



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXXV - n. 20

**Publicato sul sito www.agcm.it
26 maggio 2025**

SOMMARIO

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	5
C12667B - PAC2000A/RAMI DI AZIENDA DI DOC ROMA-UNICOOP FIRENZE - INFORMAZIONI FORNITE	
<i>Provvedimento n. 31539</i>	<i>5</i>
C12719 - UNICOOP TIRRENO/COOP CENTRO ITALIA	
<i>Provvedimento n. 31540</i>	<i>7</i>
ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA	14
AS2081 - COMUNE DI GAETA (LT) - CONCESSIONI DEMANIALI MARITTIME CON FINALITÀ TURISTICO RICREATIVE	14
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	18
PS12805 - DIOR-SOSTENIBILITÀ	
<i>Provvedimento n. 31548</i>	<i>18</i>

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

C12667B - PAC2000A/RAMI DI AZIENDA DI DOC ROMA-UNICOOP FIRENZE - INFORMAZIONI FORNITE

Provvedimento n. 31539

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 6 maggio 2025;

SENTITO il Relatore, Saverio Valentino;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO, in particolare, l'articolo 16-*bis*, comma 1, della legge n. 287/1990, a norma del quale, ai fini dell'esercizio dei poteri in materia di divieto delle operazioni di concentrazione di cui al Capo III della medesima legge, l'Autorità può in ogni momento richiedere a imprese e a enti che ne siano in possesso di fornire informazioni e di esibire documenti utili;

VISTO, altresì, l'articolo 16-*bis*, comma 2, della legge n. 287/1990, a norma del quale i soggetti ai quali è richiesto di fornire o esibire gli elementi di cui al comma 1 sono sottoposti alle sanzioni amministrative pecuniarie di cui all'articolo 14, comma 5, se rifiutano od omettono di fornire le informazioni o di esibire i documenti richiesti ovvero se forniscono informazioni od esibiscono documenti non veritieri, senza giustificato motivo;

VISTO, inoltre, l'articolo 14, comma 5, della legge n. 287/1990, a norma del quale può essere applicata una sanzione amministrativa pecuniaria fino all'1 per cento del fatturato totale realizzato a livello mondiale durante l'esercizio precedente alle imprese e associazioni di imprese che, dolosamente o per colpa, in risposta a una richiesta di informazioni, forniscono informazioni inesatte, incomplete o fuorvianti oppure non forniscono le informazioni entro il termine stabilito;

VISTA la legge 24 novembre 1981, n. 689;

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

VISTO il proprio provvedimento n. 31452 del 4 febbraio 2025, con cui l'Autorità ha deliberato di contestare, alla società PAC 2000A Soc. Coop., la violazione di cui all'articolo 16-*bis*, comma 2, della legge n. 287/1990, per aver fornito, nel corso del procedimento C12667, informazioni non veritiere, senza giustificato motivo, e di avviare nei confronti della medesima società un procedimento per l'eventuale irrogazione della sanzione pecuniaria di cui all'articolo 14, comma 5, della legge n. 287/1990.

VISTA l'istanza di proroga fino al 31 marzo 2025 del termine infra-procedimentale di trenta giorni per l'esercizio da parte degli interessati del diritto di presentare all'Autorità scritti difensivi e documenti e di chiedere di essere sentiti, presentata dalla società PAC 2000A Soc. Coop. in data 13 febbraio 2025 "*principalmente in ragione della esigenza di elaborare e svolgere l'attività difensiva in parallelo ed in aggiunta rispetto alla pendente onerosa procedura di cessione dei punti vendita oggetto di impegni di cui al procedimento principale*".

VISTA l'istanza presentata dalla società PAC 2000A Soc. Coop. in data 13 febbraio 2025, contestualmente all'istanza di proroga, al fine di essere sentita dagli Uffici e, successivamente, in audizione innanzi al Collegio;

CONSIDERATA la necessità di assicurare alla Parte il più ampio esercizio del diritto di difesa al fine di garantire appieno il diritto al contraddittorio;

CONSIDERATO che in data in data 26 febbraio 2025 è stato comunicato alla società PAC 2000A Soc. Coop. PAC l'accoglimento delle suddette istanze;

CONSIDERATA altresì la necessità di assicurare alla Parte la possibilità di presentare ulteriori scritti difensivi e documenti in relazione alla Comunicazione di contestazione degli addebiti e di essere sentita dinanzi al Collegio;

RITENUTO, pertanto, ai fini di garantire il pieno esercizio dei diritti difesa della Parte e di valutare compiutamente i profili oggetto del procedimento, di dover prorogare di sessanta giorni il termine di chiusura del procedimento che, allo stato, deve concludersi entro centoventi giorni dalla notificazione del provvedimento n. 31452 del 4 febbraio 2025 e, dunque, entro il 6 giugno 2025;

DELIBERA

di prorogare al 5 agosto 2025 il termine di conclusione del procedimento.

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

IL VICE SEGRETARIO GENERALE
Serena Stella

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

C12719 - UNICOOP TIRRENO/COOP CENTRO ITALIA*Provvedimento n. 31540*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 6 maggio 2025;

SENTITO il Relatore, Saverio Valentino;

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 delle società Unicoop Tirreno Soc. Coop. e Coop Centro Italia Soc. Coop., pervenuta in data 14 aprile 2025;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Unicoop Tirreno Soc. Coop. (P.IVA 00103530499, di seguito "UTI"), è una società cooperativa il cui capitale sociale è detenuto dai suoi oltre 510 mila soci¹, nessuno dei quali esercita un'influenza determinante². UTI opera in Italia nel commercio, all'ingrosso e al dettaglio, nel settore della distribuzione moderna di prodotti alimentari e non alimentari di largo e generale consumo, con 120 punti vendita, sia di proprietà che di imprenditori affiliati, dislocati tra Toscana, Lazio e Umbria con insegne riferibili al sistema Coop. UTI aderisce, tra gli altri, (i) al consorzio nazionale Coop Italia, società consortile che svolge alcuni servizi (acquisti, attività di *marketing*, produzione di beni a marchio "Coop", servizi di controllo qualità, ecc.) in favore delle cooperative associate, e (ii) all'associazione Distretto Tirrenico, l'articolazione territoriale e settoriale della Legacoop che rappresenta le cooperative di consumo aderenti con sede legale in Toscana, Umbria e Lazio, ossia – oltre a UTI – Unicoop Firenze, CCI e Coop Unione Amiatina. In via marginale, UTI è attiva, tramite una propria controllata, nell'offerta presso i propri punti vendita di servizi assicurativi ai suoi soci.

2. Nel 2023, UTI ha realizzato *[omissis]** in Italia un fatturato consolidato, al netto delle vendite infragruppo, pari a *[700-1.000]* milioni di euro.

3. Coop Centro Italia Soc. Coop. (P.IVA 02241550546, di seguito "CCI" o "Target") è una società cooperativa il cui capitale sociale è detenuto dai suoi oltre 270 mila soci³, nessuno dei quali esercita un'influenza determinante⁴. CCI opera in Italia nel commercio, all'ingrosso e al dettaglio, nel settore della distribuzione moderna di prodotti alimentari e non alimentari di largo e generale consumo, con 77 punti vendita dislocati nelle province di Perugia, Terni, Macerata, Rieti, Viterbo,

¹ Al 31 dicembre 2023, UTI contava 524.780 soci.

² In particolare, nessuno dei soci di UTI detiene una partecipazione pari ad almeno il 10% della stessa. Infatti, ogni socio di UTI detiene una sola quota, di valore nominale pari a Euro 25,00, che dà diritto a un solo voto in seno alla relativa assemblea.

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

³ Al 31 dicembre 2023, CCI contava 308.273 soci.

⁴ In particolare, nessuno dei soci di CCI detiene una partecipazione pari ad almeno il 10% della stessa. Infatti, ogni socio di CCI detiene una sola quota, di valore nominale pari a Euro 25,00, che dà diritto a un solo voto in seno alla relativa assemblea.

Roma e L'Aquila. Anche CCI aderisce, tra gli altri, (i) al consorzio nazionale Coop Italia, società consortile che svolge alcuni servizi (acquisti, attività di marketing, produzione di beni a marchio "Coop", servizi di controllo qualità, ecc.) in favore delle cooperative associate, e (ii) all'associazione Distretto Tirrenico, l'articolazione territoriale e settoriale della Legacoop che rappresenta le cooperative di consumo aderenti con sede legale in Toscana, Umbria e Lazio, ossia – oltre a CCI – Unicoop Firenze, UTI e Coop Unione Amiatina).

