



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXXIII - n. 6

**Publicato sul sito www.agcm.it
6 febbraio 2023**

SOMMARIO

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE	5
I859 - GARE DI ACQUISTO E FORNITURE DI RADIOFARMACI	
<i>Provvedimento n. 30460</i>	5
I863 - PREZZO BIGLIETTI AEREI DA E PER LA SICILIA NEL PERIODO NATALIZIO	
<i>Provvedimento n. 30461</i>	6
OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	7
C12511 - ALIA SERVIZI AMBIENTALI/ACQUA TOSCANA-CONSIAG-PUBLISERVIZI	
<i>Provvedimento n. 30458</i>	7
C12512 - AXPO ITALIA-CANARBINO/RAMO D'AZIENDA DI METAN ALPI SESTRIERE	
<i>Provvedimento n. 30459</i>	17
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	21
PS12362 - KASANOVA	
<i>Provvedimento n. 30463</i>	21
PS12363 - GALILEO-SATUR	
<i>Provvedimento n. 30464</i>	28
PS12364 - CONFORAMA	
<i>Provvedimento n. 30465</i>	35
PS12429 - HELIAIR ELICOTTERI – MANCANZA DI LICENZA	
<i>Avviso di comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria</i>	41

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

1859 - GARE DI ACQUISTO E FORNITURE DI RADIOFARMACI

Provvedimento n. 30460

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 17 gennaio 2023;

SENTITO il Relatore Presidente Roberto Rustichelli;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287, e successive modifiche;

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

VISTO il proprio provvedimento 30088 del 29 marzo 2022 con il quale è stata avviata un'istruttoria ai sensi dell'articolo 14 della Legge n. 287/90, nei confronti delle società Novartis AG, Advanced Accelerator Applications S.r.l., Curium Netherlands Holding B.V., Curium Italy S.r.l., ITEL Telecomunicazioni S.r.l., GE Healthcare International B.V., GE Healthcare Italia S.r.l., ACOM - Advanced Center Oncology Macerata - S.r.l. e dell'Associazione Italiana di Medicina Nucleare ed Imaging Molecolare (AIMN), per accertare l'esistenza di eventuali violazioni dell'articolo 101 TFUE;

VISTI gli atti del procedimento;

RITENUTA necessaria la sostituzione del responsabile del procedimento per sopravvenute esigenze organizzative;

DELIBERA

a) di sostituire la dott.ssa Claudia Desogus con la dott.ssa Valentina Depau come responsabile del procedimento;

b) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione cartelli, *leniency*, *whistleblowing* del Dipartimento per la Concorrenza 1 di questa Autorità, dai legali rappresentanti delle parti o da persone da essi delegate.

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

1863 - PREZZO BIGLIETTI AEREI DA E PER LA SICILIA NEL PERIODO NATALIZIO
Provvedimento n. 30461

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 17 gennaio 2023;

SENTITO il Relatore Presidente Roberto Rustichelli;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287 e successive modifiche;

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

VISTO il proprio provvedimento 30408 del 20 dicembre 2022 con il quale è stata avviata un'istruttoria ai sensi dell'articolo 14 della Legge n. 287/90, nei confronti delle società Ryanair DAC, Wizz Air Hungary Ltd, EasyJet Airline Company Limited e Italia Trasporto Aereo S.p.A., per accertare l'esistenza di eventuali violazioni dell'articolo 101 TFUE;

VISTI gli atti del procedimento;

RITENUTA necessaria la sostituzione del responsabile del procedimento per sopravvenute esigenze organizzative;

DELIBERA

a) di sostituire la dott.ssa Francesca Gerardi con la dott.ssa Federica Manca come responsabile del procedimento;

b) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione cartelli, *leniency*, *whistleblowing* del Dipartimento per la Concorrenza 1 di questa Autorità, dai legali rappresentanti delle parti o da persone da essi delegate.

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

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

C12511 - ALIA SERVIZI AMBIENTALI/ACQUA TOSCANA-CONSIAG-PUBLISERVIZI *Provvedimento n. 30458*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 17 gennaio 2023;

SENTITO il Relatore, Professor Michele Ainis;

VISTO il Regolamento (CE) n. 139/2004;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione della società Alia Servizi Ambientali S.p.A., pervenuta il 28 dicembre 2022;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Alia Servizi Ambientali S.p.A. ("Alia") è una società nata nel 2017 dalla fusione tra ASM S.p.A., Publiambiente S.p.A. e CIS S.r.l. ed è attiva, direttamente o indirettamente, nella gestione del ciclo integrato dei rifiuti nella Regione Toscana (anche in regime di concessione). Ad agosto 2017, Alia è divenuta concessionaria per la durata di 20 anni, in seguito a una procedura a evidenza pubblica, del servizio di gestione integrata dei rifiuti urbani e assimilati, ai sensi dell'art. 26, comma 6, della legge regionale Toscana n. 61/2007, per l'area di competenza dell'intero ambito territoriale ottimale (ATO) Toscana Centro. Alia è soggetta al controllo esclusivo da parte del Comune di Firenze. Il gruppo Alia ha realizzato, [omissis]^{*} in Italia, nel 2021 un fatturato pari a circa [100-517] milioni di euro.

2. Acqua Toscana S.p.A. ("Acqua Toscana") è una *holding* di partecipazioni costituita a giugno 2021 per assicurare una gestione unitaria delle partecipazioni detenute da 32 Comuni toscani in Publiacqua S.p.A. ("Publiacqua"), una società attiva nel settore del ciclo idrico integrato nella Regione Toscana. Acqua Toscana è soggetta al controllo congiunto del Comune di Firenze e di Consiag S.p.A. Nel 2021 Acqua Toscana ha realizzato, [omissis] in Italia, un fatturato consolidato pari a quasi [100-517] milioni di euro¹.

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

¹ Il fatturato di Acqua Toscana è stato calcolato come metà del totale del fatturato realizzato da Publiacqua (controllata congiuntamente con Acque Blu Fiorentine S.p.A.), ai sensi dei punti 185 e ss. della Comunicazione consolidata della Commissione sui criteri di competenza giurisdizionale a norma del regolamento (CE) n. 139/2004 del Consiglio relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese (2008/C95/01).

3. Consiag S.p.A. (di seguito, “Consiag”) è una *holding* che gestisce partecipazioni in società principalmente attive nella gestione del ciclo integrato dei rifiuti, dell’energia elettrica, del gas, del GPL e del ciclo integrato delle acque (quest’ultima attività è svolta tramite Acqua Toscana). Nessuno dei Comuni toscani che partecipa al capitale sociale di Consiag è in grado di esercitare poteri di controllo su quest’ultima. Il fatturato consolidato realizzato ([*omissis*] in Italia) dal gruppo Consiag per il 2021 è stato pari a circa [100-517] milioni di euro.

4. Publiservizi S.p.A. (di seguito, “Publiservizi” e, insieme ad Alia, Consiag e Acqua Toscana, le “Parti”) è una *holding* che gestisce partecipazioni (non di controllo) in società che si occupano della gestione dei servizi pubblici locali (e.g. ciclo idrico integrato, gas metano, igiene ambientale e piscine comunali) nella Regione Toscana. Nessuno dei Comuni toscani che partecipa al capitale sociale di Publiservizi è in grado di esercitare poteri di controllo su quest’ultima. Il fatturato consolidato realizzato ([*omissis*] in Italia) da Publiservizi tramite le società partecipate per il 2021 è stato [*inferiore a 1 milione di*] euro.

II. DESCRIZIONE DELL’OPERAZIONE

5. La comunicazione in esame riguarda la fusione di tre distinte società (i.e. Acqua Toscana, Consiag e Publiservizi, società incorporate) in Alia (società incorporante) (l’“Operazione”). L’Operazione dà luogo alla creazione di un nuovo soggetto economico (c.d. “Alia-Multiutility”) che si sostituisce alle Parti della fusione che prima operavano sul mercato in modo indipendente. Più specificamente, numerosi Comuni della Regione Toscana² hanno deliberato l’approvazione di un’operazione complessa volta a creare un unico polo integrato per la gestione dei servizi pubblici locali in Toscana (“Progetto di Fusione” approvato il 28 e 29 aprile 2022)³.

6. L’Operazione si articola in tre fasi principali: (1) conferimenti: il Comune di Firenze conferirà in Alia le azioni rappresentative del 20,6% del capitale di Toscana Energia S.p.A. (“Toscana Energia”) e il Comune di Pistoia le azioni rappresentative del 3,9% del capitale di Publiacqua; (2) fusione: Acqua Toscana, Consiag e Publiservizi si fonderanno in Alia, che diventerà una società *multiutility* che si occupa di tutte le attività di *holding* e di offerta di servizi al cittadino attualmente svolte dalle società Parti della fusione; poi, sempre in questa fase, Alia-Multiutility conferirà il ramo d’azienda che si occupa della gestione integrata dei rifiuti in una società di nuova costituzione interamente posseduta (“Opco”); (3) costituzione di una *holding*: gli enti pubblici soci di Alia-Multiutility conferiranno le loro partecipazioni in Alia Multiutility nella società di nuova costituzione Toscana Holding S.p.A. (“HoldCo”), da essi partecipata al 100%⁴.

² Comuni di Firenze, Prato, Pistoia, Scandicci, Sesto Fiorentino, Empoli, Campi Bisenzio, Montemurlo, Quarrata, Calenzano, Fucecchio, Lastra A Signa, Vaiano, Castelfiorentino, Signa, Montelupo Fiorentino, Certaldo, Agliana, Vinci, Borgo San Lorenzo, Montespertoli, Montale, Carmignano, Cerreto Guidi, Poggio A Caiano, Scarperia e San Piero a Sieve, Serravalle Pistoiese, Vernio, Barberino di Mugello, Figline e Incisa Valdarno, Capraia e Limite, Pontassieve, Poggibonsi, Montevarchi, Cantagallo, Gambassi Terme, Monsummano Terme, Reggello, Vaglia, Montaione e Bagno a Ripoli.

³ L’operazione è già stata comunicata alla Presidenza del Consiglio dei Ministri ai sensi del Decreto-Legge n. 21 del 15 marzo 2012, convertito con modificazioni in legge n. 56 dell’11 maggio 2012, ss.mm.ii. e a questa Autorità ai sensi dell’art. 5, comma 3, del Decreto Legislativo n. 175 del 19 agosto 2016, ss.mm.ii. (cfr. S4554, S4554 B-AA).

⁴ Dopo la realizzazione delle fasi 1, 2 e 3, Alia-Multiutility dovrebbe deliberare un aumento di capitale avente ad oggetto una quota compresa tra il 40% e il 49% della società e che dovrebbe avere luogo in due *tranches*:

7. Ad esito dei conferimenti e della fusione, il capitale sociale di Alia-Multiutility sarà distribuito tra i Comuni toscani (c.d. “Soci Pubblici”) come segue:

Socio	% capitale sociale in Alia-Multiutility
Comune di Firenze	37,13%
Comune di Prato	18,15%
Comune di Pistoia	5,42%
Comune di Scandicci	3,96%
Comune di Sesto Fiorentino	3,66%
Comune di Empoli	3,43%
Comune di Campi Bisenzio	2,66%
Comune di Montemurlo	2,16%
Comune di Quarrata	1,44%
Comune di Calenzano	1,44%
Comune di Fucecchio	1,37%
Comune di Lastra A Signa	1,29%
Comune di Vaiano	1,11%
Comune di Castelfiorentino	1,05%
Comune di Signa	1,02%
Comune di Montelupo Fiorentino	0,93%
Comune di Certaldo	0,92%
Comune di Agliana	0,89%
Comune di Vinci	0,89%
Comune di Borgo San Lorenzo	0,77%
Comune di Montespertoli	0,74%
Comune di Montale	0,68%
Comune di Carmignano	0,60%
Comune di Cerreto Guidi	0,58%
Comune di Poggio A Caiano	0,55%
Comune di Scarperia E San Piero	0,48%
Comune di Serravalle Pistoiese	0,48%
Comune di Vernio	0,47%
Comune di Barberino di Mugello	0,41%
Comune di Figline e Incisa Valdarno	0,34%
Comune di Capraia e Limite	0,33%
Comune di Pontassieve	0,32%
Comune di Poggibonsi	0,32%

1) una prima per un importo non superiore a 1.200.000,00 di euro riservata a enti pubblici toscani e marchigiani che conferiranno in natura ulteriori partecipazioni in società, aziende o rami d'azienda operanti nella gestione dei servizi locali con l'obiettivo di consentire un'ulteriore aggregazione e il consolidamento delle partecipazioni già detenute;

2) una seconda rivolta al mercato nell'ambito del processo di quotazione in borsa per un importo non superiore a 2.300.000,00 di euro (comprensivi di sovrapprezzo a servizio della quotazione) secondo i termini e le condizioni che saranno declinati in base alla situazione economico-patrimoniale della società a seguito dell'Operazione, nonché alla luce delle condizioni di mercato al tempo esistenti.

