

---

<sup>19</sup> Cfr. doc. 34 (risposta alla richiesta di informazioni contenuta nella comunicazione di avvio del procedimento).

<sup>20</sup> Carlita corrisponderà ai clienti che dovessero farne richiesta un buono spesa da utilizzare sul sito in luogo del danaro.

31. Con parere pervenuto in data 11 settembre 2020, la suddetta Autorità ha ritenuto che, nel caso di specie, il mezzo *internet* rappresenti uno strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione, in concreto, della pratica commerciale oggetto del procedimento.

## V. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

32. Il presente procedimento concerne le modalità di promozione, attraverso il profilo *Instagram* @carlitashop\_online e il profilo *Instagram* dell'influencer Carlitadolce, e le modalità di presentazione, sul sito <https://carlitashop.com>, di integratori, prodotti detergenti e cosmetici, attraverso affermazioni che ne vantavano le capacità antivirali e di contrasto al COVID-19, nonché le capacità disinfettanti e di prevenzione di infezioni respiratorie e del contagio dal nuovo coronavirus.

33. L'Autorità ritiene che gli impegni proposti da Carlita Shop, come da ultimo integrati, siano idonei a far venire meno i possibili profili di illegittimità della pratica commerciale contestati nella comunicazione di avvio del 22 marzo 2020 e a eliminare gli effetti pregiudizievoli per i consumatori.

34. Gli impegni appaiono infatti in grado, nel loro complesso, di neutralizzare la concreta possibilità di diffusione dei messaggi fuorvianti contestati nel procedimento.

Di notevole rilievo, appare l'impegno con cui il professionista modifica la propria organizzazione, in modo da sottoporre ad un vaglio preliminare i claim dichiarati sulle confezioni e sul materiale illustrativo dei prodotti, evitando di trasferire pedissequamente sul sito affermazioni infondate o fuorvianti. Va considerato al riguardo che il professionista è una microimpresa, dotata di soli due dipendenti oltre al titolare.

35. Apprezzabile anche l'impegno di avviare una iniziativa di educazione dei consumatori, che sfrutta il ruolo di *influencer* del titolare di Carlita Shop, e mira ad accrescere la capacità di scelta consapevole su Internet dei consumatori, con particolare riguardo ai prodotti di cui sono vantate proprietà terapeutiche e/o curative. Il messaggio sembra efficacemente ricordare ai consumatori la fondamentale distinzione tra integratori e prodotti cosmetici, da un lato, e prodotti "medicinali", aventi proprietà terapeutiche, dall'altro. Particolarmente significativo appare il riferimento alle proprietà di alcuni preparati vegetali contenuti anche nei prodotti oggetto anche della comunicazione di avvio e in particolare la precisazione che "*i prodotti contenenti Tea Tree o estratto di Manuka [oggetto della comunicazione di avvio del procedimento] non hanno proprietà antivirali né terapeutiche/curative*".

Va rilevato che il professionista aveva già diffuso nel mese di giugno un messaggio che invitava gli Influencer ad un comportamento responsabile in tempo di pandemia riguardo alla promozione di prodotti con presunte proprietà curative.

36. Infine, un elemento qualificante gli Impegni in esame è l'adozione della misura restitutiva consistente nel rimborso di tutte le vendite dei prodotti citati nella comunicazione di avvio e nel provvedimento cautelare avvenute tra il 1° marzo e il 24 marzo 2020.

La scelta del periodo appare pertinente, in quanto prima di tale data non sono stati commercializzati prodotti presentati come "antivirali", ad eccezione del dentifricio sbiancante al *tea tree* australiano (venduto per soli 10 pezzi), al quale sono state attribuite presunte proprietà antivirali soltanto attraverso i *post* su Instagram del 7 marzo.

L'Impegno appare in grado di rimuovere efficacemente gli eventuali danni economici patiti dai consumatori a causa dei messaggi contestati e comunque il suo valore eccede qualsiasi guadagno monetario il professionista possa aver tratto dalle vendite effettuate grazie ai messaggi oggetto del procedimento.

37. Appare particolarmente apprezzabile, ai fini della valutazione dell'idoneità di tale Impegno, il fatto che il professionista abbia deciso di iniziare ad effettuare i rimborsi già nel corso del procedimento e che una parte sostanziale di essi sia stata completata ben prima della decisione finale dell'Autorità, e che quale causale del bonifico sia indicato proprio l'intervento dell'Autorità.

38. Per quanto riguarda l'Impegno 5, esso, per quanto apprezzabile sul piano umano e sociale, appare inconferente con l'oggetto della comunicazione di avvio.

39. Alla luce delle suesposte considerazioni, si ritiene che gli impegni presentati soddisfino i requisiti previsti dall'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo.

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati dalla società Carlita Shop S.r.l.s., nei termini sopra esposti, siano idonei a far venir meno i possibili profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di istruttoria;

RITENUTO, di disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni nei confronti della società Carlita Shop S.r.l.s.;

RITENUTO, pertanto, di poter chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione;

#### DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti della società Carlita Shop S.r.l.s., ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, lettera a), del Regolamento, gli impegni proposti in data 27 aprile 2020, successivamente integrati in data 11 giugno, 2 luglio, 20 luglio 2020, e presentati in versione consolidata degli impegni in data 7 agosto 2020, come descritti nel Formulario allegato al presente provvedimento;

b) di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, lettera a), del Regolamento;

c) che la società Carlita Shop S.r.l.s., entro sessanta giorni dalla data di notifica della presente delibera, informi l'Autorità dell'avvenuta attuazione degli impegni.