4. CCI esercita il controllo esclusivo su Superconti Supermercati Terni S.r.l. ("Superconti Supermercati"), di cui detiene l'intero capitale sociale, che: (i) gestisce la rete di vendita dell'insegna "Superconti" e i rapporti con i fornitori diretti della stessa; (ii) commercializza verso la rete vendita di CCI, sia a insegna "Coop" che a insegna "Superconti", le produzioni alimentari (lavorazione carni) effettuate dalla società Superconti Service S.r.l. ("Superconti Service"), anch'essa soggetta al controllo esclusivo di CCI.

5. Nel 2023, CCI ha realizzato [omissis] in Italia un fatturato consolidato, al netto delle vendite infragruppo, pari a [700-1.000] milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

6. L'Operazione comunicata (di seguito, "Operazione") consiste nella fusione per incorporazione, ai sensi dell'articolo 2501 del codice civile, della società *incorporanda* CCI nella società incorporante UTI. Per effetto dell'Operazione, dunque, CCI subentrerà nel patrimonio di UTI, estinguendosi, e quest'ultima assumerà tutti i diritti, beni, debiti e crediti, rapporti giuridici attivi e passivi che in precedenza facevano capo a CCI.

7. All'esito dell'Operazione, la società risultante dall'incorporazione di CCI in UTI assumerà la denominazione di Unicoop Etruria Soc. Coop., le cui quote di partecipazione saranno frazionate tra tutti gli attuali soci di UTI e CCI. Il sistema di *governance* della società risultante sarà dualistico, con la previsione di un Consiglio di Sorveglianza, eletto dall'assemblea dei soci, e di un Consiglio di Gestione, a sua volta eletto dal Consiglio di Sorveglianza.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

8. L'operazione comunicata costituisce una concentrazione, ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/1990, in quanto comporta l'acquisizione del controllo esclusivo di un'impresa.

9. 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 582 milioni di euro e il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, individualmente da ciascuna delle due delle imprese interessate è stato superiore a 35 milioni di euro.

III.1. I mercati rilevanti

10. L'operazione in esame interessa il settore della distribuzione moderna di prodotti alimentari e non alimentari di largo e generale consumo (GDO). La concorrenza in questo settore è estremamente articolata, giocandosi su diverse variabili strategiche e su diversi ambiti territoriali.

11. In particolare, in tale settore operano soggetti con dimensioni, caratteristiche e formule organizzative estremamente variegata. Una prima distinzione viene effettuata tra Grande Distribuzione (GD), costituita da catene di punti vendita facenti capo ad un'unica impresa o gruppo

societario di imprese (le c.d. imprese a succursali), e Distribuzione Organizzata (DO), che comprende catene di punti vendita facenti capo a soggetti imprenditoriali giuridicamente distinti (generalmente società di piccola o media dimensione), ma legati da un rapporto di collaborazione volontaria, formalizzato mediante vincoli contrattuali e/o formule associative quali consorzi, unioni volontarie, cooperative di consumo, ecc.

12. Quanto alla politica di approvvigionamenti, in prima battuta i singoli punti vendita sono raggruppati da un centro distribuzione (o “CE.DI”), che rappresenta l’impianto centrale di una catena di supermercati o ipermercati che riceve la merce e la stocca e rifornisce i punti di vendita. Un secondo grado di aggregazione è rappresentato dalle centrali di acquisto, che svolgono il compito di contrattazione centralizzata delle forniture (centrali di acquisto). A sua volta, le centrali di acquisto possono ulteriormente aggregarsi in supercentrali.

13. Pertanto, a livello nazionale, la competizione all’interno del settore della GDO si sviluppa essenzialmente tra catene distributive, intese come insiemi di punti vendita che operano con una sostanziale uniformità di insegna e di immagine. Il confronto competitivo avviene sulla dimensione complessiva della catena stessa, l’immagine e la capacità di penetrazione dell’insegna, la localizzazione dei punti vendita, la copertura dei diversi mercati locali, le politiche di approvvigionamento, ecc.

14. Sul punto, occorre osservare che talune catene della GDO – quali ad esempio, Conad, Coop, Pam, Carrefour, Lidl, Eurospin – presentano una uniformità significativa tra punti vendita e, in generale, nelle politiche commerciali della catena stessa, conseguentemente emerge un ruolo della catena in termini di strategie con impatto strategico oltre il perimetro locale. Al contrario, alcune “alleanze” della GDO – quali ad esempio quelle afferenti a Selex Commerciale⁵ o al Gruppo Végé⁶ – presentano una maggiore differenziazione tra consorziati, che quindi definiscono, spesso in modo autonomo il *format* di vendita, i marchi del punto vendita (che spesso differiscono significativamente e hanno una connotazione più locale) e altri elementi caratteristici del profilo commerciale del punto vendita.

15. A livello locale, invece, il confronto competitivo si svolge più propriamente sulle politiche dirette al consumatore, improntate sui prezzi di vendita, l’assortimento, le promozioni, le politiche di fidelizzazione al punto vendita, e più in generale le strategie commerciali a livello *retail*.

16. È quindi possibile individuare un primo versante, rappresentato dai mercati locali della vendita al dettaglio di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo, mentre un altro versante è rappresentato dal mercato nazionale degli approvvigionamenti di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo.

III.1.a. I mercati della vendita al dettaglio di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo

17. La presente operazione interessa i mercati della vendita al dettaglio di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo attraverso punti vendita della GDO. In tale settore operano, a livello nazionale, vari operatori, con dimensioni e formule organizzative variegata. In particolare, vengono

⁵ All’interno di Selex, i singoli CE.DI. presentano *format* e marchi differenti, ad esempio: Supermercati Cadoro (Cadoro Supermercati S.p.A.), Supermercati Gulliver (Alfi S.r.l.), Oasi-Tigre (Gabielli Magazzini S.p.A.), Famila-Max-IlCentesimo (CDS S.p.A.), Il Castoro-Ipertriscout-DEM-Pewex-Sacof-Ipercarni-Iperfamili (DE.DI Gros S.c.a.r.l.), Italmark (Italbrix S.p.A.), Elite (Superelite S.p.A.) Ali-Aliper (Ali S.p.A.) SiConTé (CE.DI. Marche S.c.a.r.l.), Mercatò-MercatòExtra-MercatòBig-MercatòLocal (Dimar S.p.A.), EMISupermercati (GMF S.p.A.), ecc.

⁶ All’interno di Végé, i singoli CE.Di presentano *format* e marchi differenti, ad esempio: Bennet (Bennet S.p.A.), Decò-IperConveniente (F.lli Arena S.r.l.), IperTosano (Supermercati Tosano Cerea S.r.l.), DiMeglio (GFE S.r.l.), e la stessa Multicedi.

distinte, nell'ambito della GDO, le seguenti tipologie di punto vendita: ipermercati, supermercati, superette e discount.

18. Nell'ambito dei più recenti provvedimenti relativi a operazioni di concentrazione nel settore della GDO⁷, l'Autorità ha, in primo luogo, incluso i punti vendita gestiti con formula discount nei mercati rilevanti relativi alle tipologie di punti vendita della GDO di dimensione corrispondente, e cioè superette (100-399 mq), supermercati (400-2.499 mq) e ipermercati (dai 2.500 mq in su), in quanto considerati dai consumatori un'opzione di acquisto sostituibile con tali altre tipologie di punto vendita della GDO.

19. Inoltre, con riferimento a ipermercati, supermercati e superette, l'Autorità ha definito i seguenti mercati merceologici distinti (indicati di seguito come M01, M02 e M03):

i. [M01] *il mercato delle superette*, comprensivo di tutti i punti vendita di dimensione compresa tra 100 e 2499 mq (e cioè le stesse superette, i supermercati e i discount di dimensione inferiore ai 2500 mq);

ii. [M02] *il mercato dei supermercati*, comprensivo di tutti i punti vendita di dimensione dai 100 mq in su (e cioè supermercati, superette, ipermercati e discount);

iii. [M03] *il mercato degli ipermercati*, comprensivo di tutti i punti vendita da 400 mq in su (e cioè ipermercati, supermercati e discount di dimensione pari o superiore ai 400 mq).