Socio	% capitale sociale in Alia-Multiutility
Comune di Montevarchi	0,27%
Comune di Cantagallo	0,26%
Comune di Gambassi Terme	0,26%
Comune di Monsummano Terme	0,22%
CIS S.p.A.	0,22%
Comune di Reggello	0,22%
Comune di Vaglia	0,21%
Comune di Montaione	0,20%
Comune di Bagno a Ripoli	0,18%

La governance di Alia Multiutility e di HoldCo

8. Ai sensi del combinato disposto dello statuto di Alia-Multiutility, della bozza del patto parasociale (che i consigli comunali dei Soci Pubblici nell'ambito dell'approvazione del Progetto di Fusione si sono impegnati a sottoscrivere dopo l'attuazione dell'Operazione), della bozza di statuto di HoldCo allegata al patto parasociale, nessuno dei soci pubblici sarà in grado di esercitare da solo poteri di controllo su Alia-Multiutility fino alla costituzione di HoldCo. Successivamente, HoldCo, e indirettamente Alia-Multiutility, saranno soggette a controllo esclusivo negativo del Comune di Firenze.

9. Quanto alla *governance* di Alia-Multiutility:

a) il consiglio di amministrazione ("CdA") di Alia-Multiutility, eletto dall'assemblea dei soci (l'"Assemblea") a maggioranza dei presenti, sarà composto da un numero di amministratori compreso tra 9 e 21; in particolare, i Soci Pubblici (anche per il tramite di HoldCo, una volta costituita) presenteranno all'Assemblea una lista congiunta di nominativi contenente l'indicazione dei candidati per l'intero CdA e formata da un candidato: (i) per ciascuno dei soci pubblici capoluoghi di Provincia che detengono una partecipazione pari ad almeno l'1,5% di Alia Multiutility (i.e. ad oggi, i Comuni di Firenze, Prato e Pistoia che rappresentano complessivamente il 60,74% del capitale della società); (ii) per ciascun gruppo di più Soci Pubblici che, uniti da autonomo patto di sindacato, detenga una partecipazione complessiva non inferiore al 5% e non superiore al 15% del capitale sociale di Alia-Multiutility o di HoldCo (cfr. art. 3 del patto parasociale e art. 17 dello statuto di Alia-Multiutility)⁵;

b) l'Assemblea delibererà di regola a maggioranza semplice, tranne per alcune specifiche materie (tra cui quelle inerenti all'adozione dei piani industriali, gli investimenti e le politiche di remunerazione dell'organo amministrativo e del *top management*), per le quali è invece richiesta la maggioranza dei 2/3 (quindi con potere c.d. "di blocco" del Comune di Firenze) in prima convocazione. In seconda convocazione (ossia quando non si raggiunge il *quorum* costitutivo e/o deliberativo in prima convocazione), è sufficiente la maggioranza assoluta⁶.

⁵ A tal fine il Comune di Firenze, nella sua funzione di rappresentante comune, svolgerà un ruolo di coordinamento tra i vari Soci Pubblici.

⁶ Fino alla costituzione di Holdco, quindi, il potere di blocco riconosciuto al Comune di Firenze per tali materie in prima convocazione, risulta neutralizzato in seconda convocazione (art. 13, statuto Alia-Multiutility). Come si vedrà meglio nel

10. Quanto alla *governance* di HoldCo:

a) il CdA di HoldCo sarà composto da 5 membri che – analogamente a quanto previsto per Alia-Multiutility – saranno indicati in un'unica lista definita congiuntamente dai Soci Pubblici secondo la regola di un candidato ciascuno per: (i) i Comuni di Firenze, Prato e Pistoia e (ii) ciascun gruppo di Soci Pubblici che, uniti da autonomo patto di sindacato, detenga una partecipazione complessiva compresa tra il 5% e il 15% del capitale sociale di HoldCo (art. 4 del patto parasociale). [omissis];

b) l'Assemblea voterà di regola a maggioranza dei 2/3 in prima convocazione e a maggioranza assoluta in seconda convocazione (art. 15 della bozza di statuto). Tuttavia, l'Assemblea voterà sempre a maggioranza dei 2/3 (i.e. con potere di blocco del Comune di Firenze sia in prima che in seconda convocazione) su determinate materie di interesse strategico, quali: adozione degli indirizzi per la redazione del piano strategico e approvazione del piano industriale, nonché adozione delle linee guida alle società partecipate per le erogazioni dei servizi e per gli investimenti nel territorio di riferimento (art. 15 della bozza di statuto)⁷.

11. Ne deriva che il Comune di Firenze (quale socio di maggioranza relativa e principale azionista) può da solo incidere sulla definizione delle strategie di business di HoldCo nel principale settore in cui essa opera (i.e. nell'erogazione di servizi pubblici locali), in definitiva controllando tale società ai sensi della disciplina antitrust. Poiché in base agli impegni assunti dai Soci Pubblici con il summenzionato patto parasociale, HoldCo, una volta costituita, sarà l'unico socio di Alia-Multiutility, è ragionevole ritenere che il Comune di Firenze, definendo le strategie di *business* di HoldCo, finirà per esercitare un'influenza determinante anche su Alia-Multiutility, benché le regole di *governance* di quest'ultima società, come visto sopra, non prevedano l'obbligatoria adozione di decisioni a maggioranza qualificata. In ogni caso, né il Comune di Firenze (che oggi controlla Alia e Acqua Toscana) né le sue controllate (diverse da Alia e Acqua Toscana) sono attive nei mercati in cui andrà ad operare Alia-Multiutility.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

12. L'Operazione comunicata, in quanto comporta la fusione di imprese indipendenti, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *a*), della legge n. 287/1990.

13. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/1990, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 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 517 milioni di euro e il fatturato totale realizzato individualmente, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 31 milioni di euro.

testo, invece, successivamente alla costituzione di Holdco, il Comune di Firenze deterrà tale potere di veto negativo su Alia Multiutility in ragione delle regole di *governance* di Holdco.

⁷ Oltre che per [omissis].

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

I mercati rilevanti e gli effetti dell'operazione

14. In considerazione dell'attività svolta dalle società interessate dall'Operazione, quest'ultima coinvolge i mercati della gestione del ciclo integrato dei rifiuti e delle future gare d'ambito per l'affidamento del servizio di distribuzione del gas naturale⁸.

Il settore dei rifiuti

15. Relativamente al settore dei rifiuti, l'Operazione coinvolge nello specifico i seguenti mercati:

- a) selezione e trattamento dei rifiuti differenziati⁹;
- b) smaltimento dei rifiuti speciali pericolosi e non pericolosi¹⁰.

a) Selezione e trattamento dei rifiuti differenziati

16. Il mercato della selezione e trattamento di rifiuti differenziati¹¹ è costituito dalle imprese specializzate nel trattamento e recupero delle diverse frazioni merceologiche. Non sussistendo, per tale tipologia di rifiuti, un vincolo normativo che limita il raggio d'azione delle imprese, l'estensione geografica di tale mercato deve intendersi limitata unicamente dai costi di trasporto. A tal riguardo l'Autorità, nei propri precedenti, ha pertanto ritenuto che tale mercato abbia una dimensione geografica di tipo macro-regionale¹². Nel caso di specie, in ragione dell'operatività delle imprese interessate, la sovrapposizione riguarderebbe la macro-area Centro (costituita dalle Regioni Toscana, Umbria, Marche, Lazio).

17. In tale mercato sono attive, in particolare: (i) Alia, tramite le controllate Revet S.p.A.¹³, la quale si occupa di selezione e trattamento per l'avvio al riciclo di rifiuti in multimateriale (i.e. plastiche, alluminio, acciaio e poliaccoppiati come la *tetrapak*) derivati dalle raccolte differenziate con un impianto sito nel Comune di Pontedera (PI), e Re.AL. S.r.l., che si occupa di selezione e trattamento per l'avvio al riciclo di rifiuti cartacei provenienti da raccolte differenziate con un

⁸ Non risultano, invece, interessati i settori del servizio idrico integrato ed elettrico in cui operano solo, rispettivamente, Acqua Toscana (Publiservizi, infatti, attualmente non detiene partecipazioni di controllo in società attive in tali mercati) e Consiag.

⁹ Tale mercato si pone a valle rispetto al mercato di dimensione nazionale della raccolta, dello spazzamento e del trasporto degli stessi, che non è interessato dall'Operazione in quanto, come visto, tra le Parti vi opera esclusivamente Alia in forza di un contratto di servizio di durata ventennale stipulato con l'autorità dell'ATO Toscana Centro il 31 agosto 2017 con una quota di mercato pari a circa [1-5%].

¹⁰ Secondo le informazioni rese dalle Parti, l'Operazione non concerne invece i mercati delle attività di smaltimento in discarica di rifiuti urbani (di dimensione pari all'ATO servito, v. AGCM C12035 - Ireti/Atena) e di trattamento dei rifiuti pericolosi (di dimensione almeno macro-regionale, cfr. AGCM C12310 - Iren Ambiente/Divisione Ambiente di Unieco Società Cooperativa Provvedimento n. 28432 del 27 ottobre 2020), in cui è attiva solo Consiag con quote sempre inferiori all'1%.

¹¹ Ai sensi del D.Lgs. n. 152/2006 i rifiuti sono classificati, secondo l'origine, in rifiuti urbani e rifiuti speciali e, secondo le caratteristiche di pericolosità, in rifiuti pericolosi e rifiuti non pericolosi (cfr. artt. 183-184).

¹² Cfr., *inter alia*, AGCM, C12035 - Ireti/Atena, Provvedimento n. 25938 del 23 marzo 2016 e C11744 -Hera/Acegas-APS Holding, Provvedimento n. 23932 del 28 settembre 2012.

¹³ La quale a sua volta detiene una partecipazione non di controllo in VetroRevet S.r.l., attiva nel mercato della selezione e trattamento (recupero e riciclo) dei rifiuti differenziati (urbani e speciali non pericolosi) nella macro-area del Centro Italia (i.e. Toscana, Umbria, Marche e Lazio) e, in particolare, nel segmento relativo al vetro.

impianto sito nel Comune di Empoli (FI); (ii) Consiag, tramite Ecolat S.r.l.¹⁴, la quale si occupa di selezione e trattamento per l'avvio al riciclo di rifiuti in multimateriale (i.e. plastiche, vetro, alluminio, acciaio e *tetrapak*)¹⁵ derivati dalle raccolte differenziate, tramite un impianto sito nel Comune di Grosseto (GR).

18. Al riguardo, si rappresenta che, nel 2020, la percentuale in volume dei rifiuti differenziati selezionati e trattati dagli impianti di Alia e Consiag rispetto al valore totale complessivo dei rifiuti differenziati selezionati e trattati nella macro-area centro¹⁶ è stata pari a [10-15%] per Alia e a meno dell'1% per Consiag, per una quota aggregata pari a meno del [10-15%]. Tale percentuale si ritiene che sia rimasta sostanzialmente invariata anche negli anni successivi. L'Operazione, dunque, produce effetti orizzontali e verticali contenuti: la presenza dell'entità *post-merger* sul mercato della selezione e del trattamento dei rifiuti differenziati si pone al di sotto delle soglie di attenzione *antitrust* (anche considerando il solo segmento del multimateriale)¹⁷ e l'incremento rispetto alla quota di mercato già attualmente detenuta da Alia, rispetto alla quale la nuova entità rappresenta la sostituzione di un operatore con un altro, è assolutamente marginale (inferiore all'1%)¹⁸.

b) Smaltimento dei rifiuti speciali pericolosi e non pericolosi

19. Il mercato dello smaltimento di rifiuti speciali pericolosi e non pericolosi¹⁹ è costituito dalle imprese che gestiscono impianti di smaltimento di tali categorie di rifiuti in concorrenza tra loro²⁰. Dal punto di vista della dimensione geografica, il mercato dello smaltimento dei rifiuti speciali pericolosi e non pericolosi è condizionato, da un lato, dal principio di prossimità, volto a ridurre il più possibile la movimentazione dei rifiuti destinati allo smaltimento²¹ e, dall'altro lato, dalla

¹⁴ La quale a sua volta detiene una partecipazione non di controllo in Servizi Ecologici Integrati Toscana S.r.l., che gestisce la raccolta dei rifiuti urbani nell'ATO Toscana Sud (i.e. che include le Province di Arezzo, Grosseto, Siena ed alcuni Comuni della Provincia di Livorno).

