



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXXI - n. 1

**Publicato sul sito www.agcm.it
4 gennaio 2021**

SOMMARIO

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE	5
A517 - MERCATI DI MANUTENZIONE DI DISPOSITIVI DIAGNOSTICI	
<i>Provvedimento n. 28362</i>	5
OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	7
C12327 - CENTRO CALOR/RESTIANI	
<i>Provvedimento n. 28482</i>	7
C12329 - MARBLES/RETELIT	
<i>Provvedimento n. 28483</i>	9
C12334 - MAVERICK DIRECTORSHIP/GRUPPO LAGUMAR SEAS-RIUNIONE INDUSTRIE ALIMENTARI	
<i>Provvedimento n. 28484</i>	13
C12335 - AUTOTORINO/TRIVELLATO AUTO	
<i>Provvedimento n. 28485</i>	17
C12337 - RCS MEDIAGROUP/M-DIS DISTRIBUZIONE MEDIA	
<i>Provvedimento n. 28486</i>	22
C12338 - OVS/17 RAMI DI AZIENDA DI MARGHERITA DISTRIBUZIONE	
<i>Provvedimento n. 28487</i>	25
ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA	31
AS1713 – OBBLIGHI DI VERIFICA PERIODICA DEI DISPOSITIVI DI PROTEZIONE DEGLI IMPIANTI ELETTRICI	31
AS1714 - COMUNE DI LATINA/ESTENSIONE DELLA DURATA DELLE CONCESSIONI DEMANIALI MARITTIME PER FINALITÀ TURISTICO RICREATIVE	34
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	37
PS11730 - KETOZONA/FARMACO CORONAVIRUS	
<i>Provvedimento n. 28480</i>	37
PS11606 - FINECO-CONTO ZERO CANONE PER SEMPRE	
<i>Provvedimento n. 28489</i>	45
CLAUSOLE VESSATORIE	55
CV220 - BRESCIA-CLAUSOLE RIMBORSO BIGLIETTI	
<i>Provvedimento n. 28493</i>	55
CV221 - LECCE-CLAUSOLE RIMBORSO BIGLIETTI	
<i>Provvedimento n. 28494</i>	67
ACCESSIBILITÀ DEL PAGAMENTO-TUTELA DEL CONSUMATORE	82
PV12 - AGOS DUCATO-DISCRIMINAZIONE IBAN ESTERI	
<i>Provvedimento n. 28490</i>	82

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

A517 - MERCATI DI MANUTENZIONE DI DISPOSITIVI DIAGNOSTICI

Provvedimento n. 28362

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 settembre 2020;

SENTITO il Relatore, Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTO l'articolo 101 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea (TFUE);

VISTO il Regolamento n. 1/2003 del Consiglio del 16 dicembre 2002, concernente l'applicazione delle regole di concorrenza di cui agli articoli 81 e 82 del Trattato CE (ora 101 e 102 TFUE);

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la propria delibera adottata in data 31 gennaio 2018, con la quale è stata avviata, ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, un'istruttoria nei confronti delle società GE Medical Systems Italia S.p.A. e le sue controllanti GE Healthcare Italia S.r.l. e GE Italia Holding S.r.l.; Siemens Healthcare S.r.l. e la sua controllante Siemens Healthineers Holding III B.V.; Philips S.p.A. e le sue controllanti Philips SAECO S.p.A. e Koninklijke Philips N.V. per presunte violazioni dell'articolo 102 TFUE;

VISTE le proprie delibere adottate in data 20 luglio 2018 di rigetto degli impegni presentati da GE Medical Systems Italia S.p.A., GE Healthcare Italia S.r.l., GE Italia Holding S.r.l., Philips S.p.A., Koninklijke Philips N.V. e Siemens Healthcare S.r.l.;

VISTA la propria delibera adottata in data 8 agosto 2018 con cui il procedimento istruttorio è stato ampliato soggettivamente, ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, nei confronti delle società Philips Medical System Nederland B.V., Siemens AG, Siemens Healthcare GmbH, GE Medical System S.C.S., General Electric Co.;

VISTA la propria delibera adottata in data 29 novembre 2018 con cui il termine di conclusione del procedimento è stato prorogato al 31 luglio 2019;

VISTA la propria delibera del 20 febbraio 2019 di rigetto degli impegni presentati da Philips Medical System Nederland B.V.;

VISTE le proprie delibere adottate in data 27 giugno 2019 e in data 10 dicembre 2019 con cui il termine di conclusione del procedimento è stato ulteriormente prorogato al 30 settembre 2020;

VISTO l'art. 103, comma 1, del d.l. 17 marzo 2020, n. 18, come modificato dall'art. 37 del d.l. 8 aprile 2020, n. 23, in virtù del quale il termine di chiusura del procedimento risulta prorogato al 22 dicembre 2020;

VISTA la Comunicazione delle Risultanze Istruttorie, inviata alle Parti tra il 14 settembre e il 16 settembre 2020;

VISTE le richieste delle società facenti capo al gruppo societario GE, GE Medical Systems Italia S.p.A., GE Healthcare Italia S.r.l., GE Italia Holding S.r.l. e GE Medical Systems S.C.S., al gruppo societario PHILIPS, Koninklijke Philips N.V., Philips Medical Systems Nederland B.V. e Philips S.p.A., e al gruppo societario SIEMENS, Siemens A.G, Siemens Healthcare GmbH, Siemens Healthcare S.r.l., Siemens Healthineers Holding III BV, pervenute in data 18 settembre 2020, di proroga del termine infra-procedimentale di chiusura della fase istruttoria al fine di consentire loro il pieno esercizio del proprio diritto di difesa e motivate, in particolare, sulla base della complessità del procedimento istruttorio, della copiosa documentazione agli atti del fascicolo e del necessario coinvolgimento di diverse funzioni societarie aventi anche sede all'estero in considerazione della struttura multinazionale dei rispettivi gruppi;

CONSIDERATE la complessità della fattispecie oggetto del procedimento e la necessità di garantire il più ampio esercizio del diritto di difesa e del contraddittorio;

CONSIDERATO che la proroga del termine infra-procedimentale di chiusura della fase istruttoria rende necessaria anche una proroga del termine di conclusione del procedimento;

RITENUTA, pertanto, necessaria una proroga del termine di conclusione del procedimento, attualmente fissato al 22 dicembre 2020;

DELIBERA

di prorogare al 31 marzo 2021 il termine di conclusione del procedimento.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

C12327 - CENTRO CALOR/RESTIANI

Provvedimento n. 28482

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 15 dicembre 2020;

SENTITO il Relatore, Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

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

VISTO il provvedimento del 3 novembre 2020, n. 28436, con cui l'Autorità ha deliberato il non avvio dell'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, relativamente all'operazione di concentrazione consistente nell'acquisizione da parte di Iplom S.p.A. (tramite la propria controllata Centro Calor S.r.l.) del controllo esclusivo di Restiani S.p.A.;

CONSIDERATO che, a causa di un errore materiale, nel testo del suddetto provvedimento, al termine del paragrafo 3 (individuabile a pag. 1 del provvedimento) è stato riportato che la società acquirente, con riferimento alla società acquisita, *“ha esercitato il diritto di opzione per l'acquisto del rimanente [50-100%] del capitale della predetta società, giungendone dunque a detenere la totalità delle azioni”*, laddove viceversa la opzione esercitata, come notificato dalla parte, ha comportato la acquisizione del [50-100%]* del capitale sociale di Restiani S.p.A.;

RITENUTO di dover procedere alla modifica del provvedimento del 3 novembre 2020, n. 28436, eliminando il riferimento alla acquisizione da parte di Iplom della totalità del capitale sociale di Restiani S.p.A.;

RITENUTO, pertanto, di dover procedere alla modifica del provvedimento del 3 novembre 2020, n. 28436, sostituendo, al termine del paragrafo 3 (individuabile a pag. 1 del provvedimento) l'espressione *“del rimanente [50-100%] del capitale della predetta società, giungendone dunque a detenere la totalità delle azioni”* con l'espressione *“della maggioranza assoluta [50-100%] del capitale della predetta società”*;

Tutto ciò premesso e considerato:

DELIBERA

di rettificare il provvedimento del 3 novembre 2020, n. 28436, pubblicato nel Bollettino n. 46 del 23 novembre 2020 sostituendo, al termine del paragrafo 3 (individuabile a pag. 1 del provvedimento) l'espressione *“del rimanente [50-100%] del capitale della predetta società, giungendone dunque a*

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

detenere la totalità delle azioni” con l’espressione “della maggioranza assoluta [50-100%] del capitale della predetta società”.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Filippo Arena

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

C12329 - MARBLES/RETELIT*Provvedimento n. 28483*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 15 dicembre 2020;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione della società Marbles S.r.l. pervenuta in data 23 ottobre 2020;

VISTO il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni pervenuto in data 7 dicembre 2020;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Marbles S.r.l. (di seguito "Marbles") è una società con sede a Milano, costituita nel settembre 2020 e indirettamente controllata dal fondo Asterion Industrial Infra Fund I, FCR, gestito da Asterion Industrial Partners SGEIC, S.A. (di seguito "Asterion").

Asterion è una società di gestione degli investimenti la cui attività è focalizzata sulle infrastrutture nei settori delle telecomunicazioni, dell'energia e dei servizi pubblici e della mobilità.

L'oggetto sociale di Marbles consiste nell'assunzione, gestione e dismissione di titoli e partecipazioni in altre società e il coordinamento tecnico, amministrativo e finanziario, la concessione di finanziamenti e il rilascio di garanzie a favore delle entità nella quali detiene partecipazioni dirette o indirette.

2. Nel 2019 Asterion ha realizzato un fatturato complessivo, calcolato tenendo in conto del fatturato delle società controllate tramite il fondo Asterion Industrial Infra Fund I, FCR (ivi incluse quelle acquisite nel 2020), pari a circa [1-2]* miliardi di euro, di cui [1-2] miliardi nell'Unione europea e [700-1.000] milioni in Italia.

3. Retelit S.r.l. (di seguito "Retelit") è una società quotata nel segmento STAR del Mercato Telematico Azionario di Borsa Italiana S.p.A. e attiva nel settore dell'Information Technology (IT), anche per il tramite di diverse controllate.

In particolare, Retelit e le sue controllate sono attive, da un lato, nella fornitura di servizi in fibra all'ingrosso, con una piattaforma di circa 14.000 km di fibra, e di soluzioni di telecomunicazioni complete e integrate a imprese appartenenti principalmente ai settori della finanza, industria, telecomunicazioni e alla Pubblica Amministrazione.

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

4. Nel 2019 Retelit ha realizzato un fatturato complessivo, calcolato tenendo in conto il fatturato delle società Partners Associates S.p.A. e Brennercom S.p.A. acquisite nel 2020, pari a circa [100-504] milioni di euro, di cui [100-504] nell'Unione europea e [100-504] in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

5. L'Operazione consiste nell'acquisto da parte di Marbles di complessive 16.825.000 azioni, rappresentanti il 10,24% del capitale sociale di Retelit.

Poiché, al momento del *closing* dell'acquisto delle suddette azioni, Marbles deterrà già una partecipazione di poco superiore al 15% del capitale sociale di Retelit – per effetto dell'acquisto, perfezionato in data 27 ottobre 2020, dell'intero capitale sociale della società Fiber 4.0 S.p.A., che detiene una partecipazione pari al 13,86% nel capitale sociale della stessa Retelit¹, nonché dell'acquisto sul mercato di ulteriori azioni effettuato da Marbles entro il mese di ottobre 2020 – a seguito dell'operazione qui in esame Marbles deterrà una partecipazione complessiva pari al 25,3%.

6. Considerata la partecipazione che sarà detenuta da Marbles, che la qualifica come primo azionista di Retelit, tenuto altresì conto della frammentazione dell'azionariato rimanente di tale società, in assenza di un socio o gruppo di soci di controllo e di patti parasociali tra gli attuali azionisti volti a formare una maggioranza assembleare o una minoranza di blocco, nonché dei comportamenti di voto osservati nelle assemblee azionarie passate, è prevedibile che, a seguito dell'operazione in esame, Marbles sarà in grado di esprimere una maggioranza stabile dei voti all'assemblea degli azionisti e acquisisca, pertanto, il controllo esclusivo di fatto su Retelit².

In merito all'elezione del consiglio di amministrazione di Retelit giova considerare quanto segue: (i) secondo quanto previsto dallo statuto della società e dalle norme di legge applicabili alle società quotate, tale elezione si svolge secondo un meccanismo di voto di lista che prevede che tutti gli amministratori, meno uno, siano tratti dalla lista di candidati che ottiene più voti nell'assemblea ordinaria, a prescindere dal numero di voti espressi o ottenuti; (ii) nelle precedenti assemblee ordinarie chiamate a eleggere gli ultimi due consigli di amministrazione hanno prevalso liste di candidati presentate da azionisti titolari di partecipazioni al capitale della società inferiori rispetto a quella che verrà a detenere Marbles³; (iii) in occasione della nomina del nuovo organo amministrativo della società, che è previsto si tenga entro il 30 aprile 2021, è intenzione di Marbles presentare una propria lista di candidati.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

7. L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo esclusivo di un'impresa, costituisce una concentrazione, ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/90. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1, del Regolamento CE 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il

¹ Tale operazione non è legata condizionalmente all'operazione qui in esame (in quanto avrà luogo indipendentemente da essa) e non comporta l'acquisizione del controllo, neanche di fatto, su Retelit da parte di Marbles.

² Cfr. 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 UE, § 59.

³ Pari, in un caso, al 20% e, nell'altro caso, al 25%.

fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 504 milioni di euro e il fatturato totale realizzato individualmente, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 31 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

8. Retelit è attiva in Italia nei settori dell'Information & Communication Technology e delle telecomunicazioni. Le sue attività sono incentrate nella fornitura di soluzioni integrate digitali fornite per il tramite di piattaforme di sua proprietà (tra cui, in particolare, una porzione di rete in fibra ottica e un *network* di *Data Center* distribuiti a livello nazionale).

Tali attività sono indirizzate sia al settore privato – segnatamente a imprese appartenenti principalmente ai settori della finanza, industria, telecomunicazioni – sia alla Pubblica Amministrazione.

9. Nel caso in esame, non appare necessario addivenire a una puntuale definizione dei mercati rilevanti, in quanto l'attività di Asterion non presenta alcuna sovrapposizione, né sotto il profilo merceologico né sotto quello geografico, con quella di Retelit.

10. L'operazione comunicata si risolve nella mera sostituzione di un operatore con un altro, né è suscettibile di produrre effetti verticali, in considerazione della circostanza per cui Asterion non opera neppure in mercati a monte o valle rispetto a quelli in cui è attiva Retelit.

V. IL PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

11. Con atto pervenuto in data 7 dicembre 2020, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha espresso parere favorevole allo schema di provvedimento dell'Autorità, inviato in data 5 novembre 2020, contenente le valutazioni sopra svolte.