20. Sotto il profilo geografico, sono stati definiti mercati locali costituiti da curve isocrone centrate sui punti vendita target dell'ampiezza di 10 minuti di guida per il mercato delle superette e di 15 minuti di guida per i mercati dei supermercati e degli ipermercati.

21. Sul punto, si rileva che la Target è attiva attraverso:

i. 6 superette a insegna "Coop", "Incoop", "Superconti" e "inSuperconti", con superficie inferiore a 400 mq., situate nelle seguenti province: Perugia, Viterbo e Terni;

ii. 67 supermercati a insegna "Coop" e "Incoop", con superficie compresa tra 400 e 2.499 mq., situati nelle seguenti province: Livorno, Grosseto, Lucca, Frosinone, Roma, Terni e Viterbo;

iii. 4 ipermercati a insegna "Coop" e "Ipercoop", con superficie superiore a 2.499 mq., situati nelle seguenti province: Aquila, Perugia e Terni.

22. Pertanto, nel caso di specie, i mercati interessati sono quelli delle superette, dei supermercati e degli ipermercati, come descritti *supra*.

III.1.b. I mercati dell'approvvigionamento di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo

23. I mercati dell'approvvigionamento di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo afferiscono agli acquisti effettuati dalle catene della GDO, che rappresentano il lato della domanda, direttamente presso produttori di beni di largo consumo alimentari e non, che costituiscono il versante dell'offerta, ai fini della rivendita nel canale della distribuzione moderna.

24. Come noto, al fine di ottenere condizioni di maggior favore in relazione alle quantità domandate per i prodotti a marchio dell'industria, è frequente l'aggregazione tra catene della GDO (in forma di associazione di imprese e medi-grandi consorzi) in c.d. "centrali (o alleanze) di acquisto".

⁷ Cfr., *ex multis*: C12247B - BDC Italia-Conad/Auchan, provvedimento n. 28163 del 25 febbraio 2020; C12509 - PAC 2000A/Vari Rami di azienda, provvedimento n. 30500 del 28 febbraio 2023; C12487 - IN'S Mercato/Ramo di azienda DICO, provvedimento n. 30414 del 13 dicembre 2022; C12490 - Fratelli Arena/Two Rami di azienda di Superisola, provvedimento n. 30337 dell'11 ottobre 2022; C12580 - Conad Nord Ovest/Ramo di azienda di Bennet, provvedimento n. 30885 del 21 novembre 2023; C12667 - PAC2000/ Rami di azienda di DOC Roma - UNICOOP Firenze n. 31424 del 17 dicembre 2024.

25. L’Autorità ha lasciato aperta l’esatta definizione merceologica del mercato⁸ e anche nel caso di specie si ritiene non necessario pervenire ad una esatta delimitazione merceologica dei mercati dell’approvvigionamento in quanto la stessa non risulta suscettibile di creare significativi effetti per la concorrenza nei mercati dell’approvvigionamento di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo.

26. Inoltre, tali mercati hanno generalmente dimensione nazionale, effettuandosi a livello nazionale sia gli acquisti che le relative negoziazioni. Possono far eccezione alcune categorie di prodotti freschi o di tipicità locale, caratterizzati da mercati di dimensione più circoscritta, che tuttavia sono generalmente esclusi dall’ambito di contrattazione delle centrali d’acquisto.

III.2. Gli effetti dell’operazione

III.2.a. I mercati della vendita al dettaglio di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo

27. Nei mercati locali, costituiti, rispettivamente dai punti vendita tra i 100 mq a 2499 mq per le superette collocati a una distanza inferiore ai 10 minuti di guida e da tutti i punti vendita della GDO di dimensione superiore a 100 mq collocati in un’isocrona di massimo 15 minuti di guida da ciascun punto vendita oggetto di cessione, l’operazione di concentrazione in esame comporterà l’acquisizione dei punti di vendita a insegna “Coop”, “Incoop”, “Superconti”, “inSuperconti” e “Ipercoop”.

28. Ai fini della valutazione degli effetti dell’operazione, si osserva che la stessa genera delle sovrapposizioni orizzontali in 10 isocrone (v. Tabella 1):

⁸ Cfr., *ex multis*: C12247B - BDC Italia-Conad/Auchan, provvedimento n. 28163 del 25 febbraio 2020; C12509 - PAC 2000A/Vari Rami di azienda, provvedimento n. 30500 del 28 febbraio 2023; C12487 - IN’S Mercato/Ramo di azienda DICO, provvedimento n. 30414 del 13 dicembre 2022; C12490 - Fratelli Arena/Due Rami di azienda di Superisola, provvedimento n. 30337 dell’11 ottobre 2022; C12580 - Conad Nord Ovest/Ramo di azienda di Bennet, provvedimento n. 30885 del 21 novembre 2023.

Tabella 1 Isocrone con sovrapposizioni

N.	Insegna del centroide (Target)	Tipologia	Indirizzo	Quota CCI	Quota UTI	Quota congiunta
1	Superconti	Superette (M01)	[omissis]	[5-10%]	[20-25%]	[25-30%]
2	Superconti	Supermercato (M02)	[omissis]	[35-40%]	[1-5%]	[40-45%]
3	Coop Centro Italia	Supermercato (M02)	[omissis]	[35-40%]	[1-5%]	[40-45%]
4	Superconti	Supermercato (M02)	[omissis]	[10-15%]	[15-20%]	[25-30%]
5	Superconti	Supermercato (M02)	[omissis]	[10-15%]	[10-15%]	[25-30%]
6	Superconti	Supermercato (M02)	[omissis]	[1-5%]	[15-20%]	[15-20%]
7	Superconti	Superette (M01)	[omissis]	[10-15%]	[10-15%]	[20-25%]
8	Superconti	Supermercato (M02)	[omissis]	[1-5%]	[5-10%]	[5-10%]
9	Superconti	Supermercato (M02)	[omissis]	[0-1%]	[5-10%]	[5-10%]
10	Superconti	Supermercato (M02)	[omissis]	[0-1%]	[5-10%]	[5-10%]

29. Dall'analisi delle quote di mercato della Parte post-merger è quindi possibile osservare che in 5 isocrone (le isocrone n. 6, 7, 8, 9 e 10) l'operazione di concentrazione non darà luogo a quote di mercato superiori alla soglia di attenzione del 25% (peraltro con incrementi apportati dalla Target non particolarmente rilevanti, talvolta inferiori al 1% (ad eccezione dell'isocrona n.7), tali da escludere qualunque rischio di preoccupazioni concorrenziali.

30. Con riferimento, invece, alle isocrone in cui l'operazione dà luogo a quote di mercato della entità *post-merger* superiori al 25%, si rileva che, nelle *catchment area* n. 1, n. 4 e n. 5, le quote congiunte sono di poco superiori al 25% e pari, rispettivamente, al [25-30%], [25-30%] e [25-30%] e l'incremento delle quote di mercato è tra il [5-10%] e il [10-15%], con valori del *diversion ratio*, nella peggiore delle ipotesi – per l'isocrona n. 4 – pari a circa il valore soglia del 20% e inferiori a tale valore nelle altre isocrone, i cui valori si attestano al 4% circa, per l'isocrona n. 5, e al 17% circa per l'isocrona n. 1.

31. Infatti, secondo la prassi consolidata dell'Autorità in tema di valutazione delle concentrazioni nel settore della grande distribuzione alimentare organizzata, le evidenze quantitative legate alle quote di mercato detenute dalle parti e dai concorrenti nei mercati rilevanti sono state integrate, laddove ritenuto necessario, con indicatori quali il c.d. *diversion ratio*, indice in grado di cogliere gli effettivi rapporti di sostituibilità (e concorrenza reciproca) tra punti vendita inseriti nel medesimo mercato rilevante, considerando un valore soglia del 20%. Al di sotto di tale soglia si possono escludere *prima facie*, sulla base degli indicatori impiegati nell'esperienza e nella prassi delle Autorità di concorrenza a livello internazionale, effetti unilaterali di rilievo.

32. Si rileva, inoltre, che in tali mercati locali operano numerosi punti vendita appartenenti ad importanti gruppi di insegne concorrenti – quali, *ex multis*, [omissis] – con quote di mercato congiunte per gruppo superiori al [10-15%] e in alcuni casi, nell'isocrona n.1, con il primo

concorrente con quote molto al di sopra delle Parti (ossia [omissis] con una quota di mercato del [45-50%])

33. Pertanto, in ragione di quote *post-merger* contenute dei valori di *diversion ratio* mai superiori alla soglia del 20% e della presenza di numerosi e qualificati punti vendita, nei mercati locali delle isocrone n. 1, n. 4 e n. 5 l'Operazione non sembra dare luogo a preoccupazioni concorrenziali.

