



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXXI - n. 7

**Publicato sul sito www.agcm.it
15 febbraio 2021**

SOMMARIO

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	5
C12350 - FINCANTIERI INFRASTRUTTURE/RAMI DI AZIENDA DI INSO-SISTEMI PER LE INFRASTRUTTURE SOCIALI	
<i>Provvedimento n. 28529</i>	5
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	9
PS11820 - ALITALIA-CANCELLAZIONE VOLI POST-COVID	
<i>Provvedimento n. 28530</i>	9
PS11770 - UNIEURO-MONCLICK VENDITE ON LINE-PROBLEMI VARI	
<i>Avviso di avvio di procedimento istruttorio</i>	21
PS11815 - LEROY MERLIN VENDITE ON LINE-PROBLEMI VARI	
<i>Avviso di avvio di procedimento istruttorio</i>	23
PS11839 - MEDIAWORLD VENDITE ONLINE – PROBLEMI VARI	
<i>Avviso di avvio di procedimento istruttorio</i>	25

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

C12350 - FINCANTIERI INFRASTRUTTURE/RAMI DI AZIENDA DI INSO–SISTEMI PER LE INFRASTRUTTURE SOCIALI

Provvedimento n. 28529

L’AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 26 gennaio 2020;

SENTITO il Relatore, Presidente Roberto Rustichelli;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione della società Fincantieri Infrastructure S.p.A., pervenuta in data 11 gennaio 2021;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Fincantieri Infrastructure S.p.A. (“FCI”) è una società per azioni, controllata interamente da Fincantieri S.p.A. (“Fincantieri”) quotata presso Borsa Italiana. FCI è specializzata nella progettazione, realizzazione e montaggio di strutture in acciaio su progetti di grande dimensione quali ponti, stadi, porti ecc.

2. Il capitale sociale di Fincantieri è detenuto per il 71,32% da CDP Industria S.p.A. (mentre la parte restante è distribuita presso il mercato indistinto), il cui capitale è detenuto interamente da Cassa Depositi e Prestiti S.p.A. (“CDP”), controllata dal Ministero dell’Economia e delle Finanze per l’82,77% del suo capitale sociale.

3. Il fatturato realizzato da CDP nel 2019 è stato pari a [20-30]* miliardi di euro a livello mondiale, di cui circa [10-20] miliardi di euro per vendite realizzate in Italia.

4. Inso – Sistemi per le Infrastrutture Sociali S.p.A. in A.S. (“INSO”) è una società attiva nella realizzazione di progetti di infrastrutture sociali e nel *facility management*, tramite la controllata Sof S.p.A. (“SOF”). In particolare, SOF è una società operativa, a livello nazionale, prevalentemente nel settore delle gestioni impiantistiche, immobiliari, energetiche e nella progettazione ed installazione di nuovi impianti termici, di condizionamento, termoidraulici ed elettrici, di gestione calore con fornitura di vettori energetici e realizzazione di opere civili ed industriali. Svolge inoltre attività di manutenzione di apparecchiature elettromedicali e sterilizzazione di strumentazione chirurgica.

5. I rami d’azienda oggetto di acquisizione da parte di FCI sono il Ramo d’azienda “Core” e il Ramo d’azienda “Vimercate”, corrispondenti all’insieme delle attività e degli *asset* di INSO relativi,

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

rispettivamente, i) alla progettazione delle costruzioni ospedaliere e al *facility management*¹ e ii) alla gestione della concessione di costruzione e gestione dell'Ospedale Civile Vimercate. Tali *asset* comprendono, oltre al personale, al *brand* e al *know-how* di INSO, anche le quote di partecipazione da essa detenute in altre società o consorzi.

6. Il fatturato realizzato dalla Target nel 2019 è stato pari a circa [100-504] milioni di euro a livello mondiale, di cui circa [31-100] milioni per vendite in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

7. L'Operazione notificata consiste nell'acquisizione simultanea del controllo esclusivo del Ramo Core e del Ramo Vimercate (collettivamente la "Target") di Inso – Sistemi per le Infrastrutture Sociali S.p.A. in A.S. ("INSO") da parte di FCI, tramite la neocostituita società veicolo Fincantieri Infrastrutture Sociali S.r.l.

8. All'esito dell'Operazione il capitale sociale della società veicolo sarà detenuto al 90% da FCI e al 10% da Sviluppo Imprese Centro Italia SGR S.p.A. ("SICI"). SICI non deterrà alcun diritto o potere eccedente quelli spettanti a un qualsiasi socio di minoranza e, quindi, non eserciterà diritti o poteri sulle decisioni strategiche della NewCo o tali da esercitare un'influenza determinante sulle attività di quest'ultima e, di conseguenza, sulla Target.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

10. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE 139/2004, 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 totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, individualmente da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 31 milioni di euro.

11. Trattandosi di acquisizioni che hanno luogo simultaneamente tra il medesimo venditore (INSO) e il medesimo acquirente (FCI), l'Operazione costituisce una concentrazione unica anche ai fini della valutazione del superamento delle soglie di cui sopra².

¹ Le attività del Ramo Core riguardano in particolare la realizzazione di progetti ad alto contenuto tecnologico, prevalentemente nei settori della sanità, dell'industria e del terziario e, in particolare, il settore delle costruzioni ospedaliere e della fornitura di sistemi integrati di apparecchiature elettromedicali.

² § 50 della Comunicazione consolidata della Commissione sui criteri di competenza giurisdizionale a norma del regolamento (CE) n. 139/2004 del Consiglio relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

IV.1 I mercati del prodotto e geografico interessati

IV.1.1 Premessa

12. In ragione dell'operatività della Target e in coerenza con i precedenti dell'Autorità³, l'Operazione comunicata riguarda i seguenti mercati:

- (M01) Mercato della progettazione e realizzazione di opere pubbliche;
- (M02) Mercato del Facility Management.

In base alle informazioni fornite dalle Parti, nel caso in esame non si ritiene di individuare un distinto mercato dell'edilizia non residenziale, atteso che le attività di INSO in tale settore sono sovrapponibili a quelle svolte nel mercato M01.