¹⁵ Cfr. <https://corporate.estra.it/struttura-del-gruppo/ecolat>.

¹⁶ Tali dati sono stati calcolati dividendo la quantità di rifiuti differenziati trattati rispettivamente negli impianti di Alia (pari a [100-500.000] tonnellate) e di Consiag (pari a [10-30.000] tonnellate) per il totale di rifiuti differenziati trattati nell'area centro Italia (Toscana, Umbria, Marche e Lazio) nel 2020 (pari a 3.644.000 tonnellate cfr. Report ISPRA sui rifiuti urbani 2022, Tabella 2.7, pag. 40).

¹⁷ Con specifico riferimento al segmento del trattamento dei rifiuti in multimateriale (il totale di rifiuti differenziati in carta e cartone, vetro, plastica, metallo e altro, trattati nell'area centro Italia nel 2020 è pari a 1.699.000 tonnellate secondo il Report ISPRA 2022, Tabella 2.9, pag. 43) la quota di mercato (in volume) di Alia è pari a circa [20-25%] e di Consiag a circa il [1-5%], per una quota congiunta comunque inferiore al 25%.

¹⁸ Tra i numerosi concorrenti, i principali sono: Porcarelli Gino & Co., Navarra S.p.A., Tecnoambiente S.p.A., Del Prete Waste Rec. S.r.l., Ecoambiente S.r.l., con quote stimate tra il 9,9% e il 5,7%.

¹⁹ Come osservato precedentemente dall'Autorità, occorre distinguere il segmento della gestione di rifiuti speciali pericolosi da quello della gestione di rifiuti speciali non pericolosi solo nelle fasi a monte della filiera e non nello smaltimento (cfr. AGCM, C12044 - A2A/Linea Group Holding, Provvedimento n. 26012 del 18 maggio 2016).

²⁰ Sono ricomprese nella privativa comunale e, quindi, sottratte al regime concorrenziale ai sensi dell'art. 198, D. Lgs. n. 152/2006, solo le attività a monte dello smaltimento (i.e. raccolta, spazzamento e trasporto) e con esclusivo riferimento ai rifiuti urbani. Sono svolte in regime di concorrenza, invece, le attività di smaltimento e tutte le altre attività di gestione dei rifiuti speciali (cfr. AGCM, C11744 - Hera/Acegas-Aps Holding, Provvedimento n. 23932 del 28 settembre 2012).

²¹ Ai sensi dell'art. 182-bis del D. Lgs. n. 152/2006: "Lo smaltimento dei rifiuti ... sono attuati con il ricorso ad una rete integrata ed adeguata di impianti, tenendo conto delle migliori tecniche disponibili e del rapporto tra i costi e i benefici complessivi, al fine di: ...b) permettere lo smaltimento dei rifiuti ... in uno degli impianti idonei più vicini ai luoghi di produzione o raccolta, al fine di ridurre i movimenti dei rifiuti stessi, tenendo conto del contesto geografico o della necessità di impianti specializzati per determinati tipi di rifiuti".

necessità di impianti specializzati per tali categorie di rifiuti²². Conseguentemente, il mercato ha dimensione geografica *sub*-nazionale, tipicamente pluriregionale, corrispondente alle aree geografiche dei bacini serviti dagli impianti di smaltimento specializzati²³. A seconda della tipologia e della pericolosità dei rifiuti, tale area può estendersi anche all'intero territorio nazionale, a seconda della disponibilità e della distanza dell'impianto specializzato necessario²⁴.

20. In tale mercato sono attive: (i) Alia, tramite la controllata Programma Ambiente Apuane S.p.A., la quale gestisce una discarica autorizzata allo smaltimento di rifiuti speciali non pericolosi e pericolosi; (ii) Consiag, attraverso le controllate Ecos S.r.l., che si occupa di smaltimento di rifiuti speciali pericolosi e non pericolosi tramite un impianto di proprietà, e Bisenzio Ambiente S.r.l., che smaltisce rifiuti speciali pericolosi e non (allo stato liquido e fangoso pompabile) tramite un impianto di proprietà situato nel Comune di Campi Bisenzio (FI). Tutti gli impianti delle Parti accolgono rifiuti provenienti da tutta Italia.

21. Nel caso di specie, non è necessario giungere a una definizione compiuta della estensione geografica del mercato, perché qualunque sia il perimetro individuato l'esito della valutazione concorrenziale rimane invariato, data la scarsa rilevanza delle quote di mercato espresse dalle Parti. In particolare, infatti, anche considerando la sovrapposizione a solo livello di macro-area centro, le Parti detengono quote di mercato non significative, pari a circa [1-5%] per Alia e [inferiori all'1%] per Consiag; a livello nazionale le quote detenute dalle Parti sarebbero largamente inferiori all'1%²⁵. Pertanto, l'Operazione non condurrà ad alcuna modifica di rilievo della struttura del mercato in esame.

Il settore del gas naturale

22. Con riferimento al settore del gas naturale, l'Operazione coinvolge il mercato delle gare d'ambito per l'affidamento del servizio di distribuzione del gas naturale. Come da prassi dell'Autorità, tale mercato ha una dimensione geografica coincidente con la singola gara d'ambito di interesse²⁶. Tali ambiti, detti anche "ATEM", hanno dimensione locale, tendenzialmente

²² Anche il Consiglio di Stato ha avuto modo di precisare che "...per i rifiuti speciali ha rilievo primario il criterio della specializzazione dell'impianto, in relazione al quale deve essere coordinato il principio di prossimità, con cui si persegue lo scopo di ridurre il più possibile la movimentazione di rifiuti" (Cons. St. n. 5025/2021).

²³ Cfr. a titolo esemplificativo: AGCM, C12035 - Ireti/Atena, Prov. n. 25938 del 23 marzo 2016; C12310 - Iren Ambiente/Divisione Ambiente di Unieco Società Cooperativa, Provvedimento n. 28432 del 27 ottobre 2020; C11860 - Iren-Fct Holding/Azienda Multiservizi Di Igiene Ambientale Torino, Provvedimento n. 24151 del 19 dicembre 2012.

²⁴ Cfr. AGCM, C8008 - Acegas-Aps/Ramo d'azienda di Calcina Iniziative Ambientali, provv. del 19 ottobre 2006 n. 16085; C11302 - Ecoltecnica Italiana-Sita Spécialités/Ecoltecnica, Provvedimento n. 22967 del 9 novembre 2011.

²⁵ La quota di mercato è stata calcolata rapportando i volumi di rifiuti raccolti in discarica nel 2020 da PAA (i.e. circa [30-100.000] tonnellate) da una parte e da Ecos e Bisenzio Ambiente (i.e. circa [30-100.000] tonnellate, v. MUD di Ecos e Bisenzio Ambiente del 2020) dall'altra, al totale dei volumi di rifiuti speciali pericolosi e non pericolosi smaltiti nella macroarea centro nel 2020, pari a 5,7 milioni di tonnellate, nonché al totale dei volumi di rifiuti speciali pericolosi e non pericolosi smaltiti in tutta Italia nel medesimo periodo, pari a circa 28,5 milioni di tonnellate (v. report ISPRA – Rifiuti speciali del 2022, pag. 71, figura 2.12). Anche tenendo conto del solo smaltimento con deposito sul o nel suolo (operazione D1) le quote di mercato a livello di macroarea non sarebbero significative, essendo pari a [1-5%] per Alia e [1-5%] per Consiag (il totale smaltito con deposito nella macroarea centro Italia nel 2020 è pari a circa 2,2 milioni di tonnellate), nonché a livello nazionale [inferiori all'1%] per Alia e [inferiori all'1%] per Consiag (il totale smaltito con deposito in tutta Italia nel medesimo periodo è pari a circa 9,8 milioni di tonnellate) (v. Report ISPRA – Rifiuti speciali del 2022, pag. 103-104, tabelle 2.10 e 2.9).

²⁶ Cfr., *ex multis*, AGCM, C12258 - Ascopiave/Rami di Azienda di AcegasApsAmga, Provvedimento n. 27989, del 9 novembre 2019; C12294 - A2A/Ambiente Energia Brianza, Provvedimento n. 28434, del 3 novembre 2020.

infraregionale e a volte, ma non necessariamente, coincidente con i confini provinciali. Si fa presente che le gare sono state sinora espletate in numero limitato e che, quindi, la valutazione in oggetto riguarda future gare la cui tempistica di attuazione è allo stato indeterminata. In ragione dei vantaggi di tipo informativo, organizzativo e finanziario, l'Autorità ha ritenuto, nei propri numerosi precedenti, che l'insieme dei partecipanti alle future gare d'ATEM sia individuabile in base alla presenza pregressa degli operatori quali gestori uscenti nell'ATEM di interesse o, al più, alla presenza significativa e diffusa negli ATEM limitrofi, nonché alla presenza dei due maggiori *player* nazionali (i.e. Italgas S.p.A. e 2i Rete Gas S.p.A.) in ragione della loro dimensione e capacità finanziaria. In tal senso, il primo e principale criterio di valutazione adottato dall'Autorità nelle precedenti operazioni di concentrazione è rappresentato dalla presenza pregressa delle Parti nell'ATEM considerato, misurata in termini di quote di PDR gestiti²⁷.

23. Nel caso di specie, per effetto del conferimento in favore di Alia del 20,6% delle azioni detenute dal Comune di Firenze in Toscana Energia e della successiva incorporazione in Alia di Publiservizi che detiene il 10,38% del capitale sociale di Toscana Energia, Alia-Multiutility andrà a detenere una partecipazione complessiva di circa il 31% del capitale sociale di Toscana Energia, la quale rimarrà comunque soggetta a controllo esclusivo di Italgas S.p.A. ("Italgas"). Allo stesso tempo, per effetto della fusione di Consiag in Alia, Alia-Multiutility andrà a detenere una partecipazione di controllo in E.s.tr.a S.p.A. ("Estra") (pari al 39,6% del capitale sociale). Toscana Energia, Italgas e il gruppo Estra²⁸ svolgono attualmente il servizio di distribuzione del gas naturale in diversi ATEM della Toscana; le attività di tali società si sovrappongono in circa sedici ATEM, in alcuni dei quali esse risultano essere i principali operatori²⁹.

24. Quanto ai possibili rischi di coordinamento orizzontale nelle future gare d'ambito per l'affidamento dei servizi di distribuzione del gas naturale, partendo dalla constatazione che la partecipazione di Alia-Multiutility in Toscana Energia è meramente finanziaria e non di controllo, Alia, Italgas e Toscana Energia il 27 dicembre 2022 hanno sottoscritto un patto ("Patto TE") volto ad adottare i presidi necessari a escludere qualsiasi rischio che in seguito all'Operazione vi possa essere un'interferenza concorrenziale tra, da un lato, Toscana Energia/Italgas e, dall'altro, Estra e le sue controllate.

25. In particolare, il Patto TE prevede che: (i) Alia concede a Italgas un diritto di opzione d'acquisto su tutte le azioni di Toscana Energia che sono detenute dal Comune di Firenze e che saranno conferite in Alia-Multiutility, che potrà essere esercitato a partire dal 1° gennaio 2025 e fino al 31 marzo 2025 (art. 2); (ii) l'opzione di acquisto potrà essere esercitata anticipatamente entro 30 giorni dalla pubblicazione di un eventuale bando di gara avente ad oggetto l'aggiudicazione di servizi di distribuzione del gas naturale in un ATEM in cui sia Toscana Energia sia Estra (tramite Centria S.r.l.) siano operative (art. 5); (iii) Italgas s'impegna a sottoporre all'approvazione del proprio CdA, che deciderà entro il 28 febbraio 2023, la stipulazione di un contratto di opzione di vendita da parte di Alia su tutte le azioni detenute dal Comune di Firenze in Toscana Energia e conferite in Alia, che potrà essere esercitata, in qualsiasi momento, solo nel caso in cui sia pubblicato

²⁷ Cfr., da ultimo, C12464 - Acea/Asm Terni, Provvedimento n. 30250 del 19 luglio 2022.