34. Infine, nelle isocrone n. 2 e n. 3 la nuova entità, andrà a detenere una quota di mercato pari a circa il [40-45%]. Tuttavia, anche in questo caso, l'analisi quantitativa, evidenzia che l'operazione in esame non è suscettibile di dare luogo a effetti unilaterali di rilievo nei mercati locali considerati in quanto: (i) in entrambe le isocrone, l'incremento delle quote è minimo essendo pari al [1-5%]; (ii) il *diversion ratio* è pari allo 0,6%, per l'isocrona n. 2, e allo 0,4%, per l'isocrona n. 3, dunque, ben al di sotto della soglia di attenzione del 20% considerata. In entrambe le isocrone si segnala, inoltre, la presenza di qualificati concorrenti – quali, [omissis] – ognuno dei quali con quote di mercato tra circa il [10-15%] e il [15-20].

35. Peraltro, rileva osservare che si tratta di imprese appartenenti al sistema Coop Italia, come tali già caratterizzate da una pressione competitiva più attenuata dato il marchio comune e il sistema di affiliazione.

III.2.b. I mercati dell'approvvigionamento di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo

36. Nel settore della GDO risultano operare attualmente oltre venti catene distributive, di cui dieci con una quota nazionale complessiva superiore al 3%.

37. In ragione del fatto che sia UTI che CCI aderiscono entrambe alla medesima centrale d'acquisto, Coop Italia, l'operazione non modifica il posizionamento dei UTI sul mercato nazionale dell'approvvigionamento.

III.3. Conclusioni

38. Alla luce delle considerazioni sopraesposte, pertanto, la concentrazione in esame non appare idonea a ostacolare in misura significativa la concorrenza nei mercati locali interessati.

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 Ministro delle Imprese e del Made in Italy.

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

IL VICE SEGRETARIO GENERALE
Serena Stella

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

AS2081 - COMUNE DI GAETA (LT) - CONCESSIONI DEMANIALI MARITTIME CON FINALITÀ TURISTICO RICREATIVE

Roma, 24 febbraio 2025

Comune di Gaeta

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella sua riunione del 18 febbraio 2025, ha deliberato di rendere un parere motivato, ai sensi dell'articolo 21-*bis* della legge 10 ottobre 1990, n. 287, con riferimento alla Determinazione dirigenziale del Dipartimento Sviluppo economico, Edilizia, Attività pianificatoria e Patrimonio (SEAP) del Comune di Gaeta del 10 gennaio 2025, n. 13, avente a oggetto "*Criteri e subcriteri per l'affidamento delle concessioni demaniali marittime per finalità turistico-ricreative – requisiti di partecipazione alle procedure – disciplina uniforme Rif, DGC n. 143 del 19/06/2024*", conosciuta dall'Autorità in data 20 gennaio 2025 e trasmessa altresì dall'Ente in data 29 gennaio 2025.

Con la Determinazione dirigenziale n. 13/2025 il Comune di Gaeta – dopo aver richiamato i precedenti giurisprudenziali riguardanti il medesimo Comune (tra cui la sentenza del TAR Latina n. 728/2024) e la Deliberazione n. 143/2024 (già oggetto di parere motivato¹), nonché rimarcata la necessità di provvedere al rilascio delle concessioni demaniali marittime con finalità turistico ricreative – approva i criteri per l'espletamento delle procedure a evidenza pubblica per l'affidamento delle concessioni e stabilisce la disciplina uniforme a cui dovrà attenersi l'azione amministrativa.

Al riguardo, pur apprezzando l'intento del Comune di voler privilegiare la qualità tecnica delle offerte, l'Autorità intende svolgere le seguenti considerazioni in merito a diversi profili di criticità concorrenziale riscontrati.

In via preliminare va rilevata l'applicabilità delle previsioni contenute nel provvedimento in esame anche ai procedimenti di *project financing* avviati dal Comune di Gaeta², come emerge dal tenore letterale del testo della determinazione in questione³.

¹ Cfr. S4921B – Concessioni demaniali marittime nel Comune di Gaeta – Nuove delibere.

² Come è noto a codesto Comune, anche le Deliberazioni consiliari del 24 agosto 2024 n. 41, 42, 43, 44 e 45, aventi a oggetto cinque istanze di *project financing*, sono state già contestate nel parere motivato S4921B, il cui contenuto è importante richiamare con particolare riferimento alla possibilità di utilizzare lo strumento del *project financing* per l'assegnazione delle concessioni demaniali marittime in questione.

³ Ci si riferisce, in particolare, all'inclusione tra le istanze provenienti dal mercato anche di quelle di *project financing* (lettera h. della determina) e al decimo criterio che prevede l'attribuzione di 15 punti per "*interventi/azioni complementari all'attività balneare da svolgersi su siti/aree pubbliche o private, diversi da quelle assentite in concessione*". Nello stesso senso depongono anche la circostanza che tutti i provvedimenti in questione (sia i provvedimenti consiliari di esame dei progetti di finanza di cui al parere motivato S4921B sia la Determinazione n. 13/2025) si pongono in attuazione della Deliberazione n. 143/2024.

Con riferimento alla procedura da seguire, la Determinazione n. 13/2025 conferma l'indirizzo (già censurato nel precedente parere motivato) di ricorrere in via preferenziale al rilascio di concessioni su istanza di parte, prevalentemente con pubblicità locale⁴, piuttosto che prevedere forme procedimentali di avvio d'ufficio, con adeguata pubblicità⁵.

Al riguardo, si ricorda che da ultimo il Consiglio di Stato, con sentenza del 16 dicembre 2024, n. 10131, ha affermato il principio per cui i *“requisiti di imparzialità, massima partecipazione, non discriminazione e parità di trattamento possono essere assicurati [...] solo dalla previa indizione di una gara, il cui bando preveda almeno, tra l'altro e anzitutto, l'oggetto e la durata della concessione, l'entità del canone (aggiornato) da pagarsi, i requisiti di partecipazione, i criteri di aggiudicazione nel rispetto, appunto, dei principi di parità di trattamento, di massima partecipazione e di proporzionalità”*. In particolare, prosegue il giudice amministrativo, *“[I] 'arcaico e informale modello dell'art. 37 cod. nav. non può dunque ritenersi (più) adeguato alle esigenze di trasparenza e concorrenzialità che permeano questo settore dell'ordinamento, nell'evoluzione che esso ha subito, al pari di altri settori dell'ordinamento”*⁶.

Anche per quanto riguarda i criteri di valutazione delle offerte, la Determinazione n. 13/2025 conferma una preferenza per i soggetti già titolari di concessioni demaniali marittime. Sebbene, infatti, venga precisato che l'esperienza tecnica e professionale da valutare possa essere anche stata acquisita dall'istante nello svolgimento di attività comparabili con i servizi oggetto di concessione (criterio 5), uno dei criteri di valutazione è quello di avere utilizzato una concessione demaniale marittima quale prevalente fonte di reddito (criterio 6). Ciò va valutato anche unitamente alla circostanza che è richiesta a pena di esclusione dalle procedure di evidenza pubblica *“l'iscrizione presso le Camere di Commercio per la specifica attività da svolgersi sull'area demaniale”* (lettera c. della determina).

In merito, si ricorda che, in più occasioni⁷, l'Autorità ha evidenziato le restrizioni di natura concorrenziale che possono derivare dai requisiti di partecipazione o da criteri di valutazione della domanda laddove non venga prevista la possibilità che l'esperienza e la professionalità richieste siano state maturate dall'operatore anche nello svolgimento di attività extra-concessione. Tali previsioni possono infatti risultare ingiustificatamente restrittive e prive dei connotati di necessità e proporzionalità, in quanto preclusive della possibilità di partecipazione alla procedura di nuovi entranti e idonee a integrare una preferenza in favore di operatori già attivi nel mercato.

Ulteriori criticità concorrenziali emergono, inoltre, dalla disciplina dell'indennizzo al concessionario uscente, con riferimento sia al riconoscimento di un'equa remunerazione degli investimenti effettuati negli ultimi cinque anni sia alla procedura che il Comune intende seguire.

