



AUTORITÀ GARANTE  
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

# Bollettino

Settimanale

Anno XXXII - n. 25

**Publicato sul sito [www.agcm.it](http://www.agcm.it)  
4 luglio 2022**



## SOMMARIO

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE	5
A546 - FRANCHISING DI MCDONALD'S	
<i>Provvedimento n. 30199</i>	5
OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	20
C12457 - DEA CAPITAL ALTERNATIVE FUNDS SGR-PONTE TER/COSTA EDUTAINMENT	
<i>Provvedimento n. 30200</i>	20
ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA	24
AS1845 - REGIONE SICILIA - ACCORDO INTEGRATIVO REGIONALE DEI MEDICI SPECIALISTI PEDIATRI DI LIBERA SCELTA	24
DIRITTI TELEVISIVI	28
SR41 - LEGA PRO/LINEE GUIDA COMMERCIALIZZAZIONE DIRITTI AUDIOVISIVI STAGIONI 2022/2023 - 2023/2024 - 2024/2025	
<i>Provvedimento n. 30204</i>	28
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	41
IP359 - UNIEURO/MONCLICK VENDITE ON LINE-PROBLEMI VARI	
<i>Provvedimento n. 30201</i>	41
PS12152 - ASCENSORI TRINACRIA DI GAETANO DI PIETRO-ASSISTENZA ASCENSORI	
<i>Provvedimento n. 30203</i>	50



## INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

### A546 - FRANCHISING DI MCDONALD'S

*Provvedimento n. 30199*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 14 giugno 2022;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287 e, in particolare l'articolo 14-ter;

VISTA la legge 18 giugno 1998, n. 192 e, in particolare, l'articolo 9;

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

VISTA la “*Comunicazione sulle procedure di applicazione dell'articolo 14-ter della legge 10 ottobre 1990, n. 287*”, adottata nell'adunanza del 6 settembre 2012 e pubblicata sul Bollettino n. 35 del 17 settembre 2012;

VISTO il proprio provvedimento n. 29793 del 27 luglio 2021, con il quale è stata avviata un'istruttoria ai sensi dell'articolo 9, comma 3-bis, della legge 18 giugno 1998, n. 192 e dell'articolo 14 della legge 10 ottobre 1990 n. 287, nei confronti della società McDonald's Development Italy LLC (di seguito anche MCDI), in relazione a condotte poste in essere nei confronti della propria rete di affiliati;

VISTA la comunicazione del 14 febbraio 2022, con la quale la società MCDI ha presentato impegni, ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90, secondo le modalità indicate nell'apposito “*Formulario per la presentazione degli impegni ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90*”,

VISTA la propria delibera n. 30059 del 15 marzo 2022, con la quale è stata disposta la pubblicazione, in data 17 marzo 2022, degli impegni proposti dalla società MCDI sul sito *Internet* dell'Autorità, al fine di consentire ai terzi interessati di esprimere le loro osservazioni;

VISTE le osservazioni sugli impegni presentate dai terzi interessati in data 15 aprile 2022;

VISTE le modifiche accessorie agli impegni presentate da MCDI in data 18 maggio 2022;

VISTI gli atti del procedimento e la documentazione acquisita nel corso dell'istruttoria;

CONSIDERATO quanto segue:

### I. LE PARTI

1. McDonald's Development Italy LLC (di seguito, anche, MCDI, il concedente o affiliante o *franchisor*) - già McDonald's Development Italy Inc - è una società statunitense, con sede legale a Wilmington e sede secondaria per l'Italia a Milano, appartenente al Gruppo McDonald's, facente capo alla McDonald's Corporation, società statunitense con sede a Oak Brook, Illinois. Il Gruppo McDonald's ha sviluppato e gestisce una delle principali catene mondiali di ristoranti *fast food* di origine statunitense, in parte direttamente e in parte indirettamente, mediante rapporti di affiliazioni.

In Italia, i ristoranti e gli esercizi commerciali della catena sono gestiti da MCDI, che, in virtù di un "*Master License Agreement*", ha ottenuto il diritto di utilizzare e concedere in sub-licenza l'uso del Sistema McDonald's<sup>1</sup> e la proprietà intellettuale ad esso connessa. Attualmente, la rete di McDonald's è costituita da 640 ristoranti - oltre a 950 esercizi commerciali tra McDrive (420 punti di servizio in automobile) e McCafè (530 bar all'italiana) - gestiti prevalentemente in regime di *franchising* da 140 licenziatari e in via minoritaria direttamente (cd. ristoranti "*corporate*").

2. I segnalanti (di seguito, anche, gli imprenditori, affiliati o *franchisee*) sono imprenditori legali rappresentanti di tre società a responsabilità limitata, che hanno operato nell'ambito del cd. sistema McDonald's (di seguito anche McD), avendo gestito ristoranti della catena di *fast food* in diverse regioni italiane, tramite contratti di affitto di ramo di azienda e/o *franchising*, allo stato cessati.

## II. LE SEGNALAZIONI

3. Nelle segnalazioni pervenute in data 12 marzo 2021, 31 marzo 2021 e 27 maggio 2021, integrate nelle date 9 e 12 luglio 2021<sup>2</sup>, gli imprenditori hanno lamentato un insieme di condotte asseritamente abusive di MCDI - adottate nei confronti dei propri affiliati nel corso di tutta la relazione commerciale e ancor prima della stipula dei contratti - consistenti nell'imposizione di un sistema complesso e integrato di canoni, *royalties*, oneri finanziari e di investimento, politiche di vendita e molteplici obblighi di comportamento, estremamente gravosi e non strettamente necessari e connessi alla concessione dell'affiliazione o dell'affitto del ramo d'azienda.

4. In particolare, i denunciati illustrano in dettaglio i rapporti di affiliazione intercorsi con MCDI, a partire dai primi contatti pre-negoziati e dalla stipula dei contratti di *franchising* e/o di affitto di ramo di azienda sino alla cessazione dei rapporti con il concedente. Sono stati inoltre allegati alle segnalazioni un contratto di *franchising* e sei contratti di affitto di ramo di azienda, di contenuto pressoché identico e con la medesima durata ventennale, tutti aventi ad oggetto le condizioni di adozione e di utilizzo del sistema McDonald's da parte dei segnalanti.

## III. LE CONDOTTE CONTESTATE NEL PROVVEDIMENTO DI AVVIO

5. Nel provvedimento di avvio, deliberato dall'Autorità in data 27 luglio 2021, sono state contestate, come possibile abuso di dipendenza economica ai sensi dell'art. 9 della Legge 198/1992, una serie di condotte poste in essere da MCDI nei confronti dei propri affiliati, consistenti nell'imposizione di un insieme di condizioni e di obblighi idonei a condizionarne indebitamente l'attività imprenditoriale e a comprimerne in modo ingiustificato i margini di redditività<sup>3</sup>.

6. Le condotte prese in considerazione ai fini della qualificazione e configurazione della fattispecie, comunque indicate in modo esemplificativo e non esaustivo, sono state raggruppate in 4

---

<sup>1</sup> Il Sistema McDonald's comprende i diritti su alcuni nomi, marchi, brevetti, opere dell'ingegno, segni distintivi forti, quali i marchi registrati "McDonald's" e "McDonald's Hamburgers", modelli e schemi di colori per le facciate e i locali dei ristoranti, le insegne, le disposizioni delle apparecchiature, le formule e specifiche per alcuni alimenti, i metodi per la gestione del magazzino, per il controllo della gestione, per la contabilità e la tenuta dei libri sociali, i manuali relativi alle pratiche, ai sistemi e alle tecniche aziendali. Il Gruppo McDonald's opera negli Stati Uniti d'America e in oltre 100 paesi.

<sup>2</sup> Cfr. docc. 1, 2, 3, 4, 5, 6 e 7 del fascicolo istruttorio

<sup>3</sup> Cfr. docc. 8 e 9 del fascicolo istruttorio.

grandi categorie: *i)* le condotte adottate prima della stipula del contratto; *ii)* le clausole inserite nei contratti di affitto di ramo di azienda e/o *franchising*; *iii)* le condotte adottate durante il rapporto negoziale e *iv)* le ulteriori condotte adottate al termine del rapporto negoziale.

***i) Le condotte adottate prima della stipula del contratto***

7. Tale categoria di condotte è stata presa in considerazione in quanto la gestione della fase pre-contrattuale da parte di MCDI è apparsa idonea a porre i futuri affiliati, già al momento della stipula del contratto, in una condizione di assenza di potere negoziale e di alternative di scelta. A tale riguardo, sono stati considerati, in particolare: l'obbligo imposto all'aspirante affiliato di effettuare, interamente a proprio carico, un periodo di formazione presso i ristoranti del Gruppo McDonald's; l'assenza di informazioni, durante tale periodo di *training*, sulla gestione economico-finanziaria dei ristoranti e sulla loro redditività media, oltre che sui termini dell'eventuale futura proposta negoziale e sull'ubicazione del ristorante eventualmente assegnato; l'impossibilità di prendere visione del contratto prima della data di stipula dello stesso.

***ii) Le clausole inserite nei contratti di affitto di ramo di azienda e/o franchising***

8. Nell'ambito dei contratti agli atti del fascicolo al momento dell'avvio, (tutti stipulati entro il 2000), numerose condizioni negoziali sono state ritenute, nel loro insieme, particolarmente gravose per gli affiliati, sia sotto il profilo dell'onerosità economica che sotto quello dell'idoneità a comprimerne i margini di autonomia imprenditoriale.

9. Sotto il primo profilo, in particolare, sono stati presi in considerazione: l'imposizione di un sistema di corrispettivi molto ampio e articolato, non sempre necessario a remunerare la possibilità di aderire al sistema McDonald's<sup>4</sup>; l'obbligo di farsi carico, nel corso del rapporto contrattuale, di tutte le spese per le dotazioni, i macchinari e gli arredi dei locali oltre che, in deroga alle disposizioni del codice civile, di ogni spesa di sostituzione e manutenzione, ordinaria e straordinaria, delle apparecchiature e dei locali commerciali; l'obbligo di farsi carico di ogni spesa per le attività di formazione del gestore di volta in volta indicate da MCDI; l'obbligo di investire una percentuale non inferiore all'1,5% del fatturato per la pubblicità a livello locale.

10. Sotto il profilo della limitazione dell'autonomia imprenditoriale dell'affiliato, sono state evidenziate, tra le altre, le seguenti clausole contrattuali: l'obbligo di rispetto di tutte le politiche, pratiche e tecniche aziendali imposte da MCDI; l'obbligo di rispetto della politica di prezzo di McDonald's, con variazioni in aumento dei prezzi consigliati da comunicare preventivamente; l'obbligo di rispetto dei termini e delle condizioni delle promozioni di volta in volta proposte.

11. Altresì penalizzanti per gli affittuari sono stati ritenuti, in sede di avvio, i seguenti ulteriori vincoli contrattuali: mantenere la propria residenza a non più di 50 km dal locale e devolvere tutta la propria attività lavorativa in esclusiva a favore della gestione dei locali; un obbligo di non concorrenza esteso a qualsiasi attività di somministrazione di alimenti, per tutta la durata dei contratti e per un anno dalla loro cessazione.

---

<sup>4</sup> Si tratta, in particolare, dei seguenti corrispettivi: *fee* d'ingresso in misura fissa e ulteriore c.d. *extra fee* in misura fissa; fideiussione bancaria; canone di locazione suddiviso in una base fissa annua - modificabile unilateralmente da MCDI - e in una percentuale variabile e crescente al crescere del fatturato; *royalty* per l'utilizzo del sistema McDonald's; contributo non inferiore al 4% del fatturato lordo mensile per la promozione nazionale, da versare al Consorzio McCoop Italia '96; acquisto degli allestimenti e delle attrezzature necessari a un prezzo indicato nel contratto.

12. Infine, con riferimento alle condizioni di uscita dal contratto, sono state evidenziate sia la mancata previsione, alla cessazione del rapporto contrattuale, di indennizzi o compensi all'affiliato per qualunque causa sia l'obbligo di rinuncia da parte dell'affiliato a qualsiasi diritto relativo a differenze positive tra le spese sostenute per le attrezzature e il valore di queste alla scadenza.

***iii) Le condotte adottate durante il rapporto negoziale***

13. Nell'ambito del provvedimento di avvio, si è altresì evidenziato come, sulla base di quanto dichiarato dai segnalanti, i dettami e le indicazioni agli affiliati fornite da MCDI nel corso del rapporto contrattuale - ai quali gli affiliati sarebbero obbligati a conformarsi - siano anche più numerosi e pervasivi rispetto a quanto previsto dal contratto di affiliazione. Essi riguarderebbero, infatti, tutti gli aspetti della gestione dei ristoranti in locazione, tanto da azzerare qualsiasi margine di autonomia decisionale degli affiliati nell'esercizio della propria attività di impresa.

14. A tale riguardo, sono stati ritenuti di particolare rilievo, ad esempio, sia l'obbligo dell'affiliato di conformarsi alle decisioni assunte in materia di prezzi di vendita dal Comitato esecutivo di McCoop sia l'obbligo di utilizzare esclusivamente i fornitori indicati da MCDI. E ciò non soltanto con riferimento alle attrezzature e alle materie prime, ma anche a tutti gli altri prodotti necessari all'esercizio dell'attività di ristorazione.

15. Il mancato allineamento ai prezzi e a tutte le indicazioni fornite da MCDI in termini di politiche di vendita, fornitori, organico, gestione operativa e parametri finanziari, secondo quanto dichiarato dai segnalanti ed evidenziato nel provvedimento di avvio, comporterebbe la "non espandibilità" dell'affiliato, cioè l'impossibilità di essere considerato idoneo ad acquisire in gestione altri ristoranti; tale condizione viene ritenuta dai segnalanti necessaria per raggiungere un'adeguata profittabilità nella gestione.

***iv) Le condotte adottate al termine del rapporto negoziale***

16. Tra le condotte potenzialmente abusive, nel provvedimento di avvio sono state prese in considerazione anche le condizioni economiche di uscita dal sistema McDonald's, che farebbero sì che gran parte degli investimenti degli affiliati si traducano in costi irrecuperabili per tali imprenditori, a tutto vantaggio del concedente. In particolare, con specifico riferimento alle spese sostenute per l'arredamento e le attrezzature dei ristoranti, strutturati esclusivamente secondo le esigenze e le scelte di MCDI, i segnalanti avevano evidenziato l'impossibilità di "riconvertire" tali beni a favore di altre affiliazioni commerciali, rendendone soltanto possibile il riacquisto da parte di MCDI a prezzi irrisori (il c.d. *Book Value*). Tali prezzi non terrebbero conto né dei costi sostenuti, anche in termini manutentivi, né del valore al quale MCDI potrebbe essere in grado di rivendere le attrezzature al nuovo affiliato che dovesse subentrare nella gestione del ristorante<sup>5</sup>.

#### **IV. IL PROCEDIMENTO ISTRUTTORIO**

17. Nel corso del procedimento istruttorio, nelle date 10 e 15 settembre 2021 e 12 e 20 ottobre 2021, sono pervenute ulteriori segnalazioni da parte 3 ex licenziatari di MCDI e delle associazioni

---

<sup>5</sup> A tale riguardo, i segnalanti avevano altresì sottolineato l'impossibilità di apprezzare pienamente, al momento della stipula del contratto, la portata e le implicazioni delle clausole che sanciscono la totale assenza di diritti a indennizzi o compensi per qualsiasi causa alla cessazione del contratto.



Codacons - Movimento Difesa Cittadino - Cittadinanzattiva, i quali hanno anche formulato istanza di partecipazione al procedimento. Tutte le istanze di partecipazione sono state accolte<sup>6</sup>.

**18.** In data 27 ottobre 2021, è pervenuto inoltre un contributo da parte di Assofranchising – Associazione italiana del Franchising<sup>7</sup>.

**19.** In data 6 dicembre 2021 è stata inviata un'articolata richiesta di informazioni a MCDI, che ha fornito riscontro l'11 gennaio 2022<sup>8</sup>. L'operatore è stato sentito in audizione il 14 gennaio 2022<sup>9</sup>.

**20.** A seguito di istanze presentate da MCDI, l'Autorità ha disposto, in ragione delle specifiche esigenze rappresentate dalla Parte, la proroga del termine per la presentazione degli impegni, ai sensi dell'art. 14-ter della legge 10 ottobre 1990, n 287, dapprima al 20 dicembre 2021 e poi al 15 febbraio 2022, ai sensi della “*Comunicazione sulle procedure di applicazione dell'articolo 14-ter della legge 10 ottobre 1990 n. 287*” del 6 settembre 2012<sup>10</sup>.

**21.** Le Parti e i terzi intervenienti hanno effettuato l'accesso al fascicolo in diverse occasioni<sup>11</sup>.

**22.** In data 20 dicembre 2021, MCDI ha presentato un *set* di impegni ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/1990, finalizzati a risolvere le criticità evidenziate dall'Autorità nel provvedimento di avvio del procedimento. Tali impegni sono stati quindi ripresentati, in una versione integrata e modificata, in data 14 febbraio 2022<sup>12</sup>.

## V. GLI IMPEGNI DI MCDI

### *i) Il sub-procedimento di valutazione degli impegni*

**23.** Con delibera del 15 marzo 2022, l'Autorità ha ritenuto non manifestamente infondati gli impegni presentati in data 14 febbraio 2022, disponendone la pubblicazione sul proprio sito *Internet* in data 17 marzo 2022, al fine di consentire ai terzi interessati di esprimere le proprie osservazioni.

**24.** Entro il termine fissato per la conclusione del *market test*, sono pervenute osservazioni da parte delle associazioni Codacons - Movimento Difesa Cittadino- Cittadinanzattiva e degli *ex franchisee* segnalanti<sup>13</sup>.

**25.** In risposta all'esito della consultazione pubblica, in data 18 maggio 2022, MCDI ha presentato la versione definitiva dei propri impegni, allegata al presente provvedimento e di cui costituiscono parte integrante; in tale versione gli impegni originari sono stati integrati con modifiche accessorie.

**26.** MCDI ha, altresì, depositato una memoria di accompagnamento delle modifiche accessorie, nella quale ha illustrato le misure ulteriori presentate a valle della consultazione pubblica, nonché

---

<sup>6</sup> Cfr. docc. 14, 17, 22, 23, 26, 28, 32, 41 e 44 del fascicolo istruttorio.

<sup>7</sup> Cfr. doc. 31 del fascicolo istruttorio.

<sup>8</sup> Cfr. docc. 45, 54 e 55 con all. del fascicolo istruttorio

<sup>9</sup> Cfr. doc. 56 con all del fascicolo istruttorio.

<sup>10</sup> Cfr. doc. 30, 36, 56 con all. e 58 del fascicolo istruttorio.

<sup>11</sup> Cfr. docc. 13, 40 e 62, del fascicolo istruttorio e doc 5 dell'indice del sub-procedimento per impegni per quanto riguarda gli accessi di MCD; docc. 42 e 67 del fascicolo istruttorio, per quanto riguarda gli accessi delle associazioni Codacons - Movimento Difesa Cittadino- Cittadinanzattiva; docc. 47, 48 e 49 del fascicolo istruttorio per quanto riguarda gli accessi dei segnalanti *ex franchisee*.

<sup>12</sup> Cfr. docc. 51 con all e 64 con all del fascicolo istruttorio.

<sup>13</sup> Cfr. docc. 2 e 3 dell'indice del sub-procedimento per impegni.

dato conto delle motivazioni per le quali ha ritenuto di non dare seguito ad alcune osservazioni formulate dai partecipanti al *market test*<sup>14</sup>.