²⁸ Ossia, Centria S.r.l., Gergas S.p.A., Edma reti gas S.r.l., Murgia Reti GAS S.r.l.

²⁹ In particolare, gli ATEM di Pistoia, Prato, Firenze 1 e 2, Ancona, Grosseto e Rieti.

un bando di gara avente ad oggetto l'affidamento di servizi di distribuzione del gas in un ATEM in cui sia Toscana Energia sia Estra (tramite Centria S.r.l.) siano operative (art. 6) ³⁰.

26. Prima e a prescindere dall'esercizio di tali diritti di opzione, sono state previste determinate misure di tipo comportamentale (art. 8), per cui: (i) Alia-Multiutility potrà candidare come membri del CdA di Toscana Energia esclusivamente soggetti che soddisfano i requisiti d'indipendenza previsti dall'articolo 148, commi 3 e 4, del Decreto Legislativo n. 58/1998, in modo tale da garantire che Toscana Energia conservi piena autonomia e indipendenza decisionale rispetto ad Alia-Multiutility e, in particolare, al Gruppo Estra; (ii) i consiglieri di Toscana Energia designati da Alia-Multiutility non potranno ricoprire alcuna carica in Alia-Multiutility e le sue controllate e viceversa; (iii) i consiglieri di Toscana Energia designati da Alia-Multiutility si asterranno dal partecipare alle riunioni del CdA di Toscana Energia aventi ad oggetto discussioni o decisioni sulla strategia commerciale di Toscana Energia nella distribuzione del gas naturale (e, in particolare, la partecipazione a gare per l'affidamento di tali servizi); (iv) ai consiglieri di Toscana Energia designati da Alia-Multiutility non potrà essere trasmessa alcuna informazione sulla strategia commerciale di Toscana Energia, ivi inclusa la verbalizzazione delle relative discussioni e decisioni.

27. Alla luce di quanto sopra, appare possibile escludere il rischio di coordinamento orizzontale nelle eventuali e future gare d'ambito per l'affidamento dei servizi di distribuzione del gas naturale tra Italgas, tramite Toscana Energia, e il gruppo Estra, quale effetto dell'Operazione.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non ostacola, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/1990, in misura significativa la concorrenza effettiva nel mercato interessato e non comporta la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990, alle imprese interessate e al Ministro delle Imprese e del Made in Italy.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Guido Stazi

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

³⁰ Successivamente alla fusione, si aprirà un tavolo negoziale tra Alia-Multiutility e Italgas, per disciplinare diritti di opzione di acquisto (in capo a quest'ultima) e di vendita (in capo ad Alia-Multiutility) sulle azioni attualmente detenute da Publiservizi in Toscana Energia.

C12512 - AXPO ITALIA-CANARBINO/RAMO D'AZIENDA DI METAN ALPI SESTRIERE
Provvedimento n. 30459

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 17 gennaio 2023;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTO il Reg. (CE) n. 139/2004;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione delle società Axpo Italia S.p.A. e Canarbino S.p.A. pervenuta il 29 dicembre 2022;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Axpo Italia S.p.A. ("Axpo Italia") è la società italiana del gruppo Axpo, attivo a livello internazionale nei settori energetici. In particolare, Axpo Italia è interamente controllata dalla società di diritto svizzero Axpo Holding A.G., le cui azioni sono detenute dai cantoni della Svizzera nordorientale e da società di servizi pubblici cantonali. Axpo Italia è prevalentemente attiva nella commercializzazione all'ingrosso e al dettaglio di energia elettrica e gas naturale, oltre che nel *trading* di prodotti energetici e di certificati ambientali. Il gruppo Axpo, nell'ultimo esercizio chiuso il 30 settembre 2021, ha realizzato un fatturato consolidato pari a circa 5,3 miliardi di euro, di cui [4-5]* miliardi di euro realizzati in Europa e [2-3] miliardi di euro, in particolare, realizzati in Italia.

2. Canarbino S.p.A. ("Canarbino") è la società *holding* dell'omonimo gruppo, attivo - attraverso proprie controllate - principalmente in Italia nell'approvvigionamento e rivendita di gas naturale all'ingrosso e al dettaglio e, in misura minore, nell'approvvigionamento e vendita di energia elettrica. Canarbino è controllata da una persona fisica, che detiene la quota maggioritaria del capitale sociale, mentre ulteriori quote di minoranza sono detenute da un'altra persona fisica e dalla società VNG Italia S.r.l.. Il Gruppo Canarbino, nell'ultimo esercizio chiuso il 31 marzo 2022, ha realizzato un fatturato consolidato pari a circa 1,6 miliardi di euro, di cui [1-2] miliardi di euro realizzati in Italia.

3. Oggetto di acquisizione è un ramo d'azienda, attualmente controllato da Metan Alpi Sestriere S.p.A. ("ramo d'azienda MAS" o la "*target*"). Tale ramo d'azienda comprende:

a) i contratti di fornitura di gas naturale in essere tra i clienti e Metan Alpi Sestriere S.p.A. relativi ai punti di riconsegna che - alla data dell'esecuzione (c.d. *closing*) - saranno regolarmente in fornitura;

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

b) taluni contratti di locazione specificatamente individuati;

c) i due contratti di agenzia specificatamente individuati;

d) un contratto di lavoro subordinato in corso.

4. Il fatturato riferibile al ramo d'azienda oggetto di acquisizione è pari a circa [1-10] milioni di euro nel 2021, di cui [1-10] realizzati in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

5. Le Parti hanno notificato l'acquisizione indiretta da parte di Axpo Italia e Canarbino, per il tramite della società comune Energia Pulita S.r.l. ("Energia Pulita" o "EPU"), del ramo d'azienda appartenente a Metan Alpi Sestriere S.p.A. specificatamente individuato nelle pattuizioni contrattuali (nel seguito anche, "Operazione"). Energia Pulita è un'impresa comune non concentrativa partecipata al 50% da Axpo Italia e al 50% da Canarbino¹. Nell'ambito della presente operazione, EPU si configura quindi come un mero veicolo dell'acquisizione del controllo congiunto da parte di Axpo Italia e Canarbino sul ramo d'azienda *target*.

6. L'acquisizione da parte di EPU del ramo d'azienda MAS è regolata da un contratto preliminare di compravendita ("Contratto Preliminare"), sottoscritto da Metan Alpi Sestriere S.p.A. e Energia Pulita in data 10 novembre 2022. Il trasferimento del ramo d'azienda avverrà al verificarsi di alcune condizioni sospensive, tra cui l'approvazione dell'operazione di concentrazione da parte delle competenti autorità *antitrust*.

7. Per quanto rileva nella presente sede, si osserva altresì che gli accordi tra le Parti prevedono anche un patto di non concorrenza (§13 del Contratto Preliminare) ai sensi del quale, per un periodo di 5 anni, Metan Alpi Sestriere S.p.A. si asterrà dall'iniziare – nel territorio della Regione Piemonte dove il ramo d'azienda *target* è oggi attivo – una nuova impresa simile, o assimilabile, a quella del ramo d'azienda stesso.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

8. L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo congiunto di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1 lettera b), della legge n. 287/1990. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/1990 in quanto, pur ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE 139/2004, ciascuna delle imprese interessate realizza oltre i due terzi del proprio fatturato totale UE in Italia (*cfr.* medesimo art. 1 Reg. 139/2004). L'Operazione 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 517 milioni di euro e il

¹ In data 12 luglio 2022, Axpo Italia ha acquisito il 50% del capitale sociale di Energia Pulita, precedentemente controllata interamente da Canarbino. A seguito di una consultazione avviata con i servizi della Commissione europea, quest'ultima ha ritenuto che Energia Pulita non potesse essere considerata un'impresa comune a pieno titolo (*cfr.* anche C12403 - *Axpo Italia-Canarbino/ramo d'azienda di Green Network*, di cui al provv. n. 30416 del 13 dicembre 2022, e C12404 - *Axpo Italia-Canarbino/Italian Gas*, di cui al provv. n. 30417 del 13 dicembre 2022, entrambe in Boll. n. 1/2023).

fatturato totale realizzato individualmente, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 31 milioni di euro².

9. L'obbligo di non concorrenza sopra descritto può essere considerato una restrizione accessoria all'Operazione, in quanto limitato geograficamente all'area d'attività dell'impresa acquisita e limitatamente alla durata di due anni, essendo gli acquirenti già presenti nel mercato³.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

I mercati rilevanti e gli effetti dell'Operazione

10. In ragione dell'operatività del ramo d'azienda *target*, il mercato coinvolto dall'Operazione è quello della vendita al dettaglio di gas naturale a clienti finali, ulteriormente distinto in base alle caratteristiche della clientela finale⁴.

11. Per quel che riguarda il mercato della vendita al dettaglio di gas naturale a clienti finali di medio-grandi dimensioni (con consumi superiori a 200.000 smc/anno), lo stesso è di norma definito su base nazionale. Su tale mercato, nel 2021, Axpo deteneva una quota del [1-5%], mentre sia la quota di Canarino sia quella riferibile al ramo d'azienda *target* erano largamente inferiori all'1%. In questo mercato, dunque, la quota delle Parti appare complessivamente limitata e l'apporto del ramo d'azienda acquisito estremamente ridotto.

12. Per quanto riguarda la vendita al dettaglio di gas naturale a clienti di piccole dimensioni (con consumi inferiori a 200.000 smc/anno), l'Autorità ha tradizionalmente considerato tale mercato di dimensione locale, pur essendosi recentemente interrogata sulla possibilità di considerare un mercato più ampio. A ogni modo, nel caso di specie, si rileva come l'esito della valutazione dell'Operazione non cambierebbe quale che sia la dimensione geografica considerata. I dati forniti dalle Parti, di dettaglio regionale, attestano che le quote detenute congiuntamente non superano mai il 5%, con un incremento dovuto alla concentrazione di entità trascurabile, inferiore all'1% del mercato, nell'unico ambito geografico in cui il ramo d'azienda *target* è attivo (Regione Piemonte). L'Operazione non appare quindi suscettibile di incidere significativamente sulla concorrenza neppure nel mercato della vendita al dettaglio di gas naturale a clienti di piccole dimensioni, altresì considerando che nella vendita di gas operano in tutti i contesti geografici concorrenti qualificati e di primo piano a livello nazionale⁵.

13. Alla luce delle considerazioni che precedono, la concentrazione in esame non appare quindi idonea ad ostacolare in misura significativa le condizioni di concorrenza o a determinare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante in alcuno dei mercati rilevanti citati.

² Si precisa, a tal fine, che secondo i criteri per l'individuazione delle imprese interessate nelle operazioni di concentrazione, in questo caso i fatturati rilevanti per il superamento della seconda soglia risultano essere quelli di Axpo Italia e Canarino (cfr. *Comunicazione della Commissione sulla nozione di imprese interessate* 98/C-66/03).

³ Si veda, al riguardo, la *Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni* (2005/C-56/03), in particolare par. 20.

⁴ Cfr. a titolo esemplificativo C12425 - *Iren/Alegas*, di cui al provv. n. 29986 dell'8 febbraio 2022, in Boll. n. 7/2022.

⁵ Ad esempio, nel 2021, secondo i dati indicati dalle Parti (tratti dalla Relazione Annuale ARERA) i principali soggetti attivi a livello nazionale nella vendita di gas a clienti finali risultano il gruppo ENI, con una quota di mercato complessiva a livello nazionale pari a circa il 17%, il gruppo ENEL, con una quota complessiva pari a circa il 12%, e il gruppo Edison, con una quota pari a circa l'11%.