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, che l'operazione in esame non comporta, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nei mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Filippo Arena

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

**C12334 - MAVERICK DIRECTORSHIP/GRUPPO LAGUMAR SEAS-RIUNIONE
INDUSTRIE ALIMENTARI**

Provvedimento n. 28484

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 15 dicembre 2020;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione effettuata dalla società Maverick Directorship S.L., pervenuta in data 16 novembre 2020;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Maverick Directorship S.L. (di seguito, "Maverick") è una società di diritto spagnolo interamente detenuta da Vicuña Directorship S.L., che è a sua volta indirettamente controllata da PAI Partners S.A.S. (di seguito, "Gruppo PAI"), società di diritto francese che gestisce un fondo di *private equity*. Il Gruppo PAI controlla diverse società attive in numerosi settori e, in particolare, nei settori dei servizi alle imprese, alimentare, dei beni di largo consumo, dei servizi industriali e della vendita al dettaglio. Per quanto riguarda le società attive in Italia, il Gruppo PAI controlla, tra le altre, la società francese Labeyrie Fine Foods (di seguito, "LFF"), operante nel settore alimentare e, in particolare, nella vendita del salmone affumicato.

Il Gruppo PAI ha realizzato, nel 2019, un fatturato complessivo pari, a livello mondiale, a [10-20]* miliardi di euro, di cui circa [700-1.000] milioni di euro in Italia.

2. Lagumar Seas S.L. è una società di diritto spagnolo che controlla Riunione Industrie Alimentari S.r.l. (di seguito "Riunione"), unica società del gruppo operante sul mercato italiano (unitamente a Regal Fish S.r.l., controllata da Riunione, che tuttavia effettua le sue vendite esclusivamente nei confronti di quest'ultima). Riunione è attiva nella commercializzazione del salmone affumicato e, in misura marginale, di altri prodotti ittici.

Nel 2019, Riunione ha realizzato un fatturato complessivo in Italia pari a [31-100] milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione consiste nell'acquisizione, da parte di Maverick, dell'intero capitale sociale di Lagumar Seas S.L., della sua controllata Riunione e di alcune società del Gruppo Lagumar (Nakulas S.L. e Viveros Merimar S.L.), nonché del 90% del capitale sociale di altre società del Gruppo Lagumar (Mariscos Linamar S.L., Depuradora de Moluscos La Sirena S.L. e Depuradora de

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

Moluscos de Canarias S.L.). Sempre nell'ambito dell'operazione, il 49,9% del capitale sociale di Vicuña Directorship S.L. (società che detiene interamente Maverick) sarà ceduto a una persona fisica (10%) e a un fondo di investimento (39,9%); il Gruppo PAI ne manterrà, in ogni caso, il controllo esclusivo, con una quota del 50,1%.

4. Ad esito della descritta operazione, il Gruppo PAI, tramite la controllata Maverick, acquisirà il controllo esclusivo del Gruppo Lagumar, inclusa Riunione.

5. Il contratto di acquisizione include le seguenti restrizioni accessorie imposte ai venditori per la durata di due anni dal completamento dell'operazione: obbligo di non concorrenza relativamente alle attività di produzione e commercializzazione di prodotti ittici refrigerati; obbligo di non acquisire società attive in tale ambito né di effettuare prestazioni professionali per queste ultime; divieto di sollecitazione dei dipendenti; obbligo di riservatezza.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

7. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90 non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento 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 504 milioni di euro e in quanto il fatturato totale realizzato individualmente a livello nazionale da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 31 milioni di euro.

8. Gli obblighi di non concorrenza e riservatezza e il divieto di sollecitazione dei dipendenti descritti in precedenza possono essere qualificati, con riferimento al territorio italiano, come accessori alla concentrazione comunicata nella misura in cui essi contengono restrizioni direttamente connesse alla realizzazione dell'operazione e ad essa necessarie. In particolare, nel caso di specie, gli impegni assunti dai venditori vanno a beneficio degli acquirenti e rispondono all'esigenza di garantire a questi ultimi il trasferimento dell'effettivo valore dell'acquisizione. Tuttavia, al fine di non travalicare i limiti di quanto ragionevolmente richiesto allo scopo, è necessario che l'estensione di tali pattuizioni sia circoscritta ai soli prodotti che costituiscono oggetto dell'attività economica dell'impresa ceduta¹ e che esse non impediscano ai venditori di acquistare o detenere azioni in società concorrenti a soli fini di investimento finanziario².

IV. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE

IV.1 Il mercato interessato

9. Il settore interessato dalla presente operazione è quello relativo alla produzione e commercializzazione dei prodotti ittici refrigerati e, in particolare, del salmone affumicato, dove si verifica una sovrapposizione tra le attività delle Parti.

¹ Si veda, al riguardo, la Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (G.U.C.E. 2005/C-56/03 del 5 marzo 2005), par. 23.

² Comunicazione della Commissione cit., par. 25.

10. L'Autorità, nei suoi precedenti, non ha mai proceduto a una definizione dei mercati nell'ambito di questo settore³. La Commissione Europea, nel caso *Marine Harvest/Morpol*⁴, pur lasciando aperta la definizione del mercato merceologico, ha ritenuto che possano essere identificati mercati distinti per il salmone fresco, congelato e affumicato. La Commissione, infatti, ha rilevato che le caratteristiche del prodotto e le occasioni di consumo per il salmone affumicato sono specifiche e diverse da quelle delle altre tipologie di salmone; in particolare, il salmone affumicato è spesso utilizzato come antipasto pronto da mangiare, soprattutto durante le festività. In ogni caso, la definizione di mercato sotto il profilo merceologico può essere lasciata aperta in quanto, anche prendendo in considerazione il più ristretto ambito del salmone affumicato, l'operazione, in ragione delle quote detenute dalle Parti, non è suscettibile di generare effetti anticoncorrenziali di rilievo.

11. Sotto il profilo geografico, nel citato caso la Commissione, rispetto alla prospettazione delle parti notificanti di un mercato europeo, non ha escluso - con specifico riguardo al salmone affumicato - la rilevanza nazionale, in ragione della specificità dei gusti dei consumatori e del differente ruolo dei marchi nei diversi Paesi⁵. Pertanto, in un'ottica cautelativa, si considererà una dimensione geografica del mercato coincidente con il territorio nazionale, tenuto conto che una diversa estensione del mercato non modificherebbe la valutazione dell'operazione.

IV.2 Effetti dell'operazione

12. L'operazione determina effetti di sovrapposizione orizzontale esclusivamente nella commercializzazione del salmone affumicato, in cui entrambe le Parti sono attive in Italia. Tuttavia, sulla base dei dati forniti dalle Parti, l'entità della sovrapposizione appare molto limitata: il Gruppo PAI, tramite la controllata LFF, detiene una quota in valore del [1-5%] delle vendite di salmone affumicato in Italia, mentre Riunione ne detiene una quota del [5-10%]. La quota di mercato *post merger* risulta, pertanto, inferiore al 10%.

13. Nel mercato della commercializzazione del salmone affumicato operano in Italia, oltre alle Parti, numerosi e qualificati concorrenti: Mowi Italia, La Nef, Eurofood, Milarex Sp Zoo, Sal Seafood, L'Inedito, Norita, Viciuna ir Partnariiai, Agro Ittica Lombarda, Hova Royal, Foodlab, Aqua Food, Sicily Food, Fjord.

14. Alla luce di quanto esposto, non si ritiene che l'operazione in esame possa produrre effetti pregiudizievoli per la concorrenza nel mercato interessato.

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

³ Nell'operazione C11589 – BOLTON GROUP INTERNATIONAL/LUIS CALVO SANZ, provv. n. 23774 del 25 luglio 2012, in Boll. 30/2012, l'Autorità ha definito i mercati della produzione e commercializzazione delle conserve a base di tonno e di salmone. A tale riguardo, l'Autorità ha differenziato i mercati in base al principale prodotto ittico utilizzato.

⁴ COMP/M.6850- Marine Harvest/Morpol, Decisione del 30 settembre 2013.

⁵ Nella citata operazione C11589, anche l'Autorità, confermando i propri precedenti (cfr. provv. C8971 - BOLTON ALIMENTARI/RAMI D'AZIENDA DI BRANDS, provv. n. 17760 del 20 dicembre 2007 in Boll. 48/2017), ha definito i mercati della produzione e commercializzazione delle conserve a base di tonno e di salmone come nazionali, in considerazione, tra l'altro, della specificità dei gusti e delle abitudini di consumo di ciascun Paese, nonché del fatto che i consumi nazionali sono, in larga misura, soddisfatti dalla produzione interna ai singoli Stati, ancorché questa impieghi materia prima reperita in gran parte attraverso il trading internazionale. In tal senso si è espressa anche l'Autorità per la concorrenza francese, considerando di dimensione nazionale il mercato del salmone affumicato nella valutazione dell'operazione di concentrazione *Marine Harvest NV/Pan Fish ASA* (cfr. Avis n° 06-A-20 del 20 ottobre 2016).

RITENUTO, altresì, che gli obblighi di non concorrenza e riservatezza e il divieto di sollecitazione dei dipendenti possono essere considerati accessori alla presente operazione nei soli limiti merceologici e di oggetto sopra indicati e che l'Autorità si riserva di valutare i suddetti patti ove si realizzino oltre tali limiti;

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Filippo Arena

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

C12335 - AUTOTORINO/TRIVELLATO AUTO

Provvedimento n. 28485

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 15 dicembre 2020;

SENTITO il Relatore, Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTO l'atto della società Autotorino S.p.A., pervenuto in data 16 novembre 2020;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Autotorino S.p.A. (di seguito, Autotorino) è una società attiva nella vendita al dettaglio di autoveicoli e di ricambi per autoveicoli, nonché nella fornitura di assistenza post-vendita, nelle province di Belluno, Bergamo, Como, Crema, Cremona, Lecco, Milano, Modena, Novara, Pavia, Parma, Pordenone, Reggio Emilia, Sondrio, Treviso, Trieste, Udine, Varese, Venezia, Verbania e Vercelli. Marginalmente, Autotorino è attiva anche nella vendita di motocicli nelle province di Cremona, Pordenone, Varese, Trieste e Treviso.

Autotorino è controllata da una persona fisica, che ne detiene il 54,36% del capitale sociale, di cui il 10,43% direttamente e il 43,93% indirettamente tramite la società Vanini Holding S.r.l. (di seguito, Vanini Holding), del cui capitale sociale la suddetta persona fisica detiene una partecipazione pari al 90%.

Nel 2019 Autotorino ha realizzato, interamente in Italia, un fatturato consolidato pari a circa 1.240 milioni di euro.

2. Trivellato Auto S.r.l. (di seguito, Trivellato) è una società attiva, esclusivamente nella provincia di Verona, quale venditore al dettaglio di autoveicoli per il trasporto passeggeri. Nella medesima provincia, Trivellato è, altresì, attiva nella vendita di ricambi per autoveicoli e nella fornitura di servizi di assistenza post-vendita.

Trivellato fa parte del Gruppo Trivellato ed è controllata da Trivellato Partecipazioni S.p.A. (di seguito, Trivellato Partecipazioni).

Nel 2019 Trivellato ha realizzato, interamente in Italia, un fatturato pari a circa 37 milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione consiste nella vendita da Trivellato Partecipazioni ad Autotorino delle quote rappresentative dell'intero capitale sociale di Trivellato.

4. Il contratto di cessione delle quote di Trivellato prevede un patto di non concorrenza in forza del quale Trivellato Partecipazioni si obbliga per sé, nonché per conto di altre società appartenenti al medesimo gruppo societario e di persone fisiche e giuridiche comunque riconducibili alla medesima Trivellato Partecipazioni, per un periodo di 2 (due) anni a partire dalla data del *Closing*, a:

- (a) non avviare, proseguire o comunque gestire, direttamente o indirettamente, sia per conto proprio che di terzi, attività che risultino anche solo parzialmente in concorrenza con l'attività di concessionaria di autoveicoli Toyota svolta da Trivellato nella Provincia di Verona;
- (b) non contattare, direttamente o indirettamente, sia per conto proprio che di terzi, i clienti di Trivellato in relazione alla conclusione di contratti simili, per natura e oggetto, a quelli che Trivellato conclude nell'ambito della propria attività;
- (c) non assumere, direttamente o indirettamente, sia per conto proprio che di terzi, dipendenti di Trivellato.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

5. L'operazione comunicata costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/90, in quanto comporta l'acquisizione del controllo esclusivo di un'impresa.
6. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 504 milioni di euro e il fatturato realizzato individualmente a livello nazionale da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 31 milioni di euro.
7. Il patto di non concorrenza sottoscritto dalle parti e descritto nel paragrafo precedente può essere ritenuto direttamente connesso e necessario alla realizzazione dell'operazione di concentrazione in esame, in quanto funzionale alla salvaguardia del valore dell'impresa acquisita, a condizione che esso non impedisca al venditore di acquistare o detenere azioni a soli fini di investimento finanziario¹.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

8. Da un punto di vista merceologico, i settori interessati dall'operazione in esame sono quelli in cui opera la società oggetto di acquisizione, ossia: *i*) la distribuzione al dettaglio di autoveicoli per passeggeri e di veicoli commerciali nuovi e usati, *ii*) la distribuzione al dettaglio di ricambistica per autoveicoli per passeggeri e veicoli commerciali e *iii*) i servizi post vendita di assistenza, manutenzione e riparazione di autoveicoli².
9. Il mercato *sub i*) interessa l'attività di distribuzione degli autoveicoli e dei veicoli commerciali nuovi e usati da parte dei concessionari ai consumatori finali. Le case produttrici commercializzano infatti le proprie vetture attraverso imprese di distribuzione (società controllate o operatori terzi) le

¹ Cfr. Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle operazioni di concentrazione (2005/C 56/03) pubblicata in GUCE del 5 marzo 2005.

² Cfr., tra gli altri, provv. n. 28273 del 17 giugno 2020, C12300 – Eurocar Italia/Erre Esse, provv. n. 27594 del 12 marzo 2019, C12219 – Eurocar Italia/Saottini Auto, provv. n. 27458 del 12 dicembre 2018, C12203 – Eurocar/Dorigoni, provv. n. 26906 del 13 dicembre 2017, C12137 – PAG ITALY/RAMO DI AZIENDA DI STAREMILIA, provv. n. 22264 del 30 marzo 2011, C10979 – TT HOLDING/AUTOSTELLA e provv. n. 20359 del 1° ottobre 2009, C10265 – TT HOLDING/CAMAR; cfr. anche Decisione della Commissione europea del 1° agosto 2018, COMP/M.8963 – Eurocar/Bonaldi e Decisione della Commissione europea del 10 settembre 2018, COMP/M.9070 – Eurocar/Vicentini.

quali, a loro volta, si avvalgono di una rete di concessionari che svolgono attività di vendita alla clientela.