13. Il mercato M01 concerne principalmente la costruzione di strade e autostrade, ponti, archi, viadotti, ferrovie, metropolitane e opere idrauliche. Si caratterizza per la presenza di un contratto tra il soggetto committente (il più delle volte un'amministrazione pubblica) e le imprese che effettuano i lavori. A livello nazionale, il settore delle opere pubbliche è regolato dalla normativa di cui al Decreto Legislativo 18 aprile 2016, n. 50 e s.m.i. (cd. Codice dei contratti pubblici) che, tra le altre cose, definisce criteri di pubblicità e trasparenza nelle fasi di selezione, partecipazione alle gare, presentazione delle offerte, aggiudicazione ed esecuzione dei contratti e fissa, altresì, i requisiti minimi per poter accedere al mercato.

14. Quanto alla dimensione geografica, il mercato della progettazione e realizzazione di opere pubbliche si ritiene di dimensione sovranazionale, in ragione dell'omogeneità nelle condizioni generali di accesso e di svolgimento delle relative gare.

15. Il mercato M02 (*facility management*) corrisponde al complesso dei servizi integrati di manutenzione ordinaria e straordinaria degli impianti installati negli immobili (impianti termici, elettrici, idraulici, telefonici, antincendio, ascensori e simili), delle strutture edili in generale e delle loro pertinenze (cortili, giardini, ecc.), i servizi alle persone (pulizie, sicurezza, catering e simili) e i servizi di supporto alle attività di ufficio (gestione di archivi, ecc.). Si tratta di servizi finalizzati alla gestione di grandi strutture immobiliari (generalmente nell'ambito della pubblica amministrazione, delle strutture ospedaliere o dei grandi complessi industriali, commerciali, ecc.), richiesti sia da enti pubblici che da soggetti privati⁴.

16. In conformità con i precedenti dell'Autorità⁵, si ritiene che il mercato del *facility management* possa ritenersi esteso all'intero territorio nazionale, in considerazione della struttura della domanda e dell'offerta, nonché dell'assenza di vincoli amministrativi che limitano l'esercizio dell'attività a un ambito locale.

³ C11768 - Società Italiana per Condotte d'acqua/Inso - Sistemi per le Infrastrutture Sociali del 12 settembre 2012.

C11779B - SALINI/IMPREGILO del 20 febbraio 2013; C12220 - Salini Impregilo/Cossi Costruzioni del 12 marzo 2019.

⁴ I808 - Gara CONSIP FM4 - Accordi tra i principali operatori del Facility Management del 17 aprile 2019. C12324 - Vauban Infrastructure Partners/Progeni, del 20 ottobre 2020.

⁵ C11768 - Società Italiana per Condotte d'acqua/Inso - Sistemi per le Infrastrutture Sociali del 12 settembre 2012; C12324 - Vauban Infrastructure Partners/Progeni, del 20 ottobre 2020.

IV.1.2 Effetti dell'operazione

17. Con riferimento a M01, le quote di mercato tanto dell'acquisita quanto dell'acquirente (e dell'intero gruppo Fincantieri) sono del tutto marginali e, comunque, largamente inferiori, congiuntamente, al [1-5%]. Quanto a M02, considerata l'assenza di FCI (e dell'intero gruppo Fincantieri) nell'offerta di servizi di *facility management*, l'Operazione determina la mera sostituzione di un operatore con un altro e risulta, quindi, inidonea a produrre alcun effetto pregiudizievole per la struttura concorrenziale del mercato rilevante medesimo in cui, in ogni caso, la Target detiene una quota di mercato pari al [1-5%].

18. Inoltre, entrambi i mercati rilevanti sopra individuati sono caratterizzati dalla presenza di numerosi *player* qualificati e di dimensioni ed *expertise* significative.

19. Il mercato M01, di dimensione almeno sovra-nazionale, vede attive non solo imprese italiane di rilevanti dimensioni, ma anche *player* internazionali di indiscusse capacità.

20. Nel mercato M02 i diversi operatori attivi mostrano capacità (anche potenziali) di operare trasversalmente rispetto a possibili segmentazioni basate sulle peculiarità dei servizi richiesti.

21. Alla luce delle considerazioni che precedono, la concentrazione in esame non appare idonea a modificare significativamente le dinamiche concorrenziali nei mercati rilevanti.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame, consistente nell'acquisizione del controllo esclusivo dei Rami d'azienda Core e Vimercate di ISMO da parte di FCI non comporta, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nei mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

PS11820 - ALITALIA-CANCELLAZIONE VOLI POST-COVID

Provvedimento n. 28530

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 26 gennaio 2021;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

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;

VISTO il proprio provvedimento del 28 luglio 2020, con il quale è stata deliberata la non adozione della misura cautelare ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo;

VISTA la comunicazione, pervenuta in data 21 gennaio 2021, con la quale la società Alitalia – Società Aerea Italiana S.p.A. ha comunicato il testo consolidato degli impegni presentati nel corso del procedimento ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. La società Alitalia – Società Aerea Italiana S.p.A. (di seguito anche Alitalia) in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società è attiva fra l'altro nel settore dei servizi di trasporto aereo di linea di passeggeri, su rotte nazionali e internazionali. Secondo l'ultima dichiarazione fiscale della società¹, i suoi ricavi dal 23 marzo al 31 dicembre 2018 ammontavano a circa 2,5 miliardi di euro.

2. Le associazioni di consumatori CODACONS, UDICON, CODICI, ADUC, MOVIMENTO CONSUMATORI e ALTROCONSUMO, in qualità di segnalanti.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

3. Secondo le segnalazioni di alcuni consumatori e le informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo, il professionista avrebbe adottato le seguenti condotte riguardo alla vendita dei biglietti aerei per voli operanti dal 3 giugno 2020, data a partire dalla quale il D.L. n. 33 del 16 maggio 2020 ha nuovamente consentito gli spostamenti all'interno e all'esterno del territorio

¹ Non sono disponibili bilanci approvati e dichiarazioni dei redditi più recenti della società, in quanto la stessa è in amministrazione straordinaria.

nazionale dopo un periodo di limiti alla circolazione stabiliti dai provvedimenti governativi di contenimento dell'epidemia da Covid:

- cancellare servizi di trasporto, con la motivazione Covid, pur trattandosi di servizi da svolgere in un periodo nel quale non erano più vigenti limiti di circolazione conseguenti all'emergenza sanitaria;
- fornire informazioni lacunose e ambigue sulla soppressione dei voli già venduti nonché sui diritti di rimborso spettanti ai passeggeri, prospettando esclusivamente l'offerta di un *voucher* e giustificando tale cancellazione con motivi legati all'emergenza epidemica e quindi omettendo di prospettare in analoga evidenza l'alternativa del rimborso in denaro come prevede il Reg. (CE) n. 261/2004;
- creare difficoltà di contatto con i servizi di assistenza gratuita alla clientela, rendendo in concreto possibile l'utilizzo del solo canale di comunicazione a pagamento, creando ostacoli all'esercizio dei diritti post-vendita derivanti dal contratto di trasporto e dal Reg. (CE) n. 261/2004, che non sembrerebbero giustificati da ragionevoli obiettivi commerciali del vettore.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO: LA PRESENTAZIONE DEGLI IMPEGNI

1) L'iter del procedimento

4. In relazione alle condotte sopra descritte, in data 3 luglio 2020 è stato comunicato al professionista l'avvio del procedimento istruttorio n. PS/11820, ipotizzando che le condotte di Alitalia potessero integrare una violazione degli articoli 20, 21, comma 1, lettere *a)* e *b)*, 22, 23, comma 1, lettera *e)*, 24 e 25 del Codice del Consumo; contestualmente è stato comunicato l'avvio del procedimento per l'eventuale sospensione provvisoria della pratica ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo e dell'art. 8, comma 1, del Regolamento.

5. A seguito delle memorie con le quali il professionista ha illustrato le azioni implementate per far venir meno le condizioni di *periculum in mora* contestate nella comunicazione di avvio come possibile presupposto per una sospensione provvisoria della pratica, con provvedimento n. 28310 del 28 luglio 2020 è stato deliberato di non adottare la misura cautelare ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo.

6. Contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento istruttorio, al fine di acquisire elementi conoscitivi utili alla valutazione della pratica commerciale in esame, è stata formulata al professionista, ai sensi dell'art. 27, commi 3 e 4, del Codice del Consumo e dell'art. 12, comma 1, del Regolamento, una richiesta di informazioni e relativa documentazione, alla quale il professionista ha risposto con nota del 28 luglio 2020. Inoltre in data 20 luglio 2020 ha fatto pervenire una propria memoria l'associazione UDICON.

7. Con nota protocollata il 21 agosto 2020, Alitalia ha formulato una proposta di impegni, al cui riguardo ha fornito alcuni chiarimenti nel corso di un'audizione tenuta in data 2 settembre 2020, ulteriormente chiarita ed integrata con successive note presentate dal professionista.

8. In data 24 novembre 2020 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

9. In data 23 dicembre 2020 è pervenuto il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.

10. In data 21 gennaio 2021 Alitalia ha fornito la versione consolidata dei propri impegni presentati nel corso del procedimento ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento.

2) Gli elementi acquisiti e gli impegni del professionista

11. Nel corso del procedimento Alitalia ha, in primo luogo, modificato la propria condotta, adottando le seguenti azioni:

(a) comunicazione ai passeggeri della cancellazione o della modifica del volo, rinviando ad un'apposita pagina internet nella quale il rimborso pecuniario viene prospettato come prima alternativa rispetto alla proposta di ricevere un *voucher*, e quest'ultimo offerto di importo maggiorato rispetto al prezzo pagato per il biglietto, e introduzione di una procedura automatizzata per la richiesta di rimborso, attraverso uno specifico *link* ipertestuale presente nella detta pagina internet;

(b) semplificazione del rimborso dei biglietti acquistati attraverso le agenzie di viaggio, autorizzando queste ultime ad erogarli autonomamente e direttamente;

(c) modifica del proprio sito internet, in modo da offrire a tutti i passeggeri in possesso di un proprio biglietto la possibilità di rinvenire autonomamente sullo stesso il modulo da compilare per ottenere il rimborso (proposto sempre prima dell'offerta alternativa di un *voucher*) senza la necessità di esservi indirizzati da un'apposita comunicazione del professionista;

(d) potenziamento del servizio di *call center* con l'impiego di un'apposita *task force* dedicata all'assistenza per le richieste di rimborso;

(e) riconoscimento per tutti i *voucher* già richiesti ed emessi per i voli in programma dall'11 marzo al 30 settembre 2020 e cancellati entro il 31 luglio sia delle modalità previste nel testo novellato dell'art. 88bis del D.L. 17/03/2020, n. 18² (validità di 18 mesi e rimborso del valore residuo alla scadenza, o a richiesta del passeggero decorsi 12 mesi dalla emissione) sia dell'utilizzabilità anche per persona diversa dal passeggero.

12. Con nota del 21 agosto 2020, Alitalia ha formulato una proposta di impegni, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento, al cui riguardo ha fornito alcuni chiarimenti nel corso di un'audizione tenuta in data 2 settembre 2020 e che ha successivamente precisato ed integrato, presentandone il testo consolidato con nota pervenuta in data 21 gennaio 2021.

13. In particolare, tali impegni – che nella loro versione definitiva sono allegati al presente provvedimento e ne costituiscono parte integrante – prevedono:

Impegno 1

L'invio – entro il 31 gennaio 2021 – ai passeggeri che abbiano acquistato, in Italia o attraverso il sito italiano di Alitalia, biglietti poi annullati relativi a voli previsti dopo il 3 giugno 2020 e che non abbiano esercitato alcuna opzione per la gestione delle conseguenze ovvero a tutti coloro che abbiano già richiesto o ricevuto un *voucher* (e che potranno dunque rivedere la loro scelta iniziale), delle comunicazioni individuali, rispettivamente contenenti l'invito a consultare la pagina del sito internet cui accedere per gestire la richiesta secondo le opzioni disponibili e l'invito a contattare un apposito *call center* dedicato, del seguente e specifico tenore:

² Come modificato dall'art. 182 del D.L. 19 maggio 2020, n. 34.

a) i passeggeri che non risultino aver ancora esercitato alcuna opzione al riguardo riceveranno la seguente comunicazione:

Gentile Persona: Nome completo,

ti ricordiamo che con riferimento alla cancellazione della tua prenotazione con biglietto XXXXX hai la possibilità di scegliere fra diverse opzioni disponibili per la gestione del tuo biglietto, incluso il rimborso, consultabili cliccando [qui](#) [vedi landing page sotto].