**ii) Il contenuto degli impegni sottoposti a market test**

27. Gli impegni originariamente proposti da MCDI, e sottoposti a *market test*, consistevano, in sintesi, nelle misure descritte di seguito.

**Misura 1:** modifica del modello contrattuale di MCDI, al fine di prevedere che in capo al *franchisee* sussista, relativamente ai beni e ai locali rientranti nel ramo di azienda concesso in affitto, esclusivamente un onere di manutenzione ordinaria, a condizione che il *franchisee* abbia fatto correttamente e tempestivamente la manutenzione ordinaria degli stessi.

**Misura 2:** modifica del medesimo modello contrattuale, al fine di chiarire che l'articolo sui costi del *training* in corso di rapporto contrattuale si riferisce esclusivamente alla formazione dei dipendenti del *franchisee* e che i costi della formazione e delle relative strutture sono sostenuti da MCDI's, nel caso in cui i corsi si tengano presso le sedi della Società;

**Misura 3:** non reintroduzione del precedente obbligo di investire nella pubblicità locale l'1,5% del fatturato lordo mensile di ogni ristorante, mantenendo inalterato l'obbligo dell'attuale standard contrattuale, riferito ad una percentuale già ridotta all'1%.

**Misura 4:** conferma della rimozione dallo standard contrattuale, già operata nel 2018, dell'obbligo di residenza del *franchisee* entro il raggio di 50 km dal ristorante; ulteriore modifica del proprio modello contrattuale volta a prevedere che la gestione del ristorante a insegna McDonald's rappresenti per il Gestore un'attività soltanto prevalente, e non più necessariamente a tempo pieno.

**Misura 5:** riformulazione dell'obbligo di non concorrenza in modo da: *i)* rimuovere l'obbligo di non concorrenza per il periodo successivo alla conclusione del rapporto contrattuale; *ii)* circoscriverne l'ambito di applicazione alle sole attività di ristorazione di tipo informale.

**Misura 6:** introduzione di precisazioni, nello standard contrattuale utilizzato, relative all'assenza di ingerenza di MCDI nella determinazione delle politiche commerciali degli affiliati, esplicitando la facoltà dell'affiliato di non aderire alle raccomandazioni di prezzo e alle promozioni proposte da MCDI. Adozione, nel corso del rapporto contrattuale, di ulteriori iniziative volte a ribadire l'autonomia degli affiliati in materia, quali l'organizzazione di corsi di *compliance* per i dipendenti sulle norme a tutela della concorrenza e, con riferimento alla c.d. espandibilità (cioè l'idoneità a negoziare un nuovo contratto), invio di un'ulteriore comunicazione ai *franchisee* per chiarire che la possibilità di accedere all'espandibilità non è subordinata al rispetto di politiche commerciali o prezzi indicati da MCDI, stante l'autonomia degli affiliati in merito.

**Misura 7:** ampliamento delle possibilità, per i *franchisee*, di utilizzare fornitori di propria scelta per l'acquisto di servizi, prodotti, attrezzature e materiali. Ciò soprattutto con riferimento ai beni e servizi considerati "non core" e non identificativi del sistema, oppure "ancillari" alla gestione del Ristorante.

**Misura 8:** modifica delle previsioni contrattuali in materia di adeguamento del canone di locazione, in modo da: *i)* rimuovere la rinuncia preventiva da parte del *franchisee* circa la possibilità di sollevare eccezioni in merito a suddetti costi e *ii)* circoscrivere i casi in cui può essere aumentato il

---

<sup>14</sup> Cfr. doc. 6 con all. dell'indice del sub-procedimento per impegni.

canone di detenzione dei locali in corso di contratto al solo caso in cui tale modifica derivi dal Titolo, da disposizioni normative o dal rispetto delle disposizioni contrattuali.

**Misura 9:** introduzione di un obbligo per MCDI, su richiesta del *franchisee*, di riacquisto delle attrezzature e degli arredi acquistati nei tre anni precedenti alla scadenza del contratto al prezzo di costo originario, al netto del deprezzamento dovuto alla normale usura quantificato nel 5% per anno.

**Misura 10:** modifica dello standard della “Proposta Irrevocabile” con la quale MCDI, nella fase dei contatti preliminari, invia all’aspirante licenziatario una proposta per l’affidamento della gestione di uno specifico ristorante, con allegata analisi economico-finanziaria sul ristorante stesso. A tale riguardo, l’impegno di MCDI consiste nell’estensione da 3 a 15 giorni del termine per l'accettazione e l’analisi di tale proposta da parte del candidato.

### ***iii) Tempi e modalità di implementazione degli impegni proposti***

**28.** Gli impegni presentati con riferimento alle modifiche contrattuali, di cui alle Misure da 1 a 9, saranno implementati dalla Società sia nei contratti standard di futura sottoscrizione sia nei contratti in essere.

**29.** In particolare, con riferimento alle tempistiche di attuazione, MCDI si è impegnata a:

*i)* implementare le modifiche contrattuali necessarie per predisporre un nuovo contratto standard da utilizzare nell’ambito dei futuri rapporti con i licenziatari entro 60 giorni dalla data di notifica da parte dell’Autorità dell’eventuale provvedimento di accettazione degli impegni e di chiusura del procedimento;

*ii)* estendere le modifiche contrattuali di cui alle Misure da 1 a 9 anche ai contratti in essere, per la loro durata residua, entro 9 mesi dalla data di notifica da parte dell’Autorità dell’eventuale provvedimento di accettazione degli impegni e di chiusura del procedimento;

*iii)* effettuare le comunicazioni di cui alla Misura 6 entro 60 giorni dalla data di notifica da parte dell’Autorità dell’eventuale provvedimento di accettazione degli impegni e di chiusura del procedimento;

*iv)* implementare la modifica di cui alla Misura 10 entro 10 giorni dalla data di notifica da parte dell’Autorità dell’eventuale provvedimento di accettazione degli impegni e di chiusura del procedimento.

### ***iv) Le principali osservazioni dei terzi interessati***

**30.** Sia le associazioni di consumatori intervenienti (Codacons - Movimento Difesa Cittadino-Cittadinanzattiva) che gli *ex franchisee* segnalanti hanno formulato numerose osservazioni sugli impegni presentati da MCDI, tanto di carattere generale quanto riferite alle singole misure proposte.

**31.** Sotto il profilo generale, gli interessati hanno sottolineato l’inadeguatezza degli impegni proposti, consistenti in prevalenza in una serie di modifiche delle clausole contrattuali, a sanare le gravi distorsioni del gioco della libera concorrenza causate dalle pratiche e dalle *policy* adottate dal *franchisor* nel corso del rapporto negoziale con i propri affiliati. In ogni caso, gli interessati ritengono gli impegni insufficienti sia a ristabilire una condizione di sostanziale equilibrio tra le parti contrattuali sia a ristorare adeguatamente i *franchisee* (attuali o già usciti dal sistema) per gli abusi subiti da parte di MCDI nel periodo di vigenza della relazione di affiliazione.

**32.** Inoltre, gli interessati hanno contestato come, tra le misure proposte da MCDI, non vi sia l’inserimento di alcuna previsione contrattuale che disponga, a favore dei *franchisee*, una qualche forma di protezione territoriale. A tale riguardo, in particolare, essi hanno fatto presente come, tra le

pratiche concretamente poste in essere da MCDI nel corso del rapporto contrattuale, vi sarebbe quella di aprire nuovi ristoranti nella stessa *trading area* del *franchisee*, affidati in gestione ad altri imprenditori, con conseguente distrazione di una parte significativa della clientela del ristorante già presente e una corrispondente diminuzione del fatturato dello stesso.

**33.** Con riferimento a ciascuna delle singole misure sotto indicate, i segnalanti hanno formulato le osservazioni riportate di seguito.

**Misura 1.** Il fatto che MCDI intenda assumersi gli oneri di manutenzione straordinaria di Locali e Impianti soltanto laddove il *franchisee* abbia eseguito correttamente e tempestivamente la manutenzione ordinaria degli stessi renderebbe la misura inefficace e insufficiente. Infatti, da un lato, si tratterebbe di una previsione incongruente con la normativa sulle locazioni e con la prassi prevalente, dall'altro, la sua applicazione presupporrebbe un giudizio di merito e discrezionale, che, in casi di urgenza – quali sono tipicamente quelli di manutenzione straordinaria – potrebbe comportare il rischio di un esborso immediato da parte dei *franchisee* (fatto salvo l'eventuale rimborso all'esito della verifica); infine, la previsione relativa alla manutenzione straordinaria andrebbe resa coerente con altre clausole contrattuali.

**Misura 2.** Non vi sarebbe alcuna ragione razionale per limitare l'onere di MCDI alle sole spese di *training* sostenute “presso le sedi della Società”. Sarebbe infatti corretto che il rimborso di tutte le spese di formazione fosse sostenuto da MCDI sia durante il rapporto contrattuale che durante la fase di formazione precontrattuale.

**Misura 3.** La riduzione delle spese pubblicitarie locali proposta da MCDI – dall'1,5% all'1% del fatturato - non mitigherebbe il carattere abusivo della previsione, imposta unilateralmente e senza tenere conto delle specifiche esigenze e peculiarità (ad esempio geografiche e di bacino di utenza) dei diversi *franchisee*. Le decisioni in merito a quali e quanti investimenti pubblicitari effettuare dovrebbero essere tipicamente scelte discrezionali rimesse alla libera autonomia imprenditoriale. Tale previsione, pertanto, dovrebbe essere eliminata *tout court* dai contratti standard.

**Misura 4.** L'allentamento degli obblighi del *franchisee*, relativamente al luogo di residenza e al tempo dedicato all'attività di gestione dei ristoranti, andrebbe portata a coerenza con altre previsioni del contratto standard del 2021, non modificate da MCDI.

**Misura 5.** Il novero delle Attività (ritenute da MCDI) in Concorrenza sarebbe ingiustificatamente ampio, includendo tipi di esercizi (e.g., pizzerie, chioschi di *street food*, *kebab*, *poke*) non assimilabili - né per tipologia di offerta né per tipologia di consumatori né per fascia di prezzo - alle attività di ristorazione del *fast food* americano, alle quali dovrebbe invece essere limitato l'obbligo di non concorrenza; inoltre, la formulazione proposta da MCDI estenderebbe, in modo ingiustificato, il divieto di concorrenza anche alle attività condotte in forma diversa dall'affiliazione commerciale e non prevedrebbe alcuna limitazione territoriale.

**Misura 6.** L'impegno relativo all'assenza di ingerenza di MCDI nella determinazione delle politiche commerciali degli affiliati sarebbe inadeguato a rimuovere gli abusi segnalati nei confronti dei *franchisee*, secondo i quali MCDI avrebbe attuato e continuerebbe ad attuare, costantemente e indipendentemente dalle previsioni contrattuali, svariate pratiche volte all'imposizione dei prezzi e delle politiche commerciali (attraverso le deliberazioni in seno al Consorzio McCoop, l'applicazione del criterio della espandibilità, il lancio di campagne promozionali nazionali a prezzi predeterminati, le agevolazioni sui corrispettivi dovuti dagli affiliati collegate ai prezzi applicati, il caricamento dei prezzi sui *software* di gestione delle casse dei ristoranti).

**Misura 7.** Nella misura relativa alla scelta dei fornitori non vi sarebbe alcuna definizione univoca dei prodotti e servizi inclusi nelle categorie “core” e “non core”. Inoltre, la formulazione dell’impegno postulerebbe comunque la necessità di una approvazione preventiva da parte di MCDI sui fornitori cd. alternativi (che il *franchisor* avrebbe la facoltà, ma non l’obbligo, di concedere).

**Misura 9.** L’obbligo di riacquisto di arredi e attrezzature da parte di MCDI sarebbe limitato (i) solo ai casi di scadenza naturale del contratto di affiliazione, escludendo quindi tutti i casi di scioglimento anticipato del medesimo, anche per mutuo consenso o per inadempimento di MCDI; (ii) ai beni acquistati nei 3 anni precedenti. Al contrario, tale obbligo dovrebbe operare automaticamente per tutti i beni del ristorante (impianti, dotazioni, attrezzature, inclusi gli arredi), indipendentemente dal momento del loro acquisto da parte del *franchisee* e/o del loro periodo di ammortamento. Né sarebbe equo che tale obbligo venga subordinato alla “corretta manutenzione” dei beni. Inoltre, le modifiche proposte da MCDI andrebbero portate a coerenza con altre previsioni del contratto standard.

**Misura 10.** La misura di ampliamento (da 3 a 15 giorni) del termine per l’accettazione della Proposta Irrevocabile di MCDI da parte degli aspiranti *franchisee* sarebbe insufficiente a sanare il problema delle carenze informative precontrattuali.

**v) Le modifiche accessorie apportate da MCDI ad esito del market test**

**34.** MCDI - a seguito delle osservazioni delle associazioni Codacons - Movimento Difesa Cittadino-Cittadinanzattiva e degli ex *franchisee* segnalanti - in sede di modifiche accessorie, ha arricchito le misure già presentate e aggiunto ulteriori misure. In particolare, alle misure già proposte, sono state apportate le integrazioni e/o modifiche sinteticamente descritte di seguito.

**Misura 1:** i costi di manutenzione straordinaria dei Locali e degli Impianti saranno a carico di MCDI e potranno essere addebitati al *franchisee* solo in presenza di una valutazione tecnica oggettiva da parte dei professionisti incaricati dell’intervento, che accerti l’esistenza di un preciso nesso di causalità tra la mancata (o inadeguata) manutenzione ordinaria del *franchisee* e la necessità dell’intervento di manutenzione straordinaria. Le disposizioni contrattuali relative a Locali e Impianti vengono conseguentemente riformulate per superare ogni incertezza sul corretto riparto degli oneri di manutenzione.

**Misura 3:** la percentuale minima di investimento del *franchisee* in pubblicità e promozione del Ristorante a livello locale viene ulteriormente ridotta dall’1% allo 0,5% del Fatturato Lordo Mensile.

**Misura 4:** vengono portate a coerenza tutte le disposizioni contrattuali in modo da chiarire che la gestione del Ristorante McD deve rappresentare per il Gestore *franchisee* un’attività prevalente (e non più a tempo pieno) e che la residenza deve essere fissata in modo conseguente, per assicurare una presenza adeguata a garantire il rispetto del sistema.

**Misura 6:** nel ribadire la facoltà dell’affiliato di non aderire alle raccomandazioni di prezzo e alle promozioni proposte, MCDI si impegna esplicitamente a:

- i) (continuare a) prevedere prezzi massimi solo in relazione a un numero limitato di prodotti o servizi offerti ai consumatori, con la precisazione che, in ogni caso, l’indicazione di prezzi massimi non dovrà diventare un principale e prevalente strumento della propria politica commerciale;
- ii) (continuare a) non prevedere e applicare incentivi (come ad esempio le de-rentizzazioni) condizionati al rispetto dei prezzi, con la sola eccezione di quelli collegati al rispetto dei prezzi massimi, nei limiti di quanto indicato al punto che precede.

**Misura 7:** lo standard contrattuale relativo alla scelta dei fornitori viene ulteriormente modificato per delineare con chiarezza il regime diversificato applicabile ai prodotti e servizi identificativi del sistema rispetto a quello applicabile agli altri prodotti e servizi, specificando i servizi ancillari per i quali i *franchisee* possono liberamente individuare i fornitori.

**Misura 9:** l'obbligo di riacquisto di arredi e attrezzature da parte di MCDI per i casi in cui il contratto giunga a scadenza naturale viene esteso a tutti gli acquisti effettuati nel corso del rapporto contrattuale, prevedendo una valorizzazione che, per le Attrezzature e gli arredi acquistati precedentemente ai tre anni dalla scadenza naturale del Contratto, è pari al valore di tali beni risultante dai libri contabili maggiorato del 20%.

35. MCDI, infine, ha aggiunto alle misure già proposte le seguenti due ulteriori misure:

**Misura 11:** con riferimento alla fase precontrattuale, MCDI si impegna a continuare a garantire, anche in futuro, ai candidati *franchisee*: *i*) remunerazioni e rimborsi in linea con quelli attualmente messi a disposizione; *ii*) un' informativa adeguata in materia di *policy*, procedure e altri elementi del sistema McD necessari per una corretta comprensione dello stesso; *iii*) un' adeguata informativa sugli standard che gli aspiranti affiliati saranno tenuti ad osservare nella gestione del Ristorante e sul fatto che l'osservanza degli stessi sarà oggetto di valutazione nel corso del rapporto contrattuale.

**Misura 12:** ferma restando l'assenza di diritti, interessi o prelazioni per il *franchisee* in relazione all'apertura di nuovi ristoranti McDonald's, qualora il fatturato di un ristorante gestito da un affiliato subisca un grave pregiudizio a seguito dell'apertura di un nuovo ristorante da parte di MCDI nelle immediate vicinanze (sempre che il *franchisee* provi il nesso causale tra il calo del fatturato e la nuova apertura), le Parti si incontreranno per negoziare in buona fede possibili misure per mitigare l'effetto della nuova apertura sui risultati economici del ristorante del *franchisee*.

## VI. LA VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

### *i) Le misure relative alla gestione della fase pre-contrattuale (10 e 11)*

36. Preliminarmente si osserva come, sulla base delle informazioni e della documentazione fornita da MCDI, risulta che, già attualmente, ad esito delle numerose modifiche apportate alla prassi utilizzata per il reclutamento e la formazione dei gestori, gli aspiranti affiliati giungano alla sottoscrizione del contratto in una situazione di sostanziale consapevolezza dei contenuti dell'accordo che andranno a firmare, senza peraltro avere effettuato investimenti onerosi e non recuperabili nell'attività di formazione.

37. In particolare, sulla base di quanto dichiarato da MCDI, la fase pre-contrattuale degli aspiranti affiliati, ad oggi, si articola come di seguito descritto:

*i*) un *iter* preliminare di candidatura della durata di 4 mesi, che comporta numerosi incontri ed esperienze operative e nel quale il candidato già riceve informazioni di carattere economico e finanziario relative alla gestione di un ristorante McD. In questa fase, tra l'altro, il candidato indica/conferma le proprie preferenze in termini di *location* del ristorante;

*ii*) un periodo di *training* svolto a Roma o Milano - che gli aspiranti *franchisee* decidono liberamente se intraprendere o meno una volta terminato positivamente l'*iter* preliminare - che dura da 6 a 12 mesi e durante il quale, dal 2019, i candidati vengono regolarmente assunti con contratto di lavoro subordinato, senza versare alcun contributo di partecipazione. Durante tale percorso formativo, sono

previsti diversi momenti e moduli formativi dedicati alla spiegazione e comprensione degli aspetti finanziari e delle regole di gestione, anche operativa, che sottendono l'adesione al sistema;

iii) formalizzazione ed invio all'aspirante affiliato - una volta terminato positivamente il periodo di formazione e comunque circa 3 mesi prima della sottoscrizione del contratto – di una “Proposta Irrevocabile” (per MCDI) per la gestione di un ristorante, che contiene sia i termini essenziali del futuro rapporto contrattuale sia un'analisi economico-finanziaria "*tailor-made*" del ristorante, sulla base della quale valutare la redditività della gestione e richiedere gli eventuali finanziamenti necessari agli istituti di credito.

38. MCDI ha altresì precisato come, anche in attuazione della legge n. 129 del 2004 ("Legge *Franchising*"), il *franchisor* invia all'aspirante *franchisee*, almeno 30 giorni prima della prevista stipula notarile, il contratto e i rispettivi allegati, comprensivi di una tabella riepilogativa dei costi e delle condizioni economiche applicate, con una formulazione descrittiva delle singole voci.