⁴ La pubblicazione in GURI e in GUUE è prevista solamente per le istanze di concessione di durata superiore ai dieci anni.

⁵ V. AS2029 – *Proroga delle concessioni demaniali marittime, lacuali e fluviali con finalità turistico ricreative e sportive*, inviata all'ANCI e alla Conferenza Permanente per i rapporti tra lo Stato, le Regioni e le Province Autonome di Trento e Bolzano, pubblicata nel Bollettino dell'Autorità n. 32/2024.

⁶ Ne discende, secondo il Consiglio di Stato, che *“Se così è, come questo Consiglio di Stato ha avuto modo di rilevare anche nella sua più recente giurisprudenza (v., per tutti, Cons. St., sez. VII, 20 maggio 2024, nn. 4479, 4480 e 4481), si comprende bene perché l'art. 37 cod. nav. non possa garantire l'adeguatezza di quella procedura selettiva che, se anche non richiede lo stesso grado di complessità che contraddistingue il codice dei contratti pubblici [...], come costantemente afferma la giurisprudenza di questo Consiglio di Stato [...], nemmeno può appagarsi di un modulo procedimentale costruito sulla domanda di rinnovo del concessionario uscente, pubblicata con il c.d. "rende noto" solo a livello locale, in attesa che potenziali concorrenti formulino osservazioni o presentino proprie domande, senza previa determinazione, da parte dell'autorità pubblica, di imparziali, trasparenti e proporzionali criteri di partecipazione alla gara”*.

⁷ Cfr. AS2029, cit.; AS2024 – *Comune di Ginosa (TA) – concessioni demaniali marittime con finalità turistico-ricreative*, in Boll. n. 3/2025.

Per quanto attiene al primo profilo, la posizione espressa dall'Autorità⁸ circoscrive il riconoscimento di un indennizzo al concessionario uscente, da porre a base d'asta nella procedura selettiva, solo ai casi di tutela del legittimo affidamento (ove sussistente) del medesimo concessionario e comunque limitatamente al valore di eventuali investimenti da questo effettuati e non ancora ammortizzati al termine della concessione, per i quali non è possibile la vendita su un mercato secondario⁹. In tal modo, fermo restando il disposto dell'articolo 49 del Codice della Navigazione¹⁰, l'esigenza di rimborsare i costi non recuperati sopportati dal concessionario uscente risulterebbe compatibile con procedure di affidamento coerenti sia con i principi della concorrenza, sia con gli incentivi a effettuare gli investimenti¹¹.

Con riferimento al secondo profilo, l'Autorità ha già segnalato¹² l'opportunità che il professionista, chiamato a quantificare tale valore, sia incaricato da un soggetto terzo rispetto agli interessati concessionari (quale l'ente concedente) e che la quantificazione sia svolta con perizia, sulla base di parametri di valutazione attuali, certi e trasparenti, a tutela di tutte le parti, nonché pubblicata dall'ente concedente in tempo utile affinché i potenziali partecipanti ne possano tener conto nell'ambito della procedura competitiva. In questo modo, infatti, la procedura comparativa per il rilascio delle concessioni risulterebbe più trasparente, equa e oggettiva.

Per quanto attiene, infine, alla tempistica per lo svolgimento delle procedure di gara, appare necessario rilevare come la Determinazione n. 13/2025 non fornisca in generale alcun cronoprogramma o altra indicazione in merito alla conclusione delle procedure per l'assegnazione delle concessioni. A ciò si aggiunga che, nonostante la sentenza del TAR Latina n. 728/2024 abbia già dichiarato illegittima la proroga disposta dal Comune al 31 dicembre 2024, l'Ente dovrà con molta probabilità prorogare ulteriormente le concessioni insistenti nel territorio comunale, nelle more dello svolgimento delle procedure selettive.

Alla luce delle considerazioni appena svolte, l'Autorità ritiene che la Determinazione dirigenziale n. 13/2025 si ponga in contrasto con i principi concorrenziali nella misura in cui impedisce il confronto competitivo che dovrebbe essere garantito in sede di affidamento dei servizi incidenti su risorse demaniali di carattere scarso, in un contesto di mercato nel quale le dinamiche concorrenziali sono già particolarmente affievolite a causa della lunga durata delle concessioni attualmente in essere. In particolare, il provvedimento comunale *de quo* si pone in contrasto con l'articolo 49 TFUE, in quanto limita ingiustificatamente la libertà di stabilimento e la libera circolazione dei servizi nel mercato interno, nonché con le disposizioni normative euro-unitarie in materia di affidamenti pubblici, con particolare riferimento all'articolo 12 della Direttiva Servizi.

Ai sensi dell'articolo 21-*bis*, comma 2, della legge n. 287/1990 il Comune di Gaeta dovrà comunicare all'Autorità, entro il termine di sessanta giorni dalla ricezione del presente parere, le

⁸ Da ultimo nella segnalazione AS2029 cit.

⁹ Si veda anche quanto affermato dall'Adunanza Plenaria del Consiglio di Stato nelle sentenze gemelle del 2021, richiamando quanto statuito dalla sentenza della Corte di Giustizia nella sentenza del 14 luglio 2016, *Promoinpresa*, C-458/14 e C-67/15, EU:C:2016:558.

¹⁰ Da ultimo, la Corte di Giustizia, con la sentenza dell'11 luglio 2024, *Società Italiana Imprese Balneari*, C-598/22, EU:C:2024:597, ha ritenuto che "L'articolo 49 TFUE deve essere interpretato nel senso che: esso non osta ad una norma nazionale secondo la quale alla scadenza di una concessione per occupazione del demanio pubblico e salva una diversa pattuizione nell'atto di concessione, il concessionario è tenuto a cedere immediatamente, gratuitamente e senza indennizzo, le opere non amovibili da esso realizzate nell'area concessa, anche in caso di rinnovo della concessione".

¹¹ Come ha affermato, quindi, il Consiglio di Stato nelle richiamate sentenze gemelle "[l]'indicazione di procedure competitive per l'assegnazione delle concessioni dovrà, pertanto, ove ne ricorrano i presupposti, essere supportata dal riconoscimento di un indennizzo a tutela degli eventuali investimenti effettuati dai concessionari uscenti, essendo tale meccanismo indispensabile per tutelare l'affidamento degli stessi".

¹² Cfr. segnalazione AS2029 cit. e precedenti ivi richiamati.

iniziative adottate per rimuovere le violazioni della concorrenza sopra esposte. Laddove entro il suddetto termine tali iniziative non dovessero risultare conformi ai principi concorrenziali sopra espressi, l'Autorità potrà presentare ricorso entro i successivi trenta giorni.

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

Comunicato in merito alla decisione dell'Autorità di non presentare ricorso ex articolo 21-bis della legge n. 287/1990 avverso la Determinazione dirigenziale del Dipartimento Sviluppo economico, Edilizia, Attività pianificatoria e Patrimonio (SEAP) del Comune di Gaeta del 10 gennaio 2025, n. 13, avente a oggetto "Criteri e subcriteri per l'affidamento delle concessioni demaniali marittime per finalità turistico-ricreative – requisiti di partecipazione alle procedure – disciplina uniforme Rif, DGC n. 143 del 19/06/2024".

L'Autorità, il 18 febbraio 2025, ha deliberato di rendere un parere motivato al Comune di Gaeta ai sensi dell'articolo 21-bis della legge n. 287/1990, in merito alla Determinazione dirigenziale del Dipartimento Sviluppo economico, Edilizia, Attività pianificatoria e Patrimonio (SEAP) del Comune di Gaeta del 10 gennaio 2025, n. 13, avente a oggetto "Criteri e subcriteri per l'affidamento delle concessioni demaniali marittime per finalità turistico-ricreative – requisiti di partecipazione alle procedure – disciplina uniforme Rif, DGC n. 143 del 19/06/2024".

Nel proprio parere, l'Autorità ha ritenuto che il provvedimento in questione si pone in contrasto con i principi concorrenziali e con la disciplina euro-unitaria di cui all'art. 49 TFUE e all'art. 12 della Direttiva 2006/123/CE (c.d. Direttiva Servizi), nella misura in cui impedisce il confronto competitivo che dovrebbe essere garantito in sede di affidamento dei servizi incidenti su risorse demaniali di carattere scarso, in un contesto di mercato nel quale le dinamiche concorrenziali sono già particolarmente affievolite a causa della lunga durata delle concessioni attualmente in essere.