Ti ringraziamo della comprensione.

LANDING PAGE

CANCELLAZIONE VOLI

Se hai un biglietto Alitalia (055) per voli che sono stati cancellati, puoi in alternativa a tua scelta:

- conservare il tuo biglietto e riutilizzarlo per volare entro un anno, dalla data del volo cancellato, contattando il nostro Call Center dall'Italia al numero verde 800.65.00.55, dall'estero al numero +39.06.65.649 o i numeri locali consultabili sul nostro sito www.alitalia.com. Per ulteriori informazioni clicca [qui](#).

- chiedere il rimborso integrale del biglietto acquistato o del suo valore residuo.

La richiesta verrà presa in carico e definita il prima possibile, in conformità con il Reg. CE 261/2004

Per richiedere il rimborso clicca [qui](#) oppure chiama il Call Center: [dall'Italia](#) al numero verde 800650055, [dall'estero](#) al numero +39 0665649 o ai numeri locali consultabili [qui](#).

- chiedere un voucher nominativo di importo pari al valore del biglietto acquistato o del suo valore residuo, maggiorato da un ammontare fisso (*):

15€ se il volo cancellato era nazionale o internazionale di medio raggio,

60€ se il volo cancellato era intercontinentale di lungo raggio.

Il voucher ha le seguenti caratteristiche:

valido 18 mesi dalla data di emissione;

nominativo, ma utilizzabile per emissione di biglietti intestati a terzi;

utilizzabile per volare verso qualsiasi destinazione servita da Alitalia anche oltre il termine di validità purché la relativa prenotazione sia effettuata entro la scadenza dei 18 mesi;

richiedibile entro il 31 marzo 2021

In caso di mancato utilizzo del voucher entro i 18 mesi di validità verrà rimborsato il valore originario del biglietto acquistato, o il valore residuo del biglietto in caso di utilizzo parziale del voucher. Il rimborso potrà essere inoltre richiesto, a scelta del passeggero, decorsi 12 mesi dalla data di emissione. In ogni caso il voucher sarà rimborsato al netto delle maggiorazioni sopra indicate.

(*) La maggiorazione non è applicabile a passeggeri con età inferiore ai due (2) anni

Clicca [qui](#) per richiedere il voucher

Per ulteriori informazioni sui tuoi diritti vedi [qui](#).

Dear Person: Full name,

we remind you that with reference to the cancellation of your booking with ticket XXXXX you have the possibility to choose between different options available for the management of your ticket, including refund, which can be consulted by clicking [here](#) [see landing page below].

We appreciate your understanding

LANDING PAGE

CANCELLATION OF FLIGHTS

If you have an Alitalia ticket (055) for flights that have been cancelled, you can alternatively of your choice:

- keep your ticket and reuse it to fly within one year, from the date of the cancelled flight, by contacting our Call Center from Italy at the toll-free number 800.65.00.55, from abroad at +39.06.65.649 or local numbers available on our website www.alitalia.com. For more information click [here](#).

- ask for a full refund of the ticket purchased or its residual value.

The request will be dealt with and defined as soon as possible, in compliance with EC Reg. 261/2004

To request a refund click [here](#) or call the Call Center: from Italy at the toll-free number 800650055, from abroad at +39 0665649 or at the local numbers available [here](#).

- ask for a nominal voucher for an amount equal to the value of the ticket purchased or its residual value, increased by a fixed amount (*):

€ 15 if the cancelled flight was national or medium-haul international, € 60 if the cancelled flight was long-haul intercontinental.

The voucher has the following characteristics:

valid for 18 months from the date of issue;

nominal, but usable for issuing tickets to third parties;

it can be used to fly to any destination served by Alitalia even after the validity period provided that the relative booking is made within the expiry of 18 months;

can be requested by March 31, 2021.

If the voucher is not used within the 18 months of validity, the original value of the ticket purchased will be refunded, or the residual value of the ticket in case of partial use of the voucher. The refund may also be requested, at the passenger's choice, after 12 months from the date of issue. In any case, the voucher will be refunded net of the surcharges indicated above.

(*) The surcharge is not applicable to passengers under the age of two (2) years.

Click [here](#) to request the voucher

For more information on your rights see [here](#).

b) i passeggeri che abbiano accettato come ristoro un voucher, riceveranno la seguente comunicazione:

Gentile Persona: Nome completo,

ti informiamo che con riferimento alla cancellazione della tua prenotazione con biglietto XXXXX, alla luce delle modifiche normative intervenute hai la facoltà di richiedere il rimborso pecuniario in luogo del voucher già emesso n. XXXXX

A tal proposito qualora volessi mantenere il voucher non sono richieste ulteriori azioni da parte tua.

Se vuoi richiedere il rimborso, compila il form [qui](#) oppure chiama il Call Center: dall'Italia al numero verde 800650055, dall'estero al numero +39 0665649 o ai numeri locali consultabili [qui](#).

Ti ringraziamo della comprensione.

Dear Person: full name

We inform you that with reference to the cancellation of your booking with ticket XXXXX, in light of the regulatory changes that have occurred, you have the right to request a monetary refund in place of the already issued voucher n. XXXXX

In this regard, if you wish to keep the voucher, no further action is required on your part.

If you want to request a refund, fill out the form [here](#) or call the Call Center: from Italy at the toll-free number 800650055, from abroad at +39 0665649 or at the local numbers available [here](#).

We appreciate your understanding.

Impegno n. 2

Il potenziamento – già effettuato – del servizio *call center* con l'impiego di un'apposita *task force* dedicata all'assistenza per le richieste di rimborso, che risponderà al numero verde 800650055 per chiamate dall'Italia e che resterà attiva finché il numero delle chiamate ritorni ai livelli pre-emergenziali.

Impegno n. 3

L'implementazione e l'inserimento nel proprio sito internet, entro il 31 gennaio 2021, di una “*live chat*”, per:

- (a) evadere domande dei passeggeri circa le modalità con cui richiedere il rimborso del biglietto sul sito internet della compagnia;
- (b) aggiornare i passeggeri che abbiano già richiesto il rimborso circa lo stato di quest'ultimo.