39. Come si è visto, con la Misura n. 11, MCDI si impegna a mantenere sostanzialmente in vigore l'attuale prassi di gestione della fase pre-contrattuale, con particolare riferimento al livello di remunerazione e di rimborsi attualmente previsti e all'informativa fornita in materia di *policy* e procedure. A ciò si aggiunge l'impegno a garantire un'informativa sugli standard di condotte che gli aspiranti affiliati saranno tenuti ad osservare nella gestione del ristorante e sul fatto che il rispetto di tali obblighi formerà oggetto di valutazione.

40. Inoltre, la Misura n. 10 degli impegni presentati da MCDI prevede di modificare lo standard della “Proposta Irrevocabile” per estenderne il termine di accettazione da 3 a 15 giorni.

41. Le Misure 10 e 11 degli impegni assunti da MCDI, pertanto, vanno entrambe nella direzione di mantenere una consistente limitazione degli oneri sostenuti per la formazione pre-contrattuale e di garantire la consapevolezza dell'aspirante affiliato sia in relazione ai contenuti del contratto e degli accordi che regoleranno l'eventuale futuro rapporto di affiliazione, anche con riferimento alla redditività attesa della gestione.

42. L'adozione di tali misure appare quindi far venir meno i profili di preoccupazione espressi in sede di avvio in base ai quali, al momento della sottoscrizione del contratto, l'aspirante *franchisee* si troverebbe già in una condizione di dipendenza economica da MCDI che, pur rafforzandosi progressivamente nel periodo di vigenza del rapporto contrattuale, sarebbe già sufficiente a ridurne le possibilità di reperire sul mercato alternative soddisfacenti, condizionandone sostanzialmente la scelta di firmare il contratto.

43. Pertanto, le Misure 10 e 11 in esame sembrano porre gli imprenditori aspiranti *franchisee* che si accingono a firmare il contratto di affiliazione nella condizione di ponderarne con maggiore consapevolezza le conseguenze e la portata, valutando anche eventuali alternative alla sottoscrizione del contratto stesso.

#### **ii) Le modifiche allo standard contrattuale in uso (Misure da 1 a 9 e 12)**

44. Gli impegni proposti dalla Parte con riferimento alle numerose modifiche da apportare o da mantenere allo standard contrattuale in uso appaiono intervenire su tutti i principali punti critici sollevati nel provvedimento di avvio, tanto per attenuare e circoscrivere la portata degli obblighi imposti ai licenziatari quanto per chiarirne l'ambito applicativo e le implicazioni.

45. In particolare, con riferimento alle singole misure proposte, può osservarsi quanto segue:

1. la previsione che in capo al *franchisee* sussista, relativamente ai beni e ai locali rientranti nel ramo di azienda concesso in affitto, solo l'onere di manutenzione ordinaria, facendo ora ricadere su MCDI l'onere della manutenzione straordinaria, introduce una maggiore tutela dell'affiliato e assimila le obbligazioni contrattuali alle previsioni del Codice Civile in materia di locazione, senza far venir meno, allo stesso tempo, l'esigenza del concedente di garantire che gli affiliati operino nel rispetto degli standard e dei livelli qualitativi del sistema;
2. la semplificazione della logistica dei corsi di formazione obbligatori in costanza di rapporto contrattuale e il chiarimento che essi si riferiscono esclusivamente ai dipendenti del *franchisee*, da un lato, riduce significativamente i costi dell'attività di formazione, dall'altro, giustifica il fatto che essi siano sostenuti in larga parte dagli affiliati, in quanto datori di lavoro dei propri dipendenti;
3. anche l'impegno di MCDI di ridurre la percentuale da investire per la pubblicità a livello locale allo 0,5% del fatturato lordo mensile di ogni ristorante agisce nel senso di un incremento dell'autonomia imprenditoriale del *franchisee*;
4. analogamente, l'eliminazione dell'obbligo per l'affiliato di risiedere entro 50 km dal ristorante e la precisazione che la gestione del ristorante McD debba rappresentare per il gestore un'attività soltanto "prevalente" (e non più a tempo pieno) rimuovono importanti vincoli all'autonomia imprenditoriale e personale del *franchisee*;
5. così pure la riformulazione dell'obbligo di non concorrenza, comunque funzionale alla tutela del *know-how* del concedente, determina un allargamento dell'autonomia imprenditoriale del *franchisee*, nella misura in cui tale obbligo viene rimosso per tutto il periodo successivo alla cessazione del rapporto contrattuale e viene circoscritto, in costanza del rapporto di affiliazione, al solo settore della ristorazione informale, nel quale opera la rete di ristoranti di MCDI;
6. ai fini dell'allentamento degli obblighi dei *franchisee* di rispetto delle politiche commerciali di MCDI, appaiono inoltre particolarmente efficaci tutte le precisazioni contrattuali e le specifiche comunicazioni che verranno inoltrate ai licenziatari, aventi ad oggetto il riconoscimento dell'autonomia del *franchisee* di aderire o meno alle campagne promozionali proposte e ai prezzi di vendita raccomandati da MCDI, senza che tali decisioni imprenditoriali possano essere incluse tra i criteri di valutazione della c.d. espandibilità. Né appare idonea a limitare in modo ingiustificato l'autonomia dei *franchisee* la circostanza che MCDI possa continuare a prevedere incentivi al rispetto di alcuni prezzi massimi - comunque fissati per un numero limitato di prodotti - posto che l'indicazione, peraltro non imperativa, di limiti superiori dei prezzi di vendita di alcuni prodotti o servizi qualificanti o "iconici" dell'offerta di MCDI può essere ritenuta funzionale al mantenimento di un'immagine unitaria del sistema McD;
7. con riferimento ai criteri di scelta dei fornitori - che sicuramente, con riferimento ai prodotti "core" dell'attività commerciale, costituiscono anch'essi elementi identificativi e qualificanti dell'immagine del sistema McD - appare di grande rilievo la possibilità per il licenziatario, di utilizzare anche fornitori che non siano stati preventivamente approvati da McD. E ciò con specifico riferimento a tutti i prodotti "non core" e ai servizi ancillari, a condizione che i prodotti e i servizi offerti rispettino gli standard qualitativi richiesti dal licenziatario;
8. appare altresì idoneo a rimuovere un possibile profilo abusivo l'impegno di MCDI a circoscrivere i casi in cui può essere aumentato unilateralmente il canone di affitto in corso di contratto alla sola ipotesi in cui la modifica derivi dal Titolo, da disposizioni normative o dal rispetto



delle disposizioni contrattuali, lasciando comunque al *franchisee* la possibilità di sollevare eccezioni in merito a suddetti costi;

9. quanto alla previsione di un obbligo di riacquisto, da parte di MCDI, delle attrezzature e degli arredi acquistati dal licenziatario - al prezzo effettivamente pagato dal *franchisee*, per gli acquisti effettuati nei tre anni precedenti alla scadenza del contratto (al netto di un deprezzamento del 5% annuo), o, comunque, ad un valore proporzionale all'effettivo ammortamento dei beni, per gli acquisti effettuati a distanza di oltre 3 anni dalla scadenza - esso rappresenta un'importante forma di protezione degli investimenti effettuati dai licenziatari nel corso del proprio rapporto contrattuale con MCDI. D'altro canto, il fatto che il medesimo obbligo non sia previsto in caso di risoluzione anticipata del contratto appare coerente con la necessità, in tali circostanze, di concordare comunque le condizioni di interruzione del rapporto contrattuale nell'ambito di una specifica trattativa privata tra il licenziante e il licenziatario;

10. infine, la disposizione, del tutto nuova, che prevede l'impegno di MCDI a negoziare, in buona fede, possibili misure volte a mitigare gli eventuali effetti negativi derivanti al *franchisee* dall'ipotetica apertura di un nuovo ristorante nelle immediate vicinanze appare introdurre un'ulteriore, significativa forma di tutela per l'affiliato già presente e attivo su una determinata *trading area*. In proposito, vale osservare che l'assenza di una vera e propria clausola di esclusiva territoriale<sup>15</sup>, da un lato, può rappresentare un importante strumento di gestione della propria rete di vendita per il *franchisor*, anche in un'ottica di incremento della concorrenza *intra-brand* e di miglioramento dei benefici al consumatore, dall'altro, non appare comunque idonea a limitare l'autonomia imprenditoriale e commerciale del *franchisee*.

## VII. CONCLUSIONI

46. Sulla base di quanto esposto, si ritiene che gli impegni proposti da MCDI siano complessivamente idonei a rimuovere le preoccupazioni concorrenziali connesse ai profili di abuso di dipendenza economica ipotizzati nel procedimento di avvio, ai sensi dell'art. 9 della Legge 198/1992. Si consideri, inoltre, che nel corso del procedimento è stato possibile verificare che alcune delle problematiche segnalate dagli imprenditori erano state affrontate da MCDI anche già prima dell'avvio dell'istruttoria.

47. In particolare, le misure assunte con riferimento alla gestione della fase pre-contrattuale appaiono idonee a garantire la piena consapevolezza da parte degli aspiranti affiliati in merito ai contenuti dell'accordo che andranno a firmare, nonché degli obblighi e degli impegni, oltre che della profittabilità, connessi all'attività di gestione di un ristorante Mc Donald's, riducendo altresì i costi sostenuti per l'attività di formazione.

48. Inoltre, il nuovo standard contrattuale proposto da MCDI, che verrebbe gradualmente esteso anche a tutti i contratti precedentemente stipulati e tuttora in essere, appare limitare in modo significativo il divario di diritti e obblighi che si viene a creare tra il licenziatario e la sua rete di *franchisee* contestualmente all'instaurazione del rapporto di affiliazione, rafforzando anche la capacità degli affiliati di negoziare, nel corso della relazione, sia la propria adesione a specifiche

---

<sup>15</sup> Clausola il cui inserimento a contratto viene indicato soltanto come "eventuale" dalla Legge sul *Franchising*.

iniziative suggerite e/o alle indicazioni ricevute da MCDI che le eventuali condizioni di uscita dal contratto.

**49.** Inoltre, con riferimento alle condotte adottate da MCDI nel corso del rapporto contrattuale - sostanzialmente rappresentate dalle indicazioni fornite al licenziatario in relazione ai diversi aspetti della gestione imprenditoriale - si ritiene che le precisazioni inserite nei contratti in applicazione delle misure proposte, soprattutto con riferimento al riconoscimento dell'autonomia dei licenziatari in tema di politiche commerciali, siano idonee a garantire un margine di autonomia nelle scelte imprenditoriali dei *franchisee*, compatibilmente con la necessità di mantenere standard qualitativi e uniformità di immagine adeguati al corretto funzionamento del sistema McD.

**50.** Infine, con riferimento ad alcune specifiche condotte evidenziate da singoli segnalanti, ma che non risultino adottate da MCDI nell'ambito della generalità delle relazioni contrattuali (ad esempio, l'imposizione della chiusura di uno specifico ristorante, la richiesta di gestire un ristorante diverso in sostituzione di quello già avviato, la richiesta di effettuare investimenti di ristrutturazione o di sostituzione di arredi e macchinari imprevisi e/o ritenuti non necessari, ecc.), vale sottolineare come il presente provvedimento abbia ad oggetto esclusivamente le condotte standard adottate da MCDI nei confronti della generalità dei propri licenziatari, essendo la valutazione della rilevanza concorrenziale delle stesse, contenuta nel provvedimento di avvio, basata proprio su una loro applicazione generalizzata alla rete degli affiliati.

RITENUTO, quindi, che gli impegni presentati da MCDI risultano idonei a far venire meno i profili di criticità oggetto dell'istruttoria;

RITENUTO di disporre l'obbligatorietà degli impegni presentati da MCDI ai sensi dell'articolo 14-*ter*, comma 1, della Legge n. 287/90;

tutto ciò premesso e considerato:

#### DELIBERA

a) di rendere obbligatori per la società McDonald's Development Italy LLC gli impegni presentati, ai sensi dell'articolo 14-*ter*, comma 1, della Legge n. 287/90, nei termini sopra descritti e nella versione allegata al presente provvedimento di cui fanno parte integrante;

b) di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione dell'art. 9 della Legge 198/1992, ai sensi dell'articolo 14-*ter*, comma 1, della Legge n. 287/90;

c) che la società McDonald's Development Italy LLC presenti all'Autorità, entro sessanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, una relazione sullo stato di attuazione degli impegni assunti.

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

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, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

*Guido Stazi*

IL PRESIDENTE

*Roberto Rustichelli*

---

## OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

### **C12457 - DEA CAPITAL ALTERNATIVE FUNDS SGR-PONTE TER/COSTA EDUTAINMENT**

*Provvedimento n. 30200*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 14 giugno 2022;

SENTITA la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione della società DeA Capital Alternative Funds SGR S.p.A., pervenuta in data 24 maggio 2022;

VISTA la successiva comunicazione della predetta società DeA Capital Alternative Funds SGR S.p.A., pervenuta in data 27 maggio 2022 e contenente anche i dati di fatturato necessari alla verifica dell'obbligo di notifica preventiva;

CONSIDERATO quanto segue:

#### **I. LE PARTI**

**1.** DeA Capital Alternative Funds SGR S.p.A. (di seguito DEA) è una società del gruppo De Agostini (gruppo con a capo la società De Agostini S.p.A.) attiva in particolare nella gestione collettiva del risparmio e nell'esercizio di attività ad essa connesse o strumentali.

Per quanto di interesse ai fini della presente operazione, DEA gestisce il fondo chiuso riservato a investitori qualificati denominato IDeA CCR II (di seguito Fondo) con l'obiettivo di fornire sostegno finanziario nell'ambito di operazioni di ristrutturazione d'impresa.

Il gruppo De Agostini risulta soggetto al controllo della società B&D Holding S.p.A., che detiene il 61% circa del capitale della capogruppo.

Nel corso del 2020, il gruppo De Agostini ha conseguito un fatturato complessivo pari a [3-4]\* miliardi di euro, di cui [1-2] miliardi e [700-1.000] milioni per vendite realizzate rispettivamente nell'Unione Europea e in Italia.

**2.** Costa Edutainment S.p.A. (di seguito Costa) è una società italiana a capo dell'omonimo gruppo formato con le controllate Idrorama S.r.l., C-Way S.r.l., Zifio Ltd nonché, di recente acquisizione, Oltremare S.r.l. e Marina S.r.l.

---

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

Il gruppo Costa è attivo nella gestione di parchi di divertimento, intrattenimento ed educazione scientifica (quali ad esempio l'Acquario di Genova, le attrazioni del polo di Porto Antico, l'Acquario di Livorno, i parchi denominati Aquafan e Italia in Miniatura, ecc.)<sup>1</sup>.

Il controllo (esclusivo) di Costa risulta allo stato detenuto dalla *holding* di partecipazioni Ponte Ter, a sua volta riconducibile a membri della famiglia Costa.

Il gruppo Costa ha conseguito, nel corso del 2021, un fatturato totale pari a [31-100] milioni di euro, di cui [31-100] milioni per vendite realizzate in Italia.

## II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. La comunicazione in esame ha per oggetto l'acquisizione, da parte di DEA e quindi del gruppo De Agostini, del controllo congiunto - insieme agli attuali proprietari, che allo stato ne esercitano il controllo esclusivo - di Costa, in particolare mediante l'acquisto, tramite il citato Fondo, di una quota pari al 10%<sup>2</sup> del capitale sociale di una *newco* che acquisterà l'intero capitale di Costa, nonché mediante le previsioni del patto parasociale sottoscritto (in relazione alla *governance* di *newco*) che attribuiscono a DEA un'influenza determinante sulle decisioni strategiche della stessa *newco* e quindi dell'acquisita.

4. In particolare, in sede assembleare, è prevista la necessità del voto favorevole di DEA su diverse materie tra cui modifiche allo Statuto; operazioni societarie (fusioni, scissioni, quotazioni, ecc.); operazioni aventi a oggetto il capitale sociale; emissioni di strumenti finanziari; scioglimento e liquidazione; revoca dei Consiglieri di amministrazione; ecc.

Da parte sua, in sede di organo amministrativo, è previsto un diritto di veto in capo ai Consiglieri di amministrazione di DEA su materie strategiche quali la nomina dell'Amministratore delegato; il conferimento e la revoca delle deleghe agli altri Consiglieri; il licenziamento e la nomina delle figure manageriali apicali; l'acquisto e/o la disposizione di partecipazioni societarie, di aziende o di rami d'azienda; nonché l'approvazione del *budget* e del *business plan* e le modifiche non marginali agli stessi.

5. L'operazione prevede, inoltre, alcune clausole di non concorrenza. In particolare, i venditori si impegnano, per un periodo di tempo non predefinito e relativamente al territorio italiano (e della Repubblica di San Marino), a non svolgere attività in concorrenza con le controllate di *newco* (e quindi con Costa).

## III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

6. 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 congiunto di un'impresa. 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

---

<sup>1</sup> Nonché, in via residuale, nell'attività di tour operator in relazione però al solo Acquario di Genova e alle strutture del polo genovese di Porto Antico.

<sup>2</sup> Inoltre, alla data del closing DEA sottoscriverà un prestito obbligazionario convertibile che, alla data della relativa conversione, rappresenti una percentuale pari al 40% del capitale di *newco* (comprensiva del 10% di cui sopra).

517 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.

7. I patti di non concorrenza descritti in precedenza possono essere qualificati come accessori alla concentrazione comunicata nella misura in cui contengono restrizioni direttamente connesse alla realizzazione dell'operazione e ad essa necessarie<sup>3</sup>. In particolare, nel caso di specie gli impegni assunti dai venditori vanno a beneficio dell'acquirente e rispondono all'esigenza di garantire a quest'ultimo il trasferimento dell'effettivo valore dell'acquisizione. Tuttavia, per non travalicare i limiti di quanto ragionevolmente richiesto allo scopo, è necessario che la durata sia limitata a un massimo di tre anni dalla data del *closing*.

#### IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

##### *Il mercato del prodotto e geografico*

8. Come già rilevato dall'Autorità in relazione a una precedente acquisizione di controllo su Costa<sup>4</sup>, da un punto vista merceologico i settori interessati dall'operazione in esame sono quelli in cui operano le società Costa oggetto di acquisizione, ossia la gestione dei parchi di divertimento e, in misura residuale, la fornitura di servizi di *tour operator*.

I parchi tematici, di divertimento, intrattenimento ed educazione scientifica possono differenziarsi, anche ai fini della delimitazione della loro rilevanza geografica, per il livello di capacità attrattiva di massa. Ad esempio, parchi regionali possono definirsi quelli gestiti da Costa (caratterizzati da dimensioni più contenute, visitatori provenienti principalmente da aree limitrofe, tempi di visita tendenzialmente inferiori, minori servizi complementari), ad eccezione delle più note strutture (Acquario di Genova, parchi di Aquafan e dell'Italia in Miniatura) di rilievo tendenzialmente nazionale, se non più ampio.

L'attività di *tour operating* consiste invece nell'organizzazione e commercializzazione, anche per il tramite di agenzie di viaggi, di pacchetti integrati di viaggi. Per il gruppo Costa, come detto, l'attività in tale mercato è residuale in quanto strettamente dipendente, connessa e funzionale alla presenza nel primo mercato e per di più in relazione al solo Acquario di Genova (e Porto Antico).

Ad ogni modo, nel caso di specie, stante l'assenza di sovrapposizioni tra le Parti, non sono necessari ulteriori approfondimenti sulla rilevanza merceologica e geografica dei mercati in questione.

##### *Effetti dell'operazione*

9. L'operazione in esame non realizza sovrapposizioni orizzontali tra l'acquirente il controllo congiunto e il gruppo Costa, né relazioni di tipo verticale tra le stesse Parti. Nessuna società del gruppo De Agostini, infatti, risulta attiva nei sopra descritti mercati, né in settori posti a monte o a valle degli stessi.