Con comunicazione del 24 aprile 2025, successivamente integrata in data 20 maggio 2025, il Comune di Gaeta ha fornito un riscontro al predetto parere motivato, trasmettendo all'Autorità la Determinazione Dirigenziale n. 554 del 20 maggio 2025, recante "Modifica e integrazione della Determinazione dirigenziale n. 13 del 10/01/2025 ad oggetto Criteri e subcriteri per l'affidamento delle concessioni demaniali marittime per finalità turistico-ricreative – requisiti di partecipazione alle procedure – disciplina uniforme Rif, DGC n. 143 del 19/06/2024".

Tenuto conto del riscontro dell'Ente, nella riunione del 20 maggio 2025, l'Autorità ha deliberato di non impugnare dinanzi al Tribunale Amministrativo Regionale competente la deliberazione in oggetto.

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

PS12805 - DIOR-SOSTENIBILITÀ

Provvedimento n. 31548

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 13 maggio 2025;

SENTITA la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

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*", adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015, n. 25411 (di seguito, "Regolamento");

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie nelle materie di tutela del consumatore e pubblicità ingannevole e comparativa*", adottato dall'Autorità con delibera del 5 novembre 2024, n. 31356 (di seguito, "Nuovo Regolamento");

VISTA la comunicazione del 9 luglio 2024, con cui è stato avviato il procedimento PS12805 nei confronti delle società Christian Dior Couture S.A., Christian Dior Italia S.r.l. e Manufactures Dior S.r.l.;

VISTO il proprio provvedimento del 9 luglio 2024, con il quale è stato disposto l'accertamento ispettivo, ai sensi dell'articolo 27, commi 2 e 3, del Codice del consumo, presso le sedi, anche secondarie, i locali e gli uffici di Christian Dior Italia S.r.l. e delle società da essa controllate;

VISTA la comunicazione del 23 gennaio 2025, con cui il termine di conclusione del procedimento è stato prorogato al 4 aprile 2025, in considerazione degli adempimenti istruttori e procedurali volti ad assicurare il pieno esercizio del diritto di difesa;

VISTA la comunicazione del 19 marzo 2025, con cui il termine di conclusione del procedimento è stato prorogato al 14 maggio 2025, in considerazione degli adempimenti istruttori e procedurali volti ad assicurare il pieno esercizio del diritto di difesa;

VISTA la comunicazione, pervenuta in data 25 ottobre 2024, con la quale le società Christian Dior Couture S.A., Christian Dior Italia S.r.l. e Manufactures Dior S.r.l. hanno presentato, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell'articolo 10 del Regolamento, una proposta di impegni, successivamente integrata in data 30 ottobre 2024, in data 7 marzo 2025 e, da ultimo, nella versione definitiva e consolidata, in data 12 marzo 2025;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. La società Christian Dior Couture S.A. (di seguito, "Dior SA"), in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera *b*), del Codice del consumo, gestisce il sito *internet* <https://www.dior.com/it> (di seguito, "Sito Dior"), sul quale è possibile acquistare, principalmente, articoli di abbigliamento, accessori, prodotti tessili, calzature e relativi accessori. Dior SA fa capo al Gruppo LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SE (di seguito, "Gruppo LVMH").

2. La società Christian Dior Italia S.r.l. (di seguito, “Dior Italia”), in qualità di professionista, ai sensi dell’articolo 18, lettera *b*), del Codice del consumo, è attiva nel commercio, vendita e *marketing*, e nella creazione e produzione, principalmente, di articoli di abbigliamento, accessori, prodotti tessili, calzature e relativi accessori. Dior Italia è controllata al 100% da Dior SA.

3. La società Manufactures Dior S.r.l. (di seguito, “MD” e, congiuntamente con Dior SA e Dior Italia, “Dior” o “Professionisti”), in qualità di professionista, ai sensi dell’articolo 18, lettera *b*), del Codice del consumo, è attiva nello sviluppo, creazione, produzione e vendita, principalmente, di calzature e articoli di pelletteria, prodotti di abbigliamento e relativi accessori. MD è controllata al 100% da Dior Italia.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

4. Il procedimento concerne la condotta dei Professionisti consistente nell’aver reso dichiarazioni etiche e di responsabilità sociale non veritiere. Ciò in quanto Dior, secondo la prospettazione dell’avvio di istruttoria, avrebbe affidato, direttamente o indirettamente, la produzione di alcuni dei suoi articoli di pelletteria a opifici che impiegavano manodopera con salari inadeguati, orari di lavoro oltre i limiti di legge e condizioni sanitarie e di sicurezza insufficienti, in contrasto con le dichiarazioni etiche e di responsabilità sociale adottate.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1.1. *L’iter del procedimento*

5. In relazione alle condotte descritte, è stato comunicato l’avvio del procedimento istruttorio n. PS12805 a Dior Italia e MD in data 16 luglio 2024 e a Dior SA in data 19 luglio 2024.

6. Contestualmente alla comunicazione di avvio, al fine di acquisire elementi conoscitivi utili alla valutazione della pratica commerciale in esame, è stata formulata una richiesta di informazioni ai Professionisti, ai sensi dell’articolo 27, commi 3 e 4, del Codice del consumo e dell’articolo 12, comma 1, del Regolamento.

7. In data 16 e 17 luglio 2024 sono stati svolti accertamenti ispettivi presso alcune sedi di Dior Italia e di MD, sua controllata.

8. In data 25 luglio 2024 i Professionisti hanno risposto a una richiesta di informazioni formulata nel corso delle attività ispettive.

9. In data 26 luglio 2024 Professionisti hanno chiesto una proroga dei termini per chiedere la riservatezza e lo stralcio della documentazione acquisita nel corso delle attività ispettive, rispondere alle richieste di informazioni, presentare memorie difensive nonché eventuali impegni. In data 5 settembre 2024, inoltre, i Professionisti hanno chiesto un’ulteriore proroga dei termini per chiedere la riservatezza e lo stralcio della documentazione acquisita nel corso delle attività ispettive e per rispondere alle richieste di informazioni e presentare memorie difensive.

10. I Professionisti hanno avuto accesso agli atti del procedimento in data 5 settembre 2024, hanno risposto alla richiesta di informazioni in data 1° ottobre 2024 e sono stati sentiti in audizione in data 28 ottobre 2024 e 3 febbraio 2025.

11. Inoltre, in data 1° ottobre 2024 e 24 gennaio 2025 i Professionisti hanno presentato memorie infra-procedimentali e, in data 25 ottobre 2024, hanno presentato una proposta di impegni,

integrata¹, nella versione definitiva e consolidata, in data 12 marzo 2025, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell'articolo 9 del Regolamento nonché dell'articolo 10 del Nuovo Regolamento.

12. In data 20 marzo 2025 è stata comunicata alla Parte la chiusura della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 17, comma 1, del Nuovo Regolamento.

13. In data 3 aprile 2025 è stata trasmessa alla *Direction Générale de la Concurrence de la Consommation et de la Répression des Fraudes* francese una richiesta, ai sensi del Decreto Legislativo 9 aprile 2003, n. 70, di attuazione della Direttiva 2000/31/CE relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società di informazione, in particolare il commercio elettronico, nel mercato interno, per chiederle se intendesse adottare provvedimenti rispetto alla condotta oggetto del procedimento.

14. In data 28 aprile 2025 è stata trasmessa alla Commissione europea e alla *Direction Générale de la Concurrence de la Consommation et de la Répression des Fraudes* francese una comunicazione di notifica dell'intenzione di adottare un provvedimento rispetto alla condotta oggetto del procedimento, ai sensi dell'articolo 5, comma 3, lettera b), del Decreto Legislativo 9 aprile 2003, n. 70, di attuazione della Direttiva 2000/31/CE.

15. In data 9 maggio 2025 è pervenuto il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.

1.2. Gli impegni dei Professionisti

16. Con nota pervenuta da ultimo, nella versione definitiva e consolidata, in data 12 marzo 2025, i Professionisti hanno presentato la seguente proposta di impegni, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell'articolo 10 del Nuovo Regolamento, trasmettendone la versione non confidenziale in data 4 aprile 2025.