Impegno n. 4

Il mantenimento – sino al 31 dicembre 2020 – dell'autorizzazione alle agenzie di viaggio ad erogare i rimborsi autonomamente e direttamente, senza necessità di effettuare alcun accesso presso la compagnia.

Impegno n. 5

La diffusione – entro il 15 gennaio 2021 – del seguente comunicato stampa al fine di fornire adeguata informazione delle azioni di cui agli impegni, oltre che delle opzioni offerte ai passeggeri il cui volo venga cancellato.

COMUNICATO STAMPA

Alitalia: oltre 1 milione di rimborsi, per un valore di oltre 370 milioni di euro**Task force rinforzata e modalità semplificate per l'assistenza ai passeggeri**

Roma, 15 gennaio 2021 – Da metà febbraio allo scorso 27 dicembre, Alitalia ha evaso 1 milione e 369 mila richieste di rimborso avanzate dai propri clienti, per un valore di 373,8 milioni di euro di biglietteria non utilizzata, di cui circa 79,8 milioni di euro è l'ammontare degli oltre 362 mila voucher emessi, numero che include più di 47.400 voucher nei quali Alitalia ha riconosciuto un valore maggiorato rispetto a quanto originariamente pagato dal passeggero.

L'impatto sul trasporto aereo generato dalla pandemia da Covid-19 ha fatto sì che Alitalia abbia dovuto rivedere più volte i propri programmi operativi in funzione delle restrizioni ai collegamenti aerei e dei mutati comportamenti di viaggio, adattando la propria offerta di voli al significativo calo della domanda che tuttora persiste. Ciò ha generato un volume di richieste di assistenza e rimborso del tutto eccezionale, mai registrato in precedenza, con picchi di telefonate ai numeri del servizio clienti quadruplicati rispetto all'anno precedente.

Nonostante la complessità della situazione, Alitalia ha messo in campo una serie di azioni per allentare la pressione al call center e fornire al contempo la migliore assistenza possibile. In particolare, è stata attivata una procedura automatizzata per l'invio ai passeggeri della notifica della cancellazione del volo tramite una e-mail che fornisce tutte le indicazioni sulle opzioni previste dalla normativa applicabile, incluse quelle relative alla richiesta di rimborso, sia monetario sia attraverso voucher, mettendo i clienti nella condizione di effettuare autonomamente tale richiesta senza dover contattare il call center.

La Compagnia ha ulteriormente rafforzato la task force di personale dedicato all'assistenza per le richieste di rimborso – che risponde al numero verde 800.650055 e che rimarrà attiva sino a quando il numero delle chiamate ritornerà ai livelli pre-emergenziali – al fine di velocizzare le lavorazioni delle pratiche arretrate ed evaderle nel minor tempo possibile.

Alitalia ha inoltre previsto l'inserimento sul proprio sito web di una "live chat", che sarà operativa nel corso di gennaio 2021, per rispondere alle domande sulle modalità per chiedere il rimborso e fornire aggiornamenti sullo stato di rimborsi già richiesti, evitando così che i passeggeri debbano ricorrere nuovamente al call center. È stata poi estesa fino al 31 dicembre 2020 la possibilità per le agenzie di viaggio di erogare i rimborsi ai propri clienti in maniera completamente autonoma e diretta, senza la necessità di contattare la Compagnia.

Alitalia ricorda che i passeggeri di voli cancellati dal 3 giugno in poi hanno diritto alle forme di assistenza e rimborso previste dalla normativa applicabile, consistenti nella modifica senza penali della prenotazione oppure nel rimborso del biglietto, a discrezione del cliente, in forma pecuniaria o tramite un voucher di valore pari al biglietto acquistato, maggiorato da un ammontare fisso, valido 18 mesi dalla data di emissione e rimborsabile, in base alle condizioni applicabili.

Per ulteriori informazioni, è possibile consultare il sito [alitalia.com](https://www.alitalia.com) al link: https://www.alitalia.com/it_it/volare-alitalia/news-e-attivita/news/info-passeggeri/cambiare-i-programmi-di-viaggio.html.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

14. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo *Internet*, in data 3 dicembre 2020 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

15. Con parere pervenuto in data 23 dicembre 2020, la suddetta Autorità ha espresso il proprio parere nel senso che *“con riferimento al caso di specie, il mezzo di comunicazione utilizzato risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che sulla base delle informazioni contenute nel sito del professionista potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità promozionale della comunicazione on line”* e che il mezzo *Internet* risulta essere *“uno strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale rispetto alla quale è richiesto parere a questa Autorità”*.

V. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

16. L'Autorità ritiene che gli impegni proposti dal professionista siano idonei a sanare i possibili profili di illegittimità della pratica commerciale contestati nella comunicazione di avvio del 3 luglio 2020.

17. Con specifico riferimento al contenuto degli impegni assunti da Alitalia e, in particolare all'Impegno n. 1, si osserva che le misure risultano essere idonee a rimuovere i possibili profili di scorrettezza delineati in sede di avvio e, altresì, a ristorare gli effetti pregiudizievoli della pratica contestata. Infatti, tutti i passeggeri che abbiano acquistato, in Italia o attraverso il sito italiano di Alitalia, biglietti relativi a voli cancellati dopo il 3 giugno 2020 e che, in seguito all'annullamento di un volo previsto a partire da tale data, non abbiano ancora esercitato alcuna opzione in merito alla gestione delle conseguenze della cancellazione, ovvero abbiano già richiesto o ricevuto il *voucher*, riceveranno una comunicazione da parte di Alitalia, contenente l'indicazione delle modalità attraverso le quali i passeggeri potranno gestire la propria richiesta di rimborso pecuniario, secondo alcune opzioni facilmente disponibili. Più precisamente: (a) ai passeggeri che non hanno ancora effettuato una scelta tra *voucher* e rimborso sarà offerta la possibilità di scegliere tra il rimborso in denaro o un *voucher* di importo maggiore rispetto al prezzo corrisposto; (b) ai passeggeri che hanno già ricevuto il *voucher* verrà comunicata la possibilità di sostituire lo stesso con il rimborso in denaro.