RITENUTO, pertanto, che l'Operazione in esame non ostacola, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/1990, in misura significativa la concorrenza effettiva nei mercati interessati e non comporta la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante;

RITENUTO, altresì, che gli obblighi di non concorrenza pattuiti tra le Parti sono accessori alla presente Operazione nei soli limiti sopra descritti e che l'Autorità si riserva di valutare i suddetti patti che si realizzino oltre i limiti ivi indicati;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990, alle imprese interessate e al Ministro delle Imprese e del Made in Italy.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Guido Stazi

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

PS12362 - KASANOVA

Provvedimento n. 30463

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 17 gennaio 2023;

SENTITO il Relatore, Professor Michele Ainis;

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, n. 25411;

VISTA la comunicazione del 12 luglio 2022, con cui è stato avviato il procedimento PS12362 nei confronti della società Kasanova S.p.A.;

VISTO il proprio provvedimento del 12 luglio 2022, con il quale è stato disposto l’accertamento ispettivo, ai sensi dell’art. 27, commi 2 e 3, del Codice del Consumo, presso Kasanova S.p.A.;

VISTA la comunicazione, pervenuta in data 9 novembre 2022, con la quale la società Kasanova S.p.A. ha presentato, ai sensi dell’art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell’art. 9 del Regolamento, una proposta di impegni;

VISTA la propria decisione del 15 novembre 2022, con la quale, ai sensi dell’art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, in ragione della necessità di valutare la proposta di impegni ed espletare gli adempimenti procedurali, nel rispetto del pieno contraddittorio con le Parti;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Kasanova S.p.A. (di seguito anche Kasanova o Professionista), in qualità di professionista, ai sensi dell’art. 18, comma 1, lettera b), del Codice del Consumo. Il Professionista opera nel settore della vendita di prodotti per la casa (utensili, vasellame e cristallerie, nonché piccoli elettrodomestici), mediante il sito *web* <https://www.kasanova.com/it> e mediante negozi fisici a insegna *Kasanova* dislocati su tutto il territorio nazionale.

2. Guardia di Finanza - Nucleo Speciale Antitrust, in qualità di segnalante.

II. LA CONDOTTA OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

3. Oggetto del presente procedimento è la pubblicizzazione di sconti non genuini. In particolare, è stata contestata al Professionista la possibile manipolazione del “prezzo di riferimento” per il calcolo dello sconto e la reale entità dello sconto praticato.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

III.1. L'iter del procedimento

4. Sulla base della richiesta di intervento del Nucleo Antitrust della Guardia di Finanza¹ e delle informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo², in data 12 luglio 2022 è stato avviato nei confronti di Kasanova S.p.A. il procedimento istruttorio PS12362, per presunta violazione dell'art. 21, comma 1, lettera *d*), del Codice del Consumo, con riguardo alla convenienza dell'offerta pubblicizzata e alla reale entità dello sconto praticato.

5. Da un monitoraggio svolto dal Nucleo Antitrust della Guardia di Finanza nel corso dell'ultimo quadrimestre del 2021 sul sito di *e-commerce* del Professionista <https://www.kasanova.com/it> è emerso che talune referenze sono state poste in vendita ad un prezzo scontato, pubblicizzato mediante l'indicazione di un “prezzo di riferimento” barrato, della percentuale di sconto e del prezzo finale al consumatore. Lo sconto percentuale praticato su singoli prodotti poteva variare nel tempo; il monitoraggio della Guardia di Finanza ha evidenziato che l'aumento dello sconto percentuale si accompagnava a un aumento del prezzo “di riferimento” rispetto al quale è calcolato, in modo che il prezzo finale pagato dal consumatore risultava invariato o addirittura aumentato.

La tabella 1 riporta alcuni esempi illustrativi.

¹ Cfr. segnalazione prot. n. 24666 del 4 marzo 2022 (doc. 1 dell'indice del fascicolo istruttorio).

² Doc. 4 dell'indice del fascicolo istruttorio.

Tab. 1: esempi variazioni del prezzo base e dello sconto

Prodotto	Data di rilevazione	Prezzo Base €	Sconto	Prezzo Vendita Scontato €	Variazione effettiva prezzo
Tovaglia cotone	30/09/2021	13,9	17,2%	11,5	
	11/10/2021	15,9	21,4%	12,5	+8%
Portafoto arg. 13x18	21/10/2021	66	59,2%	26,9	
	18/11/2021	74	63,6%	26,9	0%
Set 2 calici Bormioli	21/10/2021	10	21,0%	7,9	
	18/11/2021	12	25,8%	8,9	+11,2%
Guanciaie memory 45x75	29/10/2021	19,9	50,2%	9,9	
	09/11/2021	24,9	60,2%	9,9	0%
Padella New Petra Dark 20	09/11/2021	53	49,2%	26,9	
	18/11/2021	67	59,8%	26,9	0%
Copridivano 2 posti	10/09/2021	19,9	25,1%	14,9	
	21/09/2021	29,9	33,4%	19,9	+25,1%
	11/10/2021	29,9	50,2%	14,9	-33,5% rispetto al 21/09, 0% rispetto al 10/09

6. In data 14 luglio 2022 è stato comunicato al Professionista l'avvio del procedimento istruttorio e si è svolto un accertamento ispettivo presso la sede legale della società.

7. Kasanova ha avuto accesso agli atti del procedimento e ha estratto copia dei documenti acquisiti al fascicolo in data 30 settembre 2022³.

8. Il Professionista ha fornito riscontro alle richieste di informazioni formulate nella comunicazione di avvio del procedimento e nel corso dell'ispezione con note pervenute in data 16 settembre 2022⁴.

9. Il 10 ottobre 2022 il Professionista è stato sentito in audizione⁵ e il 9 novembre 2022 ha presentato una proposta di impegni, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento⁶.

³ Doc. dell'indice del fascicolo istruttorio.

⁴ Doc. 17 dell'indice del fascicolo istruttorio, nonché docc. 19, 20 e 21 del medesimo indice.

⁵ Doc. 17 dell'indice del fascicolo istruttorio.

⁶ Doc. 22 dell'indice del fascicolo istruttorio.

10. In data 17 novembre 2022 è stata comunicato alle Parti il termine di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento⁷.

11. In data 18 novembre 2022 è stata comunicata alle Parti la proroga del termine di conclusione del procedimento⁸.

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

III.2.1 Gli elementi acquisiti

12. Nell'ambito dell'attività ispettiva è emerso che la società Kasanova vanta circa 18.000 referenze codificate, aggregate in specifici *cluster* (casalingo, tessile, cottura, piccoli elettrodomestici, tavola) e che la pianificazione del calendario commerciale (di cui fanno parte le promozioni) avviene con largo anticipo anche in ragione delle diverse fonti di approvvigionamento delle referenze. A titolo esemplificativo, alla società occorrono 8/9 mesi per acquistare e mettere in scaffale i prodotti importati dal Far East, e la compiuta definizione delle promozioni avviene circa un mese e mezzo prima della data del lancio, in modo da poter inserire prodotti già presenti in magazzino.

13. Il Professionista ha affermato che il “prezzo di listino” assunto come riferimento per il calcolo degli sconti è il prezzo effettivamente pagato dai consumatori al di fuori delle promozioni. A tale proposito, Kasanova ha precisato che nel periodo indagato dal Nucleo, il 42% dei prodotti in assortimento è stato venduto in promozione. Al fine di provare che il “prezzo di listino” fosse il prezzo effettivamente pagato dai consumatori, il Professionista ha fornito, per alcune referenze, un campione di scontrini dal quale si desume il prezzo scontato praticato in vigenza di una promozione e il prezzo di listino praticato prima della promozione⁹.

Kasanova ha affermato di aver subito un aumento dei costi di acquisto, trasporto e logistica e imballaggio nell'ultimo quadrimestre 2021, a fronte del quale la società, pur aumentando i prezzi di listino, ha cercato di mantenere costanti i prezzi finali pagati dai consumatori, evitando che patissero i maggiori costi. Ciò ha comportato, per motivi puramente aritmetici, un aumento dello sconto pubblicizzato.

III.2.2 Gli impegni proposti da Kasanova

14. Come sopra indicato, il Professionista ha presentato una proposta di impegni in data 9 novembre 2022.

15. Gli impegni proposti dal Professionista consistono:

i) nel dare attuazione - entro il mese di marzo 2023 - alla previsione dall'art. 2 della Direttiva (UE) 2019/2161 (cd. “*Direttiva Omnibus*”)¹⁰. Quest'ultima, non ancora recepita nell'ordinamento italiano, richiede che ogni “annuncio di riduzione di un prezzo” debba “indicare il prezzo precedente applicato dal professionista per un determinato periodo di tempo prima dell'applicazione di tale riduzione”. La norma definisce il “prezzo precedente” come “il prezzo più basso applicato dal

⁷ Cfr. docc. 24 e 25 del fascicolo istruttorio.

⁸ Cfr. docc. 26 e 27 dell'indice del fascicolo istruttorio.

⁹ Cfr. doc. 19 dell'indice del fascicolo istruttorio.

¹⁰ La Direttiva modifica la direttiva 93/13/CEE e le direttive 98/6/CE, 2005/29/CE e 2011/83/UE per una migliore applicazione e una modernizzazione delle norme dell'Unione relative alla protezione dei consumatori.

professionista durante un periodo di tempo non inferiore a 30 giorni prima dell'applicazione della riduzione del prezzo”.

La tempistica di implementazione risente della complessità dell'intervento sulla rete vendita di Kasanova e sui sistemi informatici aziendali, anche al fine di aggiornare conseguentemente il sito *web*.

ii) in una misura rimediale avente ad oggetto la restituzione, in favore di ciascuna persona fisica o microimpresa che abbia acquistato sul sito *web* i prodotti indicati nella Tabella 1 della comunicazione di avvio nel corso dell'ultimo quadrimestre del 2021, di un importo pari al 20% del prezzo effettivamente pagato.

Nel dettaglio, entro un mese dalla notifica del provvedimento di accoglimento degli impegni, Kasanova invierà una *email* a tutti i clienti interessati invitandoli a fornire le proprie coordinate bancarie per accreditare la somma entro due mesi.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

16. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa anche attraverso un sito internet, in data 2 dicembre 2022, è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

17. Con parere pervenuto in data 28 dicembre 2022, la suddetta Autorità ha ritenuto che, nel caso di specie, l'utilizzo di *internet* da parte di Kasanova S.p.A. risulti idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che, sulla base delle informazioni lette nel sito del Professionista, potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità promozionale del mezzo di comunicazione citato.

V. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

18. La genuinità degli sconti pubblicizzati è un elemento essenziale per mettere i consumatori in grado di comparare correttamente i prodotti e scegliere l'offerta più competitiva.

Invero, al fine di accrescere la trasparenza sulle riduzioni di prezzo e di evitare che i professionisti aumentino artificialmente i prezzi di riferimento e/o ingannino i consumatori circa l'ammontare dello sconto, la Direttiva (UE) 2019/2161¹¹, nel quadro del *New Deal for Consumers*, è intervenuta a disciplinare gli annunci di riduzioni di prezzo. Quest'ultima ha modificato la Direttiva 98/6/CE (c.d. Direttiva Prezzi¹²), introducendo l'art. 6 *bis*, il quale stabilisce che gli annunci di riduzioni di prezzo devono far riferimento al prezzo precedentemente applicato dal professionista per un determinato periodo di tempo e definisce il "prezzo precedente" come il prezzo più basso applicato nei 30 giorni precedenti alla riduzione di prezzo¹³.

¹¹ Direttiva (UE) 2019/2161 che modifica la direttiva 93/13/CEE del Consiglio e le direttive 98/6/CE, 2005/29/CE e 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio per una migliore applicazione e una modernizzazione delle norme dell'Unione relative alla protezione dei consumatori.

¹² I contenuti della direttiva, recepita dal Decreto Legislativo 25 febbraio 2000, n. 84 (recante "Attuazione della direttiva 98/6/CE), abrogato dall'art. 146, comma 1, lett. m), del Codice del Consumo, sono ora trasfusi agli artt. 13 – 17 del medesimo Codice.

¹³ Il testo dei primi due commi dell'articolo 6 bis è il seguente:

L'iter di recepimento della menzionata Direttiva (UE) 2019/2161 è ancora in corso¹⁴.

19. L'Autorità ritiene che gli impegni assunti da Kasanova siano idonei a rimuovere i possibili profili di scorrettezza della pratica commerciale contestati nella comunicazione di avvio del 12 luglio 2022, in quanto incidono in modo radicale e permanente sulle modalità di presentazione dei prezzi e delle promozioni adottate dal Professionista. In tal modo sarà accresciuta la trasparenza delle offerte e eliminata la possibilità di manipolazione del prezzo di riferimento.