Impegno I - “Modifiche al sito di Dior per aumentare la trasparenza in merito alla sostenibilità nella Filiera Produttiva”

Dior si impegna a modificare la pagina del proprio sito *internet* dedicata alla sostenibilità (https://www.dior.com/it_it/fashion/news-savoir-faire/folder-novita-ed-eventi/dior-sustainability) precisando il contenuto delle dichiarazioni etiche e di responsabilità sociale. In particolare, Dior si impegna a intervenire sulle informazioni relative, tra l'altro, all'organizzazione della produzione di MD, agli *standard* etici e legali imposti ai fornitori e al funzionamento del sistema di *audit* di MD. Rispetto all'organizzazione della produzione, Dior, tra l'altro, indicherà:

- di far ricorso a laboratori terzi, riportando i criteri di selezione, valutazione e controllo applicati;
 - che tali laboratori sono soggetti a *audit* regolari;
 - che ove un laboratorio dovesse violare gli *standard* etici e legali imposti da Dior, i Professionisti interverranno con la massima severità attivando tutti gli strumenti contrattuali a loro disposizione.
- Con riguardo al tenore delle dichiarazioni etiche rese, i Professionisti indicheranno, tra l'altro, che:
- “il perseguimento degli obiettivi di responsabilità sociale di Dior è un percorso di, ed in, costante progressione e perfezionamento, a maggior ragione quando coinvolge soggetti terzi”;
 - MD “si impegna a selezionare e controllare regolarmente i propri laboratori e fornitori con l'obiettivo di ridurre il rischio di possibili violazioni della legislazione di riferimento e dei principi etici imposti con le Condizioni Generali di Acquisto e il Codice di Condotta dei Fornitori”;

¹ Successivamente ad integrazioni del 30 ottobre 2024 e 7 marzo 2025.

– *“in caso di non-compliance, MD reagisce prontamente chiedendone l'immediata interruzione al laboratorio o fornitore terzo interessato o, nei casi più gravi, risolvendo il rapporto contrattuale con quest'ultimo”*.

Infine, con riferimento ai controlli presso i laboratori della propria filiera produttiva, Dior:

- riporterà il numero di *audit* svolti nel corso di ciascun anno solare a partire dal 2025;
- indicherà la tipologia di *audit* svolto; e
- darà conto degli esiti di tali *audit* in forma aggregata, *“indicando in particolare (a) quanti audit hanno portato a un esito positivo (caratterizzato dall'assenza di rilievi o, comunque, da rilievi solamente marginali) e (b) quanti hanno invece portato a un esito non soddisfacente e hanno pertanto richiesto la tempestiva adozione di azioni volte a sanare le irregolarità riscontrate”*.

Tale impegno sarà attuato entro due mesi dalla notifica del presente provvedimento.

Impegno II - “Rafforzamento dell'attuale processo di selezione e audit dei fornitori di MD”

Dior si impegna a rafforzare il proprio processo di selezione e *audit* dei fornitori di MD, in primo luogo introducendo delle nuove tipologie di *audit* in aggiunta a quelle esistenti e, inoltre, creando un nuovo reparto all'interno di MD per gestire e supervisionare tale attività di *auditing* che comprende anche i piani rimediali eventualmente imposti ai fornitori. Ancora, Dior si impegna a sviluppare una piattaforma digitale interna per caricare, archiviare e monitorare *“tutti i dati e documenti necessari a verificare il rispetto da parte dei laboratori degli standard etici e legali applicabili”*. Infine, i Professionisti si impegnano ad aggiornare la Condizioni Generali di Acquisto al fine di *“rendere ancora più chiari e trasparenti i diritti e doveri dei fornitori e dei sub-fornitori di MS, inclusi quelli in materia di rispetto della legalità e degli standard etici”* nonché a modificare la composizione dell'Organismo di Vigilanza 231 e del Collegio Sindacale.

Tale impegno sarà attuato entro due mesi dalla notifica del presente provvedimento.

Impegno III - “Sostegno attivo alla promozione degli standard etici nella filiera produttiva del made in Italy”

Dior si impegna a supportare specifiche iniziative *“volte all'identificazione delle vittime di sfruttamento lavorativo e all'accompagnamento verso percorsi dedicati di protezione, formazione, assistenza e inclusione socio-lavorativa, che vadano a beneficio di tutti quei lavoratori esposti a condizioni di impiego irregolari (ivi inclusi quelli dei laboratori delle varie filiere produttive di settore coinvolte nelle indagini della Procura e Tribunale di Milano, a prescindere dal brand di riferimento e/o dalla circostanza che una qualsiasi autorità abbia o meno avviato un procedimento istruttorio), purché regolarmente presenti sul territorio e quindi in grado di prestare legittimamente la propria attività (‘Iniziativa’)”*.

A tal fine, Dior:

- a) *“individuerà una o più organizzazioni o enti, di natura pubblica o privata, indipendenti da Dior e di comprovata esperienza e competenza, che si facciano carico di predisporre ed attuare progetti concreti per realizzare le Iniziativa”*;
- b) otterrà dai soggetti di cui al punto precedente l'impegno a eseguire una rendicontazione periodica delle attività svolte e degli esiti concreti conseguiti e a garantire un'ampia partecipazione alle Iniziativa;
- c) finanzia le Iniziativa con una somma pari a due milioni di euro, da erogarsi entro un periodo massimo di cinque anni dalla chiusura del presente procedimento. Rispetto a tale somma Dior non chiederà alcun beneficio fiscale.

Per dare concreta attuazione a tale impegno, Dior invierà entro quattro mesi dalla notifica del presente procedimento una relazione *“volta a illustrare: (i) le specifiche Iniziativa di destinazione*

delle somme sopra indicate, (ii) le organizzazioni o gli enti promotrici delle stesse; (iii) gli importi destinati a ciascuna singola Iniziativa e (iv) la tempistica di corresponsione degli importi”.

Impegno IV - Istituzione di una nuova funzione aziendale

Dior si impegna a istituire presso MD una nuova funzione aziendale - “che riporterà in ultima istanza a Christian Dior Couture S.A. al fine di garantire l’indipendenza del proprio operato rispetto alle attività produttive basate in Italia” - con i compiti di:

– “verificare e monitorare l’osservanza del Codice di Condotta di LVMH, del Codice di Condotta dei Fornitori di LVMH e della normativa applicabile da parte di MD e delle sue controllate (comprese le joint ventures);

– segnalare periodicamente all’Organismo di Vigilanza 231 di MD eventuali violazioni o carenze delle procedure esistenti;

– partecipare quale membro permanente del Comitato Valutazione Fornitori di MD nella procedura di qualifica degli stessi;

– supportare MD nell’esecuzione degli audit sui fornitori (eventualmente anche mediante la sua partecipazione diretta agli stessi) al fine di garantirne una piena adesione agli obiettivi di compliance aziendale;

– supportare MD nella piena e corretta attuazione del proprio modello 231, di concerto con l’Organismo di Vigilanza, eseguendo controlli interni e adottando tutte le procedure e i protocolli che si riveleranno utili alla riduzione dei rischi reato e al perseguimento dei valori etici promossi da Dior e dal Gruppo LVMH;

– redigere un rapporto annuale sulle attività svolte nei 12 mesi precedenti, di cui verrà fornita copia all’AGCM almeno 30 giorni prima della relativa adozione”.

Tale impegno sarà attuato entro tre mesi dalla notifica del presente provvedimento.

Impegno V - Formazione interna e esterna

“Dior organizzerà almeno due volte l’anno seminari ad hoc destinati alle funzioni interne attive in Italia che si occupano del marketing, di comunicazione e media, aventi a oggetto la normativa a tutela dei consumatori e la prassi applicativa dell’AGCM, con un focus specifico sulle dichiarazioni commerciali in materia di standard etici e sull’importanza di rispettare gli standard legali ed etici in tutta la filiera.

Dior si impegna altresì a organizzare almeno due volte l’anno attività di formazione in favore dei fornitori esterni e dei relativi sub-fornitori tese a illustrare in dettaglio la disciplina in materia di diritto del lavoro e sicurezza sul lavoro nonché i principi etici previsti dal Codice di Condotta dei Fornitori, così contribuendo alla più ampia diffusione della conoscenza di queste materie da parte della propria Filiera Produttiva”.

Tale impegno sarà attuato entro tre mesi dalla notifica del presente provvedimento.

IV. PARERE DELL’AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

17. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso la rete *internet*, in data 11 aprile 2025 è stato richiesto il parere all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell’articolo 27, comma 6, del Codice del consumo.