10. Nell'ambito di tale mercato si possono individuare diversi segmenti, distinguendo tra autoveicoli e veicoli commerciali, veicoli nuovi e usati, in base alle prestazioni, alle dimensioni e al prezzo delle autovetture commercializzate. Tuttavia, frequentemente i concessionari distribuiscono diverse tipologie di prodotto (utilitarie, categoria media, categoria superiore, ecc.) e le differenze sono andate riducendosi negli anni in ragione della tendenza delle case automobilistiche ad offrire sempre più accessori anche per le auto di media e piccola cilindrata. Ai fini della presente operazione, comunque, non appare necessario addivenire ad una esatta delimitazione merceologica del mercato.

11. Nell'ambito del settore *sub ii)*, relativo alla commercializzazione al dettaglio di parti e accessori di ricambio per autoveicoli passeggeri e veicoli commerciali, è possibile individuare due categorie di prodotto: i ricambi originali e quelli equivalenti (ossia di qualità corrispondente). I pezzi di ricambio originali vengono commercializzati con il marchio della casa automobilistica; la ricambistica equivalente è invece fornita da operatori indipendenti del settore della componentistica (che possono anche rifornire le stesse case automobilistiche). I prezzi delle parti di ricambio equivalenti presentano un livello significativamente inferiore, che varia anche a seconda della tipologia di ricambio considerato.

Tuttavia si registra, dal lato della domanda, una significativa sostituibilità tra ricambi originali ed equivalenti di qualità corrispondente (variabile in funzione dell'età e della classe economica di appartenenza del veicolo, nonché del tipo di ricambio). Dal lato dell'offerta, inoltre, i centri di assistenza delle case automobilistiche (generalmente concessionarie e officine autorizzate) possono distribuire al dettaglio ricambi sia originali che equivalenti.

12. Il mercato dei servizi di assistenza post vendita per autoveicoli, *sub iii)*, risulta caratterizzato da un'estrema polverizzazione dell'offerta. L'attività di riparazione e manutenzione viene infatti svolta da un'ampia gamma di operatori quali: officine e concessionari rivenditori autorizzati; officine indipendenti; stazioni di servizio; centri auto specializzati; servizi rapidi di assistenza (l'attività di assistenza in garanzia viene invece effettuata dagli stessi concessionari delle case automobilistiche ovvero da altri soggetti da queste autorizzati).

Il mercato geografico

13. Per quel che riguarda la rilevanza geografica, la dimensione dei mercati *sub i), ii) e iii)* può ritenersi locale. Tale ipotesi trae fondamento dai comportamenti di acquisto dei consumatori e, in particolare, dall'importanza da questi attribuita alla prossimità dei punti di vendita e assistenza. Nei diversi precedenti relativi ai mercati in questione, l'Autorità ha definito i mercati locali sulla base dei confini amministrativi, individuando mercati aventi dimensione tendenzialmente provinciale. Nel caso di specie, seguendo tale approccio, in considerazione dell'ambito di operatività della società oggetto di acquisizione, il mercato geografico rilevante potrebbe ritenersi circoscritto alla provincia di Verona.

14. In alternativa, è possibile definire gli ambiti locali tenendo conto della dimensione dei bacini di utenza dei singoli punti vendita delle imprese interessate e della propensione alla mobilità dal lato della domanda. A tale riguardo, la parte notificante, sulla base dei dati di vendita dei concessionari oggetto di acquisizione e della propria esperienza, ritiene che sia possibile ipotizzare l'esistenza di un bacino di utenza individuato dalle aree site intorno ai concessionari di Trivellato oggetto di

acquisizione percorribili in 40 ovvero 60 minuti di tragitto in macchina per il mercato *sub i*) e in 20 minuti di tragitto in macchina per i mercati *sub ii*) e *sub iii*) (di seguito, le isocrone).

Effetti dell'operazione

15. La società Trivellato oggetto di acquisizione è attiva mediante due concessionari ubicati nel comune di Verona, mentre l'acquirente Autotorino detiene vari concessionari ubicati nelle province di Belluno, Bergamo, Como, Crema, Cremona, Lecco, Milano, Modena, Novara, Pavia, Parma, Pordenone, Reggio Emilia, Sondrio, Treviso, Trieste, Udine, Varese, Venezia, Verbania e Vercelli. A livello provinciale, non si verificano quindi sovrapposizioni tra le attività delle Parti.

16. Nei mercati della distribuzione al dettaglio di autoveicoli per passeggeri, della distribuzione al dettaglio di ricambistica per autoveicoli e dei servizi di assistenza, riparazione e manutenzione di autoveicoli, nella provincia di Verona Trivellato detiene quote pari rispettivamente al $[1-5\%]^*$ circa, al $[1-5\%]$ circa e al $[1-5\%]$ circa, mentre Autotorino non è attiva. Considerando le isocrone, per ciascuna delle due concessionarie di Trivellato oggetto di acquisizione sia nella isocrona a 60 minuti sia nella isocrona a 40 minuti (per il mercato *sub i*)), nonché nelle isocrone a 20 minuti (per i mercati *sub ii*) e *sub iii*)) le quote di Trivellato resterebbero sostanzialmente invariate, mentre Autotorino non risulterebbe presente; al riguardo, si rileva che le concessionarie di Autotorino più vicine alle concessionarie di Trivellato sono situate: (i) a ovest, a Bergamo, a circa h. 1,19; (ii) a est, a Treviso, a circa h. 1,34; (iii) a sud, a Carpi, a circa h. 1,04 (Fonte Google Maps); non ci sono, invece, concessionarie di Autotorino a nord.

Nel caso di specie, tuttavia, l'esatta definizione del mercato può essere lasciata aperta, non ravvisandosi, in entrambi i casi, criticità dal punto di vista concorrenziale.

17. In tali mercati sono presenti numerosi e qualificati concorrenti.

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

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

DELIBERA

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

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Filippo Arena

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

C12337 - RCS MEDIAGROUP/M-DIS DISTRIBUZIONE MEDIA

Provvedimento n. 28486

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 15 dicembre 2020;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione della società RCS MediaGroup S.p.A., pervenuta in data 20 novembre 2020;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. RCS MediaGroup S.p.A. (nel seguito, "RCS") è una società di diritto italiano principalmente attivo in Italia e in Spagna nella pubblicazione e commercializzazione di quotidiani, periodici (settimanali e mensili), nella relativa attività di raccolta pubblicitaria su stampa e *on-line* e nella distribuzione editoriale nel canale delle edicole. RCS è soggetta al controllo esclusivo di Cairo Communication S.p.A.¹.

2. M-Dis Distribuzione Media S.p.A. (nel seguito, "M-Dis") è una società attiva nella distribuzione nazionale di stampa quotidiana e periodica e nei servizi ad essa ancillari. Altresì, M-Dis opera, per il tramite di alcune società controllate, nella distribuzione locale presso le edicole e gli altri punti vendita autorizzati nelle province di Milano, Torino e Genova. M-Dis è attualmente sottoposta al controllo congiunto di RCS e De Agostini Editore S.p.A. (nel seguito, "De Agostini").

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione comunicata consiste nell'acquisizione, da parte di RCS, del controllo esclusivo di M-Dis mediante l'acquisto del 45% delle azioni della stessa M-Dis, cedute da De Agostini e Hearst Magazine Italia S.p.A., attualmente soci della stessa. Ad esito della cessione delle quote di partecipazione, RCS deterrà il 90% delle azioni di M-Dis, passandone dal controllo congiunto, insieme a De Agostini, al controllo esclusivo.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

4. L'operazione comunicata, in quanto finalizzata all'acquisizione del controllo esclusivo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/90. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di

¹ Cfr., *ex multis*, Provvedimento AGCM n. 26094 del 6 luglio 2016, C12045 – *Cairo Communication/RCS MediaGroup*.

comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto, al momento della notifica, il fatturato totale realizzato a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è superiore alla soglia di 504 milioni di euro e il fatturato totale realizzato individualmente a livello nazionale da almeno due delle imprese interessate è superiore a 31 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONI

5. La filiera della distribuzione di quotidiani e periodici è suddivisa in ambito nazionale e locale. In particolare, gli editori di quotidiani e periodici ne affidano la consegna ai distributori nazionali o effettuano direttamente la distribuzione nazionale, i quali, a loro volta, si servono di distributori locali in ciascuna area geografica di riferimento. I distributori locali, a loro volta, effettuano le consegne alle edicole e ai punti vendita².

6. L'operazione di concentrazione in esame interessa i seguenti mercati rilevanti³:

a. Il mercato della distribuzione nazionale di stampa quotidiana e periodica, definito, dal punto di vista merceologico, come l'insieme di attività necessarie alla distribuzione dei prodotti editoriali e al ritiro dei resi. I servizi di distribuzione e raccolta reso sono prestati dai distributori nazionali in favore degli editori di quotidiani e periodici. L'estensione geografica del mercato è coincidente con il mercato nazionale. In tale mercato M-Dis detiene una quota di mercato in valore pari al [35-40%]* nel 2019.

b. I mercati della distribuzione locale di stampa quotidiana e periodica, definiti, dal punto di vista merceologico, come l'insieme delle attività necessarie alla distribuzione dei prodotti editoriali presso le edicole e i punti vendita, ivi incluse le attività di natura logistica relative alla redazione dei c.d. "piani di diffusione secondaria", che mirano a garantire un'ottimale diffusione dei prodotti editoriali tra i punti vendita autorizzati. La definizione dell'ambito geografico in cui si ha un confronto concorrenziale è strettamente determinata dalle peculiarità del prodotto distribuito e dalla necessità di consegnare il prodotto in un lasso di tempo limitato. Tali vincoli determinano l'esistenza di mercati di dimensione locale nel territorio nazionale. In tal senso, nel caso di specie è possibile individuare tre mercati geografici interessati dall'operazione di concentrazione: (i) mercato della distribuzione locale di stampa quotidiana e periodica in Milano e provincia; (ii) mercato della distribuzione locale di stampa quotidiana e periodica in Torino e provincia; (iii) mercato della distribuzione locale di stampa quotidiana e periodica in Genova e provincia.

7. L'operazione di concentrazione consiste nell'acquisizione del controllo esclusivo di M-Dis da parte di RCS, che ne detiene attualmente il controllo congiunto insieme a De Agostini. Essa,

² Cfr. Provvedimento AGCM n. 28043 del 20 dicembre 2019, caso A525 – *Mercato distribuzione quotidiani e periodici nell'area di Genova e Tigullio*; Provvedimento AGCM n. 24237 del 20 febbraio 2013, caso C11824 – *M-Dis Distribuzione Media-Servizi Stampa Liguria-Società di Edizioni e Pubblicazioni/GE-DIS*. Si vedano anche C7740 – *M-Dis Distribuzione Media/Il Sole 24 Ore*; C8087 – *M-Dis Distribuzione Media-A. Pieroni diffusione pubblicazioni periodiche e di moda/Pieroni distribuzione*; C10370 – *M-Dis Distribuzione Media-Milano Press/Agenzia lombarda distribuzione giornali e riviste*; C10831 – *Parrini-A&G Marco MPI/Marco Parrini Italia*.

³ Cfr. Provvedimento AGCM n. 24237 del 20 febbraio 2013, caso C11824 – *M-Dis Distribuzione Media-Servizi Stampa Liguria-Società di Edizioni e Pubblicazioni/GE-DIS*; e Provvedimento AGCM n. 19291 dell'11 dicembre 2008, caso C9836 – *Press-Di distribuzione stampa e multimedia/Ramo d'azienda delle SEE Società Europea di Edizioni*.

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

pertanto, non determina una modifica delle quote di mercato detenute da M-Dis, e dalle società dalla stessa controllate, nei citati mercati in esame e non determina dunque alcun effetto di natura orizzontale. Con riferimento ai possibili effetti verticali, occorre in primo luogo osservare che l'articolo 16 della legge n. 416/81 impone in capo ai distributori, sia nazionali che locali, l'obbligo di "garantire, a parità di condizioni rispetto ai punti di vendita serviti e al numero di copie distribuite, il servizio di distribuzione a tutte le testate giornalistiche che ne facciano richiesta". Tale previsione normativa è integrata dall'articolo 4 del Decreto Legislativo n. 170/01 che impone un obbligo di parità di trattamento delle diverse testate all'interno dei punti vendita esclusivi e non esclusivi⁴. Ne consegue che l'assetto normativo prevede un sostanziale obbligo di fornire uno sbocco al mercato per gli editori, impedendo comportamenti discriminatori a danno delle testate giornalistiche concorrenti. In secondo luogo, RCS, attiva come editore di stampa quotidiana e periodica, con quote in termini di fatturato del [20-25%] e [15-20%] del totale nazionale (anno 2019), detiene già una partecipazione di controllo in M-Dis, sicché l'acquisto della partecipazione detenuta da De Agostini non muta sensibilmente le condizioni della filiera dei mercati.

8. Pertanto, l'operazione in esame non appare suscettibile di modificare in maniera sostanziale la struttura e le dinamiche competitive dei mercati suindicati.

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

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

⁴ Cfr. art. 2 del D.Lgs. n. 170/01 per l'individuazione delle due tipologie di punto vendita.

C12338 - OVS/17 RAMI DI AZIENDA DI MARGHERITA DISTRIBUZIONE*Provvedimento n. 28487*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 15 dicembre 2020;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione della società OVS S.p.A., pervenuta in data 23 novembre 2020;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. OVS S.p.A., società quotata alla Borsa di Milano, è attiva nel settore dell'abbigliamento e accessori per uomo, donna e bambino, attraverso i marchi OVS, Upim e Piombo (abbigliamento *upper casual* uomo).

Nella linea bambino (0-14 anni) sono utilizzati i marchi OVS Kids e Upim Blu Kids.

Sono di titolarità di OVS anche il marchio Shaka Innovative Beauty (prodotti di profumeria) e il marchio di Upim Croff (la linea tessili e accessori di Upim).

La Società opera su tutto il territorio nazionale attraverso punti vendita (p.v.) in gestione diretta e *franchising*.

OVS non è soggetta a direzione e coordinamento da parte di alcuno dei suoi azionisti.

Nel corso del 2019, OVS ha realizzato in Italia un fatturato complessivo pari a [1.000-1.500]* milioni di euro. A livello mondiale, nel 2019, il fatturato è risultato pari a 1.370,1 milioni di euro e a livello europeo (Unione Europea e Svizzera, esclusa Italia) è stato pari a [50-60] milioni di euro.

2. Oggetto di acquisizione sono 17 rami d'azienda di proprietà di Margherita Distribuzione S.p.A.¹, precedentemente adibiti all'esercizio di ipermercati a marchio *Auchan*², dediti alla vendita di prodotti alimentari e non alimentari (di seguito i "Rami d'Azienda"). I Rami di Azienda sono dislocati nel territorio nazionale, nelle province di: Macerata, Torino, Brescia, Roma, Piacenza, Napoli, Bergamo, Sassari, Brindisi, Siracusa e Catania. Gli ipermercati su cui insistono i Rami d'azienda saranno interessati, prima della cessione, da un processo di ridimensionamento e di modifica nella destinazione d'uso della licenza per la sola vendita di prodotti non alimentari. Una volta terminato il processo di costituzione, i Rami di Azienda saranno destinati alla vendita di prodotti di abbigliamento e accessori.