Le modalità attraverso cui viene previsto l'accesso alla possibilità di richiedere il rimborso pecuniario appaiono chiare e facilmente fruibili, da un lato mediante l'utilizzo di un *link* automatico per i passeggeri che non si siano ancora attivati per scegliere un rimborso o il rilascio di un *voucher* e dall'altro, per i passeggeri che già hanno richiesto o ricevuto un *voucher*, mediante la chiamata senza addebito di costi ad un numero dedicato per l'assistenza telefonica.

Alitalia ha già provveduto a dare corso all'attuazione di tale misura e si è impegnata a portare a compimento le operazioni di gestione delle pratiche di rimborso entro il 31 gennaio 2021.

18. Inoltre, attraverso le misure di cui agli Impegni n. 2 e n. 3, che prevedono rispettivamente un ulteriore potenziamento del servizio di *call center* con l'impiego di una *task force* dedicata all'assistenza per le richieste di rimborso, e l'inserimento nel sito internet della società di una *live chat* volta a fornire risposte ed aggiornamenti ai passeggeri circa lo stato della propria richiesta, il

servizio clienti risulta in grado di assicurare una effettiva assistenza ed una più rapida gestione delle pratiche di rimborso dei passeggeri.

19. Alitalia si impegna, altresì a diffondere un comunicato stampa al fine di fornire adeguata informazione circa il contenuto delle misure adottate e delle opzioni offerte ai passeggeri che abbiano subito la cancellazione del volo, assicurando in tal modo una più ampia diffusione tra i consumatori della conoscenza degli impegni assunti e dei diritti dei passeggeri.

20. Occorre inoltre rilevare come, nel corso del procedimento, Alitalia avesse già modificato la propria condotta ed avesse adottato azioni idonee ad interrompere la pratica commerciale contestata attraverso l'attuazione di nuove modalità di comunicazione e adeguate forme di rimborso in caso di cancellazione dei voli – applicate per tutte le destinazioni dei voli e non solo per quelle non più interessate dalla restrizioni imposte dalle pubbliche autorità – in modo da rendere più agevole la richiesta di rimborso pecuniario per tutti i possessori dei biglietti mediante la disponibilità e la reperibilità sul proprio sito internet di appositi moduli utilizzabili *online* da tutti i passeggeri.

Alitalia aveva, inoltre, già provveduto ad eliminare la motivazione legata all'emergenza sanitaria a giustificazione dell'annullamento del volo e a potenziare il proprio servizio di *call center*.

21. Le misure proposte da Alitalia attraverso i presenti Impegni, insieme con quelle già adottate nel corso del procedimento, sono da considerarsi idonee a far venir meno i profili di scorrettezza ipotizzati in sede di avvio del procedimento e, allo stesso tempo, ad offrire sollecitamente un ristoro significativo a tutti i consumatori interessati dalla pratica contestata, ben superiore rispetto alla mera interruzione della pratica contestata.

Appare infatti evidente il vantaggio per i consumatori derivante dalla possibilità di optare, attraverso una procedura snella, rapida e con il supporto di un servizio clienti potenziato, per il *voucher* di valore maggiorato, ovvero per il rimborso in forma pecuniaria.

È, inoltre, di indubbio rilievo che di tale facoltà venga data notizia a tutti i passeggeri interessati tramite l'invio di una comunicazione individuale e tramite la diffusione di un comunicato stampa, con particolare rilievo al fatto che sia prevista anche nei confronti di quei passeggeri che abbiano già accettato il rimborso tramite *voucher*.

22. 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 Alitalia – Società Aerea Italiana 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 Alitalia – Società Aerea Italiana S.p.A.;

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

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti della società Alitalia – Società Aerea Italiana S.p.A., ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, lettera a), del Regolamento,

gli impegni dalla stessa società proposti in data 4 gennaio 2021, come descritti nella dichiarazione allegata 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 Alitalia – Società Aerea Italiana 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 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 *f.f.*

Gabriella Muscolo

PS11820 - ALITALIA-CANCELLAZIONE VOLI POST-COVID

Allegato al provvedimento n. 28530

DICHIARAZIONE DI IMPEGNI

Nell'ambito del procedimento n. PS/11820 avviato dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato in data 3 luglio 2020 e avente ad oggetto le condotte commerciali in materia di rimborso dei voli cancellati da Alitalia – Società Aerea Italiana S.p.A., lo stesso professionista Alitalia – Società Aerea Italiana S.p.A., 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) 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:

IMPEGNI

Alitalia propone i seguenti impegni, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, dell'art. 8, comma 7, del Decreto Legislativo. n. 145/2007 e dell'art. 9 del Regolamento:

1. ai passeggeri che abbiano acquistato, in Italia o attraverso il sito italiano di Alitalia, biglietti relativi a voli cancellati dopo il 3 giugno 2020 e che non risultino aver ancora esercitato alcuna opzione per la gestione delle conseguenze, ovvero che hanno già richiesto o ricevuto il *voucher* (e che potranno dunque rivedere la loro scelta iniziale), Alitalia propone di inviare una comunicazione, del medesimo tenore e contenuto in maniera omogenea per qualsiasi modalità utilizzata, nella quale i suddetti passeggeri saranno invitati a consultare la pagina del sito internet di Alitalia intitolata “*Cambiare i programmi di viaggio e cancellazioni dei voli*”, il cui indirizzo: https://www.alitalia.com/it_it/volare-alitalia/news-e-attivita/news/info-passeggeri/cambiare-i-programmi-di-viaggio.html verrà inserito nella comunicazione di cui sopra, con conseguente possibilità di accedervi direttamente e di gestire la richiesta secondo le opzioni ivi disponibili, ovvero di contattare il *call center* dedicato alla nuova opzione “*info richiesta rimborso*”, disponibile sulla linea telefonica a numero verde 800650055 per chiamate dall'Italia.

Si conferma che nelle more della decisione di Codesta Autorità circa gli impegni presentati, Alitalia ha provveduto a dar corso alla attuazione della misura ed ha già completato un numero rilevante di pratiche di rimborso relative ai passeggeri interessati. Più precisamente:

- 32.920 biglietti sono stati rimborsati;
- 588 biglietti sono stati sostituiti con nuovi titoli di viaggio (c.d. cambio biglietto);
- 620 biglietti sono stati utilizzati per volare.