Ai sensi dell'articolo 9, comma 3, del Regolamento, il procedimento potrà essere riaperto d'ufficio, laddove:

a) i professionisti non diano attuazione agli impegni;

b) si modifichi la situazione di fatto rispetto ad uno o più elementi su cui si fonda la decisione;

c) la decisione di accettazione di impegni si fondi su informazioni trasmesse dalle Parti che siano incomplete, inesatte o fuorvianti.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro. Nei

---

casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

*Filippo Arena*

IL PRESIDENTE

*Roberto Rustichelli*

---

## CONFLITTO DI INTERESSI

### **SII166C - C.A. AURELIO CALIGIORE-COMMISSARIO STRAORDINARIO DEL GOVERNO PER IL RECUPERO DELLE BALLE DI RIFIUTI PLASTICI PRESSATI PERSE DALLA MOTONAVE “IVY” IN PROSSIMITA’ DELL’ISOLOTTO DI CERBOLI NELLE ACQUE DEL GOLFO DI FOLLONICA-PARERE**

Roma, 16 settembre 2020

**Oggetto:** *richiesta di parere relativamente all’applicazione della disposizione di cui all’articolo 6 dell’Ordinanza del Capo del Dipartimento della protezione civile n. 685 del 24 luglio 2020.*

Illustre Ammiraglio,

si rende noto che l’Autorità, nella sua adunanza del 15 settembre 2020, ha analizzato la richiesta in oggetto, pervenuta in data 6 agosto 2020 e successivamente integrata in data 18 agosto 2020, e ha deliberato il seguente parere.

Al fine di fronteggiare lo stato di emergenza dichiarato con Delibera del Consiglio dei Ministri del 22 luglio 2020, il Capo del Dipartimento della Protezione Civile ha emanato l’Ordinanza n. 685, del 24 luglio 2020, recante *Interventi urgenti per la rimozione di balle di combustibile solido secondario (CSS) disperse nel Golfo di Follonica il 23 luglio 2015, in conseguenza di un incidente della Motonave “IVY”*. Tale Ordinanza prevede, all’articolo 2, comma 1 che il Capo del Dipartimento della Protezione Civile si avvalga di un Comitato di Indirizzo composto dalla S.V., oltre che dai rappresentanti di alcuni enti coinvolti nelle operazioni di recupero e smaltimento.

In relazione a tale Suo nuovo incarico, l’Autorità ha già escluso, con propria delibera del 5 agosto 2020, la sussistenza di elementi di criticità relativamente a quanto disposto dalla legge 20 luglio 2004, n. 215, recante *Norme in materia di risoluzione dei conflitti di interessi*. In particolare, con riferimento alla carica di Commissario straordinario del Governo ex articolo 11, legge 23 agosto 1988, n. 400, a Lei conferita con D.P.R. 25 giugno 2019, l’Autorità ha ritenuto che l’incarico di cui all’articolo 2, comma 1 dell’Ordinanza n. 685/2020 del Capo del Dipartimento della Protezione Civile, in quanto riconducibile alla nozione di “carica o ufficio pubblico” di cui all’articolo 2, comma 1, lettera a) della legge n. 215/2004, non contrasti con la disposizione di cui all’articolo 2, comma 4 della stessa legge, in materia di incompatibilità post-carica.

Quanto alla disposizione di cui all’articolo 6 della richiamata Ordinanza del Capo del Dipartimento della Protezione Civile, oggetto della richiesta di parere, il Collegio ha ritenuto che neppure l’esecuzione delle attività ivi previste presenti profili di criticità ai sensi delle disposizioni di cui alla legge n. 215/2004. Tali attività, infatti, sono a Lei demandate in ragione del nuovo incarico di componente del Comitato di Indirizzo di cui all’articolo 2, comma 1 della stessa Ordinanza, incarico autonomo e diverso rispetto alla precedente carica di Commissario straordinario del Governo di cui al richiamato D.P.R. 25 giugno 2019, nonché privo di rilevanza, come già statuito dall’Autorità, ai fini dell’applicazione della vigente disciplina in materia di conflitto di interessi.

Si rende noto che il presente parere, ai sensi dell'articolo 23, secondo comma del Regolamento sul conflitto di interessi, è soggetto alla pubblicazione sul bollettino dell'Autorità, salve “*eventuali esigenze di riservatezza motivatamente rappresentate*”.

Si chiede pertanto alla S.V. di comunicare a questa Autorità, entro il termine di 15 giorni dal ricevimento del parere, la sussistenza di eventuali esigenze di riservatezza, motivandone le specifiche ragioni.

Si porgono distinti saluti.

IL SEGRETARIO GENERALE

*Filippo Arena*

---

---

*Autorità garante  
della concorrenza e del mercato*

Bollettino Settimanale  
Anno XXX- N. 40 - 2020

---

*Coordinamento redazionale*

Giulia Antenucci

*Redazione*

Sandro Cini, Valerio Ruocco, Simonetta Schettini,  
Manuela Villani  
Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato  
Ufficio Statistica e Applicazioni Informatiche  
Piazza Giuseppe Verdi, 6/a - 00198 Roma  
Tel.: 06-858211 Fax: 06-85821256

Web: <http://www.agcm.it>

---

*Realizzazione grafica*

Area Strategic Design

---