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

¹ In tre casi sulla porzione immobiliare di un medesimo ipermercato insisteranno tre rami di azienda. Quindi, si tratta di complessivi 17 rami di azienda incidenti su 14 mercati rilevanti.

² Tali ipermercati sono i seguenti: [omissis].

Il fatturato complessivo imputabile ai Rami d'Azienda per il 2019, realizzato interamente in Italia, è pari a [40-50 milioni di] euro³.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'Operazione consiste nell'acquisto del controllo esclusivo, da parte di OVS, dei Rami di Azienda, ad oggi di titolarità di Margherita Distribuzione, tramite la conclusione di contratti di affitto di ramo di azienda di lunga durata.

4. OVS, Margherita Distribuzione e la società veicolo NewCo⁴ hanno firmato, in data 6 ottobre 2020, un accordo quadro ("Accordo Quadro") propedeutico alla conclusione, da parte di OVS, dei contratti di affitto - ciascuno, di durata decennale - dei costituendi Rami di Azienda di titolarità di Margherita Distribuzione.

Come sopra anticipato, Margherita Distribuzione è proprietaria di 14 ipermercati, ciascuno munito di autorizzazione alla vendita di prodotti alimentari e non alimentari ed è impegnata in un processo di riorganizzazione che culminerà nella costituzione dei 17 Rami di Azienda, il quale prevede:

- (i) il frazionamento edile delle porzioni immobiliari ove sono esercitati gli Ipermercati; e
- (ii) una rimodulazione della superficie di vendita, finalizzata al rilascio di nuove autorizzazioni per la vendita di prodotti non alimentari all'interno degli immobili frazionati.

Alla data di stipula del relativo contratto di affitto, ciascun Ramo di Azienda sarà quindi composto, fra l'altro, da: il diritto di godimento dell'immobile; l'intestazione *pro tempore* a OVS, per la durata del contratto di affitto, della nuova autorizzazione rilevante; il diritto di uso e godimento di taluni impianti e attrezzature; il personale inerente ciascun Ramo di Azienda individuato da OVS, Margherita Distribuzione e NewCo.

I Rami di Azienda saranno adibiti alla vendita al dettaglio dei prodotti tipicamente commercializzati da OVS con le sue insegne OVS e Upim, ossia articoli di abbigliamento e accessori.

5. Contestualmente all'Accordo Quadro, le parti hanno definito una "*Side Letter*" (di seguito *Side Letter*) ai contratti definitivi, in cui si prevede – per quanto di interesse – l'obbligo di Margherita Distribuzione, nella sua qualità di concedente, a non sottoscrivere contratti aventi ad oggetto il godimento di spazi di sua proprietà all'interno del centro commerciale con terzi, [omissis], per la durata dei contratti di affitto dei Rami di Azienda conclusi con OVS. Ciò in quanto la presenza di [omissis], - insegna[e] concorrente[i] della Società - all'interno degli spazi di vendita su cui insisteranno i Rami di Azienda vanificherebbe l'investimento di OVS su tali Rami.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE 139/2004, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato,

³ Il valore del fatturato è stato stimato tenendo conto della superficie di vendita oggetto di cessione e del fatturato medio degli ipermercati per m², relativo alle vendite di prodotti non alimentari.

⁴ [Omissis].

nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 504 milioni di euro e il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, individualmente da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 31 milioni di euro.

7. Quanto pattuito nell'ambito della *Side Letter* sopra descritta non può essere considerato come una restrizione accessoria alla presente operazione, poiché, a prescindere dalla durata eccessivamente lunga della limitazione⁵, l'imposizione all'affittuaria di un vincolo diretto a non consentire l'accesso nella medesima area commerciale a specifici operatori terzi non configura uno strumento di tutela contro l'eventuale concorrenza del venditore, volto a salvaguardare il valore dei beni oggetto di cessione.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto e geografico

8. Come illustrato, l'operazione consiste nell'acquisto del controllo esclusivo da parte di OVS sui Rami di Azienda in via di costituzione, di titolarità di Margherita Distribuzione, che saranno adibiti alla vendita di prodotti di abbigliamento e accessori. Dal punto di vista merceologico, il mercato interessato dalla concentrazione è, quindi, quello della distribuzione al dettaglio di articoli di abbigliamento e di accessori non di lusso⁶. All'interno di tale mercato è possibile distinguere i segmenti "adulto" e "bambino" tenuto conto delle diverse esigenze che guidano gli acquisti dal lato della domanda, nonché della esistenza di operatori dal lato dell'offerta specializzati in una sola delle due tipologie di prodotti. Nel caso di specie, tuttavia, l'esatta definizione del mercato merceologico può essere lasciata aperta, non ravvisandosi, in entrambi i casi, criticità dal punto di vista concorrenziale.

9. Dal punto di vista geografico, in considerazione dei comportamenti di acquisto dei consumatori e dell'importanza da questi attribuita alla prossimità dei punti vendita, il mercato della distribuzione commerciale al dettaglio di prodotti di abbigliamento e accessori ha dimensione locale.

Secondo la prassi consolidata dell'Autorità, la dimensione dei mercati locali della distribuzione al dettaglio può essere individuata facendo ricorso alla costruzione di isocrone definite sulla base della distanza percorribile in un determinato periodo di tempo partendo dai punti vendita oggetto di acquisizione.

Nel caso di specie la parte ha individuato gli ambiti locali sulla base di isocrone definite sulla base sia di 30 minuti⁷ che di 20 minuti di percorrenza dai punti vendita interessati all'operazione. L'esatta

⁵ Cfr. Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (2005/C 56/03).

⁶ AGCM: C11677, Stradivarius Italia/ Ramo di azienda di Gallerie commerciali Italia, n. 23756/2012. Nello stesso senso, *ex multis*: C11840, Oviessse/Ramo di azienda di Sagi Holdings, n. 24120/2012; C11802, Oviessse/Ramo di azienda di Unicom, n. 24034/2012; C11757, Oviessse/Ramo di azienda di Unicoop Firenze, n. 23877/2012; C11756, Upim/ramo di azienda di Unicoop Firenze, n. 23876/2012; C11678, Berska Italia/Ramo di azienda di gallerie commerciali Italia, n. 23757/2012; C11680, Zara Italia/Ramo di azienda di Gallerie commerciali Italia, n. 23759/2012; C10208, Oviessse/2 rami di azienda di Supera, n. 20216/2012; C11739, Gruppo Coin/ramo di azienda di Bernardi Group, n. 23851/2012; C11379, Oviessse/Ramo di azienda di Gallerie Hi Tech, n. 23129/2011; C11340, Oviessse/ramo di azienda di 3p Group (Rivarolo), n. 23060/2011; C10420, Gruppo Coin/Upim, n. 20704/2010; C10088, Gruppo Coin/7 esercizi commerciali di Dem Retail, n. 19959/2009.

⁷ L'estensione temporale delle isocrone è stata definita sulla base di un'indagine alle casse svolta da OVS sul CAP di residenza dei clienti dei propri punti vendita sul territorio nazionale e dalle indagini di mercato che la società di geomarketing a cui OVS si è rivolta svolge sul bacino di utenza dei centri commerciali in termini di disponibilità allo

definizione geografica del mercato può essere lasciata aperta, in quanto, come si vedrà, in entrambi i casi l'operazione non è suscettibile di sollevare criticità di natura concorrenziale.

Effetti dell'operazione

10. Nella tabella che segue sono individuati i 14 mercati locali rilevanti, definiti come indicato nei paragrafi precedenti, e le quote di mercato delle Parti.

Quote di mercato post-concentrazione di OVS (isocrone a 30')

Isocrona (Provincia, insegna, indirizzo)	Quota OVS Totale mercato (%)	Quota OVS Bambino (%)	Quota OVS Adulto (%)	Quota lper Totale mercato (%)	Quota lper Bambino (%)	Quota lper Adulto (%)	Quota post-concentrazione e totale mercato%	Quota post-concentrazione bambino%	Quota post-concentrazione adulto %
1. MC [omissis]	[5-10]	[15-20]	[1-5]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[5-10]	[15-20]	[1-5]
2. TO [omissis]	[5-10]	[20-25]	[1-5]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[5-10]	[15-20]	[1-5]
3. BS [omissis]	[5-10]	[15-20]	[1-5]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[5-10]	[15-20]	[1-5]
4. RM [omissis]	[10-15]	[25-30]	[5-10]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[15-20]	[25-30]	[5-10]
5. PC [omissis]	[5-10]	[20-25]	[5-10]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[5-10]	[20-25]	[5-10]
6. NA [omissis]	[5-10]	[15-20]	[1-5]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[5-10]	[15-20]	[1-5]
7. BG [omissis]	[5-10]	[15-20]	[5-10]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[5-10]	[15-20]	[5-10]
8. SS [[omissis]	[15-20]	[25-30]	[10-15]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[15-20]	[25-30]	[15-20]
9. NA [omissis]	[5-10]	[15-20]	[1-5]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[5-10]	[15-20]	[1-5]
10. BR [omissis]	[5-10]	[15-20]	[1-5]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[5-10]	[15-20]	[1-5]
11. SR [omissis]	[5-10]	[15-20]	[1-5]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[5-10]	[15-20]	[1-5]
12. RM [omissis]	[10-15]	[25-30]	[5-10]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[10-15]	[25-30]	[5-10]
13. NA[omissis]	[5-10]	[15-20]	[1-5]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[5-10]	[15-20]	[1-5]
14. CT [omissis]	[5-10]	[20-25]	[5-10]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[5-10]	[20-25]	[5-10]

spostamento da parte dei clienti.

Quote di mercato post-concentrazione di OVS (isocrone a 20')

Isocrona (Provincia, insegna, indirizzo)	Quota OVS Totale mercato (%)	Quota OVS Bambino (%)	Quota OVS Adulto (%)	Quota Iper Totale mercato (%)	Quota Iper Bambino (%)	Quota Iper Adulto (%)	Quota post-concentrazione totale mercato%	Quota post-concentrazione bambino%	Quota post-concentrazione adulto %
1. MC [omissis]	[5-10]	[15-20]	[1-5]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[5-10]	[15-20]	[5-10]
2. TO [omissis]	5-10]	[20-25]	[1-5]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[5-10]	[20-25]	[1-5]
3. BS [omissis]	[5-10]	[15-20]	[1-5]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[5-10]	[15-20]	[1-5]
4. RM [omissis]	[10-15]	[30-35]	[10-15]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[10-15]	[30-35]	[10-15]
5. PC [omissis]	[5-10]	[25-30]	[5-10]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[1-5]	[10-15]	[25-30]	[5-10]
6. NA [omissis]	[5-10]	[15-20]	[1-5]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[5-10]	[15-20]	[1-5]
7. BG [omissis]	[5-10]	[20-25]	[5-10]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[5-10]	[20-25]	[5-10]
8. SS [omissis]	[15-20]	[25-30]	[10-15]	[1-5]	[inferiore a 1]	[1-5]	[15-20]	[30-35]	[15-20]
9. NA[omissis]	[5-10]	[10-15]	[1-5]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[5-10]	[10-15]	[1-5]
10. BR [omissis]	[5-10]	[20-25]	[5-10]	[1-5]	[inferiore a 1]	[1-5]	[10-15]	[20-25]	[5-10]
11. SR [omissis]	[5-10]	[15-20]	[1-5]	[1-5]	[inferiore a 1]	[1-5]	[5-10]	[15-20]	[1-5]
12. RM [omissis]	[10-15]	[25-30]	[5-10]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[10-15]	[30-35]	[10-15]
13. NA [omissis]	[5-10]	[10-15]	[1-5]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[5-10]	[10-15]	[1-5]
14. CT [omissis]	[5-10]	[20-25]	[5-10]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[inferiore a 1]	[5-10]	[20-25]	[5-10]

11. Dalle tabelle si evince che, in entrambe le ipotesi di ampiezza delle isocrone (30' o 20'), le quote di mercato che deterrà OVS ad esito dell'operazione raggiungono, al più, il [15-20%] circa considerando l'intero abbigliamento, ovvero il [30-35%] nel caso del solo abbigliamento per bambini. In ogni caso, l'incremento delle quote di mercato derivante dall'operazione in esame è del tutto marginale, risultando inferiore all'1% nella quasi totalità dei casi e superando di poco tale soglia solo in tre aree locali (n.ri 4, 7 e 9).

12. In ogni ambito locale rilevante, inoltre, si registra la presenza di una pluralità di altri operatori attivi nella distribuzione al dettaglio di articoli di abbigliamento e di accessori non di lusso, quali – a titolo esemplificativo – Calzedonia, Intimissimi, Motivi, Original Marines, Piazza Italia, Cycleband, Sisley, Tezenis, United Colors Of Benetton, Calzedonia, Golden Point, Lovable, Okaidi, Oltre, Pimkie, Sonny Bono, Tally Weijl, Yamamay, Terranova, Alcott, Camomilla Italia, Stradivarius, H&M, Bershka, Sonny Bono, Talco, Mango, Zara, Zuiki.

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

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

RITENUTO, altresì, che la pattuizione contenuta nella *side letter* intercorsa tra le parti non è accessorio alla presente operazione e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove ne sussistano i presupposti, la suddetta pattuizione;

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Filippo Arena

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

AS1713 – OBBLIGHI DI VERIFICA PERIODICA DEI DISPOSITIVI DI PROTEZIONE DEGLI IMPIANTI ELETTRICI

Roma, 21 dicembre 2020

Presidente del Senato della Repubblica
Presidente della Camera dei Deputati
Ministero dello Sviluppo Economico

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella sua riunione del 15 dicembre 2020, ha ritenuto di svolgere, ai sensi dell'articolo 21 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, alcune osservazioni in merito alle disposizioni contenute nell'articolo 7-bis del DPR 462/2001 recante "*Banca dati - informatizzata, comunicazione all'INAIL e tariffe*"¹, introdotto dall'art. 36 del Decreto Legge n. 162/2019, convertito dalla legge n. 8/2020.

L'articolo 7-bis del D.P.R. n. 462/2001 istituisce una banca dati gestita dall'INAIL al fine di potenziare il controllo sull'effettiva ottemperanza, da parte dei datori di lavoro, degli obblighi di verifica periodica dei propri impianti elettrici.

Tale disposizione, inoltre, al comma 4 prevede l'applicazione delle tariffe ISPSEL da parte degli operatori che erogano i servizi di verifica periodica degli impianti elettrici di messa a terra e dispositivi di protezione contro le scariche atmosferiche e degli impianti in luoghi con pericolo di esplosione, di cui agli articoli 4 e 6 del D.P.R. citato. La *ratio* dell'introduzione del tariffario è ricondotta alla necessità di "*privilegiare la professionalità e la competenza, nell'interesse della sicurezza degli utenti e dei lavoratori*"².