10. La presenza del gruppo Costa nei mercati interessati risulta peraltro trascurabile con riferimento all'attività di *tour operator* (ampiamente inferiore all'1%) e pari a poco più del 20% con riferimento

---

<sup>3</sup> Si veda, al riguardo, la Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (G.U.C.E. 2005/C-56/03 del 5 marzo 2005).

<sup>4</sup> Cfr. C12020 - VENICE EUROPEAN INVESTMENT CAPITAL-PRIORA 11/COSTA EDUTAINMENT, Provvedimento n. 25749 in Bollettino n. 46/2015.

alla gestione di parchi di divertimento, ambito nel quale si confronta con diversi e qualificati concorrenti (quali ad esempio Gardaland, Magicland, Zoomarine, ecc.).

**11.** 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 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;

RITENUTO, altresì, che le clausole di non concorrenza pattuite sono accessorie alla presente operazione nei soli limiti sopra precisati, e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove ne sussistano i presupposti, tali clausole nella misura in cui si realizzino oltre la durata ivi indicata;

#### 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 verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE  
*Guido Stazi*

IL PRESIDENTE  
*Roberto Rustichelli*

---

## ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

### AS1845 - REGIONE SICILIA - ACCORDO INTEGRATIVO REGIONALE DEI MEDICI SPECIALISTI PEDIATRI DI LIBERA SCELTA

Roma, 18 marzo 2022

Assessorato alla Salute della Regione Siciliana

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nell'esercizio del potere di cui all'art. 21-bis della legge 10 ottobre 1990, n. 287 e facendo seguito ad una segnalazione pervenuta il 20 gennaio 2022 da parte di un medico specializzato in pediatria, nella sua adunanza del 15 marzo 2022, ha deliberato di formulare le seguenti considerazioni in relazione all'articolo 4 dell'Accordo integrativo regionale dei medici specialisti pediatri di libera scelta (PLS) sottoscritto il 16 novembre 2021 e reso esecutivo con Decreto assessoriale n. 1501 del 31 dicembre 2021, poi pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale della Regione Siciliana n. 2 del 14 gennaio 2022.

In particolare, l'articolo 4 dell'Accordo contenuto nel Decreto, che sostituisce il previgente art. 21 dell'Accordo integrativo regionale di Pediatria (AIR), recita: “[...] Si definisce ambito “in sofferenza assistenziale”, prioritariamente, quella porzione di territorio, in cui la media di assistiti per pediatra nell'ambito risulta pari o superiore al massimale vigente (in atto pari a 800 scelte), considerando che dal calcolo del massimale dovranno essere esclusi gli assistiti extracomunitari, gli ultraquattordicenni con patologie croniche e le deroghe territoriali, ai sensi di quanto previsto dall'art. 38 e 39 dell'ACN; inoltre si considerano “in sofferenza assistenziale” quelle zone che per particolarità oro-geografiche o per altre condizioni evidenziate dall'Azienda, e valutate in sede di Comitato aziendale, rendono difficoltoso l'accesso all'assistenza.

Inoltre, il medesimo articolo prevede che: “Le Aziende Sanitarie Provinciali, in presenza di un ambito “in sofferenza assistenziale” come sopra individuato, al fine di verificare la possibilità dell'inserimento di un Pediatra di libera scelta, in deroga al criterio previsto dall'ACN, applicano un calcolo che tiene conto della popolazione residente 0-6 anni sommata al 55% degli assistiti 7-14 anni in carico ai PLS negli ambiti con meno di 250.000 residenti e al 70% negli ambiti con più di 250.000 residenti.

Qualora dal suddetto calcolo venga individuata una “zona straordinaria”, l'Azienda, al fine di verificare la possibilità di inserire un ulteriore pediatra, effettuerà un nuovo calcolo, conteggiando



*la media degli assistiti in carico ai pediatri dell'ambito interessato, considerando anche il Pediatra che si insedierà nell'ambito in sofferenza, come sopra determinato; se la media degli assistiti fosse pari o superiore al massimale (in base al vigente ACN 800 assistiti), applicherà nuovamente il criterio di calcolo previsto dal comma precedente (popolazione residente 0-6 anni sommata al 55% degli assistiti 7-14 anni in carico ai PLS negli ambiti con meno di 250.000 residenti e al 70% negli ambiti con più di 250.000 residenti) per verificare se si determina un'ulteriore "zona straordinaria". L'Azienda dovrà seguire tale procedura finché la media degli assistiti in carico ai pediatri (presenti e da reclutare per le zone straordinarie individuate) risulti inferiore al massimale vigente (in atto 800). Dal computo della media, ai sensi del vigente ACN, vanno comunque escluse le scelte temporanee, gli ultraquattordicenni con patologie croniche e le deroghe territoriali."*

Al riguardo, si osserva che il metodo di calcolo adottato per l'individuazione degli ambiti "in sofferenza assistenziale" non riflette adeguatamente né l'effettiva popolazione 7-14 anni "assistita", né quella "assistibile". Infatti, nonostante il nuovo art. 21 AIR premetta che "l'elevata qualità dell'assistenza pediatrica ha determinato il fatto che in quasi tutti gli ambiti assistenziali la maggior parte dei cittadini ha optato per l'assistenza da parte dei PLS per gli assistibili nella fascia 7-14 anni", nel calcolo proposto ai fini della verifica della possibilità di inserimento di un nuovo pediatra alla popolazione residente 0-6 anni è sommato il "55% degli assistiti 7-14 anni in carico ai PLS negli ambiti con meno di 250.000 residenti e al 70% negli ambiti con più di 250.000 residenti". Pertanto, non solo non sono considerati tutti gli assistiti tra i 7 e i 14 anni, ma non è previsto un meccanismo in grado di stimare quanti bambini tra i 7 e i 14 anni siano attualmente assistiti da un medico di medicina generale, ma che potrebbero rappresentare una domanda potenziale meritevole di inclusione ai fini del computo della sofferenza assistenziale, considerata la specifica competenza dei medici specializzati in pediatria rispetto alla popolazione infantile.

L'inadeguata rappresentazione della fascia 7-14 anni si riflette, quindi, sia sui livelli di assistenza offerti alla popolazione interessata sia sul minor numero di nuovi pediatri da inserire, così integrando una restrizione concorrenziale all'accesso alla professione di PLS.

Ciò posto, all'articolo 4 dell'Accordo integrativo regionale permangono, inoltre, un'ulteriore criticità di natura concorrenziale già oggetto di segnalazione da parte dell'Autorità, ai sensi dell'art. 21 della l. n. 287/1990<sup>1</sup>.

In particolare, non è prevista alcuna deroga all'art. 38, comma 13, dell'Accordo Collettivo Nazionale di Pediatria (ACN), per cui non concorrono nel massimale alcune categorie di pazienti, così non dando seguito all'auspicio formulato dall'Autorità per "l'adozione di un meccanismo tale da consentire la ponderazione ai fini della determinazione del massimale anche delle scelte temporanee (pazienti extracomunitari e i pazienti non residenti), dei pazienti ultra-quattordicenni con patologie croniche (e fino al compimento del sedicesimo anno di età) e dei pazienti che hanno esercitato il diritto di revoca verso un pediatra ultra-massimalista, al fine di rendere maggiormente corrispondente il relativo computo degli assistiti in deroga al numero dei pazienti effettivamente assistiti dal PLS."

Alla luce delle considerazioni che precedono, si ritiene che quanto rilevato rispetto all'articolo 4 dell'Accordo integrativo regionale dei medici specialisti pediatri di libera scelta adottato con

---

<sup>1</sup> Si veda AS1791/Regione Siciliana - Modalità Di Accesso Alla Pediatria Di Libera Scelta, adottata nella riunione del 14 settembre 2021, in Bollettino n. 39/2021, e trasmessa a codesto Assessorato il successivo 21 settembre.

Decreto assessoriale n. 1501 del 31 dicembre 2021, incidendo sul numero dei nuovi PLS a tempo indeterminato, integri una restrizione all'accesso della professione, in violazione degli articoli 45 e 56 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea e dell'articolo 41 della Costituzione.

Ai sensi dell'articolo 21-*bis*, comma 2, della legge n. 287/90, codesta Amministrazione dovrà comunicare all'Autorità, entro il termine di sessanta giorni dalla ricezione del presente parere, le iniziative adottate per rimuovere la violazione della concorrenza sopra esposta, in relazione all'art. 4 del citato Accordo integrativo e ad ogni altro atto presupposto, connesso e conseguente. Laddove entro il suddetto termine tali iniziative non dovessero risultare conformi ai principi concorrenziali sopra espressi, l'Autorità potrà presentare ricorso entro i successivi trenta giorni.

Il presente parere verrà pubblicato sul Bollettino dell'Autorità ai sensi dell'articolo 26 della legge n. 287/90.

IL PRESIDENTE

*Roberto Rustichelli*

---

***Comunicato in merito al mancato adeguamento della Regione Sicilia al parere motivato espresso dall'Autorità ex art. 21-bis della legge n. 287/1990 in merito alla disciplina dell'accesso ai pediatri di libera scelta.***

Nella propria riunione del del 15 marzo 2022, l'Autorità ha deliberato di inviare alla Regione Sicilia, e per conoscenza al Ministero della Salute, un parere motivato ai sensi dell'articolo 21-*bis* della legge 10 ottobre 1990, n. 287, pubblicato sopra la presente comunicazione, in merito all'art. 4 dell'Accordo integrativo regionale dei medici specialisti pediatri di libera scelta, sottoscritto il 16 novembre 2021 e reso esecutivo con Decreto Assessoriale n. 1501 del 31 dicembre 2021 (di seguito anche DA n. 1501/2021).

L'Autorità ha in particolare censurato come lesivi dei principi concorrenziali sanciti dagli artt. 45 e 56 TFUE e dall'art. 41 Cost. la mancata definizione del parametro della "sofferenza assistenziale" per calcolare l'ingresso di nuovi PLS con riferimento a tutti i pazienti della fascia d'età 7-14, assistiti dal medico generico e potenzialmente assistibili da PLS, e alla mancata previsione, pur auspicata già in una propria segnalazione del 2021<sup>1</sup>, di determinate situazioni particolari nella definizione del massimale.

Riscontrato il mancato adeguamento della Regione Sicilia nel termine normativamente previsto ai rilievi contenuti nel parere motivato, l'Autorità, nell'adunanza del 24 maggio 2022, ha deliberato di ricorrere avverso tali atti al Tribunale Amministrativo Regionale della Sicilia – Palermo.

Il 27 maggio 2022, la Regione Sicilia ha prodotto una breve nota a difesa del proprio operato, considerato migliorativo rispetto alla disciplina di riferimento. Nella riunione del 7 giugno 2022, l'Autorità, ritenuto che la Regione Sicilia non abbia portato nuovi elementi idonei a far venir meno

---

<sup>1</sup> Si veda AS1791/Regione Siciliana - Modalità Di Accesso Alla Pediatria Di Libera Scelta, adottata nella riunione del 14 settembre 2021, in Bollettino n. 39/2021.

le criticità riscontrate nel parere motivato e rilevato che essa ha fornito soltanto una parziale e generica disponibilità ad accogliere i rilievi sul calcolo del massimale in occasione di un prossimo Tavolo di lavoro, ha confermato la propria decisione di proporre ricorso.

---

## DIRITTI TELEVISIVI

### SR41 - LEGA PRO/LINEE GUIDA COMMERCIALIZZAZIONE DIRITTI AUDIOVISIVI STAGIONI 2022/2023 - 2023/2024 - 2024/2025

*Provvedimento n. 30204*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 14 giugno 2022;

SENTITO il Relatore, Professor Michele Ainis;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO il Decreto Legislativo 9 gennaio 2008, n. 9, recante la Disciplina della titolarità e della commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi e relativa ripartizione delle risorse;

VISTO l'articolo 6, comma 1, del citato Decreto Legislativo, in base al quale la Lega Italiana Calcio Professionistico è tenuta a predeterminare, per le competizioni calcistiche di propria competenza, linee guida *“per la commercializzazione dei diritti audiovisivi recanti regole in materia di offerta e di assegnazione dei diritti audiovisivi medesimi, criteri in materia di formazione dei relativi pacchetti e le ulteriori regole”* previste dal decreto in modo da garantire ai partecipanti alle procedure competitive *“condizioni di assoluta equità, trasparenza e non discriminazione”*;

VISTO l'articolo 6, comma 6, dello stesso Decreto Legislativo, in cui è stabilito che l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato verifichino, per i profili di rispettiva competenza, la conformità delle linee guida ai principi e alle disposizioni del Decreto Legislativo n. 9/2008 e le approvino entro sessanta giorni dal ricevimento delle stesse;

VISTE le linee guida, di cui al Decreto Legislativo n. 9/2008, per le stagioni sportive 2022/2023, 2023/2024 e 2024/2025, trasmesse dalla Lega Italiana Calcio Professionistico con nota del 28 aprile 2022;

VISTA la consultazione pubblica indetta dall'Autorità con delibera del 10 maggio 2022;

VISTO il contributo fornito in data 23 maggio 2022 da un operatore della comunicazione;

CONSIDERATO quanto segue:

#### I. LA LEGA ITALIANA CALCIO PROFESSIONISTICO

1. La Lega Italiana Calcio Professionistico (di seguito anche Lega Pro) è l'associazione a carattere privatistico delle società calcistiche iscritte al Campionato a Divisione Unica.

Tra i compiti affidati alla Lega Pro rientrano l'organizzazione e gestione del Campionato a Unica Divisione – articolato nei tornei *Regular Season*, *Play Off* e *Play Out* – e delle manifestazioni della Coppa Italia di Lega Pro e della Supercoppa di Lega Pro.

#### II. I CONTENUTI DELLE LINEE GUIDA

2. Di seguito vengono riportati sinteticamente i principali contenuti delle linee guida predisposte dalla Lega Pro, così come comunicate dalla predetta associazione in data 28 aprile 2022.

3. Le Linee Guida in esame disciplinano i diritti audiovisivi e radiofonici sportivi afferenti alle seguenti competizioni calcistiche, organizzate dalla Lega Pro per le stagioni sportive 2022/2023, 2023/2024 e 2024/2025: Campionato a Unica Divisione, i tornei dei *Play Off* e dei *Play Out*, il torneo della Coppa Italia di Lega Pro e il torneo della Supercoppa di Lega Pro.

4. Per le competizioni menzionate, la Lega Pro procederà alla vendita centralizzata dei diritti audiovisivi di natura primaria (diritti di prima messa in onda degli eventi) e secondaria (diritti di trasmissione delle repliche, delle sintesi e delle immagini salienti degli eventi) tramite l'elaborazione di pacchetti di diritti che prevedono modalità di trasmissione televisiva (satellite e digitale terrestre), radiofonica e tramite protocollo IP e che si differenziano tra loro a seconda del carattere di esclusiva o non esclusiva del loro sfruttamento.

#### **a. Il canale "Serie C TV"**

5. Da diversi anni, Lega Pro offre ai tifosi la distribuzione diretta di tutte le partite di tutte le Società Sportive tramite il canale di proprietà, attualmente e almeno fino al termine della stagione 2022/2023 disponibile sulla piattaforma distributiva multicanale "Eleven Sports".

6. I risultati del canale, pur al netto delle difficoltà connesse alla crisi economica, si sono mantenuti in linea con le aspettative. Inoltre, l'interesse e la fidelizzazione dei tifosi al canale inducono la Lega Pro a proseguire nel progetto.

7. Le partite in diretta sul canale sono distribuite a pagamento con adozione di una politica di costi particolarmente contenuti. I risultati raggiunti, in termini di sottoscrizioni e abbonamenti, sia mensili sia annuali, si riconfermano soddisfacenti come già nel precedente triennio. Parimenti, i dati relativi al numero di visualizzazioni per singola giornata di campionato si assestano su livelli rispettabili, e risultati ancora migliori sono attesi con riferimento ai tornei di *Play Off* e *Play Out*.

#### **b. Criteri generali di commercializzazione**

8. In merito alla commercializzazione dei Diritti Audiovisivi nel prossimo triennio, la Lega Pro intende riconfermare la propria tradizionale offerta di contenuti in chiaro agli operatori nazionali e locali. Tale impostazione è infatti dettata dalla volontà di garantire ai *club* non solo le risorse economiche, ma anche e soprattutto la visibilità sul territorio, con diversi pacchetti di diritti offerti soprattutto agli operatori locali dove le realtà sportive associate alla Lega Pro sono in grado di attirare maggiore interesse.

9. La Lega Pro intende quindi proseguire la commercializzazione delle "dirette" sulla piattaforma televisiva tradizionale in chiaro, sia a livello nazionale (circa 40/50 incontri di *Regular Season* trasmessi a Stagione con modalità in chiaro), sia a livello locale (con la trasmissione di alcune partite in trasferta), la quale tuttavia presenta il pregio di garantire visibilità agli eventi e al movimento in generale. Per tale ultima ragione la Lega Pro continuerà a commercializzare i pacchetti relativi alle "dirette" in chiaro a seguito di ricezione di manifestazioni di interesse da parte degli operatori.

10. La Lega Pro offrirà, inoltre, agli operatori, locali e nazionali, in una logica di promozione del movimento, nonché al fine di garantire la capillare diffusione di informazioni maggiori rispetto alla mera cronaca, i consueti pacchetti già commercializzati nelle passate Stagioni Sportive relativi agli *highlights*, alle differite, ai collegamenti studio-stadio, alle dirette radiofoniche.

11. La Lega Pro nelle ultime due Stagioni Sportive ha operato la commercializzazione di un numero variabile di dirette da trasmettere su base non esclusiva con modalità a pagamento sul

territorio nazionale attraverso le piattaforme trasmissive tradizionali. Si tratta di una opportunità di mercato che è stata individuata al fine di alimentare l'interesse verso il mondo *Pay* ove consentire maggiore spazio di visibilità ai *club*. La Lega Pro tiene in considerazione l'ipotesi di replicare una offerta analoga nel prossimo ciclo di commercializzazione, anche in base alle indicazioni che saranno ricevute dal mercato.

**12.** Sulla base delle disposizioni del Decreto Legislativo n. 9/2008 (di seguito anche Decreto Melandri), la Lega Pro, in quanto Organizzatore delle competizioni, continua a esercitare i Diritti Audiovisivi delle competizioni medesime attraverso due diversi momenti di commercializzazione: una prima fase per la commercializzazione dei diritti degli eventi relativi alla *Regular Season* del Campionato e della Coppa Italia; una seconda fase, solitamente nei mesi di maggio e di giugno, relativa ai tornei dei *Play Off* e dei *Play Out*, alle gare di finale della Coppa Italia e alle gare della Supercoppa, in considerazione delle Società Sportive ammesse a partecipare, in quel momento, alle predette competizioni.