Alitalia conferma il completamento dell'impegno entro il 31 gennaio 2021;

2. Alitalia propone, altresì, di potenziare ulteriormente il proprio servizio di *call center*, con l'impiego di una apposita *task force* composta da 40 risorse dedicata all'assistenza per le richieste di rimborso, che risponderà al numero dedicato 800650055 per chiamate dall'Italia e che resterà attiva sino a quando il numero delle chiamate ritorni ai livelli pre-emergenziali. Si precisa che Alitalia ha già dato esecuzione alla misura di cui sopra;

3. Alitalia propone, inoltre, di implementare ed inserire nel proprio sito internet una “*live chat*” per: (a) evadere domande dei passeggeri circa le modalità con cui richiedere il rimborso del biglietto

sul sito internet della compagnia; e (b) aggiornare i passeggeri che abbiano già richiesto il rimborso circa lo stato di quest'ultimo, anche al fine di evitare che gli stessi, non avendo contezza della detta tempistica, siano costretti a ricorrere nuovamente al *call center*. La misura proposta verrà implementata entro il 31 gennaio 2021;

4. Alitalia propone di mantenere l'autorizzazione alle agenzie di viaggio ad erogare i rimborsi autonomamente e direttamente, senza necessità di effettuare alcun accesso presso la compagnia, sino a tutto il 31 dicembre 2020. Si conferma che la misura è stata attuata;

5. Alitalia ha fornito adeguata informazione delle azioni di cui sopra, nonché delle opzioni offerte ai passeggeri il cui volo venga cancellato, mediante apposito comunicato stampa, che è stato pubblicato e diffuso il 15 gennaio 2021.

In relazione agli impegni presentati, e come già preannunciato nei propri precedenti scritti, Alitalia conferma:

- che il proprio sito web ha già adottato tutte le previsioni relative ai rimborsi del prezzo dei biglietti sin dallo scorso luglio 2020, in modo visibile, chiaro e trasparente;

- che a tutti i passeggeri destinatari degli impegni, **oltre al diritto al rimborso del prezzo**, sono anche attualmente consentite, a loro scelta e discrezione, le seguenti ulteriori opzioni:

- utilizzare il biglietto riprogrammando il volo entro un anno dalla data del volo cancellato;
 - chiedere, sino a tutto il 31 dicembre 2020 (termine di miglior favore rispetto a quello del 30 settembre fissato *ex lege* e che sarà esteso oltre il termine del 31 dicembre 2020 per le cancellazioni più recenti), l'emissione di un *voucher*, con le caratteristiche della legge 17 luglio 2020, n. 77.
-

PS11770 - UNIEURO-MONCLICK VENDITE ON LINE-PROBLEMI VARI

Avviso di avvio di procedimento istruttorio

AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Informativa di avvio dell'istruttoria, in ragione del numero elevato di istanze di intervento pervenute, ai sensi dell'articolo 6, comma 2, del *Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie* (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015, in relazione al procedimento PS11770 - UNIEURO-MONCLICK VENDITE ON LINE-PROBLEMI VARI.

I. LE PARTI

UNIEURO S.p.A. (di seguito, Unieuro) in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lett. b), Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206 e successive modificazioni, recante "Codice del Consumo". La società è uno dei maggiori distributori di prodotti di elettronica di consumo, dispone di una rete di oltre 500 punti vendita su tutto il territorio nazionale e opera anche mediante il canale di vendita *online* grazie al proprio sito internet ufficiale www.unieuro.it e al sito di *e-commerce* www.monclick.it.

MONCLICK S.r.l. (di seguito, Monclick), in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lett. b), del Codice del Consumo. La società svolge esclusivamente attività di commercio elettronico, prevalentemente di prodotti di elettronica di consumo, ed è soggetta ad attività di direzione e controllo da parte del socio unico Unieuro.

FEDERCONSUMATORI, in qualità di segnalante.

II. LE CONDOTTE ILLECITE

Sulla base di numerose segnalazioni di consumatori e loro associazioni rappresentative, le due società Unieuro e Monclick, nell'esercizio della propria attività di vendita *online*, avrebbero posto in essere le seguenti condotte illecite in possibile violazione del Codice del Consumo: la ritardata o mancata consegna dei prodotti ordinati *online*; l'annullamento unilaterale degli ordini effettuati dai consumatori per prodotti presentati come disponibili, nonostante il pagamento e l'addebito del corrispettivo; l'omessa/inadeguata informazione sui tempi effettivi di consegna, sui ritardi e sulle problematiche relative alla corretta esecuzione degli ordini; la diffusione di messaggi decettivi, rassicuranti sulla tempistica di consegna dei beni anche nel periodo di emergenza sanitaria; l'omessa/inadeguata assistenza post-vendita dei consumatori e la disattivazione del *call center*; gli ostacoli alle richieste di annullamento inoltrate dai clienti e all'esercizio dei loro diritti di recesso e rimborso del corrispettivo pagato.

III. AVVISO

Mediante il presente avviso si informano i soggetti interessati che abbiano presentato istanza di intervento ai sensi dell'articolo 4 del Regolamento che, con comunicazione del 12 gennaio 2021,

Prot. n. 11677, è stato avviato un procedimento istruttorio nei confronti dei due Professionisti, volto ad accertare l'eventuale violazione degli articoli 20, 21, 22, 23, 24, 25 e 61 del Codice del Consumo. Si informa, inoltre, che i soggetti interessati hanno facoltà di intervenire nel procedimento in corso, inoltrando apposito atto, debitamente sottoscritto, contenente gli elementi indicati nell'articolo 10 del Regolamento.

Per qualsiasi comunicazione indirizzata all'Autorità, relativa al procedimento in questione, si prega di citare la Direzione A - *Industria primaria, energia, trasporti e commercio* della Direzione Generale Tutela del Consumatore ed il riferimento PS11770.

IL RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO

PS11815 - LEROY MERLIN VENDITE ON LINE-PROBLEMI VARI

Avviso di avvio di procedimento istruttorio

AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Informativa di avvio dell'istruttoria, in ragione del numero elevato di istanze di intervento pervenute, ai sensi dell'articolo 6, comma 2, del *Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie* (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015, in relazione al procedimento PS11815 - LEROY MERLIN VENDITE ON LINE-PROBLEMI VARI.