¹ L'articolo 7-bis prevede che "*1. Per digitalizzare la trasmissione dei dati delle verifiche, l'INAIL predispone la banca dati informatizzata delle verifiche in base alle indicazioni tecniche fornite, con decreto direttoriale, dagli uffici competenti del Ministero dello sviluppo economico e del Ministero del lavoro e delle politiche sociali, per i profili di rispettiva competenza. 2. Il datore di lavoro comunica tempestivamente all'INAIL, per via informatica, il nominativo dell'organismo che ha incaricato di effettuare le verifiche di cui all'articolo 4, comma 1, e all'articolo 6, comma 1. 3. Per le verifiche di cui all'articolo 4, comma 1, e all'articolo 6, comma 1, l'organismo che è stato incaricato della verifica dal datore di lavoro corrisponde all'INAIL una quota, pari al 5 per cento della tariffa definita dal decreto di cui al comma 4, destinata a coprire i costi legati alla gestione ed al mantenimento della banca dati informatizzata delle verifiche. 4. Le tariffe per gli obblighi di cui all'articolo 4, comma 4, e all'articolo 6, comma 4, applicate dall'organismo che è stato incaricato della verifica dal datore di lavoro, sono individuate dal decreto del presidente dell'Istituto superiore per la prevenzione e la sicurezza del lavoro (ISPESL) 7 luglio 2005, pubblicato sul supplemento ordinario n. 125 alla Gazzetta Ufficiale n. 165 del 18 luglio 2005, e successive modificazioni*".

² Cfr. relazione tecnica dell'art. 36 del Decreto Legge n. 162/2019 del 30 dicembre 2019.

Le suddette tariffe sono altresì utilizzate come parametro per il calcolo del contributo che i medesimi operatori devono versare all'INAIL per finanziare la gestione della banca dati. In particolare, il comma 3 della disposizione in esame prevede che tale contributo sia pari al 5% della tariffa ISPSEL applicata. Come si evince dalla relazione tecnica dell'articolo 36 del Decreto Legge n. 162/2019, che ha introdotto la norma in esame, il richiamo alla tariffa ISPSEL ha il fine di assicurare l'uniformità dei versamenti dovuti da tali operatori.

Sulla restrittività delle tariffe l'Autorità si è espressa in numerose occasioni, evidenziando come le normative che impediscono agli operatori economici di utilizzare la leva del prezzo quale strumento per differenziare la propria presenza sul mercato abbiano effetti negativi sulla concorrenza³. La previsione di prezzi fissi o minimi, fra le altre cose, impedisce agli operatori di ampliare la propria quota di mercato, fornendo i propri servizi al di sotto del prezzo fissato e di far beneficiare i clienti/consumatori dei vantaggi derivanti da misure di razionalizzazione ed efficienza implementate dall'impresa⁴. Anche laddove le tariffe non siano obbligatorie, le stesse sono comunque in grado di creare distorsioni della concorrenza in quanto, utilizzate quali parametri di riferimento, possono determinare l'allineamento dei prezzi praticati dagli operatori del mercato⁵.

L'articolo 7-bis, prevedendo l'applicazione di un tariffario per i servizi di verifica periodica degli impianti elettrici citati introduce, quindi, una disposizione contraria ai principi concorrenziali, in quanto idonea ad eliminare la competizione tra operatori nella determinazione di una variabile fondamentale quale il prezzo del servizio erogato.

L'utilizzo di un tariffario nel settore in esame non sembra peraltro giustificato dalla necessità di assicurare uniformità della contribuzione in favore dell'INAIL né da quella di favorire professionalità e competenza nell'interesse della sicurezza degli utenti e dei lavoratori.

In particolare, non appare necessario parametrare il contributo dovuto per la gestione della banca dati INAIL alla tariffa ISPSEL, atteso che l'uniformità della contribuzione in favore dell'INAIL potrebbe essere garantita diversamente, ad esempio prevedendo un'unica contribuzione a quota fissa o differenziata per scaglioni.

Anche con riguardo alla necessità di assicurare la qualità dei servizi erogati e dunque la sicurezza degli utenti e dei lavoratori, l'introduzione di un tariffario non appare la misura più adeguata e meno restrittiva possibile rispetto agli obiettivi da perseguire. Peraltro, nel settore in esame, la qualità dei servizi erogati è già garantita da numerose disposizioni normative. In particolare, il regime autorizzatorio previsto per gli operatori che operano sui mercati interessati e i relativi controlli previsti dalla disciplina di settore, già tutelano il mantenimento di un adeguato livello qualitativo dei servizi. La previsione di una tariffa, sia essa obbligatoria o meno, non appare quindi necessaria e proporzionata a garantire la qualità dei servizi in esame.

In proposito, anche la giurisprudenza della Suprema Corte, sebbene con riferimento alle tariffe professionali, ha affermato che *“la tariffa non è di per sé garanzia della qualità della prestazione,*

³ Cfr. fra gli altri, ASI1606- Regione Toscana - corsi di formazione per l'impiego dei defibrillatori automatici esterni, in Boll. n.33/2019, ASI254-Regione Piemonte-Tariffa imposta per attività formativa, in Boll.n.4/2016 e ASI378 Regione Sicilia/d.a. salute n. 2345 del 29 novembre 2016 del 26 maggio 2017, in Boll. n. 21/2017.

⁴ *Ibidem.*

⁵ Cfr. fra gli altri, ASI1135 - Previsioni contenute in alcune leggi regionali e provinciali in materia di professioni turistiche, in Boll. n.27/2014 e As456-Discipline regionali e delle due province autonome in materia di guide turistiche, in Boll.24/2008.

*così la deroga alla tariffa con la pattuizione di un compenso più basso rispetto alla stessa non equivale in alcun modo a prestazione scadente*⁶.

Infine, non può non considerarsi che l'articolo in esame riguarda un contesto di mercato in cui, come più volte osservato dall'Autorità, gli equilibri competitivi risultano già alterati a causa del duplice ruolo rivestito dagli organismi pubblici che operano al contempo quali controllori dell'obbligo di sottoporre a verifica gli impianti citati e quali operatori che svolgono in concorrenza con altri soggetti i servizi di verifica degli impianti stessi. In particolare, l'Autorità, proprio con riferimento alla disciplina di cui al D.P.R. n. 462/2001, ha osservato che *"la situazione di incompatibilità che la citata normativa è suscettibile di determinare nella misura in cui la stessa consente lo svolgimento delle attività di verifica sopra indicate alle Aziende Sanitarie Locali (di seguito ASL), cui, nel contempo, sono riservate ex lege le funzioni di vigilanza e controllo circa l'ottemperanza all'obbligo di esecuzione delle verifiche stesse"* e rappresentato che *"l'affidamento della funzione di controllore ad un soggetto, che può contemporaneamente operare sul mercato in concorrenza con altre imprese, può assumere rilevanza, sotto il profilo concorrenziale, in relazione al pericolo che ciò conferisca allo stesso soggetto un ingiustificato vantaggio"*⁷.

In conclusione, dunque, l'Autorità auspica un riesame della citata normativa al fine di adeguare la stessa ai principi posti a tutela della concorrenza.

La presente segnalazione sarà pubblicata sul Bollettino di cui all'articolo 26 della legge n. 287/90.

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

⁶ Cfr. Cass. civ., sentenza n. 3715 del 14 febbraio 2013, confermata da Cass. civ., sentenza n. 9358 del 17 aprile 2013, e da Cass. civ., sentenza n. 10042 del 24 aprile 2013.

⁷ Cfr. segnalazioni AS275/*Installazioni e dispositivi di protezione contro le scariche atmosferiche, di dispositivi di messa a terra di impianti elettrici e di impianti elettrici pericolosi*, in Boll. n. 7/2004 e AS1231/*verifica della sicurezza periodica degli impianti di messa a terra*, in Boll. n. 44/2015.

AS1714 - COMUNE DI LATINA/ESTENSIONE DELLA DURATA DELLE CONCESSIONI DEMANIALI MARITTIME PER FINALITÀ TURISTICO RICREATIVE

Roma, 9 dicembre 2020

Comune di Latina

In relazione alla richiesta di parere pervenuta da codesto Comune l'11 novembre 2020, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella sua riunione del 1° dicembre 2020, ha inteso formulare le seguenti osservazioni, ai sensi dell'articolo 22 della legge 10 ottobre 1990, n. 287.

In linea generale, l'Autorità ricorda che in materia di affidamenti riguardanti l'uso di beni pubblici (rientranti nel demanio o nel patrimonio indisponibile dello Stato o degli enti locali), l'individuazione del privato affidatario deve sempre avvenire mediante l'espletamento, da parte della Pubblica Amministrazione, di procedure ad evidenza pubblica¹.

Al riguardo, si evidenzia che gli articoli 49 e 56 del TFUE impongono agli Stati membri l'abolizione delle restrizioni ingiustificate alla libertà di stabilimento e alla libera prestazione dei servizi, ossia di tutte le misure che vietano, ostacolano o, comunque, sono idonee a comprimere l'esercizio di tali libertà. Secondo la Corte di giustizia, una normativa nazionale che consente la proroga automatica delle concessioni demaniali pubbliche in essere per attività turistico-ricreative deve considerarsi in violazione di dette disposizioni².

Inoltre, la direttiva 2006/123/CE (c.d. direttiva Servizi) prevede all'art. 12 che *“qualora il numero di autorizzazioni disponibili per una determinata attività sia limitato per via della scarsità delle risorse naturali o delle capacità tecniche utilizzabili, gli Stati membri applicano una procedura di selezione tra i candidati potenziali, che presenti garanzie di imparzialità e di trasparenza e preveda, in particolare, un'adeguata pubblicità dell'avvio della procedura e del suo svolgimento e completamento”* (par. 1) e che, in tali casi, *“l'autorizzazione è rilasciata per una durata limitata adeguata e non può prevedere la procedura di rinnovo automatico né accordare altri vantaggi al prestatore uscente o a persone che con tale prestatore abbiano particolari legami”* (par. 2).

Come noto, gli Stati membri sono tenuti a conformarsi ai richiamati principi eurolunitari e, ove la normativa interna non rispetti le disposizioni della direttiva citata, contrastando di riflesso con i principi di libera circolazione e di libertà di stabilimento, se ne impone la relativa disapplicazione³.

¹ Cfr., *ex multis*, Consiglio di Stato, sentenza del 25 settembre 2009, n. 5765; Consiglio di Stato, Sez. VI, sentenza del 18 novembre 2019, n. 7874. In tal senso si è espressa, di recente, anche l'ANAC con la delibera del 17 gennaio 2019, n. 25.

² Cfr. Corte di Giustizia, sentenza del 14 luglio 2016, cause riunite C-458/14 e C-67/15 – *Promoimpresa srl e a. contro Consorzio dei comuni della Sponda Bresciana del Lago di Garda e del Lago di Idro e a.*

³ Si ricorda, infatti, che, secondo la consolidata giurisprudenza europea, tutte le amministrazioni nazionali, nell'esercizio delle loro funzioni, sono tenute ad applicare le disposizioni del diritto europeo, disapplicando le norme nazionali da esse non conformi, cfr., *ex multis*, causa 103/88, *Fratelli Costanzo c. Comune di Milano*, nonché causa C-224/97, *Ciola* e causa C-198/01, *Consorzio Industrie Fiammiferi (CIF) c. Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato*. In tal senso, la Corte di Giustizia ha ribadito, da ultimo nella sentenza del 4 dicembre 2018, causa C-378/17, che *“il principio del primato*

In tal senso, l’Autorità, in precedenti interventi di *advocacy*, si è più volte pronunciata sulla necessità di procedere agli affidamenti delle concessioni – tra cui quelle riguardanti i beni demaniali marittimi ed aventi finalità turistico-ricreative⁴ – mediante lo svolgimento di procedure ad evidenza pubblica. In particolare, è stato osservato che, nei mercati in cui, in ragione delle specifiche caratteristiche oggettive delle attività tecniche, economiche e finanziarie, esiste un’esclusiva, o sono ammessi ad operare un numero limitato di soggetti, l’affidamento delle concessioni deve comunque avvenire mediante procedure concorsuali trasparenti e competitive, al fine di attenuare gli effetti distorsivi della concorrenza, connessi alla posizione di privilegio attribuita al concessionario⁵.

Con specifico riferimento alle procedure e ai provvedimenti di proroga delle concessioni già in essere⁶, l’Autorità ha più volte sottolineato⁷ che è nell’interesse del mercato effettuare un attento bilanciamento tra i benefici di breve periodo e i possibili costi che si potrebbero manifestare in un orizzonte temporale più ampio. La concessione di proroghe in favore dei precedenti concessionari, infatti, rinvia ulteriormente il confronto competitivo per il mercato, così impedendo di cogliere i benefici che deriverebbero dalla periodica concorrenza per l’affidamento attraverso procedure ad evidenza pubblica. Quindi, eventuali proroghe degli affidamenti non dovrebbero comunque eccedere le reali esigenze delle amministrazioni, per consentire quanto prima l’allocazione efficiente delle risorse pubbliche mediante procedure competitive. Né una proroga di siffatta durata può essere considerata in alcun modo necessaria e proporzionata alle specifiche esigenze che l’amministrazione eventualmente rinviene nell’attuale situazione di emergenza sanitaria.

Di conseguenza, l’Autorità ritiene che, per le ragioni sopra esposte, codesto Comune debba disapplicare la normativa nazionale richiamata per contrarietà della stessa ai principi e alla disciplina eurounitaria sopra menzionata. Eventuali disposizioni relative alla proroga delle concessioni demaniali marittime con finalità turistico-ricreative integrerebbero, infatti, specifiche violazioni dei

del diritto dell’Unione impone non solo agli organi giurisdizionali, ma anche a tutte le istituzioni dello Stato membro di dare pieno effetto alle norme dell’Unione” (par. 39), ricorda che l’obbligo di disapplicare riguarda anche “*tutti gli organismi dello Stato, ivi comprese le autorità amministrative, incaricati di applicare, nell’ambito delle rispettive competenze il diritto dell’Unione”* (par. 38) In proposito si vedano altresì, *ex multis*, Corte di Giustizia, causa 106/77, *Amministrazione delle finanze dello Stato c. Simmenthal SpA*, causa C-119/05, *Lucchini* e causa C-614/14, *Ognyanov*.

⁴ Cfr. segnalazione resa dall’Autorità in data 12 dicembre 2018, ai sensi degli artt. 21 e 22 della legge n. 287/1990 (AS1550 – Concessioni e criticità concorrenziali, in Boll. AGCM n. 48/2018).

⁵ Anche la giurisprudenza amministrativa ha rilevato un disallineamento tra la normativa nazionale che dispone la proroga delle concessioni e la normativa eurounitaria, evidenziando la necessità per le Amministrazioni pubbliche di disapplicare la normativa nazionale in modo da garantire che la selezione degli operatori economici interessati avvenga in ogni caso tutelando la concorrenza e rispettando i principi di libera circolazione dei servizi, *par condicio*, imparzialità, proporzionalità, non discriminazione e trasparenza. In proposito, *ex multis*, cfr. TAR Veneto, sent. n. 218/2020, TAR Puglia, sent. n. 36/2020; Consiglio di Stato, Sez. VI, sent. n. 7874/2019.