### ***c. La formazione dei pacchetti***

**13.** La Lega Pro, pur riservandosi di modificare i pacchetti in sede di loro formale pubblicazione sul proprio sito *internet* istituzionale, ha indicato nelle Linee Guida trasmesse in data 28 aprile 2022 alcuni criteri per la loro commercializzazione di seguito sintetizzati.

a. Il contenuto dei pacchetti sarà determinato dalla Lega Pro tenendo in considerazione tanto le richieste degli Operatori della Comunicazione quanto le esigenze degli utenti e appassionati relative al prodotto, nonché le esigenze delle Società Sportive associate;

b. saranno predisposti pacchetti sia relativi all'intero territorio nazionale sia limitati al solo territorio locale della Società di interesse. La finalità è quella di soddisfare sia l'interesse dell'intero Paese a poter correttamente seguire le competizioni, che hanno rilevanza nazionale, sia di garantire una maggiore visibilità delle Società all'interno del proprio territorio. Potranno essere elaborati anche pacchetti che prevedano diritti per la distribuzione cumulativa di eventi di tutti i gironi ovvero di un solo girone;

c. la modalità di commercializzazione selezionata come regola dalla Lega Pro è quella della distribuzione incrociata sia "per piattaforma" sia "per prodotto": ogni singolo pacchetto infatti individuerà gli eventi specifici inclusi nello stesso e conferirà la licenza per l'esercizio dei Diritti Audiovisivi su una singola Piattaforma. A tale regola potranno fare eccezione i pacchetti relativi alla trasmissione in diretta, sia in chiaro sia a pagamento, delle gare sul territorio nazionale, qualora fossero oggetto di commercializzazione, i quali potranno prevedere la libertà di scelta della/e Piattaforma/e trasmissiva/e. La Lega Pro in ogni caso si riserva di consentire la scelta della Piattaforma di trasmissione anche nel caso degli altri pacchetti, in particolare laddove l'evoluzione del mercato lo richieda;

d. i pacchetti contenenti diritti per la distribuzione a livello locale delle dirette in chiaro degli eventi di singole Società Sportive tramite Piattaforma satellitare (DTH) o Piattaforma digitale terrestre (DTT) saranno di regola predisposti in modo da consentire la distribuzione degli incontri giocati in trasferta dalle predette squadre, con facoltà di inserire all'interno dei medesimi pacchetti anche gli incontri interni delle stesse, a condizione che tale costruzione del pacchetto possa risultare economicamente vantaggiosa per la Lega Pro;

- e. la produzione audiovisiva degli eventi sarà caratterizzata da uniformità e omogeneità, sia nel caso che venga affidata agli assegnatari, ma pur sempre sotto il controllo editoriale della Lega Pro, sia nel caso che venga posta a carico della stessa Lega Pro. Nel caso in cui il Licenziatario dei Diritti Audiovisivi fosse autorizzato e intenda integrare la produzione della Lega Pro (ad esempio con l'utilizzo di un numero maggiore di telecamere), fermo restando il rispetto delle disposizioni del "Regolamento relativo alle produzioni audiovisive, agli accessi negli stadi e alle interviste" di cui alla circolare di volta in volta emanata dalla Lega Pro (di seguito "Regolamento Operativo Media") e ogni sua successiva modificazione e ogni altro regolamento o fonte applicabile, ivi incluse le Condizioni generali di licenza contenute negli inviti a offrire, dovrà comunque essere messo a disposizione della Lega Pro e della Società Sportiva quale Organizzatore dell'evento il segnale "integrato" contenente le immagini dell'evento medesimo e comprensivo di qualsiasi fonte di ripresa, senza alcun corrispettivo o rimborso dei costi tecnici;
- f. all'interno dell'invito ad offrire saranno precisati gli *standard* minimi produttivi in relazione ad ogni tipologia di sfruttamento dei Diritti Audiovisivi, nonché i costi per l'accesso al segnale, che non potranno eccedere quanto previsto nel Tariffario di cui all'Allegato 1 delle Linee Guida;
- g. in caso di esito negativo della procedura competitiva (nei termini e con le modalità *infra* indicati), la Lega Pro si riserverà la facoltà di commercializzare nelle successive procedure nuovi pacchetti, predisposti tramite l'accorpamento di quelli esistenti ovvero tramite licenza separata dei singoli diritti facenti parte del pacchetto o di altri pacchetti;
- h. sia all'interno dei diritti licenziati nei pacchetti, sia nella distribuzione diretta degli eventi sul canale "Serie C TV", la Lega Pro procederà allo sfruttamento dei c.d. diritti di archivio di titolarità delle Società Sportive partecipanti alle competizioni, come da articolo 3 del Decreto;
- i. la Lega Pro deciderà, come accaduto nel precedente ciclo di vendita, di concedere in licenza i diritti audiovisivi per uno, due o tre anni, a seconda delle esigenze che si manifesteranno nel corso delle procedure, tenuto conto della situazione emergenziale che comunque continuerà anche nel corso della prossima Stagione Sportiva;
- j. la Lega Pro intenderà esplorare nuove strade di sfruttamento delle immagini audiovisive, cominciando, in parallelo all'esercizio dei diritti audiovisivi secondo i criteri appena specificati, ad esplorare il nuovo mondo del Metaverso, una sperimentazione diretta nell'ambito del mercato digitale, che coinvolga non soltanto le immagini *live* delle partite, ma anche prodotti innovativi come gli NFT (*Non-Fungible Token*). Tale nuovo sfruttamento viene riservato alla stessa Lega Pro e, laddove il processo sperimentale sarà completo, potrà esser ricompreso nel prossimo ciclo di vendita come risorsa che la Lega Pro potrà sfruttare nell'interesse delle Società Sportive in parallelo alla commercializzazione dei Diritti Audiovisivi e del canale di proprietà;
- k. con riferimento ai Diritti Audiovisivi, inclusi quelli c.d. *betting*, per il territorio internazionale, la Lega Pro ha visto confermato anche nel recente ciclo lo scarso interesse riservato dal mercato internazionale.

Per tale ragione la Lega Pro potrebbe intraprendere, anche sulla base dell'articolo 16 del Decreto Melandri, in parallelo rispetto alla distribuzione diretta per il tramite del canale "Serie C TV", strategie di commercializzazione agili con il principale obiettivo di perfezionare l'assegnazione dei diritti e così di favorire la fruizione degli eventi alle comunità di connazionali all'estero. La Lega Pro in questo senso non si preclude alcuna ipotesi di commercializzazione e pertanto rimane aperta sia alla conclusione di accordi di licenza con gli operatori che trasmettono sul territorio

internazionale sia all'assegnazione dei diritti a uno o più intermediari, eventualmente anche mediante procedure competitive strutturate avvalendosi dello strumento della trattativa privata.

**d. Tipologie di pacchetti**

**14.** Sulla base dei criteri sopra indicati la Lega Pro potrebbe offrire al mercato per il triennio 2022/2025 pacchetti di Diritti Audiovisivi aventi le seguenti caratteristiche:

a) **eventuale distribuzione a livello nazionale in via esclusiva di Dirette e/o di “highlights”:** potrebbero essere predisposti uno o più pacchetti per la trasmissione della Diretta su qualsiasi Piattaforma di incontri a scelta del Licenziatario ovvero pacchetti per la trasmissione della Diretta degli incontri di una singola squadra o di un gruppo di squadre (ivi incluso di un intero girone). Tali pacchetti possono prevedere la modalità di distribuzione sia in chiaro sia a pagamento e avere contenuto sia esclusivo sia non esclusivo. Gli *highlights* di tutte le competizioni potrebbero essere ricompresi all'interno dei sopradescritti pacchetti di dirette, ovvero potrebbero essere distribuiti singolarmente per ogni Competizione (Campionato, Coppa Italia e Supercoppa) o fase di Competizione (*Regular Season*, *Play Off* e *Play Out*) ovvero per gare di singolo/*club* all'interno di appositi pacchetti;

b) **eventuale distribuzione a livello locale in via esclusiva delle Dirette:** potrebbero essere predisposti pacchetti per la distribuzione, in chiaro o a pagamento, su qualsiasi Piattaforma, delle Dirette degli eventi esterni della *Regular Season* disputati in trasferta da una singola squadra, anche aggregando gli eventi in pacchetti destinati a macro aree regionali, anche con un limite di trasmissioni relative alla singola squadra. Potrebbero, altresì, essere predisposti pacchetti per la distribuzione su qualsiasi Piattaforma, in chiaro o a pagamento, delle Dirette degli eventi disputati in trasferta da una o più squadre nei tornei di *Play Off* e *Play Out*. Nella descrizione del pacchetto potrà essere previsto che, qualora un singolo evento esterno venga “scelto” per la trasmissione in diretta dall'operatore della comunicazione licenziatario dei Diritti Audiovisivi per la distribuzione a livello nazionale, il Licenziatario locale sarà tenuto a trasmettere l'evento esclusivamente con modalità ad accesso condizionato e il corrispettivo concordato sarà proporzionalmente ridotto;

c) **distribuzione di Differite in esclusiva a livello locale:** potrebbero essere predisposti pacchetti per la distribuzione in chiaro di Differite di tutti gli eventi della *Regular Season* del Campionato, di Coppa Italia (esclusi gli eventi delle semifinali e della finale) disputate da una singola squadra, ovvero pacchetti per la distribuzione, in chiaro o a pagamento, delle Differite degli eventi dei tornei di *Play Off* e *Play Out*, delle semifinali e finale di Coppa Italia e della Supercoppa;

d) **trasmissione audiovisiva in ambito nazionale o locale non in esclusiva di “immagini correlate” (c.d. stadio – studio):** potrebbero essere predisposti pacchetti contenenti il diritto non esclusivo di realizzare e trasmettere, in diretta e in chiaro, di regola con modalità di trasmissione via Piattaforma satellitare e/o digitale terrestre e/o OTT, di programmi sportivi del tipo “stadio – studio”, messi in onda in diretta durante lo svolgimento delle gare di *Regular Season* (esclusi gli eventi dei Tornei di *Play Out* e di *Play Off*) e della Coppa Italia (escluse semifinali e finali) disputate da una singola Società Sportiva, ovvero da più Società Sportive; in abbinamento al pacchetto di una singola Società Sportiva potranno essere concessi in licenza in forma non esclusiva anche i relativi *highlights*. Potranno, altresì, essere predisposti pacchetti per la distribuzione, in chiaro o a pagamento, dei programmi “stadio – studio” degli eventi dei tornei di *Play Off* e di *Play Out*, delle semifinali e finale di Coppa Italia, e della Supercoppa;



**e) distribuzione non in esclusiva a livello nazionale o locale di Immagini Salienti e/o Immagini**

**Correlate:** in coordinamento e tenuto conto del/i contenuti/i del/i pacchetto/i di cui al punto a), potrebbero essere predisposti pacchetti per la distribuzione, nell'ambito di programmi sponsorizzati di approfondimento e/o *talk show*, di Immagini Salienti, della durata di tre/cinque minuti, di ciascun evento della *Regular Season* del Campionato e della Coppa Italia (escluse le semifinali e la finale) disputato da tutte le Società Sportive partecipanti, ovvero degli eventi dei tornei *Play Off* e *Play Out*, degli eventi delle semifinali e della finale di Coppa Italia, nonché della Supercoppa;

f) **trasmissione radiofonica in esclusiva:** potrebbero essere predisposti pacchetti di diritti per la trasmissione in diretta, integrale o per estratti, della radiocronaca di tutti gli eventi della *Regular Season* del Campionato e della Coppa Italia (esclusi gli eventi delle semifinali e della finale) disputati da una singola squadra, ovvero degli eventi dei tornei di *Play Off* e *Play Out*, degli eventi delle semifinali e della finale di Coppa Italia, nonché della Supercoppa;

g) **diritti non esclusivi di "web-cronaca" tramite Piattaforma IP:** potrebbero essere predisposti pacchetti contenenti il diritto non esclusivo di effettuare, in diretta *free* o *pay*, tramite Piattaforma IP, la c.d. "web-cronaca" (cronaca testuale) di tutti gli eventi della *Regular Season* del Campionato e della Coppa Italia (esclusi gli eventi delle semifinali e della finale) disputati da una singola squadra, ovvero degli eventi dei tornei di *Play Off* e *Play Out*, degli eventi delle semifinali e della finale di Coppa Italia, nonché di Supercoppa;

h) **distribuzione in forma non esclusiva di "immagini salienti" e/o "immagini correlate" tramite Piattaforma IP:** potrebbero essere predisposti pacchetti contenenti i diritti di trasmissione in forma non esclusiva tramite Piattaforma IP, in diretta e/o in chiaro, di un programma di cronaca e approfondimento secondo il *format* "stadio – studio" durante lo svolgimento degli eventi della *Regular Season* del Campionato e della Coppa Italia (esclusi gli eventi delle semifinali e della finale) disputati da una singola squadra, ovvero degli eventi dei tornei di *Play Off* e *Play Out*, degli eventi delle semifinali e della finale di Coppa Italia, nonché di Supercoppa. Nel corso del programma non sarà consentito effettuare la *web-cronaca* ma solo comunicare gli aggiornamenti sull'andamento dell'evento, in conformità a quanto stabilito dal regolamento per l'esercizio del diritto di cronaca dettato dall'AGCom;

i) **Ulteriori pacchetti:** negli ultimi anni, anche in virtù degli sviluppi tecnologici, il mercato ha dimostrato interesse per pacchetti di diritti specifici, principalmente incentrati sullo sfruttamento di una limitata selezione di immagini su sistemi di trasmissione a circuito chiuso. Su tutti, i diritti per l'esercizio di attività di "*scouting*" (consistente nella raccolta di immagini selezionate di ogni calciatore con finalità di analisi tecnico-tattica all'interno di una piattaforma disponibile solo per gli utenti professionisti), di "*betting*" (ove vengono messe le immagini a disposizione degli scommettitori all'interno di un sistema a circuito chiuso e con riduzione delle qualità e della dimensione delle immagini, al fine di poter effettuare puntate *live* durante l'evento) e di "*gaming*" (ove è consentito agli utenti di replicare in modo virtuale, mediante *software* di *videogaming*, le singole azioni di gioco degli eventi). Si tratta dunque di ventagli di diritti che costituiscono una nicchia altamente specifica e che hanno un'applicazione destinata a un numero limitato e selezionato di utenti, senza finalità di consentire il "godimento" dell'evento sportivo in senso proprio. In quest'ottica, avendo presente la *ratio* e i principi di trasparenza ed efficienza del mercato sottesi al Decreto Melandri, la Lega Pro ritiene ragionevolmente che la commercializzazione dei diritti citati non sia assoggettabile alla disciplina dello stesso Decreto Melandri.

Ciononostante la Lega Pro intende procedere alla commercializzazione degli stessi nell'ottica di alimentare la sana concorrenza e tutelando il primario interesse finale degli utenti.

***e. Condizioni generali di licenza***

**15.** Le "Condizioni generali di licenza", che verranno dettagliatamente specificate all'interno degli inviti a offrire, prevedono che potranno risultare Licenziatari di uno o più pacchetti di Diritti Audiovisivi esclusivamente gli Operatori della Comunicazione che siano in possesso del titolo abilitativo, qualora previsto dalla normativa vigente, per la distribuzione dei contenuti audiovisivi sulla Piattaforma distributiva prevista dal relativo pacchetto, e che garantiscano i requisiti analiticamente descritti nelle Linee Guida relativi al possesso di un'adeguata struttura organizzativa per trasmettere gli eventi previsti in ogni pacchetto.

**16.** Inoltre, l'assegnatario dei pacchetti sarà tenuto a rispettare alcuni puntuali obblighi in tema di accesso agli stadi, trasmissione del segnale della Lega Pro e tutela e promozione dell'immagine delle competizioni organizzate da tale Ente, più analiticamente illustrati nel paragrafo 18 delle Linee Guida, dalla lettera a) alla lettera o).

***f. Regole generali di offerta e procedura competitiva***

**17.** La Lega Pro procederà alla commercializzazione dei pacchetti di Diritti Audiovisivi, a norma dell'articolo 7 del Decreto, tramite apposita procedura competitiva alla quale potranno partecipare gli Operatori della Comunicazione e gli Intermediari. Dell'avvio di tale procedura e dei termini di presentazione delle offerte sarà data notizia sul sito *internet* ufficiale della Lega Pro, contemporaneamente alla pubblicazione dei moduli di invito a offrire, all'interno dei quali sarà dettagliatamente esposto il contenuto dei singoli pacchetti.

**18.** Il prezzo minimo dei singoli pacchetti sarà determinato secondo ragionevolezza e in considerazione dei prezzi e delle dinamiche di mercato, del valore del prodotto e delle esigenze degli appassionati.

**19.** La presentazione delle offerte, che dovranno essere relative a un singolo e autonomo pacchetto, nonché prive di qualsivoglia tipo di condizione, da parte degli operatori dovrà avvenire con modalità formali analiticamente descritte nel punto 22 delle Linee Guida diverse a seconda di pacchetti non esclusivi o esclusivi.

**20.** In seguito all'apertura delle buste sarà redatta graduatoria delle offerte che abbiano superato il prezzo minimo e, qualora non siano riscontrate irregolarità nella documentazione fornita o nel pagamento, la Lega Pro procederà ad assegnare il pacchetto all'offerente che abbia presentato l'offerta più elevata. Qualora non dovessero giungere offerte superiori al prezzo minimo, la Lega Pro avrà la facoltà, ai sensi dell'articolo 8, comma 4, del Decreto Melandri, previa comunicazione all'Autorità, di revocare l'offerta del pacchetto.

**21.** In ogni caso, i pacchetti non potranno essere aggiudicati all'esito della procedura competitiva agli Operatori della Comunicazione nei cui confronti sia pendente un contenzioso, anche stragiudiziale, con la Lega Pro per il mancato o ritardato versamento dei corrispettivi previsti dai contratti di licenza delle stagioni precedenti a quella in corso, salvo che l'operatore abbia depositato, unitamente all'offerta, garanzia bancaria a prima richiesta (secondo il modello predisposto dalla Lega Pro) per il pagamento di ogni corrispettivo maturato e non corrisposto.

**22.** La Lega Pro si avvarrà dello strumento della trattativa privata per l'assegnazione in licenza dei Diritti Audiovisivi solo in caso di esito negativo della procedura competitiva (per mancanza di

offerte, mancato raggiungimento del prezzo minimo delle stesse, per motivi di estrema urgenza o per qualsivoglia altra ragione che non consenta l'assegnazione dei pacchetti).

**23.** In tale ipotesi:

a) qualora dovessero manifestare interesse all'acquisto del pacchetto due o più operatori della comunicazione, sarà indetta per i predetti soggetti una serie (regolamentata nell'Invito) di rilanci, con chiusura della procedura con presentazione dell'offerta a busta chiusa ovvero via PEC. Il pacchetto sarà assegnato al soggetto che avrà offerto il prezzo più alto;

b) nel caso in cui, invece, dovesse manifestare interesse all'acquisto del pacchetto un solo operatore della comunicazione, si procederà a una vera e propria negoziazione, che si concluderà con l'assegnazione o meno dei Diritti Audiovisivi.

**24.** L'eventuale mancata assegnazione di pacchetti comporta che i relativi Diritti Audiovisivi potranno essere commercializzati o esercitati direttamente anche dalle singole Società Sportive, ai sensi dell'articolo 11, comma 3, del Decreto e, quindi, non saranno commercializzati dalla Lega Pro in forma esclusiva.

### III. LA CONSULTAZIONE PUBBLICA

**25.** Il 10 maggio 2022 è stata avviata la consultazione pubblica concernente le Linee Guida predisposte dalla Lega Pro, trasmesse in data 28 aprile 2022.

**26.** In data 23 maggio 2022 è pervenuto un contributo alla consultazione pubblica da parte di un operatore televisivo che ha formulato osservazioni in ordine alla tipologia dei pacchetti, ad alcune previsioni delle Condizioni generali di licenza – con particolare riferimento alla disciplina della ripartizione del rischio contrattuale nell'ipotesi di interruzione delle competizioni per causa di forza maggiore – alla pubblicazione del tariffario relativo al costo del segnale e ad alcune previsioni in tema di procedura di aggiudicazione e di cessione del diritto di autore sull'opera intellettuale resa dai giornalisti.

**27.** In merito ai pacchetti, nel contributo pervenuto si rileva un'indeterminatezza del Punto 6, lettera a), delle Linee Guida, ove non è dato comprendere se gli *highlights* delle partite siano ricompresi o meno nei pacchetti delle dirette.