I. LE PARTI

Leroy Merlin Italia Srl (di seguito, Leroy Merlin) in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lett. b), Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206 e successive modificazioni, recante "Codice del Consumo". La società è uno dei principali distributori in Italia di articoli per la casa, *bricolage* e fai da te, dispone di una rete di circa cinquanta punti vendita distribuiti su tutto il territorio nazionale e opera anche nel canale di vendita *online* attraverso il proprio sito internet *www.leroymerlin.it*.

L'Unione Nazionale Consumatori, in qualità di segnalante.

II. LE CONDOTTE ILLECITE

Sulla base di numerose segnalazioni di consumatori, loro associazioni rappresentative e microimprese, la società Leroy Merlin, nell'esercizio della propria attività di vendita *online*, avrebbe posto in essere le seguenti condotte illecite in possibile violazione del Codice del Consumo: la ritardata o mancata consegna dei prodotti ordinati *online*; l'omessa/ingannevole informazione sui tempi effettivi di consegna, sui ritardi e sulle problematiche relative alla corretta esecuzione degli ordini; la promozione sul proprio sito *web* del nuovo servizio di vendita telefonica con asserita consegna in tempi rapidi (4 giorni); l'omessa/inadeguata assistenza post-vendita dei consumatori; gli ostacoli alle richieste di annullamento degli ordini inoltrate dai clienti e all'esercizio dei loro diritti di recesso e rimborso; la pubblicazione sul proprio sito *web* di indicazioni inadeguate/fuorvianti in merito alle modalità di gestione degli ordini - a livello centralizzato ovvero da parte di ciascun singolo punto vendita - suscettibili di indurre in errore i consumatori circa l'effettiva disponibilità dei prodotti, le modalità di reclamo, le richieste di reso e di interventi in garanzia.

III. AVVISO

Mediante il presente avviso si informano i soggetti interessati che abbiano presentato istanza di intervento ai sensi dell'articolo 4 del Regolamento che, con comunicazione del 12 gennaio 2021, Prot. n. 11679, è stato avviato un procedimento istruttorio nei confronti del Professionista, volto ad accertare l'eventuale violazione degli articoli 20, 21, 22, 24, 25 e 61 del Codice del Consumo.

Si informa, inoltre, che i soggetti interessati hanno facoltà di intervenire nel procedimento in corso, inoltrando apposito atto, debitamente sottoscritto, contenente gli elementi indicati nell'articolo 10 del Regolamento.

Per qualsiasi comunicazione indirizzata all'Autorità, relativa al procedimento in questione, si prega di citare la Direzione A - *Industria primaria, energia, trasporti e commercio* della Direzione Generale Tutela del Consumatore ed il riferimento PS11815.

IL RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO

PS11839 - MEDIAWORLD VENDITE ONLINE – PROBLEMI VARI

Avviso di avvio di procedimento istruttorio

AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Informativa di avvio dell'istruttoria, in ragione del numero elevato di istanze di intervento pervenute, ai sensi dell'articolo 6, comma 2, del *Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie* (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015, in relazione al procedimento PS11839 MEDIAWORLD VENDITE ONLINE – PROBLEMI VARI.

I. LE PARTI

Mediamarket S.p.a. (di seguito, Mediamarket), in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lett. b), del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206 e successive modificazioni, recante “Codice del Consumo”. La società è uno dei maggiori operatori nel settore della Grande Distribuzione Organizzata, svolge attività di vendita al dettaglio di elettrodomestici e prodotti dell'elettronica di consumo su tutto il territorio nazionale attraverso oltre cento punti vendita fisici ad insegna "Mediaworld" nonché mediante il canale di vendita *online* attraverso il proprio sito internet *www.mediaworld.it*.

Federconsumatori, in qualità di segnalante.

II. LE CONDOTTE ILLECITE

Sulla base di numerose segnalazioni di consumatori, loro associazioni rappresentative e microimprese, la società Mediamarket, nell'esercizio della propria attività di vendita *online*, avrebbe posto in essere le seguenti condotte illecite in possibile violazione del Codice del Consumo: l'annullamento unilaterale degli ordini effettuati dai consumatori, per asserita indisponibilità dei prodotti pubblicizzati o per erronea indicazione del prezzo, nonostante l'avvenuto addebito del corrispettivo e, a volte, dopo la spedizione; l'omessa/inadeguata assistenza post-vendita dei consumatori, anche in ragione della mancata indicazione di un indirizzo *e-mail* o PEC per l'inoltro di reclami e delle istanze da parte dei consumatori; gli ostacoli alle richieste dei clienti di annullamento dell'ordine e di risoluzione del contratto accessorio di finanziamento; gli ostacoli all'esercizio da parte dei consumatori dei loro diritti di recesso e rimborso, anche in ragione della mancanza di un indirizzo *e-mail* o PEC e delle problematiche segnalate circa il funzionamento della procedura *online* che prevede l'utilizzo di un “modulo di reso” - un modello unico predisposto dal professionista ai fini sia del recesso sia della restituzione in garanzia di prodotti con difetti di conformità nonché della segnalazione di altre problematiche - idoneo a indurre in errore i consumatori riguardo le condizioni e le modalità di esercizio diritto di recesso, in particolare riguardo la possibilità di esercitarlo senza dover fornire alcuna motivazione.

III. AVVISO

Mediante il presente avviso si informano i soggetti interessati che abbiano presentato istanza di intervento ai sensi dell'articolo 4 del Regolamento che, con comunicazione del 12 gennaio 2021, Prot. n. 11682, è stato avviato un procedimento istruttorio nei confronti del Professionista volto ad accertare l'eventuale violazione degli articoli 20, 21, 22, 23, 24, 25, 49, 52, 54, 56 e 58 del Codice del Consumo.

Si informa, inoltre, che i soggetti interessati hanno facoltà di intervenire nel procedimento in corso, inoltrando apposito atto, debitamente sottoscritto, contenente gli elementi indicati nell'articolo 10 del Regolamento.

Per qualsiasi comunicazione indirizzata all'Autorità, relativa al procedimento in questione, si prega di citare la Direzione A - *Industria primaria, energia, trasporti e commercio* della Direzione Generale Tutela del Consumatore ed il riferimento PS11839.

IL RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO

***Autorità garante
della concorrenza e del mercato***

Bollettino Settimanale
Anno XXXI- N. 7 - 2021

Coordinamento redazionale

Giulia Antenucci

Redazione

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