⁶ Si ricorda, inoltre, che la Corte di Giustizia dell’Unione europea nello stabilire che l’affidamento delle concessioni demaniali marittime ad uso turistico-ricreativo, che riguardano risorse naturali scarse, debba necessariamente realizzarsi attraverso una procedura di selezione tra candidati potenziali nel rispetto di tutte le garanzie di imparzialità e di trasparenza, nonché di adeguata pubblicità, ha posto in rilievo che una normativa nazionale che preveda una proroga *ex lege* della data di scadenza di tali concessioni equivale a rinnovo automatico in contrasto con il dettato dell’art. 12, par. 2, della direttiva 2006/123/CE (cfr. CGUE, Sez. V, sentenza del 14 luglio 2016, cause riunite C-458/14 e C-67/15, cit.).

⁷ Cfr. la segnalazione resa dall’Autorità in data 1° luglio 2020 ai sensi dell’art. 21 della legge n. 287/1990, AS1684 – Osservazioni in merito alle disposizioni contenute nel decreto rilancio, in Boll. AGCM n. 28/2020. Si vedano, inoltre, le segnalazioni AS135 - *Proroghe delle concessioni autostradali*, in Bollettino n. 19/98; AS491 - *Disposizioni sul rilascio delle concessioni di beni demaniali e sull’esercizio diretto delle funzioni amministrative in materia di demanio marittimo*, in Bollettino n. 46/2008; AS1114 - *Regime concessorio presente nel porto di Livorno*, in Bollettino n. 12/2014; AS1137 – *Proposte di riforma concorrenziale ai fini della legge annuale per il mercato e la concorrenza anno 2014*, in Bollettino n. 27/2014.

principi concorrenziali nella misura in cui impediscono il confronto competitivo che dovrebbe essere garantito in sede di affidamento di 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 conclusione, l'eventuale estensione al 31 dicembre 2033 delle concessioni demaniali marittime per finalità turistico-ricreative in scadenza al 31 dicembre 2020 si porrebbe in contrasto con gli articoli 49 e 56 TFUE, in quanto è suscettibile di limitare ingiustificatamente la libertà di stabilimento e la libera circolazione dei servizi nel mercato interno, nonché con le disposizioni normative eurounitarie in materia di affidamenti pubblici, con particolare riferimento all'art. 12 della c.d. direttiva Servizi.

Il presente parere sarà pubblicato sul Bollettino di cui all'art. 26 della legge n. 287/90, salvo che non vengano rappresentate, entro quindici giorni dalla ricezione della presente comunicazione, eventuali ragioni ostative alla pubblicazione.

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

PS11730 - KETOZONA/FARMACO CORONAVIRUS

Provvedimento n. 28480

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 1° dicembre 2020;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

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;

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

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

VISTO il proprio provvedimento del 28 luglio 2020, con il quale, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento per particolari esigenze istruttorie;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Ketozona International S.r.l., in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera b), del Codice del Consumo, attivo nel commercio *on line* di integratori e preparati alimentari (cd. *functional food*) mediante il sito www.ketozona.com.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento concerne le modalità di presentazione dell'integratore “Ultra Vitamina C” all'indirizzo *web* <https://www.ketozona.com/l-importanza-della-vitamina-c-per-il-sistema-immunitario-il-caso-covid-19>, nonché attraverso un *dépliant* promozionale inviato come *newsletter* ai contatti del professionista. In particolare, il messaggio pubblicitario attribuisce alla Vitamina C contenuta nell'integratore “Ultra Vitamina C” effetti preventivi non corrispondenti al vero in relazione al coronavirus. L'integratore “Ultra Vitamina C” è promosso e offerto in vendita, al prezzo di 13,71 euro, sul sito del professionista www.ketozona.com.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

III.1 *L'iter del procedimento*

3. Secondo le informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo¹ e la segnalazione di un concorrente, pervenuta nelle date del 17 e del 18 marzo 2020², in data 26 marzo 2020 è stato avviato il procedimento istruttorio PS11730 nei confronti di Ketozona International S.r.l., per presunta violazione degli artt. 20, 21, comma 1, lettera b), 23, comma 1, lettera s) e 25, comma 1, lettera c), del Codice del Consumo³.

4. Il professionista ha fornito riscontro alla richiesta di informazioni formulata nella comunicazione di avvio del procedimento e ha svolto le proprie argomentazioni difensive con note pervenute nelle date del 14 e 30 aprile 2020, nonché del 13 maggio 2020⁴.

5. In data 30 aprile 2020, il professionista ha presentato una proposta di impegni ai sensi dell'art. 27, comma 7 del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento, successivamente integrati nelle date del 6 maggio e del 4 giugno 2020⁵. Una versione consolidata degli impegni è stata depositata in data 2 luglio 2020⁶.

Tali impegni sono stati rigettati dall'Autorità nella sua adunanza del 28 luglio 2020 e tale decisione è stata comunicata al professionista in data 30 luglio 2020⁷.

6. In data 30 luglio 2020 è stata altresì comunicata alla Parte, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, la proroga di sessanta giorni del termine di conclusione del procedimento⁸.

7. In data 20 ottobre 2020 è stata comunicata alla Parte, ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento, la data di conclusione della fase istruttoria⁹. Inoltre, la Parte ha depositato una memoria conclusiva in data 4 novembre 2020¹⁰.

III.2 *Le evidenze acquisite*

8. I documenti agli atti, con specifico riferimento ai rilievi effettuati il 23 marzo 2020, riguardano l'acquisizione delle pagine *web* all'indirizzo <https://www.ketozona.com/l-importanza-della-vitamina-c-per-il-sistema-immunitario-il-caso-covid-19>, aventi ad oggetto la presentazione della Vitamina C presente nella composizione dell'integratore "Ultra Vitamina C" di Ketozona, effettuata con modalità tali da mettere in stretta correlazione l'impiego del prodotto pubblicizzato e la lotta al *coronavirus*.

¹ Cfr. doc. n. 3 del fascicolo istruttorio (rilevazioni schermate del sito internet del professionista effettuate in data 23 marzo 2020).

² Cfr. docc. nn. 1 e 2 del fascicolo istruttorio.

³ Cfr. doc. n. 4 del fascicolo istruttorio.

⁴ Cfr. docc. nn. 5, 8 e 11 del fascicolo istruttorio.

⁵ Cfr. docc. nn. 9, 10 e 12 del fascicolo istruttorio.

⁶ Cfr. doc. n. 13 del fascicolo istruttorio.

⁷ Cfr. doc. n. 14 del fascicolo istruttorio.

⁸ Cfr. doc. n. 15 del fascicolo istruttorio.

⁹ Cfr. doc. n. 16 del fascicolo istruttorio.

¹⁰ Cfr. doc. n. 19 del fascicolo istruttorio.

9. I contenuti della pagina all'indirizzo web <https://www.ketozona.com/l-importanza-della-vitamina-c-per-il-sistema-immunitario-il-caso-covid-19> risultano replicati nel *dépliant* pubblicitario inviato come *newsletter* ai contatti del professionista. Nelle suddette comunicazioni commerciali sono stati impiegati *claim* che suggeriscono come la Vitamina C possa essere utilizzata “*quale arma incredibile nella lotta ai virus*”, sottolineando ripetutamente la stretta associazione tra la Vitamina C - contenuta nell'integratore proposto dal professionista sul sito www.ketozona.com - e la lotta al *coronavirus*.

Ciò a partire dal titolo “*L'importanza della Vitamina C per il sistema immunitario: il caso Covid-19*” e così proseguendo: “*Avendo ricevuto in questi giorni moltissime domande sul Coronavirus, il Dr. Caletti, centro scientifico del progetto Ketozona, ha deciso di illustrare cosa si possa fare per proteggersi da esso*”; viene quindi citato un dottore straniero, Dr. Andrew Saul, che “*scrive diffusamente riguardo gli effetti protettivi della Vitamina C. Egli riporta in che modo la Cina stia usando la Vitamina C come trattamento e come stia conducendo attivamente studi clinici sulla Vitamina C per via endovenosa contro il Coronavirus*”. Nell'articolo di Ketozona, inoltre, si sostiene che i *mass media* non avrebbero interesse a comunicare “*l'esistenza di una diversa opzione in grado di rafforzare la barriera immunitaria dell'organismo*” limitandosi a parlare “*di attesa per la vaccinazione, di quarantena forzata, di farmaci antivirali e di spruzzatura massiva di disinfettanti sulla popolazione e gli edifici*”.

A sostegno di tali teorie, viene altresì citato un esperto, Bill Sardi, che esattamente pochi giorni prima, il 26 febbraio 2020, avrebbe scritto un articolo dal titolo “*La maggior parte degli animali alberga ma non si ammala dal Coronavirus perché producono internamente Vitamina C 24/7*” nel quale si afferma che “*Mentre gli esseri umani in tutto il mondo si chiedono se la specie umana stia per subire un massiccio abbattimento da parte di un coronavirus inarrestabile e recentemente mutato contro il quale nessuno ha anticorpi (tranne gli individui che sono già stati infettati), un fatto sorprendente è che gli animali, selvaggi o domestici che siano (roditori, pollame, cani, gatti, maiali) ospitano abitualmente questo coronavirus respiratorio ma non sviluppano polmonite né soccombono ad altre infezioni...Esistono prove scientifiche che i mammiferi selvatici mostrano immunità da coronavirus e da virus in generale perché la maggior parte degli animali produce Vitamina C*”.

10. Una volta delineato il contesto che descrive la pandemia in atto nel mondo, il professionista afferma che “*per chi volesse un vero effetto terapeutico, l'assunzione di alimenti che contengono Vitamina C non è sufficiente*”, suggerendo l'assunzione dell'integratore di propria produzione per avere un prodotto di alta qualità, idoneo allo scopo e senza le controindicazioni dei normali prodotti a base di Vitamina C che non sono assorbiti totalmente dal corpo. Nel dettaglio, il professionista sostiene che “*la vitamina a metaboliti lipidici contenuta in Ultra Vitamina C di Ketozona è la strada da percorrere: è l'unica vera via di somministrazione considerata assorbibile al pari delle iniezioni endovenose, ma è molto più economica, più conveniente e meno invasiva*”.

In chiusura, facendo riferimento all'integratore “*Ultra Vitamina C*”, è riportata l'affermazione secondo cui “*La Ricerca ha dimostrato nel corso degli anni l'effetto superiore di questo prodotto rispetto a tutti gli altri sul mercato*”.

11. Dagli atti del procedimento è emerso che il professionista è attivo nel commercio *on line* dal 1° gennaio 2020, epoca in cui ha avviato presso il Ministero della Salute la procedura per l'iscrizione dell'integratore "Ultra Vitamina C" nell'apposito registro¹¹.

Inoltre, la pagina all'indirizzo *web* <https://www.ketozona.com/l-importanza-della-vitamina-c-per-il-sistema-immunitario-il-caso-covid-19> è stata diffusa a partire dal 2 marzo 2020. Dalle evidenze istruttorie risulta che i relativi contenuti sono stati accessibili in rete quantomeno fino al 23 marzo 2020¹².

Nella parte bassa di ogni pagina del sito www.ketozona.com, era presente un *disclaimer* secondo cui: "I prodotti offerti su questo sito non sono destinati a diagnosticare, trattare, curare o prevenire alcuna malattia. Dovresti sempre chiedere al tuo medico prima di usare qualsiasi prodotto". Inoltre, i destinatari sono "incoraggiati a chiedere consiglio a un professionista medico competente in merito all'applicabilità di eventuali raccomandazioni in merito ai vostri sintomi o condizione. È importante non ridurre, modificare o interrompere alcun farmaco o trattamento senza consultare prima il medico".

12. Infine, la Parte ha rimosso, alla fine di marzo 2020, la pagina *web* dal titolo "L'importanza della Vitamina C per il sistema immunitario: il caso Covid-19" da tutti i canali *social* su cui era pubblicata¹³.

III. 3 Le argomentazioni difensive della Parte

13. Il professionista ha rappresentato che il numero di confezioni di "Ultra Vitamina C" vendute è stato complessivamente pari a 238 unità e che la pubblicazione del messaggio sul sito *web* non ha influito sulle vendite dell'integratore. Il maggior numero di confezioni del prodotto è stato venduto il 23 febbraio 2020, data precedente alla pubblicazione dell'articolo; mentre il 2 marzo 2020, in seguito alla pubblicazione, il numero di prodotti venduti ammonta a 55 unità.

Inoltre, il professionista ha precisato che i destinatari della *mail*, contenente la *newsletter* relativa al prodotto, erano già suoi clienti abituali e di questi solo il 23% ha acquistato l'integratore.

14. Ketozone ha, altresì, rappresentato che la pagina reperibile all'indirizzo *web* <https://www.ketozona.com/l-importanza-della-vitamina-c-per-il-sistema-immunitario-il-caso-covid-19> è stata diffusa a partire dal 2 marzo 2020 ed è stata rimossa dal sito *internet* e da tutti i canali *social* su cui era stata pubblicata già dalla fine del mese di marzo scorso, successivamente alla sospensione della vendita del prodotto per esaurimento delle scorte¹⁴.

15. Nel merito delle contestazioni relative alla veridicità delle affermazioni utilizzate che suggeriscono la Vitamina C quale arma contro il *coronavirus*, il professionista ha fatto presente che la ricerca scientifica annovera moltissimi studi a supporto dell'efficacia terapeutica e preventiva della Vitamina C. In tali studi viene largamente dichiarata l'importanza fondamentale di tale micronutriente per il corretto funzionamento del sistema immunitario. In tal senso, la Parte cita e allega alle note difensive documentazione relativa agli studi scientifici sul tema.

¹¹ Cfr. doc. n. 11 del fascicolo istruttorio.

¹² Cfr. doc. n. 3 del fascicolo istruttorio (acquisizione schermate internet).

¹³ Cfr. doc. n. 8 del fascicolo istruttorio.

¹⁴ Cfr. docc. nn. 5, 8 e 9 del fascicolo istruttorio.

Il professionista ha sostenuto che scopo dei messaggi in esame fosse appunto quello di mettere in luce gli studi svolti sulla Vitamina C, citando peraltro il parere di esperti internazionali.

16. Soffermandosi sulla frase finale del messaggio in esame, secondo cui *“La ricerca ha dimostrato nel corso degli anni l’effetto superiore di questo prodotto rispetto agli altri sul mercato [...]”*, il professionista ha chiarito che intendeva riferirsi non al prodotto “Ultra Vitamina C” in sé, bensì *“alla Pureway C o vitamina a metaboliti lipidici, brevettata, studiata e garantita dalla comunità scientifica: tutti gli integratori che presentano tale principio attivo vengono riconosciuti di una qualità superiore e presentano un costo di gran lunga superiore rispetto a una normale vitamina C”*. Pertanto, a parere del professionista, le affermazioni utilizzate sono formulate con l’intento di far comprendere che si elogia direttamente la Pure Way C e non già il prodotto che la contiene.