20. Con l'attuazione della prima misura, infatti, il Professionista realizzerà una radicale trasformazione della propria politica commerciale eliminando in radice l'equivoco ingenerato nei consumatori dalle precedenti modalità di rappresentazione dei prezzi, che lasciavano intendere di trovarsi di fronte a una promozione generalizzata. Più precisamente, i prodotti verranno posti in vendita indicando il "prezzo di vendita al pubblico" e, in occasione delle promozioni, verranno indicati il prezzo di riferimento (pari al prezzo di vendita al pubblico più basso praticato nei 30 giorni precedenti) e il prezzo scontato, nonché, eventualmente, la percentuale di sconto, anticipando così l'attuazione della Direttiva (UE) 2019/2161.

21. Inoltre, l'attenzione del Professionista nei confronti dei consumatori potenzialmente danneggiati dalle condotte contestate si apprezza nella predisposizione della misura rimediabile consistente nel rimborso - in favore degli acquirenti dei prodotti esemplificati nella tabella 1 - dell'ipotizzato minor sconto goduto a causa della modifica del prezzo di riferimento.

22. La tempistica di implementazione degli impegni, infine, appare coerente con la natura e le caratteristiche delle iniziative proposte.

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

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

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

DELIBERA

a) di rendere obbligatori ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, lettera a), del Regolamento, nei confronti della società Kasanova S.p.A. gli impegni dalla stessa presentati in data 9 novembre 2022 come descritti nel Formulário allegato, che costituisce parte integrante del provvedimento;

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

¹ Ogni annuncio di riduzione di un prezzo deve indicare il prezzo precedente applicato dal professionista per un determinato periodo di tempo prima dell'applicazione di tale riduzione.

² Per prezzo precedente si intende il prezzo più basso applicato dal professionista durante un periodo di tempo non inferiore a 30 giorni prima dell'applicazione della riduzione del prezzo".

¹⁴ Il 1° dicembre 2022 il Consiglio dei Ministri ha approvato lo schema di decreto legislativo di recepimento della Direttiva 2019/2161/UE. Lo schema di decreto legislativo è attualmente all'esame delle commissioni parlamentari.

c) che la società Kasanova S.p.A., entro novanta giorni dalla data di notifica della presente delibera, informi l'Autorità dell'avvenuta attuazione degli impegni.

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

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

PS12363 - GALILEO-SATUR

Provvedimento n. 30464

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 17 gennaio 2023;

SENTITO il Relatore, Professor Michele Ainis;

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, n. 25411;

VISTA la comunicazione del 12 luglio 2022, con cui è stato avviato il procedimento PS12363 nei confronti della società Galileo S.p.A.;

VISTO il proprio provvedimento del 12 luglio 2022, con il quale è stato disposto l'accertamento ispettivo, ai sensi dell'art. 27, commi 2 e 3, del Codice del Consumo, presso Galileo S.p.A.;

VISTA la comunicazione, pervenuta in data 30 settembre 2022, con la quale la società Galileo S.p.A. ha presentato, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento, una proposta di impegni, successivamente integrata nella versione definitiva e consolidata in data 8 novembre 2022;

VISTA la propria decisione del 15 novembre 2022, con la quale, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, in ragione della necessità di valutare la proposta di impegni ed espletare gli adempimenti procedurali, nel rispetto del pieno contraddittorio con le Parti;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Galileo S.p.A. (di seguito anche Galileo o Professionista), in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, comma 1, lettera b), del Codice del Consumo. Il Professionista opera sia nella vendita al dettaglio di prodotti per la casa e piccoli elettrodomestici mediante negozi fisici a insegna *Satur Passione Casa* dislocati su tutto il territorio nazionale e mediante il sito *www.satur.it*, sia nella fornitura dei medesimi articoli alla clientela professionale e alle catene della GDO.
2. Guardia di Finanza - Nucleo Speciale Antitrust, in qualità di segnalante.

II. LE CONDOTTE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

3. Oggetto del presente procedimento è la pubblicizzazione di sconti non genuini. In particolare, è stata contestata al Professionista la possibile manipolazione del “prezzo di riferimento” per il calcolo dello sconto e la reale entità dello sconto praticato.

Inoltre, è stato contestato l'uso della dicitura “*sottoprezzo*” nei volantini distribuiti dal Professionista per pubblicizzare la vendita di numerosi prodotti a prezzi scontati.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

III.1. L'iter del procedimento

4. Sulla base della richiesta di intervento del Nucleo Antitrust della Guardia di Finanza¹ e delle informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo², in data 12 luglio 2022 è stato avviato nei confronti di Galileo S.p.A. il procedimento istruttorio PS12363, per presunta violazione dell'art. 21, comma 1, lettera *d*), del Codice del Consumo, con riguardo alla convenienza delle offerte pubblicizzate e alla reale entità dello sconto praticato.

5. In particolare, da un monitoraggio svolto dal Nucleo Antitrust della Guardia di Finanza nel corso dell'ultimo quadrimestre del 2021 sul sito di *e-commerce* del Professionista *www.satur.it* era infatti emerso che per taluni prodotti si era verificato un aumento dello sconto percentuale pubblicizzato accompagnato da un aumento del prezzo di riferimento rispetto al quale era calcolato lo sconto. Di conseguenza, il prezzo finale pagato dal consumatore, prima e dopo l'aumento dello sconto pubblicizzato, era rimasto invariato e quindi lo sconto offerto risultava non genuino.

La tabella 1 riporta alcuni esempi illustrativi.

Tab. 1: esempi di aumento del prezzo di riferimento e dello sconto praticato

Prodotto	Data di rilevazione	Prezzo di riferimento €	Sconto	Prezzo Vendita scontato €	Variazione effettiva prezzo
Utensile da cucina	30/09/2021	3,99	25,1%	2,99	0%
	11/10/2021	4,99	40,1%	2,99	
Termoconvettore	11/10/2021	39,99	25,0%	29,99	0%
	21/10/2021	49,99	40,0%	29,99	
Servizio Tavola 1	07/12/2021	237	45,2%	129,99	0%
	17/12/2021	331,45	60,8%	129,99	
Servizio tavola 2	21/09/2021	79,99	25,0%	59,99	0%
	30/09/2021	99,99	40,0%	59,99	

6. Dagli elementi acquisiti era altresì emerso l'uso della dicitura “*sottoprezzo*” nei volantini distribuiti dal Professionista per pubblicizzare la vendita di numerosi prodotti a prezzi scontati.

7. In data 14 luglio 2022, è stato comunicato al Professionista l'avvio del procedimento istruttorio e si è svolto un accertamento ispettivo presso la sede legale ed operativa della società.

¹ Cfr. segnalazione del 4/3/2022 (doc. 1 del fascicolo istruttorio).

² Cfr. doc. 4 del fascicolo istruttorio.

8. Galileo ha avuto accesso agli atti del procedimento ed estratto copia dei documenti acquisiti al fascicolo in data 22 luglio 2022.
9. In data 4 agosto 2022 l'Autorità ha accolto la richiesta del Professionista di proroga del termine per la presentazione degli impegni al 30 settembre 2022, pervenuta in data 20 luglio 2022³.
10. Il Professionista ha fornito riscontro alle richieste di informazioni formulate nella comunicazione di avvio del procedimento e nel corso dell'ispezione con note pervenute in data 16 settembre 2022⁴.
11. In data 30 settembre 2022, il Professionista ha inviato⁵ una proposta di impegni ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento, successivamente integrata e fornita in versione consolidata in data 8 novembre 2022⁶.
12. Il Professionista è stato sentito in audizione⁷ in data 27 ottobre 2022.
13. In data 17 novembre 2022 è stata comunicato alle Parti il termine di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento⁸.
14. In data 18 novembre 2022 è stata comunicata alle Parti la proroga del termine di conclusione del procedimento⁹.

III.2. Gli elementi acquisiti e gli impegni del Professionista

III.2.1 Gli elementi acquisiti

15. La vendita al dettaglio attraverso la catena di negozi a insegna *Satur* e il sito aziendale *www.satur.it* rappresenta il canale con cui la società realizza la quota maggiore del proprio fatturato. Gran parte dell'assortimento risulta posto in vendita a "prezzi scontati", indicando un valore di riferimento ("prezzo di listino") barrato, la percentuale di sconto¹⁰ applicata su tale prezzo e il prezzo finale effettivamente pagato dal consumatore ("prezzo di vendita al pubblico"). Galileo pubblicizza le proprie offerte anche attraverso un Volantino mensile, nel quale sono offerte alcune centinaia di prodotti con sconti compresi tra il 20% e il 60%, alcuni dei quali accompagnati dalla dicitura "sottoprezzo". Il Professionista ha chiarito che il "sottoprezzo" definisce una categoria di sconto ulteriore applicata per periodi limitati, in relazione a specifici obiettivi commerciali e di gestione del magazzino.
16. Dalle informazioni acquisite in sede istruttoria è emerso che nel corso del 2022 il fenomeno individuato dal monitoraggio del Nucleo ha avuto una diffusione marginale.

³ Cfr. rispettivamente doc. 19 e doc. 12 del fascicolo istruttorio.

⁴ Cfr. docc. 21 e 22 del fascicolo istruttorio, nonché il doc. 23.

⁵ Cfr. doc. 24 del fascicolo istruttorio. La comunicazione, inviata via p.e.c. in data 30 settembre 2022, è stata protocollata il successivo 3 ottobre 2022.

⁶ Cfr. doc. 27 del fascicolo istruttorio.

⁷ Cfr. doc. 26 del fascicolo istruttorio

⁸ Cfr. docc. 28 e 29 del fascicolo istruttorio.

⁹ Cfr. docc. 30 e 31 del fascicolo istruttorio.

¹⁰ Lo sconto medio pubblicizzato nei primi 6 mesi del 2022 è stato superiore al 40%.

III.2.2 Gli impegni proposti da Galileo

17. Come sopra indicato, il Professionista ha presentato una proposta di impegni (“Impegni”) in data 30 settembre 2022, fornendone una versione integrata e consolidata in data 8 novembre 2022.

18. L’Impegno 1 prevede che Galileo S.p.A.:

(i) “non esporrà più il cd. Prezzo di listino, [ma] il solo prezzo di vendita applicabile al pubblico (Prezzo di Vendita al Pubblico) e, ove applicabile in caso di promozione, il prezzo scontato (Prezzo Scontato) (riservandosi la facoltà di eventualmente indicare la percentuale di sconto applicata)”;

(ii) applicherà “lo sconto promozionale” previsto sul “Prezzo di Vendita al Pubblico [...] più basso tra quelli applicati dalla società negli ultimi 30 giorni precedenti la promozione”; tale previsione “non trova applicazione a promozioni diverse cd. Speciali (es. bundling di prodotto, 3x2, vendite di liquidazione, ecc.)”;

(iii) “[indicherà] chiaramente la validità della promozione sia a livello di applicazione (on line / negozi) che temporale”;

(iv) presenterà “in ogni caso, tutte le promozioni di cui ai punti che precedono con una grafica e/o diciture - di volta in volta individuate - che siano chiare, trasparenti ed immediatamente individuabili da parte dei consumatori”.

Con specifico riferimento al Volantino, Galileo ha precisato che lo utilizzerà “come vetrina di alcuni [...] prodotti [...] selezionati dalla Società con modalità periodiche, in modo da dare evidenza ai prodotti sui quali Galileo intende puntare”. Al riguardo, il Professionista si è impegnato:

(v) “in linea con quanto previsto al punto [(i)]”, “ad indicare nel Volantino [per i prodotti in promozione] oltre al Prezzo di Vendita al Pubblico anche il Prezzo Scontato (riservandosi, anche in questo caso, la facoltà di eventualmente indicare la percentuale di sconto applicata) [...] la Società si riserva il diritto di esporre sul Volantino anche i prodotti non oggetto di promozione per i quali sarà indicato il solo Prezzo di Vendita al Pubblico (senza sconto)”, con la medesima precisazione di cui al punto (ii)”;

(vi) “ad indicare chiaramente la validità del Volantino, e quindi delle promozioni eventualmente riportate, sia a livello di applicazione (on line / negozi) che temporale”.