A tale indeterminatezza viene ricondotta un'eccessiva discrezionalità della Lega Pro nel determinare il contenuto dei pacchetti. Nel contributo si suggerisce di confermare la scelta operata dalla Lega Pro nei precedenti cicli di commercializzazione dei diritti, ricomprendendo *ab origine* in ogni pacchetto il diritto per il Licenziatario di trasmettere gli *highlights* di ciascuna partita delle competizioni oltre alla facoltà di confezionare un prodotto audiovisivo *ad hoc* contenente *highlights* di ciascuna giornata di *Regular Season* del Campionato o di ciascun turno di Coppa Italia.

**28.** Si osserva inoltre che le Linee Guida pongono interamente ed esclusivamente a carico del Licenziatario il rischio dell'impossibilità sopravvenuta della prestazione per eventuali cause di forza maggiore, evidenziando un eccessivo squilibrio contrattuale a danno del licenziatario in contrasto con la disciplina del codice civile. Un analogo squilibrio contrattuale viene rilevato anche rispetto alla previsione della sezione dedicata alla procedura negoziale ove è stabilito il pagamento in anticipo con bonifico bancario dell'intero importo offerto a cauzione per l'offerta presentata laddove nei precedenti cicli di commercializzazione era prevista la possibilità di un pagamento dilazionato.

29. Infine, nel contributo pervenuto si evidenzia che le Linee Guida stabiliscono a carico del Licenziatario il pagamento del costo del segnale con una previsione che non trova riscontro in precedenti edizioni delle Linee Guida. Al riguardo, si chiede che venga pubblicato il tariffario con il dettaglio delle singole voci per consentire ai soggetti interessati di effettuare compiutamente le proprie valutazioni in merito ai pacchetti offerti sul mercato.

#### IV. VALUTAZIONI

##### a) Considerazioni preliminari

30. L'obiettivo fondamentale del Decreto Legislativo. n. 9/2008 è quello di realizzare un mercato trasparente ed efficiente dei diritti audiovisivi. A tal fine, gli articoli 6 e 7 del Decreto impongono all'organizzatore della competizione di mettere tutti gli operatori di tutte le piattaforme in condizione di concorrere per acquisire i diritti audiovisivi, attraverso apposite procedure competitive idonee a garantire ai partecipanti condizioni di assoluta equità, trasparenza e non discriminazione. In tale contesto, il predetto Decreto Legislativo prevede un intervento *ex ante* dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, che valuta e approva le Linee Guida predisposte dall'organizzatore della competizione prima di procedere alla gara.

31. Ai sensi dell'articolo 6, comma 1, del Decreto, le Linee Guida devono prevedere regole in materia di offerta e di assegnazione dei diritti audiovisivi, criteri in materia di formazione dei relativi pacchetti e ulteriori regole in modo da garantire ai partecipanti alle procedure competitive condizioni di assoluta equità, trasparenza e non discriminazione.

32. Tali regole riguardano il complesso dei diritti audiovisivi oggetto della procedura di commercializzazione indetta dalla Lega Pro considerata l'ampia definizione di diritto audiovisivo adottata dall'articolo 2 del Decreto Melandri, alla lettera o)<sup>1</sup>. Essa, oltre a ricomprendere espressamente "*l'utilizzazione delle immagini dell'evento [...] per finalità di abbinamento delle immagini dell'evento a giochi e scommesse e per lo svolgimento delle relative attività*" lettera o) numero 6, si caratterizza per una formulazione ampia tale da ricomprendere anche lo sfruttamento

---

<sup>1</sup> "Articolo 2- Definizioni

1. Ai fini del presente decreto legislativo si intende per:

o) «diritti audiovisivi»: i diritti esclusivi, di durata pari a cinquanta anni dalla data in cui si svolge l'evento, che comprendono:

1) la fissazione e la riproduzione, diretta o indiretta, temporanea o permanente, in qualunque modo o forma, in tutto o in parte, delle immagini dell'evento, in qualunque luogo in cui l'evento si svolga;

2) la comunicazione al pubblico delle riprese, fissazioni e riproduzioni, nonché la loro messa a disposizione del pubblico in maniera tale che ciascuno possa avervi accesso dal luogo e nel momento scelti individualmente, su reti di comunicazione elettronica. Tale diritto non si esaurisce con alcun atto di comunicazione al pubblico o di messa a disposizione del pubblico delle immagini dell'evento;

3) la distribuzione con qualsiasi modalità, compresa la vendita, dell'originale e delle copie delle riprese, fissazioni o riproduzioni dell'evento. Il diritto di distribuzione non si esaurisce nel territorio della Comunità europea se non nel caso di prima vendita effettuata o consentita dall'avente diritto in uno Stato membro;

4) il noleggio ed il prestito dell'originale e delle copie delle fissazioni dell'evento. La vendita o la distribuzione, sotto qualsiasi forma, non esauriscono il diritto di noleggio e di prestito;

5) la fissazione, elaborazione o riproduzione, in tutto o in parte, delle emissioni dell'evento per nuove trasmissioni o ritrasmissioni o per nuove fissazioni aventi ad oggetto l'evento;

6) l'utilizzazione delle immagini dell'evento per finalità promozionali e pubblicitarie di prodotti e servizi, nonché per finalità di abbinamento delle immagini dell'evento a giochi e scommesse e per lo svolgimento delle relative attività;

7) la conservazione delle fissazioni delle immagini dell'evento ai fini della costituzione di un archivio o banca dati da riprodurre, elaborare, comunicare al pubblico e distribuire in qualunque modo e forma nei termini che precedono, a partire dalla mezzanotte dell'ottavo giorno che segue alla disputa dell'evento medesimo;"

di contenuti audiovisivi tramite piattaforme digitali innovative, come quelli fruibili attraverso il Metaverso, oltre a quelli relativi a un segmento separato della domanda, quali ad esempio i diritti *betting*.

**33.** Ciò posto, l’Autorità intende effettuare osservazioni in merito alle Linee Guida trasmesse dalla Lega Pro in data 28 aprile 2022, ritenendo opportuno ricordare che, laddove in sede di predisposizione concreta dei pacchetti e di assegnazione finale i soggetti interessati non si attengano alle sue indicazioni e adottino comportamenti tali da pregiudicare la concorrenza nell’acquisizione degli specifici diritti e nei mercati posti a valle, con pregiudizio per i consumatori, essa è chiamata a intervenire, ricorrendo ai poteri che gli articoli 101 e 102 del Trattato sul Funzionamento dell’Unione Europea (“TFUE”) e la Legge n. 287/1990 le conferiscono.

**34.** In particolare, in questa sede, l’Autorità è chiamata ad approvare, per i profili di competenza, le Linee Guida previo accertamento della conformità delle stesse ai principi e alle disposizioni del Decreto (articolo 6, comma 6).

**35.** Le valutazioni di seguito svolte avranno ad oggetto unicamente il testo delle Linee Guida trasmesso in data 28 aprile 2022 dalla Lega Pro, tenendo conto delle dinamiche competitive che si sono manifestate nel territorio nazionale con riferimento alla commercializzazione dei diritti audiovisivi per le competizioni organizzate da essa organizzate.

***b) Sui criteri di formazione dei pacchetti***

**36.** Con riferimento al grado di dettaglio dei criteri di formazione dei pacchetti, in sede di presentazione delle Linee Guida, la Lega Pro non ha proceduto a un’analitica articolazione dei pacchetti, limitandosi a descrivere le tipologie di gruppi di pacchetti distinti a seconda dell’ambito nazionale e/o locale dell’esclusiva concessa per le dirette e per le differite da trasmettere con diverse modalità (TV, radio e Protocollo IP). Si osserva che la descrizione degli specifici contenuti dei pacchetti deve essere valutata alla luce della necessità di fornire un numero minimo di informazioni idonee a permettere una valutazione circa la conformità ai principi ispiratori del Decreto Melandri, nonché ai limiti da esso posti, con particolare riguardo alle caratteristiche degli eventi – quali il grado di appetibilità degli stessi – da cui consegue la possibilità di proporre al pubblico gli eventi di maggiore interesse.

**37.** Ciò posto, si sottolinea che successivamente alla pubblicazione degli inviti a offrire, resta impregiudicata l’eventuale valutazione della conformità della concreta declinazione dei pacchetti, oltre che della successiva assegnazione dei diritti, ai sensi della normativa nazionale e eurounionale e dell’articolo 8 del Decreto Melandri. L’Autorità, infatti, ritiene che la normativa nazionale e eurounionale in tema di concorrenza sia sufficiente a permettere un intervento laddove la Lega Pro, in sede di predisposizione concreta dei pacchetti e di assegnazione finale, non si attenesse alle indicazioni dell’Autorità e tale comportamento pregiudicasse la concorrenza nell’acquisizione degli specifici diritti e nei mercati posti a valle, con pregiudizio per i consumatori.

**38.** La Lega Pro intende procedere ad articolare la propria offerta in diversi pacchetti. In primo luogo, saranno oggetto di invito a offrire uno o più pacchetti di dirette a livello nazionale, relativi a partite che possono avere un determinato *appeal* in relazione a una determinata area geografica o alla notorietà di una singola Società Sportiva. Allo stesso tempo, nelle Linee Guida è prevista l’articolazione di una serie di pacchetti, esclusivi e non esclusivi, relativi alle trasmissioni a livello

locale, al fine di incentivare la specifica domanda proveniente dai tifosi legati alle squadre dell'area geografica di appartenenza.

**c) Sui criteri di assegnazione**

**39.** In linea generale, si ritiene che le regole riportate nelle linee guida in esame in materia di offerta e di assegnazione dei diritti audiovisivi e, in particolare, la previsione di un prezzo minimo di offerta, i criteri per la determinazione dello stesso e il ricorso a procedure selettive di natura competitiva, risultano allo stato idonee a consentire una piena e imparziale competizione tra i partecipanti, conformemente all'articolo 6, comma 1, del Decreto Legislativo n. 9/2008.

**40.** A quest'ultimo riguardo, si deve rimarcare l'importanza della definizione di un prezzo minimo adeguato al contenuto di ciascun pacchetto e tale da ridurre al minimo l'eventualità che la vendita di uno o più pacchetti abbia esito negativo. Tale disposizione appare giustificabile nel caso specifico dei diritti inerenti alle competizioni organizzate dalla Lega Pro in quanto volta a mantenere l'appetibilità complessiva dei pacchetti offerti in un'ottica di minore *appeal* di tali diritti rispetto alle competizioni organizzate da altre Leghe sportive.

**41.** Con riferimento ai criteri di commercializzazione, si rappresenta che la Lega si riserva di modificare i pacchetti, rispetto alla loro configurazione delle linee guida, in sede di pubblicazione degli inviti a offrire, pur mantenendo fermi i criteri della loro formazione.

**42.** Considerato lo scarso interesse degli operatori sottolineato dalla Lega Pro, la possibilità per gli utenti di utilizzare una modalità alternativa e a basso costo, rappresentata dal canale "Serie C TV", un margine di flessibilità in sede di modifica dei pacchetti può ritenersi accettabile. In ogni caso, una volta adottata tale soluzione sarebbe auspicabile che, anche alla luce di quanto emerso nel corso della consultazione, i meccanismi di scelta degli eventi che compongono i singoli pacchetti sia operata attraverso meccanismi tali da garantire l'appetibilità degli stessi e un effettivo confronto competitivo fra gli operatori interessati assegnatari degli stessi attivi in piattaforme tecnologiche e modalità fra loro diverse. I criteri adottati devono portare alla predisposizione di pacchetti conformi ai principi di equità, trasparenza e non discriminazione, con specifico riferimento all'effettivo equilibrio tra i medesimi, specialmente in termini qualitativi e di appetibilità degli eventi, come peraltro osservato anche nel contributo pervenuto nel corso della consultazione pubblica, ove si auspica di evitare un'eccessiva indeterminatezza nella configurazione dei pacchetti.

**43.** Le considerazioni svolte, relative al contesto merceologico di riferimento, giustificano altresì la possibilità per la Lega Pro di ricorrere alla trattativa privata in caso di esito di gare andate in tutto o in parte deserte. Sul punto può essere considerato un meccanismo idoneo a preservare il confronto competitivo sotteso alle procedure di gara la previsione da parte della Lega Pro di un limite al corrispettivo che può essere offerto dagli operatori interessati al fine di garantire ai diritti la possibilità di ottenere una remunerazione, ferma restando la valutazione da parte della Lega Pro della sua efficacia in sede applicativa anche nell'ottica di adottare meccanismi alternativi in sede di elaborazione di futuri bandi.

**44.** Come accennato, al fine di dare maggiore visibilità agli eventi sportivi e istituzionali, la Lega Pro ha realizzato il proprio canale tematico "Serie C TV" al quale l'utente può accedere a fronte del pagamento di una *fee*. L'iniziativa, già implementata nel corso delle precedenti stagioni sportive, pone una ulteriore piattaforma distributiva in concorrenza con le altre con le quali possono essere trasmessi gli incontri, incrementa l'offerta complessiva a disposizione dell'utente finale e garantisce

la visibilità degli eventi che non suscitano l'interesse degli operatori televisivi tradizionali. D'altra parte, la presenza di più soggetti detentori di diritti sui medesimi eventi genera una maggiore competizione nel mercato con evidenti benefici per i consumatori.

45. L'individuazione delle Società Sportive per le quali commercializzare le dirette televisive delle partite esterne, sulla base delle manifestazioni di interesse espresse dalle emittenti, appare un meccanismo idoneo a garantire la possibilità di scelta degli operatori di comunicazione, nonché le prerogative dei singoli *club*.

46. Per quanto concerne, poi, la trasmissione degli eventi da parte della Lega Pro attraverso il proprio canale tematico, si ritiene che essa non crei distorsioni nei mercati televisivi, ledendo la posizione degli operatori assegnatari dei diritti, in quanto i diritti in questione non appaiono integrare diritti audiovisivi di natura *premium* e, pertanto, l'allocazione in favore di una o più piattaforme non appare idonea ad influire significativamente sui mercati della filiera audiovisiva. Inoltre, le trasmissioni da parte del canale determineranno l'assenza di un'esclusiva assoluta derivante dalla coesistenza di più piattaforme distributive per il medesimo prodotto, con più soggetti detentori di diritti sui medesimi eventi, con il conseguente incremento dell'offerta complessiva, a beneficio del consumatore finale. La trasmissione degli eventi rimasti invenduti da parte del canale, infine, garantirà ai consumatori l'accesso a tutti gli incontri disputati nell'ambito delle competizioni organizzate dalla Lega Pro.

47. Rispetto alla durata delle licenze, si rammenta che, ai sensi dei commi 1 e 2 dell'articolo 10 del Decreto Melandri, i contratti di licenza devono avere una durata massima di tre anni o in ogni caso una durata massima che garantisca la parità di trattamento di tutti gli operatori della comunicazione. Ciò posto, la previsione di licenze per una durata inferiore, prospettata nelle Linee Guida presentate dalla Lega Pro, non è di per sé in contrasto con le predette disposizioni, ferme restando le considerazioni poco sopra svolte in merito alla predisposizione di pacchetti equilibrati ed effettivamente di pregio che garantiscano la valorizzazione dei diritti commercializzati dalla Lega Pro.

CONSIDERATO che resta impregiudicato il potere dell'Autorità di valutare la conformità degli inviti a offrire e della procedura di vendita dei diritti audiovisivi oggetto del presente provvedimento alla disciplina *antitrust* nazionale e eurounionale e al Decreto Legislativo n. 9/2008 e di procedere alla verifica di eventuali violazioni della predetta disciplina nel caso in cui la Lega Pro, in sede di predisposizione concreta dei pacchetti e di assegnazione finale, non si attenesse alle indicazioni dell'Autorità e tale comportamento pregiudichi la concorrenza nell'acquisizione degli specifici diritti e nei mercati posti a valle, con pregiudizio per i consumatori;

RITENUTO, pertanto, di poter approvare, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, le linee guida in esame ai sensi dell'articolo 6, comma 6, del Decreto Legislativo n. 9/2008;

#### DELIBERA

di approvare, ai sensi dell'articolo 6, comma 6, del Decreto Legislativo n. 9/2008, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, le linee guida della Lega Italiana Calcio Professionistico depositate in data 28 aprile 2022, aventi ad oggetto la commercializzazione di diritti audiovisivi sportivi relativi alle stagioni sportive 2022/2023, 2023/2024 e 2024/2025.

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati.

IL SEGRETARIO GENERALE  
*Guido Stazi*

IL PRESIDENTE  
*Roberto Rustichelli*

---



## PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

### IP359 - UNIEURO/MONCLICK VENDITE ON LINE-PROBLEMI VARI

*Provvedimento n. 30201*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 14 giugno 2022;

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 in particolare l'art. 27, comma 12, del *Codice del Consumo*, in base al quale, in caso di inottemperanza ai provvedimenti d'urgenza o a quelli inibitori o di rimozione degli effetti, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro e, nei casi di reiterata inottemperanza, l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni;

VISTA la legge 24 novembre 1981, n. 689;

VISTO l'art. 19 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*", adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015;

VISTA la propria delibera n. 29937 del 3 dicembre 2021, con la quale l'Autorità ha accertato la scorrettezza delle pratiche commerciali poste in essere dalla società Unieuro S.p.A. (di seguito, anche "Unieuro" o "Professionista") e dalla controllata Monclick S.r.l. (di seguito, anche "Monclick" o "Professionista") - congiuntamente indicati anche come "Professionisti" o "Società" - consistenti: nella diffusione di informazioni ingannevoli sulle caratteristiche e i tempi di consegna dei prodotti venduti attraverso i rispettivi siti internet, nonché nell'adozione di modalità scorrette del processo di vendita *online* (*pratica A*); nella ritardata/mancata consegna dei prodotti venduti *online*, nell'omessa o inadeguata fornitura del servizio di assistenza post-vendita e nell'ostacolo all'esercizio dei diritti di recesso e rimborso dei consumatori (*pratica B*);

VISTE le relazioni trasmesse dalle società Unieuro e Monclick in data 22 febbraio 2022 e le successive relazioni, integrate e aggiornate, pervenute in data 28 marzo 2022;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

**1.** Con provvedimento n. 29937 del 3 dicembre 2021 (di seguito anche "Provvedimento" o "Delibera"), di chiusura del procedimento PS11770, l'Autorità accertato due pratiche commerciali scorrette, poste in essere dai Professionisti nell'attività di vendita *online* attraverso i rispettivi siti *web unieuro.it* e *monclick.it* e consistenti: nella scorrettezza delle informazioni sulle caratteristiche delle offerte nonché del processo di vendita *online*, in violazione degli articoli 20, 21, 22, 24 e 25

del Codice del Consumo (Pratica A); nell'adozione di modalità illecite di gestione della fase successiva all'acquisto *online*, in violazione degli articoli 20, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo (Pratica B).

2. In particolare, con riferimento alla pratica (A), è stata accertata la scorrettezza di un insieme di condotte poste in essere dai Professionisti nella fase precontrattuale di promozione dei prodotti *online* e nel momento della conclusione del relativo contratto di acquisto. Nello specifico, è stata censurata in primo luogo l'omissione di informazioni e/o la diffusione di indicazioni ingannevoli in merito all'effettiva disponibilità dei prodotti, in quanto nella realtà i beni presentati come disponibili non risultavano fisicamente presenti nei magazzini o negozi delle Società<sup>1</sup>. Inoltre, limitatamente a Monclick, è stata ritenuta scorretta la mancata indicazione del fatto di operare in *dropshipping* e, quindi, di non avere la disponibilità materiale dei beni offerti in vendita, in quanto devono essere ordinati presso fornitori terzi e da questi direttamente evasi; la portata ingannevole di tale omissione risultava amplificata dalle contraddittorie e inesatte informazioni diffuse nella sezione *web* "Chi siamo" del proprio Sito, orientata a far ritenere erroneamente ai consumatori che Monclick disponesse di propri magazzini.