18. Con delibera n. 108/25/CONS del 30 aprile 2025 pervenuta in data 9 maggio 2025, la suddetta Autorità ha espresso il proprio parere, limitando le proprie valutazioni all’attitudine dello specifico mezzo di comunicazione, utilizzato per diffondere la pratica commerciale, a incidere e amplificare l’eventuale ingannevolezza e/o scorrettezza della medesima pratica.

19. In particolare, la suddetta Autorità, considerato che “*il mezzo di comunicazione e acquisto utilizzato, in relazione al servizio offerto dalle Società, risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che, sulla base delle informazioni lette nei siti/app utilizzati dalle Società, potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità delle modalità di promozione e vendita utilizzate*”, ha ritenuto che “*nel caso di specie Internet sia uno strumento di comunicazione idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale rispetto alla quale è richiesto il parere a questa Autorità*”.

V. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

20. L’Autorità ritiene che gli impegni proposti dai Professionisti, valutata la loro ammissibilità alla luce delle circostanze del caso di specie e di quanto emerso all’esito degli accertamenti ispettivi, siano idonei a sanare i possibili profili di illegittimità della pratica commerciale contestata nella comunicazione di avvio del 9 luglio 2024, considerato che tengono conto di tutti i profili oggetto del procedimento e sono risolutivi delle relative problematiche. Su di un piano generale, si osserva che a fronte di dichiarazioni etico-sociali diffuse da una società, le quali sono idonee ad agganciare un numero di consumatori sempre crescente, attratto dai valori sociali promossi dai *brand*, lo *standard* di diligenza richiesto dalla disciplina consumeristica impone l’adozione di comportamenti volti a dare concreta e positiva attuazione agli impegni etici assunti, oltre il mero rispetto delle prescrizioni normative².

21. In primo luogo, risultano idonee le misure di cui all’Impegno I, dal momento che i Professionisti si impegnano ad aumentare la precisione delle informazioni relative alla filiera produttiva per articoli di pelletteria, stabilita in Italia, modificando la pagina del sito *internet www.dior.com* dedicata alla sostenibilità. Ciò avverrà attraverso l’indicazione, tra l’altro: (i) degli impianti produttivi di MD, delle modalità di gestione della produzione (sia interna che tramite laboratori esterni); (ii) degli *standard* etici e legali imposti ai fornitori e (iii) del numero di *audit* svolti, con i relativi esiti (in forma aggregata) e dell’adozione di eventuali azioni correttive. Tali misure consentono di circostanziare e precisare le informazioni sulla sostenibilità rese da Dior nei confronti dei consumatori, aumentandone chiarezza, accuratezza e specificità, coerentemente con i principi applicabili alle dichiarazioni etiche e di responsabilità sociale, delineati dalla Commissione europea nei citati Orientamenti.

22. Al contempo, con la misura di cui all’Impegno II, i Professionisti si impegnano, da un lato, a rafforzare le verifiche e i controlli/*audit* sui fornitori, anche creando un nuovo reparto aziendale dedicato alla gestione degli *audit* e una piattaforma digitale a ciò dedicati, e, dall’altro lato, ad aggiornare le Condizioni Generali di Acquisto, la composizione dell’Organismo di Vigilanza 231 e il Collegio Sindacale di MD.

23. Inoltre, attraverso le misure di cui all’Impegno IV, verrà creata un’ulteriore nuova funzione aziendale all’interno di MD, essenzialmente avente il compito di verificare e monitorare l’osservanza da parte di MD e delle sue controllate del Codice di Condotta di LVMH, del Codice di Condotta dei Fornitori di LVMH e della normativa applicabile da parte di MD, operando a stretto

² Come indicato dalla Commissione europea negli Orientamenti sull’interpretazione e sull’applicazione della direttiva 2005/29/CE, “[i] professionisti devono [...] usare cautela nelle loro **dichiarazioni etiche e relative alla responsabilità sociale delle imprese**, che possono riguardare vari aspetti dei loro metodi operativi, ad esempio le condizioni di lavoro” [...]. Tali dichiarazioni, infatti, “sono diventate uno strumento di marketing utilizzato per rispondere alle crescenti aspettative dei consumatori riguardo al rispetto, da parte dei professionisti, delle norme etiche e sociali” e “possono influire sulla decisione di natura commerciale di un consumatore che deve scegliere tra due prodotti concorrenti di pari prezzo e qualità analoga.” (cfr. C/2021/9320 - GU C 526 del 29.12.2021, §. 2.3, enfasi originale).

contatto con l'Organismo di Vigilanza di cui al D.lgs. n. 231/2001, segnalando allo stesso eventuali violazioni, e riportando in ultima istanza a Dior SA.

24. Di particolare rilevanza sono le misure di cui all'Impegno III, con le quali i Professionisti si impegnano a sostenere economicamente iniziative volte all'identificazione delle vittime di sfruttamento lavorativo e all'accompagnamento verso percorsi dedicati di protezione, formazione, assistenza ed inclusione socio-lavorativa. Ciò in quanto tali iniziative avranno come beneficiari lavoratori esposti a condizioni irregolari di impiego e includeranno i lavoratori delle varie filiere produttive di settore coinvolte in indagini della Procura e del Tribunale di Milano. A tal fine, Dior si impegna a sostenere economicamente le suddette iniziative, con la somma di due milioni di euro in cinque anni, e a ottenere dai promotori delle stesse una rendicontazione periodica delle attività svolte e degli esiti concreti conseguiti, anche con riferimento al numero di lavoratori interessati per ciascun anno di esecuzione dei relativi progetti.

25. Infine, in tale quadro articolato di misure, assume rilievo anche l'Impegno V con il quale, con l'obiettivo di far conoscere maggiormente ai propri fornitori e subfornitori la disciplina in materia di diritto del lavoro e sicurezza sul lavoro nonché i principi etici previsti dal Codice di Condotta dei Fornitori di LVMH, Dior si impegna a svolgere almeno due volte l'anno attività di formazione in loro favore. Inoltre, Dior si impegna a svolgere anche al proprio interno, in favore delle funzioni attive in Italia che si occupano del *marketing*, di comunicazione e media, attività di formazione, almeno due volte l'anno, aventi a oggetto la normativa a tutela dei consumatori e la prassi applicativa dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, con un *focus* specifico sulle dichiarazioni commerciali in materia di *standard* etici e sull'importanza di rispettare tali *standard* in tutta la filiera.

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

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati delle società Christian Dior Couture S.A., Christian Dior Italia S.r.l. e Manufactures Dior S.r.l., nei termini sopra indicati, siano idonei a far venir meno i possibili profili di scorrettezza delle pratiche commerciali oggetto di istruttoria;

RITENUTO di disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni nei confronti delle società Christian Dior Couture S.A., Christian Dior Italia S.r.l. e Manufactures Dior S.r.l.;

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 10, comma 2, lettera a), del Nuovo Regolamento, nei confronti delle società Christian Dior Couture S.A., Christian Dior Italia S.r.l. e Manufactures Dior S.r.l. gli impegni dalle stesse presentati, nella loro versione definitiva in data 12 marzo 2025, come descritti nella dichiarazione allegata, 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 10, comma 2, lettera a), del Nuovo Regolamento;

c) che le società Christian Dior Couture S.A., Christian Dior Italia S.r.l. e Manufactures Dior S.r.l. informino l'Autorità dell'avvenuta attuazione degli impegni entro centoventi giorni dalla data di pubblicazione della presente delibera e, successivamente, presentino una relazione entro il trentuno gennaio dei successivi cinque anni dall'adozione della presente delibera, per dar conto delle

attività svolte, degli esiti concreti conseguiti nonché della corresponsione degli importi, relativamente all'Impegno III.

Ai sensi dell'articolo 10, comma 3, del Nuovo Regolamento, il procedimento potrà essere riaperto d'ufficio, laddove:

- a) i Professionisti non diano attuazione agli impegni assunti;
- b) si modifichi la situazione di fatto rispetto a uno o più elementi su cui si fonda la decisione;
- c) la decisione di accettazione di impegni si fondi su informazioni trasmesse dalla Parte 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 10.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza, l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

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

IL VICE SEGRETARIO GENERALE

Serena Stella

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

*Autorità garante
della concorrenza e del mercato*

Bollettino Settimanale
Anno XXXV- N. 20 - 2025

Coordinamento redazionale

Giulia Antenucci

Redazione

Angela D'Auria, Valerio Ruocco, 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