Il Professionista potrà effettuare “ulteriori tipologie di promozioni commerciali a beneficio dei consumatori [...] seguendo i principi di veridicità, genuinità, chiarezza, immediatezza e trasparenza”.

19. L’Impegno 2 prevede l’eliminazione della dicitura “sottoprezzo” dalle offerte del Professionista.

20. L’Impegno 3 prevede che il Professionista pubblici, sul proprio sito www.satur.it, una comunicazione volta a rendere edotto il consumatore delle caratteristiche delle promozioni offerte, in cui chiarirà che su “alcuni prodotti [Galileo] può, ad esempio, decidere di applicare un prezzo promozionale: in questi casi, oltre al prezzo di vendita al pubblico, troverai indicazione del prezzo promozionale scontato a cui potrai acquistare il prodotto nel periodo oggetto della promozione. Sul Volantino, poi, trovi una selezione di prodotti scelti per te ed in alcuni casi potrai trovare anche prodotti in promozione. Presta sempre attenzione all’applicabilità delle promozioni (on line o nei punti vendita) ed alla loro durata temporale”.

21. L’Impegno 4 prevede l’adozione di specifiche Linee Guida per la gestione delle campagne promozionali nel rispetto del Codice del Consumo. Tali Linee Guida richiameranno la normativa

generale in tema di pratiche commerciali scorrette e forniranno indicazioni per il rispetto dei principi di chiarezza e trasparenza nell'esposizione delle promozioni nei confronti del consumatore.

22. L'Impegno 5 prevede che Galileo organizzi un training aziendale rivolto al personale coinvolto nella determinazione dei prezzi e nella presentazione pubblica delle promozioni, finalizzato a garantire la conoscenza della normativa di cui al Codice del Consumo in tema di pratiche commerciali scorrette e l'illustrazione del contenuto delle Linee guida.

23. L'Impegno 6 prevede che gli acquirenti dei prodotti di cui alla tabella contenuta nella comunicazione di avvio del procedimento (e qui riprodotta come tab. 1) ricevano, entro 4 mesi dalla data di accettazione degli Impegni, un rimborso pari alla differenza tra il prezzo di listino "asseritamente" maggiorato utilizzato nella promozione e il prezzo di listino pre-promozione. I consumatori di cui Galileo disponga dei dettagli per l'accredito verranno informati dell'avvenuto rimborso, mentre gli altri saranno destinatari di una comunicazione *ad hoc*.

24. Gli Impegni saranno attuati entro il termine di 4 mesi dalla loro accettazione, con l'eccezione dell'Impegno 2), che verrà implementato entro un mese da tale data.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

25. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa anche attraverso un sito *internet*, in data 2 dicembre 2022, è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

26. Con parere pervenuto in data 28 dicembre 2022, la suddetta Autorità ha ritenuto che, nel caso di specie, l'utilizzo di *internet* da parte di Galileo S.p.A. risulti idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che, sulla base delle informazioni lette nel sito del Professionista, potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità promozionale del mezzo di comunicazione citato.

V. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

27. La genuinità degli sconti pubblicizzati è un elemento essenziale per mettere i consumatori in grado di comparare correttamente i prodotti e scegliere l'offerta più competitiva.

Invero, al fine di accrescere la trasparenza sulle riduzioni di prezzo ed evitare che i professionisti aumentino artificialmente i prezzi di riferimento e/o ingannino i consumatori circa l'ammontare dello sconto, la Direttiva (UE) 2019/2161¹¹, nel quadro del *New Deal for Consumers*, è intervenuta a disciplinare gli annunci di riduzioni di prezzo. Quest'ultima ha modificato la Direttiva 98/6/CE (c.d. Direttiva Prezzi)¹², introducendo l'art. 6 *bis*, il quale stabilisce che gli annunci di riduzioni di prezzo devono far riferimento al prezzo precedentemente applicato dal professionista per un

¹¹ Direttiva (UE) 2019/2161 che modifica la direttiva 93/13/CEE del Consiglio e le direttive 98/6/CE, 2005/29/CE e 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio per una migliore applicazione e una modernizzazione delle norme dell'Unione relative alla protezione dei consumatori.

¹² I contenuti della direttiva, recepita dal Decreto Legislativo 25 febbraio 2000, n. 84 (recante "Attuazione della direttiva 98/6/CE), abrogato dall'art. 146, comma 1, lett. m), del Codice del Consumo, sono ora trasfusi agli artt. 13 – 17 del medesimo Codice.

determinato periodo di tempo e definisce il “prezzo precedente” come il prezzo più basso applicato nei 30 giorni precedenti alla riduzione di prezzo¹³.

L’iter del recepimento della Direttiva nel nostro ordinamento è ancora in corso¹⁴.

28. L’Autorità ritiene che gli impegni assunti da Galileo siano idonei a rimuovere i possibili profili di scorrettezza della pratica commerciale contestati nella comunicazione di avvio del 12 luglio 2022, in quanto incidono in modo radicale e permanente sulle modalità di presentazione dei prezzi e delle promozioni adottate dal Professionista. In tal modo sarà accresciuta la trasparenza su un elemento essenziale, quale il prezzo di vendita, ed eliminata ogni possibilità di manipolazione del prezzo di riferimento.

29. Con l’Impegno 1, infatti, il Professionista attuerà una radicale trasformazione della propria politica commerciale, eliminando in radice l’equivoco ingenerato nei consumatori dalla precedente modalità di rappresentazione dei prezzi, che lasciava intendere di trovarsi di fronte ad una generalizzata promozione. Nel futuro il Professionista distinguerà chiaramente gli articoli in promozioni da quelli che non sono offerti in promozione, indicando in quest’ultimo caso soltanto il prezzo finale che il consumatore pagherà (c.d. “prezzo di vendita al pubblico”). Quando un prodotto sarà offerto in promozione verrà indicato, accanto al prezzo finale scontato, anche il prezzo di riferimento. Il prezzo di riferimento non potrà essere fissato discrezionalmente, ma dovrà essere pari al prezzo di vendita al pubblico più basso praticato nei 30 giorni precedenti per quell’articolo, con ciò anticipando il contenuto della Direttiva Prezzi.

30. Tale radicale trasformazione non è limitata alle offerte oggetto del provvedimento di avvio, ma si estende a tutte le promozioni effettuate dal Professionista, che dovranno rispettare i principi di “*veridicità, genuinità, chiarezza, immediatezza e trasparenza*”.

31. L’Impegno 1 appare completato dalle previsioni contenute negli Impegni 2 e 3 in tema di trasparenza.

In tal senso, l’Impegno 2 eliminerà ogni confusione indotta dall’assonanza del termine “sottoprezzo” con “sottocosto” e l’Impegno 3 consentirà al consumatore di orientarsi nella nuova politica dei prezzi adottata da Galileo.

32. I medesimi principi ispiratori degli Impegni precedenti si ritrovano anche negli Impegni 4 e 5, rivolti al personale coinvolto nel disegno e nella realizzazione della politica commerciale della società, i quali sono volti a divulgare i criteri di trasparenza che devono guidare la nuova politica di presentazione dei prezzi.

33. L’attenzione del Professionista nei confronti dei consumatori potenzialmente danneggiati dalle condotte contestate si apprezza nell’Impegno 6, che prevede di rimborsare, agli acquirenti dei prodotti esemplificati nella tabella 1, l’ipotizzato minor sconto goduto a causa della modifica del prezzo di riferimento.

¹³ Il testo dei primi due commi dell’art. 6 bis è il seguente:

“1. Ogni annuncio di riduzione di un prezzo deve indicare il prezzo precedente applicato dal professionista per un determinato periodo di tempo prima dell’applicazione di tale riduzione.

2. Per prezzo precedente si intende il prezzo più basso applicato dal professionista durante un periodo di tempo non inferiore a 30 giorni prima dell’applicazione della riduzione del prezzo”.

¹⁴ Il 1° dicembre 2022 il Consiglio dei Ministri ha approvato lo schema di decreto legislativo di recepimento della Direttiva 2019/2161/UE, che trasfonde l’art. 6-bis della Direttiva Prezzi nell’art. 17-bis del Codice del Consumo. Lo schema di decreto legislativo è attualmente all’esame delle commissioni parlamentari.

34. La tempistica di implementazione appare coerente con la natura e le caratteristiche delle iniziative assunte dal Professionista.

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

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

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

DELIBERA

a) di rendere obbligatori ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, lettera a), del Regolamento, nei confronti della società Galileo S.p.A. gli impegni dalla stessa presentati nella loro versione definitiva in data 8 novembre 2022, come descritti nel Formulário allegato, che costituisce parte integrante del provvedimento;

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

c) che la società Galileo S.p.A., entro novanta giorni dalla data di notifica della presente delibera, informi l'Autorità dell'avvenuta attuazione degli impegni.

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

a) il Professionista non dia attuazione agli impegni;

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

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Guido Stazi

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

PS12364 - CONFORAMA*Provvedimento n. 30465*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 17 gennaio 2023;

SENTITO il Relatore, Professor Michele Ainis;

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, n. 25411;

VISTA la comunicazione del 12 luglio 2022, con cui è stato avviato il procedimento PS12364 nei confronti della società Conforama Italia S.p.A.;

VISTO il proprio provvedimento del 12 luglio 2022, con il quale è stato disposto l’accertamento ispettivo, ai sensi dell’articolo 27, commi 2 e 3, del Codice del Consumo, presso Conforama Italia S.p.A.;

VISTA la comunicazione, pervenuta in data 29 agosto 2022, con la quale la società Conforama Italia S.p.A. ha presentato, ai sensi dell’articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell’articolo 9 del Regolamento, una proposta di impegni, successivamente integrata in data 21 ottobre 2022 e fornita nella versione definitiva e consolidata in data 7 novembre 2022;

VISTA la propria decisione del 15 novembre 2022, con la quale, ai sensi dell’articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, in ragione della necessità di valutare la proposta di impegni ed espletare gli adempimenti procedurali, nel rispetto del pieno contraddittorio con le Parti;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Conforama Italia S.p.A. (di seguito anche Conforama o Professionista), in qualità di professionista, ai sensi dell’art. 18, comma 1, lettera b), del Codice del Consumo. Il Professionista opera nel settore della vendita di mobili, piccoli elettrodomestici e oggettistica, sia *online* mediante il sito *www.conforama.it*, sia mediante negozi fisici a insegna *Conforama* dislocati su tutto il territorio nazionale.

2. Guardia di Finanza - Nucleo Speciale Antitrust, in qualità di segnalante.

II. LE CONDOTTE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

3. Oggetto del presente procedimento è la pubblicizzazione di sconti non genuini. In particolare, è stata contestata al Professionista la possibile manipolazione del “prezzo di riferimento” per il calcolo dello sconto e della reale entità dello sconto praticato.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

III.1. L'iter del procedimento

4. Sulla base della richiesta di intervento del Nucleo Antitrust della Guardia di Finanza¹ e delle informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo², in data 12 luglio 2022 è stato avviato nei confronti di Conforama Italia S.p.A. il procedimento istruttorio PS12364, per presunta violazione dell'art. 21, comma 1, lettera d), del Codice del Consumo, con riguardo all'offerta di prodotti a prezzi scontati e alla reale entità dello sconto praticato.

5. In particolare, da un monitoraggio svolto dal Nucleo Antitrust della Guardia di Finanza nel corso dell'ultimo quadrimestre del 2021 sul sito di *e-commerce* del professionista www.conforama.it, era emerso che in occasione di talune promozioni il prezzo di riferimento (prezzo "base") rispetto al quale era calcolato lo sconto era stato aumentato; in tal modo il prezzo finale scontato era risultato uguale a quello pre-promozione oppure più basso, ma in misura significativamente inferiore alla percentuale di sconto pubblicizzata.

La tabella 1 riporta alcuni esempi illustrativi.

Tab. 1: esempi di aumento del prezzo di riferimento e dello sconto praticato

Prodotto	Data di rilevazione	Prezzo Base €	Sconto pubblicizzato	Prezzo Vendita scontato €	Sconto effettivo
Affettatrice	26/11/2021	199,9	-		-
	07/12/2021	249,9	20,0%	199,9	0,0%
Aspiretta	26/11/2021	129,9	-		-
	07/12/2021	169,9	23,5%	129,9	0,0%
Estrattore	26/11/2021	109,9	-		-
	07/12/2021	129,9	23,1%	99,9	9,1%
Microonde	09/11/2021	139,9	-		-
	18/11/2021	149,9	20,0%	119,9	14,3%

6. In data 14 luglio 2022 è stato comunicato al Professionista l'avvio del procedimento istruttorio e si è svolto un accertamento ispettivo presso la sede legale e operativa della società.