3. Nell'ambito della medesima pratica, sono state inoltre considerate scorrette le modalità di gestione del processo di vendita *online*, con specifico riguardo all'immediato addebito di pagamento dei prodotti acquistati *online* dai consumatori e/o al blocco del *plafond* di spesa sulle loro carte di credito, al momento dell'ordine *online* e, quindi, prima del perfezionamento del contratto, facendo poi frequentemente ricorso all'annullamento unilaterale degli ordini di acquisto. L'ulteriore condotta oggetto di contestazione concerne l'ingannevole prospettazione dei tempi di consegna a domicilio dei prodotti acquistati *online*, che in molti casi si sono rivelati inattendibili e imprecisi, laddove non del tutto omessi nella delicata fase del primo contatto dei consumatori, nel momento precedente alla conclusione del contratto<sup>2</sup>.

4. Per quanto concerne la pratica (B), l'Autorità ha accertato la scorrettezza di una serie di comportamenti posti in essere da ciascun Professionista nella fase successiva all'acquisto *online*, che si sostanziano nella ritardata/mancata consegna dei prodotti venduti sui rispettivi Siti *internet* e già pagati dai consumatori, nonché nell'omissione di informazioni relative al *tracking* e allo stato di spedizione degli ordini.

5. Nell'ambito della medesima pratica commerciale scorretta, sono inoltre state censurate le ulteriori condotte consistenti nell'ostacolo all'esercizio dei diritti di recesso e/o rimborso dei consumatori a seguito della ritardata/mancata consegna dei prodotti e/o dell'annullamento unilaterale dell'ordine<sup>3</sup>, riconducibili per Unieuro all'impossibilità di effettuare il reso su richiesta del cliente a causa dell'inadeguata procedura di generazione di RMA (non automatica), alla modalità manuale di gestione dei rimborsi secondo un processo connotato da tempi lunghissimi e al mancato sblocco degli soldi congelati dei cliente per un numero elevato di ordini cancellati; per Monclick, all'articolata procedura di gestione dell'intera pratica di rimborso, connotata dallo svolgimento di una pluralità di attività da parte delle funzioni interne preposte, ivi incluso il coordinamento con i corrieri e i fornitori dei prodotti, per il ritiro del bene e il rientro effettivo della merce "presso il

<sup>1</sup> Si vedano al riguardo i paragrafi 209-214 del Provvedimento.

<sup>2</sup> Cfr., sul punto, i paragrafi 228-236 del Provvedimento.

<sup>3</sup> Cfr. i paragrafi 244-251 del Provvedimento.

*punto logistico del fornitore*". Assumeva inoltre valenza ostruzionistica, per entrambi i Professionisti, la *policy* aziendale che imponeva di attendere la verifica dello stato d'integrità dei prodotti restituiti dai consumatori prima di effettuare i rimborsi.

6. L'ultima condotta oggetto di contestazione concerne l'omessa o inadeguata fornitura del servizio di assistenza post-vendita, che si è sostanziata nell'estrema difficoltà di contatto dei Professionisti, nell'ingiustificata dilatazione dei tempi di attesa, nella mancata evasione di elevate percentuali di richieste di assistenza nonché nella temporanea sospensione del servizio di assistenza telefonica da parte di Unieuro<sup>4</sup>.

7. Alla luce di quanto precede, l'Autorità ha sanzionato i Professionisti e vietato l'ulteriore diffusione delle pratiche commerciali scorrette, disponendo che le Società comunicassero, entro sessanta giorni dalla notifica del Provvedimento – avvenuta in data 23 dicembre 2021 – le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui ai punti a) e b) del Provvedimento.

8. In data 22 febbraio 2022, i Professionisti hanno trasmesso con il medesimo invio separate relazioni di ottemperanza<sup>5</sup>.

9. In data 14 marzo 2022, si è tenuta l'audizione dei Professionisti<sup>6</sup>.

#### **Le iniziative assunte da Unieuro e Monclick in ottemperanza alla diffida**

10. In data 28 marzo 2022, i Professionisti hanno trasmesso le versioni integrate e aggiornate delle relazioni di ottemperanza, nelle quali hanno dichiarato di aver attuato o avviato le iniziative di seguito esposte in forma sintetica<sup>7</sup>.

11. Per quanto concerne la Pratica A), al fine di evitare la diffusione di informazioni ingannevoli sulla disponibilità e i tempi di consegna dei prodotti, i Professionisti avrebbero adottato una serie di iniziative, anche nei confronti dei corrieri (e dei fornitori nel caso di Monclick), alcune delle quali ancora in via di implementazione, orientate a mantenere un controllo costante su quantità e assortimenti dedicati al canale *web*, minimizzare i casi di annullamento per indisponibilità dei prodotti, monitorare gli stati di lavorazione dell'ordine e i relativi tempi di gestione, ridurre i tempi di consegna degli ordini *home delivery* e limitare i ritardi.

12. In merito alle modalità di prospettazione dei prodotti offerti in vendita *online*, Unieuro qualifica come a) "*Disponibili*", i soli prodotti presenti nella piattaforma di Piacenza, in riferimento ai quali i sistemi informatici del professionista ne garantirebbero la presenza nei magazzini di Unieuro; b) "*Ordinabili previa verifica della disponibilità*" i prodotti non presenti presso il magazzino di Piacenza e per i quali si riserva di verificare la disponibilità presso i magazzini dei punti vendita. Monclick, invece, qualifica tutti i beni promossi e commercializzati nelle schede-prodotto pubblicate sul proprio sito *web* come "*disponibili*" e, dal mese di gennaio 2022, accanto a tale dicitura, ha inserito un "pulsante" all'interno di un cerchietto rosso, cliccando il quale si apre un *pop-up* contenente la seguente informazione: "*Dopo che avrai effettuato l'ordine, verificheremo*

---


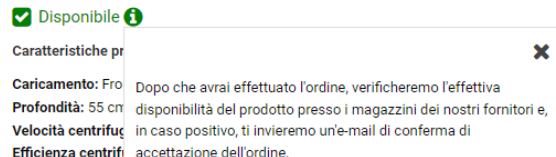
<sup>4</sup> Si vedano al riguardo i paragrafi 252-257 del Provvedimento.

<sup>5</sup> Cfr. nota prot. 21742 del 22 febbraio 2022.

<sup>6</sup> Cfr. trasmissione verbale di audizione, prot. 28165 del 21 marzo 2022.

<sup>7</sup> Cfr. nota prot.29715 del 28 marzo 2022 (trasmessa tramite PEC in data 25 marzo 2022).

*l'effettiva disponibilità del prodotto presso i magazzini dei nostri fornitori e, in caso positivo, ti invieremo un e-mail di conferma di accettazione dell'ordine"* (si veda l'immagine sotto riportata).

Prima di cliccare sul pulsante/link i	Dopo aver cliccato sul pulsante/link i
	

13. Con riferimento alle informazioni pubblicate da Monclick in relazione alle modalità di vendita e approvvigionamento dei prodotti, la società ha modificato la sezione “*Chi siamo*” del sito internet: i) eliminando la voce “*Trasparenza*”, dove erano presenti affermazioni che lasciavano intendere il possesso di magazzini; ii) evidenziando che Monclick opera in *dropshipping*, attraverso la seguente dicitura: “*Monclick è una società di e-commerce specializzata nella vendita di prodotti di Informatica, Elettronica, Elettrodomestici, Giochi e Telefonia consegnati su tutto il territorio italiano. Fondata nel 2005, è oggi uno dei primi e-tailer italiani del settore high-tech ed opera in dropshipping*”.

14. In relazione al processo di vendita *online*, i Professionisti hanno confermato di continuare a procedere all'immediato blocco del *plafond* al momento dell'ordine del prodotto, “*dopo averne verificato sui propri sistemi l'effettiva disponibilità*”, per poi effettuare la richiesta di addebito della somma quando il prodotto è consegnato al corriere. Secondo le Società, il rischio di annullamento dopo il blocco del *plafond* sarebbe del “*tutto marginale*”, visto che, prima di procedere all'autorizzazione, sarebbe verificata la presenza del prodotto ordinato in almeno uno dei punti vendita (presso i magazzini di Unieuro nel caso di Monclick) tramite il sistema gestionale e l'introduzione di una [omissis]\* che permetterebbe di mostrare i prodotti come disponibili sul sito “*solo se presenti nei magazzini dei punti vendita in almeno [omissis] unità*”. Ad oggi i casi di annullamento unilaterale per indisponibilità dei prodotti sarebbero prossimi allo zero per Unieuro, che invierebbe anche un *coupon* di valore variabile in funzione delle circostanze del caso concreto (“*tra cui in primis il valore dell'ordine annullato*”), e di poco superiori all'1% per Monclick, la quale ha sottolineato che tuttavia “*già informa preventivamente i consumatori che l'effettiva disponibilità dei prodotti visibili sul sito verrà verificata dopo l'effettuazione dell'ordine*”.

15. Per quanto attiene alle modalità illecite di gestione della fase successiva all'acquisto *online*, censurate nell'ambito della Pratica B), Unieuro ha evidenziato come le misure complessivamente attuate, al fine di garantire la disponibilità dei prodotti venduti *online* e migliorare lo *standard* di servizio dei corrieri, avrebbero determinato una rilevante riduzione delle ipotesi di mancata consegna, che nei primi due mesi del 2022 sarebbero inferiori all'1%. Monclick non ha fornito alcun dato in proposito.

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

**16.** Con riguardo al *tracking* degli ordini, i Professionisti hanno affermato di aver introdotto una serie di modifiche ai propri processi interni volte a consentire a tutti i clienti la possibilità di monitorare costantemente lo stato delle spedizioni dei prodotti acquistati *online*, ricevendo informazioni dettagliate e aggiornate, attraverso un'interfaccia semplice e chiara. Rilevano in tal senso il nuovo processo di etichettatura automatizzata degli ordini *home delivery* di Unieuro (principale fornitore di Monclick), volto a garantire una piena tracciabilità di tutti i prodotti spediti dalla piattaforma Unieuro; le nuove modalità informative sul *tracking* degli ordini presenti sul sito, che sono uniformi per tutti i corrieri e contengono uno specifico campo dedicato alla data della prevista consegna; la possibilità per il consumatore di accedere anche alla pagina di *tracking* del corriere espresso e l'accesso diretto e immediato del *customer care* di entrambi i Professionisti a tutte le informazioni relative al *tracking* al fine di aggiornare i consumatori sullo stato dei loro ordini. Per effetto di tali misure Unieuro sarebbe stata in grado di tracciare correttamente fino alla consegna circa il [90%-100%] degli ordini spediti e Monclick circa il [90%-100%].

**17.** In merito ai diritti di recesso e rimborso dei consumatori, Unieuro e Monclick hanno rappresentato di aver introdotto una serie di misure volte a facilitare le modalità di esercizio del diritto di recesso e garantire il rimborso dei consumatori con tempi certi (14 giorni) utilizzando lo stesso mezzo di pagamento usato dal consumatore, salvo ritardi del consumatore nel rispedire la merce o nel consegnarla al punto vendita. A tale proposito rilevano le procedure automatizzate volte a consentire di ottenere in autonomia, accedendo alla propria area personale sui Siti *web* dei Professionisti, il codice attestante l'autorizzazione al reso (c.d. RMA - *Return Merchandise Authorization*), da apporre sull'etichetta del pacco da restituire, nonché la facoltà del cliente, in alternativa, di rivolgersi direttamente al *customer care*.

**18.** Quanto al diritto di rimborso dei consumatori, i Professionisti hanno modificato la censurata *policy* aziendale che subordinava il rimborso alla previa verifica dell'integrità dei prodotti, prevedendo che la restituzione dell'intero importo (ivi incluse le spese di spedizione) sia effettuata entro il termine di quattordici giorni dalla data di comunicazione della volontà di recedere, riservandosi la facoltà di trattenere il rimborso finché non abbiano ricevuto i prodotti o il consumatore non abbia dimostrato di aver rispedito i beni, a seconda di quale situazione si verifichi prima.

**19.** Con riferimento ai servizi di assistenza post-vendita, Unieuro ha evidenziato di aver attuato una serie di misure che avrebbero già comportato un sensibile miglioramento del livello di servizio di assistenza clienti, in termini di riduzione dei tempi medi (i) di gestione dei *ticket* e (ii) di attesa per la risposta del *call center*, tra le quali rilevano: a) l'integrazione del sistema di *ticketing* del *customer care* con la barriera telefonica, in modo da permettere l'apertura automatica di un *ticket* tramite l'interazione con l'interactive voice response (IVR), il riconoscimento immediato dei clienti che contattano il *customer care* e la pronta identificazione degli ordini oggetto di richiesta di supporto; b) l'incremento delle risorse dedicate al *customer care* e il raddoppio del monte ore del personale in *outsourcing*; c) l'introduzione di molteplici processi volti al monitoraggio costante delle segnalazioni e dei possibili disagi che potrebbero derivare ai consumatori dai processi di spedizione e/o lavorazione degli ordini; d) l'istituzione di uno *steering committee* composto dai rappresentanti di varie funzioni interne al fine di individuare e risolvere eventuali criticità nella gestione degli ordini.

20. In merito ai servizi di assistenza di Monclick, la Società avrebbe registrato un notevole miglioramento nella *performance* del *customer care* in termini di significativo aumento del numero di chiamate prontamente gestite dal *call center*, grazie a: *i)* l'implementazione di un processo di monitoraggio quotidiano delle opinioni negative rilasciate dai consumatori sulle varie piattaforme dedicate all'assistenza clienti e le relative analisi mensili; *ii)* la sottoscrizione di una *partnership* con una piattaforma di raccolta di recensioni certificate per le aziende; *iii)* l'adozione di un processo per l'individuazione delle problematiche ricorrenti e la definizione di nuove procedure al fine di risolverle; *iv)* l'istituzione di uno *steering committee* composto dai rappresentanti di varie funzioni interne per risolvere le criticità; *v)* un articolato piano di formazione per gli addetti al *customer care*. In aggiunta all'attuazione di tali iniziative, Monclick aveva previsto di avviare, entro marzo 2022, un meccanismo di *screening* preliminare delle informazioni fornite dal cliente per consentire all'assistenza di rispondere velocemente alle richieste nonché uno strumento di gestione delle istanze inviate al *customer care*, volto a categorizzare automaticamente le richieste, individuare le priorità ed elaborare statistiche sulle problematiche più ricorrenti.

### **Gli elementi acquisiti dopo la notifica del Provvedimento e le criticità persistenti**

21. A seguito della chiusura del procedimento PS11770 sono pervenute alcune segnalazioni da parte di consumatori dalle quali emergerebbe che i Professionisti continuino a porre in essere almeno alcune delle condotte illecite oggetto del Provvedimento, riconducibili a entrambe le pratiche commerciali scorrette accertate, con particolare riferimento ai seguenti comportamenti: l'impossibilità di procedere nei mesi di febbraio e marzo 2022 all'acquisto sul Sito Unieuro di prodotti in offerta prospettati come disponibili, a causa dell'esaurimento scorte<sup>8</sup> o in quanto "Si è verificato un errore, uno o più prodotti nel carrello non sono momentaneamente più disponibili"<sup>9</sup>; l'annullamento unilaterale di ordini aventi ad oggetto prodotti presentati come disponibili<sup>10</sup>; la mancata indicazione dei tempi di consegna<sup>11</sup>; il mancato rispetto dei tempi di consegna originariamente prospettati<sup>12</sup>; l'omessa consegna dei prodotti acquistati *online* dai consumatori sul Sito Unieuro nei mesi di novembre/dicembre 2021<sup>13</sup>; il ritardo nella corresponsione del rimborso

<sup>8</sup> Cfr. segnalazione prot. 26456 del 14 marzo 2022.

<sup>9</sup> Cfr. segnalazione prot. 23365 del 28 febbraio 2022.

<sup>10</sup> Cfr. segnalazioni prot. 95357 del 24 dicembre 2021 e prot. 26182 del 11 marzo 2022 (Unieuro). Al riguardo si veda anche la segnalazione prot. 95556 del 27 dicembre 2021 attraverso la quale un consumatore lamenta la parziale mancata consegna di prodotti venduti in *bundle* (PS5) e prospettati come disponibili al momento dell'ordine (Unieuro). Sempre per quanto concerne l'annullamento di un ordine "per esaurimento scorte" da parte di Monclick, rileva la segnalazione prot. 45695 del 3 giugno 2022; il professionista, in risposta al reclamo della consumatrice, ha evidenziato che "La promozione sul prodotto in oggetto era molto appetibile e sono entrati alcuni ordini in eccesso rispetto alla disponibilità" (comunicazione prot. 45938 del 6 giugno 2022).

<sup>11</sup> Cfr. segnalazione prot. 95525 del 27 dicembre 2021 (Monclick).

<sup>12</sup> Cfr. segnalazione prot. 29387 del 25 marzo 2022 relativa a Unieuro. Le segnalazioni prot. 95501 del 24 dicembre 2022 e prot. 95990 del 28 dicembre 2022 riguardano acquisti *online* sul sito Unieuro effettuati nei mesi di novembre/dicembre 2021 con consegna "garantita" entro Natale 2021, ma non rispettata. La segnalazione prot. 14849 del 25 gennaio 2022 concerne un prodotto ordinato sul sito di Monclick il 16 novembre 2021 e non ancora consegnato.

<sup>13</sup> Cfr. segnalazioni prot. 10797 del 7 gennaio 2022 e prot. 10978 del 10 gennaio 2022.

da parte di Unieuro a seguito del recesso dei clienti<sup>14</sup>; l'omessa informativa sul recesso da parte di Monclick<sup>15</sup>.

**22.** In primo luogo, per quanto concerne le condotte ritenute scorrette nell'ambito della pratica commerciale A) si evidenzia che le misure di ottemperanza comunicate da Unieuro e Monclick non appaiono idonee, nel loro complesso, a costituire compiuta e piena attuazione della diffida contenuta nel Provvedimento, in quanto le iniziative intraprese dai Professionisti in relazione alle modalità di indicazione della disponibilità dei prodotti, delle tempistiche di consegna e del modello di vendita di Monclick in *dropshipping*, nonché alla gestione del processo di vendita *online*, con specifico riguardo al blocco del *plafond* prima della conclusione del contratto e alla facoltà di unilaterale annullamento dell'ordine, non risultano adeguate a garantire la rimozione dei principali profili di scorrettezza censurati dall'Autorità.