Nelle note difensive, inoltre, viene evidenziato che la composizione dell’integratore “Ultra Vitamina C” è caratterizzata dall’assenza di eccipienti tossici, al fine di ottenere un prodotto più puro ed efficace da assumere nell’ambito di uno stile di vita e di un regime alimentare sani.

17. Infine, la Parte ha messo in evidenza come, al di là del titolo, il contenuto della pagina *web* in questione richiami, a suo parere, non già la correlazione fra la Vitamina C e il Covid-19, bensì fra la vitamina e il sistema immunitario nel suo complesso. Il Covid-19 non verrebbe mai citato, limitandosi a parlare di *coronavirus*, che è un termine altamente generico.

IV. PARERE DELL’AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

18. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso mezzi di telecomunicazione, in data 5 novembre 2020 è stato richiesto, ai sensi dell’art. 27, comma 6, del Codice del Consumo, il parere all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.

Con parere pervenuto in data 30 novembre 2020, la suddetta Autorità ha ritenuto che, nel caso di specie, il mezzo di comunicazione utilizzato risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che, sulla base delle informazioni contenute nel sito del professionista, potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità promozionale della comunicazione *on line*.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

19. Il presente provvedimento ha ad oggetto la diffusione, via *internet* e via *e-mail*, di contenuti pubblicitari volti a promuovere l’integratore “Ultra Vitamina C” con modalità idonee ad ingenerare nei destinatari il convincimento che l’assunzione dello stesso possa preservare dal contagio da Covid-19.

20. Il prodotto proposto dal professionista consiste in un integratore alimentare a base di Vitamina C, micronutriente essenziale nel mantenimento del buon funzionamento del sistema immunitario. Tali caratteristiche sono messe in diretta correlazione con la possibilità di *“proteggersi”* dal *coronavirus*. In particolare, i *claim* sull’asserita superiorità ed efficacia del prodotto in termini di protezione dal *coronavirus* appaiono idonei a indurre in errore i consumatori circa le effettive caratteristiche e proprietà dello stesso, risultando privi di fondamento scientifico.

21. Infatti, benché sia generalmente riconosciuta, a livello scientifico, l’efficacia della Vitamina C nell’ambito di un corretto regime alimentare utile al mantenimento dello stato di salute dell’organismo, appaiono tuttavia ultronei i contenuti veicolati dai messaggi esaminati. In tal senso,

pur tenendo conto della documentazione scientifica prodotta dal professionista a sostegno dei benefici generalmente connessi al consumo di Vitamina C e pur prendendo atto dell'intento dichiarato del professionista di proporre l'assunzione di un integratore nel contesto di uno stile di vita sano complessivamente inteso, va rilevato che i toni assertivi utilizzati appaiono suscettibili di fuorviare il consumatore.

22. Al riguardo, la formulazione della comunicazione commerciale del professionista, , - facendo riferimento alla "*lotta al coronavirus*" e ai mezzi cui attribuire un "*vero effetto terapeutico*" - è tale da suggerire una stretta associazione tra l'assunzione del prodotto e il conseguimento di effetti benefici nella prevenzione contro il *coronavirus*, correlazione che appare sufficiente ad alterare le decisioni dei consumatori durante la pandemia. Essi, pertanto, possono essere stati indotti ad acquistare il prodotto nella convinzione di disporre così di un mezzo per prevenire efficacemente l'infezione. Ciò in violazione degli artt. 20, 21, comma 1, lettera *b*), e 25, comma 1, lettera *c*), del Codice del Consumo.

23. Con riferimento alle limitate conseguenze pregiudizievoli per i consumatori (in ordine sia alla modesta quantità di confezioni vendute sia al fatto che una parte degli acquirenti fosse costituita da consumatori abituali dell'integratore, a prescindere dalla diffusione del *coronavirus*), si evidenzia che l'illecito consumeristico è di mero pericolo, non richiedendo l'accertamento di un danno effettivo¹⁵.

Infine, quanto alla buona fede e all'assenza di finalità ingannatorie dichiarate dal professionista deve ricordarsi che la sussistenza dell'illecito consumeristico prescinde dalla colpevolezza e dalle intenzioni dell'agente.

24. In conclusione, le affermazioni pubblicitarie oggetto del procedimento risultano contrarie alla diligenza professionale e idonee ad indurre il consumatore medio all'assunzione di scelte di natura economica che non avrebbe altrimenti adottato, in quanto basate sulla rappresentazione fuorviante della realtà che, attraverso una prospettazione apparentemente scientifica, sfrutta la situazione di allarme sanitario esistente per promuovere la vendita dell'integratore "Ultra Vitamina C". Le affermazioni contenute sul sito e replicate nel *dépliant* sono, infatti, tali da generare il convincimento che l'integratore "Ultra Vitamina C" di Ketozona abbia gli effetti preventivi vantati. Ciò in violazione degli artt. 20, 21, comma 1, lettera *b*), e 25, comma 1, lettera *c*), del Codice del Consumo.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

25. Ai sensi dell'articolo 27, comma 9 del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta una pratica commerciale scorretta l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

26. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'articolo 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'articolo 27, comma 13, del Codice del Consumo: in particolare della gravità della violazione, dell'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare l'infrazione, della personalità dell'agente, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

¹⁵ Cfr., *ex multis*, Consiglio di Stato sentenze n. 7296 dell'11 novembre 2019 e n. 7296 del 25 ottobre 2019; nei medesimi termini Tar Lazio sentenze n. 13167 del 18 novembre 2018 e n. 10192 del 1° agosto 2019.

27. Nel caso specifico, occorre considerare il fatto che l'attività del professionista ha una dimensione economica ridotta e che lo stesso è attivo nel commercio *on line* dall'inizio del 2020. Il professionista, peraltro, ha ottemperato agli obblighi imposti dalla normativa di settore ai fini della commercializzazione dell'integratore.

28. Riguardo alla durata della violazione, dagli elementi istruttori acquisiti risulta che la suddetta pratica è stata posta in essere per circa un mese¹⁶.

29. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla Parte nella misura del minimo edittale pari a 5.000 € (cinquemila euro).

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale sopra descritta risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lettera *b*) del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio riguardo agli effettivi benefici derivanti dal consumo del prodotto pubblicizzato. Parimenti, appaiono scorrette, ai sensi dell'art. 25, comma 1, lettera *c*) del Codice del Consumo, le affermazioni sull'asserita superiorità del prodotto (o comunque dei suoi ingredienti), in quanto idonee a compromettere l'assunzione di una scelta di acquisto consapevole in un momento in cui la capacità di valutazione del consumatore appariva alterata a causa della situazione di emergenza sanitaria in atto a livello nazionale;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II) del presente provvedimento, posta in essere dalla società Ketozona International S.r.l., nella sua qualità di professionista, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lettera *b*), e 25, comma 1, lettera *c*), del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione;

b) di irrogare alla società Ketozona International S.r.l., nella sua qualità di professionista, per la violazione di cui alla precedente lettera a), una sanzione amministrativa pecuniaria di 5.000 € (cinquemila euro).

La sanzione amministrativa irrogata deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando i codici tributo indicati nell'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997.

Il pagamento deve essere effettuato telematicamente con addebito sul proprio conto corrente bancario o postale, attraverso i servizi di *home-banking* e CBI messi a disposizione dalle banche o da Poste Italiane S.p.A., ovvero utilizzando i servizi telematici dell'Agenzia delle Entrate, disponibili sul sito internet www.agenziaentrate.gov.it.

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo

¹⁶Cfr. docc. nn. 5, 8 e 9 del fascicolo istruttorio.

nell'adempimento, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio della documentazione attestante il versamento effettuato.

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

Ai sensi dell'articolo 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza al provvedimento, 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.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 135, comma 1, lettera *b*), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'articolo 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Filippo Arena

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

PS11606 - FINECO-CONTO ZERO CANONE PER SEMPRE*Provvedimento n. 28489*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 15 dicembre 2020;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la Parte II, Titolo III, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*" e successive modificazioni (di seguito, Codice del Consumo);VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015;

VISTI i propri provvedimenti del 16 luglio 2020 e del 28 ottobre 2020, con i quali, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, del Regolamento;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. La società FinecoBank S.p.A. (di seguito Fineco, o anche la Banca), in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società è attiva nel settore della raccolta del risparmio e dell'esercizio del credito nelle sue varie forme e con ogni modalità, inclusa quella informatica e multimediale, in Italia e all'estero. La società ha realizzato, durante l'esercizio finanziario chiuso il 30 giugno 2019, un fatturato, calcolato in linea con quanto previsto dall'articolo 5, par. 3, del Regolamento n. 139/2004/CE sulle concentrazioni per la determinazione del fatturato degli enti creditizi e degli altri istituti finanziari, pari a circa 932 milioni di euro.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dal professionista, consistente nell'aver pubblicizzato l'apertura di uno specifico conto corrente con l'espressione a "*costo zero per sempre*". La Banca ha poi variato in via unilaterale le condizioni del conto, *ex art.* 118 T.U.B., rendendo onerosa la tenuta/movimentazione dello stesso, introducendo un canone mensile di €3,95, azzerabile con l'accumulo di *bonus*, variabili in base al tipo di servizi fruiti collegati con il *c/c*. Il sito, nel mese di dicembre 2019¹, è stato modificato con l'eliminazione della locuzione "*per sempre*" e con l'indicazione delle condizioni economiche che sono divenute applicabili ai nuovi conti, riportando, tuttavia, le informazioni in modo confuso e rendendo non chiare le condizioni ed i limiti di utilizzo dei *bonus*.

3. Dall'estrazione d'ufficio di pagine del sito del 9 dicembre 2019, è emersa la presentazione del conto Fineco, all'epoca in diffusione, che prevedeva un canone mensile con la prospettazione del suo azzeramento subordinatamente a specifiche condizioni. In sintesi, nella sezione "*apri il conto in*

¹ Doc. 6 bis.

pochi minuti”, è stato riportato in alto: “*Nuove condizioni di conto corrente Da febbraio 2020 Fineco introdurrà un costo di gestione del conto di 3,95€ al mese, azzerabile. Se diventi cliente Fineco entro il 31 gennaio 2020 il costo di gestione del conto sarà azzerato per tutto il 2020*”. La predetta indicazione è stata accompagnata da un segno ‘+’ che, con modalità *mouse over*, consentiva l’apertura di una finestra con le condizioni economiche a cui era assoggettato l’azzeramento del conto: “*Potrai ridurre o azzerare il costo di 3,95€ accumulando dei bonus mensili*”, seguito da alcuni esempi di *bonus*. Nella diversa sezione dedicata al ‘*conto e carte*’, in fondo alla pagina *web*, vi era l’invito a leggere i fogli informativi sulle condizioni di costo del conto corrente.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L’iter del procedimento*

4. In relazione alla condotta sopra descritta, in data 20 dicembre 2019² è stato comunicato al professionista l’avvio del procedimento istruttorio PS11606. In tale sede è stato ipotizzato che la condotta della società Fineco fosse suscettibile di integrare una violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del Consumo, in quanto la Banca ha promosso il conto corrente, almeno dal 2017, con l’espressione “*a costo zero per sempre*”, condizione che poi è stata disattesa, stanti le successive comunicazioni dirette ad informare i consumatori aderenti alla promozione dell’applicazione, a partire dal mese di febbraio 2020, di un canone mensile di € 3,95, azzerabile solo a determinate condizioni. Inoltre, il conto è stato successivamente reclamizzato, nella sezione dedicata alla sua apertura, attraverso l’indicazione di un canone, salva la possibilità di azzerarlo attraverso l’accumulo di un ‘*bonus mensile*’ e, quindi, solo a specifiche condizioni che però non risultavano facilmente comprensibili per i potenziali clienti.

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

6. In data 3 febbraio 2020 la Banca ha fornito riscontro alla richiesta d’informazioni formulata in sede di avvio d’istruttoria³ e, in data 4 febbraio 2020, la società Fineco ha presentato una prima versione d’impegni⁴.

7. In data 9 giugno 2020 si è svolta un’audizione richiesta dalla Banca⁵, all’esito della quale la società Fineco nelle date del 23 giugno 2020 e 1° luglio 2020 ha prodotto una seconda versione d’impegni nonché ha fornito le informazioni e la documentazione richiesta in sede di audizione⁶.

8. Il 16 luglio 2020 è stata trasmessa alla Banca una comunicazione con cui veniva fissato un termine per l’integrazione del Formulario degli impegni, come deliberato dall’Autorità il 14 luglio 2020⁷ e, in pari data, è stata altresì trasmessa alla società Fineco la comunicazione di proroga del

² Doc. 7.

³ Doc. 14, riscontro alle richieste di informazioni avanzate nella comunicazione di avvio del procedimento istruttorio.

⁴ Doc. 15, prima versione del formulario d’impegni.

⁵ Doc. 30, Verbale di audizione del 9 giugno 2020.

⁶ Doc. 31, seconda versione del Formulario impegni e 32, risposta ai quesiti formulati in sede di audizione.

⁷ Doc. 35.

termine di chiusura del procedimento⁸, poi ulteriormente prorogato con la successiva comunicazione del 1° ottobre 2020⁹.

9. In data 3 agosto 2020 Fineco ha prodotto l'integrazione degli impegni, producendo poi il 13 ottobre 2020 una versione consolidata degli impegni¹⁰.

10. In data 2 ottobre 2020 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento¹¹.

11. In data 20 ottobre 2020 sono stati richiesti i pareri alla Banca d'Italia¹², ai sensi dell'art. 27, comma 1 *bis*, del Codice del Consumo e all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo¹³.

12. In data 18 novembre 2020 è pervenuto il parere della Banca d'Italia¹⁴.

13. In data 19 novembre 2020 è pervenuto il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni¹⁵.

2) *Gli elementi acquisiti*

14. Nel corso dell'istruttoria, la società Fineco, nelle date del 3 e 27 febbraio 2020¹⁶, 1° e 14 luglio 2020¹⁷, ha prodotto documentazione da cui risulta che:

- esistono due tipologie di conti:

1) i conti aperti fino al 18/03/2012, con un tasso creditore positivo e l'applicazione di un canone mensile di € 5,95 euro scontabile fino a zero, se si soddisfano determinate condizioni cumulabili tra loro;

2) i conti aperti dal 19/3/2012, che prevedono un tasso creditore pari a zero e un canone mensile di zero euro;

- il *claim* 'canone zero per sempre' è stato utilizzato in tre ambiti:

a) nell'ambito delle campagne pubblicitarie via *mail* dal 21/10/2015 al 31/12/2016, per incentivare il passaggio dal conto remunerato al conto zero. Al 31/12/2019 il numero di conti ancora attivi di clienti che hanno aderito a tali promozioni è stato di [17.000- 29.000]*;

b) nell'ambito di talune convenzioni stipulate con Enti o aziende per promuovere l'apertura di conti intestati ai loro dipendenti (dal 18/03/2012 al 31/12/2019 i conti aperti riferiti a tali convenzioni sono stati [15.000-26.000];

⁸ Doc. 36, prima proroga di conclusione del procedimento.

⁹ Doc. 40, seconda proroga di conclusione del procedimento.