7. Conforama ha avuto accesso agli atti del procedimento ed estratto copia dei documenti acquisiti al fascicolo in data 28 settembre e 14 ottobre 2022.

¹ Cfr. segnalazione del 4/3/2022 prot. 24666 (doc. 1 del fascicolo istruttorio).

² Cfr. doc. 4 del fascicolo istruttorio (prot. 49351 del 21 giugno 2022).

8. Il Professionista ha fornito riscontro alle richieste di informazioni formulate nella comunicazione di avvio del procedimento e nel corso dell'ispezione con note pervenute in data 15 luglio 2022 e 1° settembre 2022³.

9. In data 29 agosto 2022, il Professionista ha inviato una proposta di impegni, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento, successivamente integrata in data 21 ottobre 2022 e fornita in versione consolidata in data 7 novembre 2022⁴.

10. Il Professionista è stato sentito in audizione in data 7 ottobre e il 3 novembre 2022⁵.

11. In data 17 novembre 2022 è stata comunicato alle Parti il termine di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento⁶.

12. In data 18 novembre 2022 è stata comunicata alle Parti la proroga del termine di conclusione del procedimento⁷.

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

III.2.1 Gli elementi acquisiti

13. Conforama ha una rete di vendita costituita da 19 negozi e un sito di *e-commerce*. Da gennaio 2021 il Professionista ha emesso la Confocard, che consente di acquistare i prodotti con uno sconto del 15% sul prezzo al pubblico, esclusi gli elettrodomestici. Inoltre, saltuariamente vengono effettuate operazioni promozionali su specifici prodotti destinate, da febbraio 2022, ai soli possessori di Confocard.

14. Il Professionista ha ricondotto gli aumenti dei prezzi di riferimento, effettuati in occasione delle promozioni, a una maggiore onerosità dei listini dei fornitori, dei costi di trasporto e stoccaggio, nonché a circostanze particolari puntualmente evidenziate nelle memorie. I prezzi così risultanti rappresenterebbero prezzi di vendita effettivi, che sono stati praticati per alcuni mesi dopo il termine della promozione.

III.2.2 Gli impegni proposti da Conforama

15. Come sopra indicato, il Professionista ha presentato una proposta di impegni ("Impegni") in data 29 agosto 2022, successivamente integrata e consolidata in data 21 ottobre 2022 e 7 novembre 2022.

16. Il Professionista si impegna a:

i) non effettuare promozioni prima di 30 giorni dall'eventuale aumento del prezzo di listino. Le promozioni continueranno ad essere riservate ai titolari di Confocard. Le eventuali vendite di liquidazione saranno invece effettuate con le modalità e nei termini stabiliti dalla disciplina nazionale e dalle normative regionali del settore del commercio al dettaglio;

³ Cfr. docc. 23 (prot. 55341 del 15 luglio 2022) e 25 (prot. 66428 del 1° settembre 2022).

⁴ Cfr. doc. 27 (prot. 65426 del 29 agosto 2022), doc. 33 (prot. 80175 del 21 ottobre 2022) e doc. 35 (prot. 85940 del 7 novembre 2022).

⁵ Cfr. doc. 31 (prot. 75749 del 7 ottobre 2022) e doc. 34 (prot. 84521 del 3 novembre 2022).

⁶ Cfr. docc. 36 e 37 del fascicolo istruttorio.

⁷ Cfr. docc. 38 e 39 del fascicolo istruttorio.

ii) rendere edotti dell'impegno di cui sopra tutti i dipendenti addetti alla vendita, alla gestione dei listini e alle iniziative promozionali, curandone altresì la formazione ai fini dell'osservanza delle disposizioni del Decreto Legislativo. 206/2005 ai fini della protezione dei Consumatori;

iii) comunicare, entro 30 giorni dalla chiusura del procedimento, a tutti i Clienti identificabili che abbiano acquistato gli articoli indicati nella comunicazione di avvio del procedimento PS12364 che potranno beneficiare di un rimborso di importo pari al minor sconto ritenuto come praticato nella suddetta comunicazione di avvio; il rimborso avverrà entro 15 giorni dalla indicazione da parte dei Clienti delle modalità con le quali intendono ricevere l'importo suddetto.

17. Il Professionista specifica che gli impegni sono misure “*a regime*” non soggette a un termine di validità.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

18. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa anche attraverso un sito *internet*, in data 2 dicembre 2022, è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

19. Con parere pervenuto in data 28 dicembre 2022, la suddetta Autorità ha ritenuto che, nel caso di specie, l'utilizzo di *internet* da parte di Conforama Italia S.p.A. risulti idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che, sulla base delle informazioni lette nel sito del Professionista, potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità promozionale del mezzo di comunicazione citato.

V. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

20. La genuinità degli sconti pubblicizzati è un elemento essenziale per mettere i consumatori in grado di comparare correttamente i prodotti e scegliere l'offerta più competitiva.

Invero, al fine di accrescere la trasparenza sulle riduzioni di prezzo ed evitare che i professionisti aumentino artificialmente i prezzi di riferimento e/o ingannino i consumatori circa l'ammontare dello sconto, la Direttiva (UE) 2019/2161⁸, nel quadro del *New Deal for Consumers*, è intervenuta a disciplinare gli annunci di riduzioni di prezzo. Quest'ultima ha modificato la Direttiva 98/6/CE (c.d. Direttiva Prezzi)⁹, introducendo l'art. 6 *bis*, il quale stabilisce che gli annunci di riduzioni di prezzo devono far riferimento al prezzo precedentemente applicato dal professionista per un determinato periodo di tempo e definisce il “prezzo precedente” come il prezzo più basso applicato nei 30 gg precedenti la riduzione di prezzo¹⁰.

⁸ Direttiva (UE) 2019/2161 che modifica la direttiva 93/13/CEE del Consiglio e le direttive 98/6/CE, 2005/29/CE e 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio per una migliore applicazione e una modernizzazione delle norme dell'Unione relative alla protezione dei consumatori.

⁹ I contenuti della direttiva, recepita dal Decreto Legislativo 25 febbraio 2000, n. 84 (recante “Attuazione della direttiva 98/6/CE), abrogato dall'art. 146, comma 1, lett. m), del Codice del Consumo, sono ora trasfusi agli artt. 13 – 17 del medesimo Codice.

¹⁰ Il testo dei primi due commi dell'art. 6 *bis* è il seguente:

“1. Ogni annuncio di riduzione di un prezzo deve indicare il prezzo precedente applicato dal professionista per un determinato periodo di tempo prima dell'applicazione di tale riduzione.

2. Per prezzo precedente si intende il prezzo più basso applicato dal professionista durante un periodo di tempo non inferiore a 30 giorni prima dell'applicazione della riduzione del prezzo”.

L'iter del recepimento della Direttiva nel nostro ordinamento è ancora in corso¹¹.

21. L'Autorità ritiene che gli impegni assunti da Conforama siano idonei a rimuovere i possibili profili di scorrettezza della pratica commerciale contestati nella comunicazione di avvio del 12 luglio 2022, in quanto incidono in modo radicale e permanente sulle modalità di realizzazione delle promozioni adottate dal Professionista. In tal modo sarà accresciuta la trasparenza su un elemento essenziale quale il prezzo di vendita ed eliminata ogni possibilità di manipolazione del prezzo di riferimento.

22. Con il primo impegno, infatti, il Professionista attuerà una radicale trasformazione della propria politica commerciale, vincolandosi ad assicurare che nel mese precedente alla promozione il prezzo di riferimento non sarà ritoccato al rialzo. Il prezzo di riferimento non potrà essere fissato discrezionalmente, ma dovrà essere pari al prezzo di vendita al pubblico più basso praticato nei 30 giorni precedenti per quell'articolo, con ciò anticipando il contenuto della Direttiva Prezzi.

23. L'efficacia del primo impegno è assicurata dal contenuto del secondo impegno, volto a divulgare, presso il personale coinvolto nel disegno e realizzazione della politica commerciale della società, i criteri cui attenersi nella realizzazione delle operazioni promozionali.

24. L'attenzione del Professionista nei confronti dei consumatori potenzialmente danneggiati dalle condotte contestate si apprezza, inoltre, considerando il terzo impegno, che prevede di rimborsare, agli acquirenti dei prodotti esemplificati nella tabella 1, l'ipotizzato minor sconto goduto a causa della modifica del prezzo di riferimento.

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

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

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

DELIBERA

a) di rendere obbligatori ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 9, comma 2, lettera a), del Regolamento, nei confronti della società Conforama Italia S.p.A. gli impegni dalla stessa presentati nella loro versione definitiva in data 7 novembre 2022, come descritti nel Formulario allegato, che costituisce parte integrante del provvedimento;

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

c) che la società Conforama Italia S.p.A., entro novanta giorni dalla data di notifica della presente delibera, informi l'Autorità dell'avvenuta attuazione degli impegni.

¹¹ Il 1° dicembre 2022 il Consiglio dei Ministri ha approvato lo schema di decreto legislativo di recepimento della Direttiva 2019/2161/UE, che trasfonde l'art. 6-bis della Direttiva Prezzi nell'art. 17-bis del Codice del Consumo. Lo schema di decreto legislativo è attualmente all'esame delle commissioni parlamentari.

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

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

PS12429 - HELIAIR ELICOTTERI – MANCANZA DI LICENZA*Avviso di comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria*

AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Informativa di comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 19, comma 2, del "Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015.

La pubblicazione del presente avviso, seguito dalla comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria, sul Bollettino settimanale dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato viene effettuata ai sensi e per gli effetti di cui all'articolo 19, comma 2, del Regolamento, atteso l'esito negativo della trasmissione della comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria tramite PEC in data 3 febbraio 2023 (prot. n. 18311) e l'avvenuta pubblicazione sul Bollettino n. 44/2022 del 12 dicembre 2022 della comunicazione di avvio del procedimento per la medesima ragione.

Entro 10 giorni dalla pubblicazione del presente avviso, la Parte potrà depositare memorie e documenti.

Per qualsiasi comunicazione indirizzata all'Autorità, relativa al caso in questione, si prega di citare la Direzione Manifatturiero, Agroalimentare, Farmaceutico e Distribuzione Commerciale del Dipartimento per la Tutela del Consumatore 2 ed il riferimento PS12429.

PS12429 HELIAIR ELICOTTERI – MANCANZA DI LICENZA*Comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria*

Oggetto: **comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria** ai sensi dell'art. 16, comma 1, 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, in relazione al procedimento PS12429.

Con la presente si comunica che il termine di conclusione della fase istruttoria è fissato alla data del **13 febbraio 2023**.

Si comunica inoltre, ai sensi del medesimo articolo del Regolamento di cui all'oggetto, che la Parte può presentare, **entro 10 giorni** dal ricevimento della presente, memorie conclusive o documenti che saranno rimessi al Collegio insieme agli altri atti istruttori per l'adozione del provvedimento finale.

Infine, si comunica che, in sostituzione della dott.ssa Letizia Razzitti, il responsabile del procedimento in oggetto è il sottoscritto dott. Angelo Rovati.

Per qualsiasi comunicazione indirizzata all'Autorità, relativa al caso in questione, si prega di citare la Direzione Manifatturiero, Agroalimentare, Farmaceutico e Distribuzione Commerciale del Dipartimento per la Tutela del Consumatore 2 ed il riferimento PS12429. Per eventuali chiarimenti ed informazioni si prega di prendere contatto con il dott. Angelo Rovati al numero 06/85821634 (*Pec: protocollo.agcm@pec.agcm.it*).

Il Responsabile del procedimento

*Autorità garante
della concorrenza e del mercato*

Bollettino Settimanale
Anno XXXIII- N. 6 - 2023

Coordinamento redazionale

Giulia Antenucci

Redazione

Valerio Ruocco, Simonetta Schettini, Manuela Villani
Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato
Direzione gestione documentale, protocollo e servizi
statistici
Piazza Giuseppe Verdi, 6/a - 00198 Roma
Tel.: 06-858211 Fax: 06-85821256

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

Realizzazione grafica

Area Strategic Design