**23.** Con specifico riguardo alle indicazioni diffuse sulla disponibilità dei prodotti, le modalità informative utilizzate da Monclick, che qualifica tutti i beni offerti in vendita *online* come "disponibili", mantengono la potenzialità decettiva già contestata, nella misura in cui si riferiscono a prodotti che non sono fisicamente nella disponibilità del Professionista, in quanto questo opera in *dropshipping* e dunque non detiene la disponibilità materiale della merce commercializzata ma deve approvvigionarsi presso fornitori terzi che provvederanno all'evasione degli ordini. La circostanza che nelle schede prodotto, accanto alla dicitura "disponibile", sia stata inserita una piccola icona che il consumatore deve "cliccare" al fine di ricevere, in un apposito *pop-up*, la vaga informazione circa il fatto che, dopo aver effettuato l'ordine, Monclick verificherà l'effettiva disponibilità del prodotto "presso i magazzini dei nostri fornitori", non risulta idonea a superare la portata ingannevole delle predette modalità di prospettazione, in ragione della genericità delle informazioni fornite e del fatto che comunque la loro conoscibilità è subordinata ad un'attivazione da parte del consumatore. In ogni caso, la locuzione "disponibile" utilizzata da Monclick per qualificare prodotti che deve acquistare presso terzi fornitori si palesa inesatta e fuorviante nel confronto con la dicitura "ordinabile previa verifica della disponibilità" adottata da Unieuro per la medesima tipologia di prodotti (*i.e.*: non fisicamente presenti nel magazzino centrale, in relazione ai quali si riserva di verificare la disponibilità "presso i magazzini dei Punti Vendita o altrove"). Anche la modifica della sezione "Chi siamo" riporta solo incidentalmente e con modalità informative incomplete e inadeguate la circostanza di operare in *dropshipping*, inserita in una parte del sito che non è coinvolta dal processo di acquisto e la cui consultazione risulta essere meramente eventuale.

**24.** Del pari, le informazioni fornite dai Professionisti sui tempi di consegna non risultano in linea con le censure formulate nel Provvedimento, relative tanto al profilo della decettività quanto al profilo dell'omissione, in quanto Unieuro e Monclick omettono di indicare - sia nella *homepage* e sia nelle schede prodotto - la data di consegna dell'ordine, limitandosi a prevedere un termine *standard* nelle Condizioni generali di vendita e rinviando alle informazioni che saranno rese nelle *mail* di accettazione dell'ordine. Tale condotta è suscettibile di perpetrare il *deficit* informativo già

---

<sup>14</sup> Cfr. segnalazione prot. 10379 del 4 gennaio 2022, relativa al mancato rimborso a seguito del reso di un TV acquistato *online* nel novembre 2021; la segnalazione prot. 18019 dell'8 febbraio 2022 concerne un'ipotesi recesso, esercitato il 30 dicembre 2021, restituzione del prodotto avvenuta il 10 gennaio 2022 e ritardo nella restituzione dell'importo. Un'ulteriore segnalazione (prot. 13177 del 18 gennaio 2022) riferisce di un ordine *online* del 14 gennaio 2022 non andato a buon fine nonostante l'addebito del prezzo di acquisto (700 euro), in relazione al quale la segnalante lamenta il mancato riaccredito.

<sup>15</sup> Cfr. segnalazione prot. 15379 del 26 gennaio 2022.

sanzionato, in quanto risulta pretermessa un'informazione rilevante di cui il consumatore ha bisogno fin dal primo contatto, per poter prendere una decisione consapevole di acquisto.

**25.** Infine, i Professionisti risultano aver reiterato le condotte oggetto di puntuale censura nel Provvedimento, consistenti nel prevedere l'immediato blocco del *plafond*, con conseguente congelamento dell'importo corrispondente al prezzo di acquisto, al momento dell'ordine *online* e quindi prima del perfezionamento del contratto, riservandosi di esercitare la facoltà di annullamento degli ordini ancora disciplinata nelle rispettive condizioni generali di vendita<sup>16</sup>. In base all'attuale disciplina contrattuale delle società, infatti, la presentazione di prodotti acquistabili sui rispettivi Siti *web* costituisce invito ad offrire e l'ordine inviato *online* dal cliente vale quale proposta contrattuale di acquisto; il contratto si considera concluso solo dopo l'accettazione da parte della società (che nel caso di Monclick continua a essere tacita)<sup>17</sup>. In aggiunta, Monclick ha mantenuto la previsione secondo cui provvede all'addebito sulla carta di credito (non più solo al blocco del *plafond*) nell'eventualità che l'ordine risulti ancora aperto oltre il 23° giorno dalla data di inoltro, anche se in anticipo sulla consegna materiale della merce, al fine di evitare la scadenza di autorizzazione della transazione (24 giorni)<sup>18</sup>.

**26.** Per quanto attiene ai comportamenti illeciti riconducibili alla pratica commerciale scorretta B), si osserva che sono state acquisite agli atti evidenze documentali atte a configurare la possibile reiterazione da parte dei due Professionisti di condotte connotate dai medesimi profili di illiceità già censurati nel Provvedimento, con particolare riferimento alle fattispecie di mancata consegna e ostacolo all'esercizio dei diritti di recesso e rimborso dei consumatori oggetto delle richieste di intervento pervenute in Autorità dopo la chiusura del procedimento. A fronte di tali elementi, le circoscritte informazioni e i dati parziali forniti dai Professionisti nelle relazioni di ottemperanza non sono allo stato idonei a dimostrare l'effettiva efficacia, in concreto, delle iniziative di ottemperanza poste in essere da Unieuro e Monclick e, quindi, ad attestare la compiuta e piena attuazione della diffida dell'Autorità.

**27.** Alla luce di quanto sopra esposto, i comportamenti di Unieuro e Monclick, sulla base della rappresentazione fornita nelle relazioni di ottemperanza e delle segnalazioni pervenute dai consumatori, appaiono porsi in linea di continuità con le condotte illecite accertate nel Provvedimento, orientate nel complesso a diffondere informazioni ingannevoli sulle caratteristiche delle offerte commerciali, a gestire in modo scorretto il processo di vendita *online* e a ostacolare l'esercizio dei diritti di recesso e rimborso dei consumatori.

**28.** Dalle evidenze documentali agli atti risulta dunque che le condotte illecite poste in essere dai professionisti dopo la notifica del provvedimento n. 29937, del 3 dicembre 2021 (avvenuta in data 23 dicembre 2021) e attualmente in corso presentano i medesimi profili di illiceità di quelle già vietate dall'Autorità.

**29.** Ricorrono, in conclusione, i presupposti per l'avvio del procedimento previsto dall'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, volto all'irrogazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro.

---

<sup>16</sup> Si vedano gli articoli 2.1 e 5.8 delle Condizioni generali di vendita di Unieuro e le sezioni C5-C6 e C7 delle condizioni contrattuali di Monclick.

<sup>17</sup> Cfr. per Unieuro art. 2.1 CGV *online* e per Monclick sezioni B.1 e C.3 CGV *online*.

<sup>18</sup> Cfr. attuale sezione D.2 CGV.



RITENUTO, pertanto, che i fatti accertati integrano una fattispecie di inottemperanza alla delibera dell'Autorità n. 29937, del 3 dicembre 2021, ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo;

#### DELIBERA

a) di contestare a Unieuro S.p.A. e Monclick S.r.l. la violazione di cui all'articolo 27, comma 12, del Codice del Consumo, per non aver ottemperato alla delibera dell'Autorità n. 29937, del 3 dicembre 2021;

b) l'avvio del procedimento per eventuale irrogazione della sanzione pecuniaria prevista dall'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo;

c) che il responsabile del procedimento è il dott. Antonino D'Ambrosio;

d) che può essere presa visione degli atti del procedimento presso la Direzione A, della Direzione Generale per la Tutela del Consumatore, dell'Autorità, dai legali rappresentanti delle società Unieuro S.p.A. e Monclick S.r.l., ovvero da persone da essa delegate;

e) che, entro il termine di trenta giorni dalla comunicazione del presente provvedimento, gli interessati possono far pervenire all'Autorità scritti difensivi e documenti, nonché chiedere di essere sentiti;

f) che il procedimento deve concludersi entro centoventi giorni dalla data di comunicazione del presente provvedimento.

Ai fini della quantificazione dell'eventuale sanzione pecuniaria prevista dall'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, si richiede alle società Unieuro S.p.A. e Monclick S.r.l. di fornire copia dell'ultimo bilancio ovvero idonea documentazione contabile attestante le condizioni economiche nell'ultimo anno.

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

IL SEGRETARIO GENERALE  
*Guido Stazi*

IL PRESIDENTE  
*Roberto Rustichelli*

---

**PS12152 - ASCENSORI TRINACRIA DI GAETANO DI PIETRO-ASSISTENZA  
ASCENSORI**

*Provvedimento n. 30203*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 14 giugno 2022;

SENTITO il Relatore Presidente Roberto Rustichelli;

VISTA 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;

VISTA la comunicazione, pervenuta in data 8 aprile 2022, con la quale il Sig. Gaetano Di Pietro, titolare dell'impresa individuale Ascensori Trinacria ha presentato impegni ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento;

VISTI gli atti del procedimento;

**I. LA PARTE**

1. Il Sig. Gaetano Di Pietro, titolare dell'impresa individuale Ascensori Trinacria in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo (di seguito, anche solo “il professionista”). L'impresa è attiva nel settore della installazione, riparazione e manutenzione di ascensori e scale mobili.

**II. LA PRATICA COMMERCIALE**

2. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dal professionista, consistente nella imposizione nei confronti dei consumatori (ivi inclusi i condomini) del rinnovo automatico del contratto di manutenzione con un termine per la disdetta eccessivamente anticipato rispetto alla scadenza e con l'applicazione di una penale corrispondente a tutte le quote previste fino al termine del contratto, non rispettando il foro del consumatore per le relative controversie.

**III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO: LA PRESENTAZIONE DEGLI IMPEGNI*****1) L'iter del procedimento***

3. In relazione alle condotte sopra descritte, in data 23 febbraio 2022 è stato comunicato al professionista l'avvio del procedimento istruttorio PS12152. In tale sede è stato ipotizzato che la condotta del professionista fosse suscettibile di integrare una violazione degli articoli 20, 21, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo, in quanto idonee ad indurre in errore il consumatore medio riguardo ai diritti di cui è titolare, omissive di informazioni rilevanti indispensabili per il consumatore medio al fine di assumere una decisione di natura commerciale consapevole e idonee a indebitamente condizionarlo limitandone considerevolmente la libertà di scelta o di comportamento.

4. Contestualmente alla comunicazione di avvio, al fine di acquisire elementi conoscitivi utili alla valutazione della pratica commerciale in esame, è stato chiesto al professionista, ai sensi dell'art. 27, commi 3 e 4, del Codice del Consumo e dell'art. 12, comma 1, del Regolamento, di fornire informazioni e relativa documentazione circa le condotte contestate.

5. In data 8 aprile 2022 il professionista ha formulato una proposta di impegni.

6. In data 15 aprile 2022 il professionista ha fornito la risposta alla richiesta di informazioni formulata con l'avvio del procedimento ed ha presentato argomentazioni difensive.

7. In data 19 maggio 2022 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

#### **2) Gli elementi acquisiti e gli impegni del professionista**

8. Con nota pervenuta in data 8 aprile 2022, 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.

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

10. In primo luogo, il professionista si impegna a rimuovere i profili di possibile scorrettezza e violazione delle norme di cui al Codice del Consumo con riferimento ai contratti in essere.

A tali fini, ha già provveduto ad inoltrare ai Condomini con cui è pendente allo stato attuale un rapporto negoziale, apposita nota con cui si è informato della modifica parziale e migliorativa per gli stessi condomini dei contratti in essere tramite la sostituzione delle precedenti clausole di possibile contenuto illecito/vessatorio con nuove previsioni dal tenore conforme alle previsioni di legge e regolamento.

In particolare, si tratta del rinnovo tacito del contratto salvo disdetta 30 giorni prima della scadenza, dell'esclusiva competenza del Foro di residenza o del domicilio elettivo del cliente, nonché della previsione di una penale per cessazione anticipata, salvo il risarcimento dell'eventuale maggior danno subito, pari a:

a) per contratti di durata annuale: il 40% dei canoni residui;

b) per contratti di durata biennale<sup>1</sup>: rispettivamente il 40% o il 30% dei canoni residui, a seconda che la cessazione intervenga nel primo o nel secondo anno contrattuale;

c) per contratti di durata triennale: rispettivamente il 40%, il 30%, il 20% dei canoni residui, a seconda che la cessazione intervenga nel primo, nel secondo o terzo anno contrattuale;

d) per contratti di durata quadriennale: rispettivamente il 40%, il 30%, il 20%, dei canoni residui, a seconda che la cessazione intervenga nel primo, nel secondo, nel terzo o quarto anno contrattuale.

11. In secondo luogo, il professionista ha già predisposto un nuovo modello contrattuale che si impegna con effetto immediato e a tempo indeterminato a utilizzare per i possibili clienti, nel quale sono previste le clausole come sopra modificate.

12. Infine, con riferimento alle pendenze — tutte stragiudiziali, conseguenti a richieste inviate dal professionista a seguito dell'esercizio da parte dei clienti di risoluzione anticipata — in essere con i consumatori/clienti relative alle richieste di pagamento delle penali, come determinate nei moduli contrattuali precedentemente in uso, passibili di eventuale illegittimità (sub specie di violazione degli artt. 20-25 cod. consumo), il professionista si impegna ad inoltrare, entro 30 giorni dalla

---

<sup>1</sup> Considerando come primo anno contrattuale quello dell'ultimo eventuale avvenuto rinnovo.

comunicazione di accettazione dei propri impegni da parte dell'Autorità, apposita nota di rettifica delle precedenti diffide con cui si preciserà che l'importo richiesto, a titolo di penale per la risoluzione anticipata del contratto da parte di costoro, andrà considerata pari al 40% dei canoni residui.

#### **IV. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI**

**13.** 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 23 febbraio 2022.

**14.** In particolare, si ritiene che le misure proposte siano idonee a rimuovere i possibili profili di scorrettezza delineati in sede di avvio del procedimento relativamente alla contestata imposizione nei confronti dei consumatori (ivi inclusi i condomini) del rinnovo automatico del contratto di manutenzione con un termine per la disdetta eccessivamente anticipato rispetto alla scadenza e con l'applicazione di una penale corrispondente a tutte le quote previste fino al termine del contratto, non rispettando il foro del consumatore per le relative controversie.

**15.** Il superamento della previsione ed applicazione della clausola relativa al rinnovo automatico del contratto con un termine per la disdetta significativamente anticipato rispetto alla sua scadenza evita per il consumatore di doversi attivare ben prima della scadenza contrattuale per valutare la convenienza della prosecuzione del rapporto contrattuale e, se del caso, per reperire altra impresa cui affidare il servizio di manutenzione dell'impianto valutando le offerte disponibili sul mercato.

**16.** Parimenti, risolve le criticità evidenziate in sede di avvio, la modifica della previsione contrattuale relativa al pagamento di una penale pari all'intero canone pattuito nel contratto. Viene così superato l'addebito di una penale, quantificata in misura sproporzionata, che avrebbe potuto ostacolare la possibilità di cambiare fornitore anche in caso di servizio insoddisfacente; ciò peraltro in un contesto in cui alla cessazione del rapporto consegue la mancata prestazione di una parte anche molto rilevante dei servizi di manutenzione<sup>2</sup>.

**17.** È stato, infine, previsto il rispetto del foro inderogabile di residenza degli stessi consumatori, per consentire loro di esercitare un'azione legale nella naturale sede di giudizio.

**18.** La proposta di impegni risulta, inoltre, suscettibile di accoglimento alla luce della adozione anche di misure in grado di eliminare gli effetti attuali della condotta nei confronti di clienti consumatori, essendosi il professionista impegnato a ridurre alla misura del solo 40% dei canoni residui le richieste di penali già formulate a precedenti clienti per la risoluzione anticipata del rapporto di fornitura di servizi.

**19.** Va infine tenuto conto della dimensione del professionista, che è una piccola impresa, e della limitata estensione della pratica contestata, atteso che, nonostante il professionista abbia richiesto penali per la risoluzione anticipata del rapporto commerciale nella misura eccessiva prevista nel proprio modello contrattuale, negli ultimi cinque anni ha concretamente incassato la penale richiesta da uno solo dei propri clienti consumatori per un ammontare pari solo al 50% dei canoni residui.

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

---

<sup>2</sup> La manutenzione degli impianti di ascensori (e prodotti similari), deve essere per legge eseguita due volte all'anno ex D.P.R. 20 aprile 1999, n.162.

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati dal Sig. Gaetano Di Pietro, titolare dell'impresa individuale Ascensori Trinacria, 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 del Sig. Gaetano Di Pietro, titolare dell'impresa individuale Ascensori Trinacria;

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

#### DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti del Sig. Gaetano Di Pietro, titolare dell'impresa individuale Ascensori Trinacria, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 9, comma 2, lettera a), del Regolamento, gli impegni dalla stessa società proposti in data 8 aprile 2022, come descritti nella dichiarazione allegata al presente provvedimento, che costituisce parte integrante dello stesso;

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 il Sig. Gaetano Di Pietro, titolare dell'impresa individuale Ascensori Trinacria, 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  
*Guido Stazi*

IL PRESIDENTE  
*Roberto Rustichelli*

---

**PS12152 - ASCENSORI TRINACRIA DI GAETANO DI PIETRO-ASSISTENZA  
ASCENSORI**

*Allegato al provvedimento n. 30203*

**DICHIARAZIONE DI IMPEGNI**

Nell'ambito del procedimento n. PS12152, avviato dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato in data 23 febbraio 2022 e avente ad oggetto le condotte commerciali del professionista in materia di pratiche commerciali scorrette, il Sig. Gaetano Di Pietro, titolare dell'impresa individuale Ascensori Trinacria, 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.

**A. PRIMO IMPEGNO: MODIFICA PARZIALE CONTRATTI PENDENTI**

In primo luogo, il professionista si impegna a rimuovere i profili di possibile scorrettezza e violazione delle norme di cui al Codice del Consumo con riferimento ai contratti in essere.

A tali fini, si è già provveduto ad inoltrare ai Condomini con cui è pendente allo stato attuale un rapporto negoziale, apposita nota con cui si è informato della modifica parziale e migliorativa per gli stessi condomini dei contratti in essere (di cui si allega copia, Allegato 1, tramite la sostituzione delle precedenti clausole di possibile contenuto illecito/vessatorio con nuove previsioni dal tenore conforme alle previsioni di legge e regolamento (Cfr. Allegato 2).

**Durata: a tempo indeterminato.**

**Tempi di attuazione: attuati preventivamente alla presentazione dei presenti impegni.**

**B. SECONDO IMPEGNO: MODIFICA DELLA MODULISTICA CONTRATTUALE DA  
PROPORRE AI FUTURI E POTENZIALI CLIENTI**

In secondo luogo, il professionista ha già predisposto un nuovo modello contrattuale che si impegna a utilizzare, con effetto immediato, nella propria attività professionale e commerciale, proponendo lo stesso modulo ai possibili clienti (Allegato 3).

**Durata: a tempo indeterminato.**

**Tempi di attuazione: attuati preventivamente alla presentazione dei presenti impegni**

**C. TERZO IMPEGNO: MODIFICA AMMONTARE RICHIESTO IN VIA  
STRAGIUDIZIALE A TITOLO DI PENALE**

Infine, con riferimento alle pendenze — si precisa tutte stragiudiziali, recte conseguenti a richieste inviate dal professionista a seguito dell'esercizio da parte dei clienti di risoluzione anticipata — in essere con i consumatori/clienti relative alle richieste di pagamento delle penali, come determinate

nei moduli contrattuali precedentemente in uso, passibili di eventuale illegittimità (sub specie di violazione degli artt. 20-25 cod. consumo), il professionista si impegna ad inoltrare ai soggetti terzi apposita nota di rettifica delle precedenti diffide con cui si preciserà che l'importo richiesto, a titolo di penale per la risoluzione anticipata del contratto da parte di costoro, andrà considerata pari al 40% dei canoni residui.

**Durata: a tempo indeterminato.**

**Tempi di attuazione: entro 30 gg. dalla comunicazione di accettazione dei presenti impegni da parte dell'Autorità.**

---

---

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

Bollettino Settimanale  
Anno XXXII- N. 25 - 2022

---

***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: <https://www.agcm.it>

---

***Realizzazione grafica***

Area Strategic Design

---