¹⁰ Doc. 44, Versione consolidata degli impegni.

¹¹ Doc. 41.

¹² Doc. 46.

¹³ Doc. 47.

¹⁴ Doc. 49.

¹⁵ Doc. 50.

¹⁶ Doc. 14 (versione riservata) e Doc. 24 (versione ostensibile): risposta alle richieste d'informazioni formulate alla Banca con la comunicazione di avvio d'istruttoria.

¹⁷ Doc. 32 (versione riservata) e Doc. 34, all. 1 (versione ostensibile): informazioni richieste durante l'audizione svolta il 9-6-2020.

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

c) attraverso canali remoti e la rete dei promotori finanziari. Alla data del 30/11/2019, il numero di conti "gratis per sempre" ancora aperti al 30/11/2019 era di [300.000-700.000]:

	totale	di cui aperti <i>online</i> (1)
a) Conti soggetti a canone al 30/11/2019	[800.000-1.300.000]	
b) Conti "gratis per sempre" al 30/11/2019	[300.000-600.000]	[99.000-160.000]
Percentuale (b/a)	[30,00%-70,00%]	[5%-25%]

(1) conti aperti in autonomia dai clienti attraverso il sito (la restante quota è stata aperta dai clienti rivolgendosi ad un Consulente Finanziario)

- il *claim* oggetto di contestazione è stato pubblicato nell'area accessibile a chiunque del sito di Fineco dal 6/6/2014 al 22/09/2019;

- tra il 27/11/2019 e il 27/12/2019 è stata comunicata ai clienti la proposta di modifica unilaterale, ai sensi dell'art. 118 del T.U.B., per l'inserimento, a partire dal mese di febbraio 2020, del canone mensile pari a € 3,95, azzerabile con il maturare di *bonus*. Detto importo costituirebbe il miglior bilanciamento tra le conseguenze negative per la banca della diminuzione dei tassi, divenuti negativi, e gli interessi dei clienti. I *bonus* che danno luogo a uno sconto del canone sono costituiti, ad esempio, da un euro ogni diecimila euro investiti in Fondi o polizze assicurative distribuiti dalla banca, un euro ogni ventimila euro di titoli in portafoglio, oppure per ogni ordine di *trading* eseguito nel mese, oppure per l'accredito dello stipendio o della pensione; 3,95€ se si è titolari di un mutuo con la banca, o per i giovani sotto i 28 anni;

- di conseguenza, mentre alcune delle voci che compongono i *bonus* sono pari al valore del canone (come nel caso dei servizi di consulenza), per cui l'azzeramento dello stesso si realizza con l'applicazione di un solo *bonus*, altre voci danno diritto a sconti di valore inferiore al canone, che però possono essere cumulati fino a determinarne il suo azzeramento;

- la modifica del canone a € 3,95 al mese all'anno implica una spesa annuale di € 47,40;

- le richieste di chiusura conto successive alla manovra di *repricing* e fino al 16 giugno 2020 sono quantificabili in [38.000- 80.000], di cui [19.000-60.000] riferite a conti aperti nel periodo di esposizione sul sito del *claim* "gratis per sempre".

3) *Gli impegni di Fineco*

15. Con note del 4/2/2020, del 23/6/2020, del 3/8/2020 e, da ultimo, nella versione consolidata del 13/10/2020, il professionista ha presentato una proposta di impegni, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento.

16. Gli impegni – che nella loro versione definitiva sono allegati al presente provvedimento e ne costituiscono parte integrante – prevedono:

Impegno n. 1

Eliminazione definitiva dell'affermazione '*canone zero per sempre*' dalle comunicazioni commerciali.

La misura n. 1 è stata già attuata.

Impegno n. 2 (recesso e rimborso del canone riconosciuto per tutto l'anno 2020):

La Banca, oltre a concedere la facoltà di recesso dal conto sino al 31/12/2020, con rimborso dei canoni di tenuta conto eventualmente pagati nel frattempo, si impegna ad applicare la restituzione automatica degli eventuali canoni corrisposti in seguito all'applicazione del *repricing* dal 01/02/2020 a tutti i soggetti titolari dei conti aperti nel periodo in cui l'espressione "*canone zero per sempre*" è stata utilizzata, ancora attivi al 31/12/2020.

Con riguardo alle modalità, alle procedure ed ai tempi di attuazione della misura n. 2, è stato precisato che:

- per i soggetti titolari di conti ancora in essere alla data di accettazione degli impegni (giorno T), nell'area riservata del sito *web* di Fineco sarà pubblicato un avviso relativo alla possibilità, fino al 31/12/2020, di esercitare il diritto di recesso del conto ottenendo la restituzione dei canoni eventualmente già pagati nel 2020;
- nei confronti dei clienti che abbiano già richiesto e ottenuto la chiusura del conto, il riaccredito dei canoni applicati dall'1/02/2020 avverrà, entro il 31/12/2020, automaticamente tramite bonifico sul conto presso il diverso intermediario indicato nella richiesta di estinzione del conto Fineco;
- nei confronti dei clienti che abbiano un conto attivo alla data di accettazione degli impegni (Giorno T) il riaccredito dei canoni addebitati avverrà entro 90 giorni dal giorno T e la non applicazione del canone sarà automatica dall'accettazione degli impegni fino al 31/12/2020.

L'informativa che verrà fornita ai clienti interessati sarà la seguente:

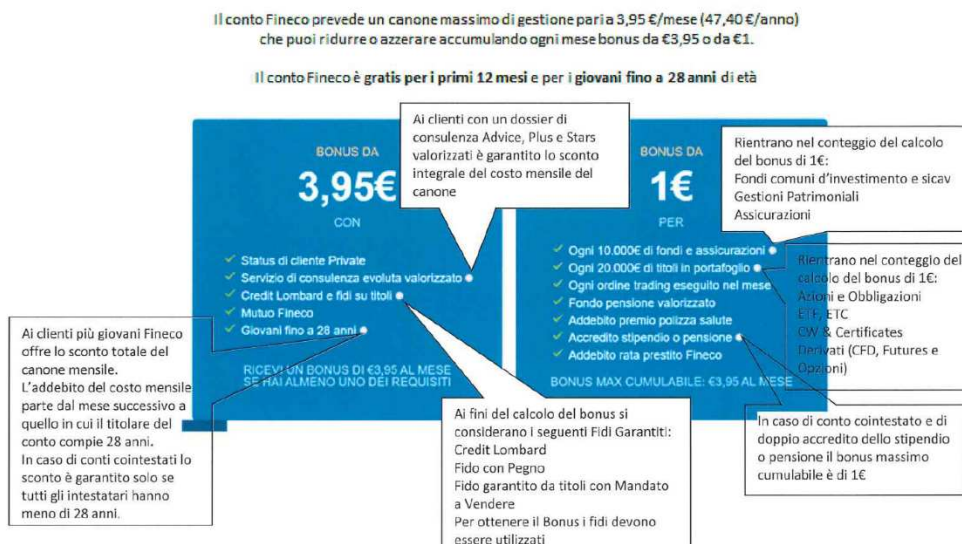
- ai soggetti titolari di conti ancora in essere alla data di accettazione degli impegni (Giorno T) sarà inviata, entro 30 giorni dal Giorno T, una comunicazione *mail* all'indirizzo di posta elettronica comunicato dal cliente, con la quale la Banca lo informa dell'iniziativa assunta per riconoscere, ai clienti che hanno aperto il conto negli ultimi 5 anni, un ulteriore periodo annuale di gratuità del canone (fino al 31/12/2020). Le medesime informazioni, comprensive delle modalità e dei tempi con cui la Banca procederà al riaccredito dei canoni in precedenza addebitati, saranno rese disponibili nell'area riservata del cliente (nella sezione condizioni conto raggiungibile dal *link* presente in *home page* <https://finecobank.com/myfineco/condizioni-conto>);
- agli (*ex*) clienti che, dal 1° febbraio 2020 sino al Giorno T, hanno già chiesto e ottenuto la chiusura del conto, sarà inviata una comunicazione *mail* all'ultimo indirizzo di posta elettronica indicato dall'ex-cliente, con la quale la Banca lo informa dell'iniziativa assunta per riconoscere un ulteriore periodo annuale di gratuità del conto a coloro che lo avevano aperto negli ultimi 5 anni e del fatto che provvederà di conseguenza a rimborsare l'importo corrispondente ai canoni addebitati dal 1/2/2020 alla data di chiusura del rapporto, mediante bonifico sul medesimo conto del diverso intermediario sul quale era stato trasferito il saldo finale residuo del conto Fineco all'atto della sua estinzione.

Impegno n. 3 (maggiore trasparenza e risalto grafico e testuale delle condizioni economiche per fruire dei bonus)

La Banca si è impegnata a dare specifica evidenza alle condizioni per l'ottenimento dei *bonus* attraverso le seguenti modalità:

- visualizzazione nella pagina "*Conto e carte*", dedicata all'illustrazione delle caratteristiche del conto corrente, sia del costo mensile del conto, sia delle sue modalità di riduzione e azzeramento

(dettaglio sconti da € 3,95 e da € 1) con due *box* dedicati, e informazioni di maggior dettaglio che saranno fornite con *modalità mouse over*:



- i due *box* saranno posizionati sul sito *web* della banca nella pagina <https://finecobank.com/it/online/conto-e-carte/> raggiungibile in modo diretto dall'homepage (www.finecobank.com) cliccando sul tab "Conto e carte" oppure sul bottone "Scopri il conto";
- circa i tempi di realizzazione della misura n. 3, la banca ha precisato che la pubblicazione dei *box* avverrà entro 15 giorni dalla notifica del provvedimento di accettazione degli impegni assunti.

Impegno n. 4 (inserimento di una funzione all'interno dell'area riservata che calcola giornalmente l'importo dei bonus maturati nel mese di riferimento)

La Banca ha previsto una funzionalità per il calcolo giornaliero dell'importo dei *bonus* maturati nel mese di riferimento in base al progressivo realizzarsi delle condizioni richieste, fornendo un esempio grafico del calcolatore che è pubblicato nella sezione "condizioni conto" dell'area riservata dei clienti:

Condizioni

luglio 2020

Il costo effettivo del tuo conto è: ZERO

I bonus sono aggiornati quotidianamente, sulla base dei movimenti e dei saldi rilevati il giorno lavorativo precedente.

Hai ridotto il costo mensile di 3,95€ grazie ai bonus maturati

✓ 1€ per ogni 10.000€ di fondi e assicurazioni	3,95€
✓ 1€ per ogni 20.000€ di titoli in portafoglio	3,95€
✓ 1€ per ogni ordine trading eseguito nel mese	2,00€
1€ per fondo pensione valorizzato	0,00€
1€ per addebito premio polizza salute	0,00€
✓ 1€ per accredito stipendio o pensione	1,00€
1€ per addebito rata prestito Fineco	0,00€

Il costo standard di gestione del conto corrente è pari a 3,95€ al mese, azzerabili accumulando bonus da 1€ o 3,95€. Ogni mese visualizzerai tra i movimenti del conto l'addebito del canone e l'accredito del bonus eventualmente maturati. I bonus da 1€ possono essere cumulati fino all'azzeramento totale del canone. Non è possibile trasferire il valore di eventuali bonus in eccesso ai mesi successivi o ad altri conti. Per tutti i dettagli leggi la pagina dedicata.

L'impegno n. 4 è stato già realizzato dalla banca.

IV. PARERE DELLA BANCA D'ITALIA

17. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento riguarda il settore bancario, in data 20 ottobre 2020 è stato richiesto il parere alla Banca d'Italia, ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 27, comma 1-bis, del Codice del Consumo, introdotto dall'art. 1, comma 6, lettera a), del Decreto Legislativo. n. 21/2014.

18. Con parere pervenuto in data 18 novembre 2020, la suddetta Autorità ha ritenuto che gli impegni "non presentano profili d'incoerenza con la normativa in materia di trasparenza e correttezza delle relazioni tra intermediari e clienti", ed ha rilevato altresì che "non si ravvisano motivi ostativi all'accettazione degli stessi da parte dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato".

V. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

19. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso il sito web della banca, in data 20 ottobre 2020 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

20. Con parere pervenuto in data 19 novembre 2020, la suddetta Autorità ha espresso il proprio parere nel senso che "la condotta oggetto del procedimento si è svolta tramite un sito web (<http://finecobank.com>) utilizzato dal professionista per la promozione dell'apertura di un conto

corrente”, e che “*allo stato della documentazione in atti, nel caso di specie il mezzo Internet sia uno strumento idoneo a influenzare significativamente le realizzazioni della pratica commerciale rispetto alla quale è richiesto il parere a questa Autorità*”.

VI. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

21. L’Autorità ritiene che gli impegni proposti dal professionista siano idonei a sanare i possibili profili di illegittimità della pratica commerciale contestati nella comunicazione di avvio del 20 dicembre 2019.

22. Con riferimento all’Impegno **n. 1**, sull’eliminazione dell’espressione ‘*canone zero per sempre*’, si osserva che lo stesso consiste nell’impegno di non reiterare la pratica contestata in futuro. Gli effetti pregiudizievoli eventualmente prodottisi per coloro che hanno aderito a suo tempo alla proposta di aprire il conto, indotti dalla promessa di un costo ‘*zero per sempre*’, sono sanati dalla previsione dell’impegno **n. 2**, consistente nell’attribuzione della facoltà di recesso sino al 31 dicembre 2020, con rimborso dei canoni di tenuta conto eventualmente pagati, e nel riconoscimento della restituzione automatica dei canoni corrisposti in seguito all’applicazione del *repricing* dal 01/02/2020 anche ai titolari dei conti aperti nel periodo in cui l’espressione “*canone zero per sempre*” è stata utilizzata, ancora attivi al 31/12/2020.

23. Riguardo poi all’impegno **n. 3**, sulla maggiore trasparenza ed evidenza grafica e testuale delle condizioni per fruire dei *bonus* adottata nella sezione ‘Conto e carte’, le modalità informative proposte eliminano la possibile opacità informativa sulle condizioni economiche dei conti, evidenziata in sede di avvio dell’istruttoria. Sul punto, si rileva, infatti, che l’inserimento dei due *box* volti ad illustrare le modalità di riduzione e/o di azzeramento del canone costituisce una soluzione informativa idonea, sotto il profilo dei contenuti e del risalto grafico, a chiarire l’effettivo funzionamento del meccanismo dei *bonus* al fine di ottenere uno sconto sul canone di gestione del conto. Al riguardo, vale evidenziare sia la congruità del posizionamento dei *box* informativi, che le modalità intuitive di accesso agli stessi riquadri, in quanto raggiungibili in modo diretto dall’homepage (www.fincobank.com), cliccando sul *tab* “Conto e carte” (<https://fincobank.com/it/online/conto-e-carte/>), oppure attraverso il *link* ipertestuale del bottone “Scopri il conto”. In tal modo, l’utente viene agevolmente indirizzato alle informazioni necessarie per una scelta consapevole di apertura di un conto.

24. Infine, analoghe argomentazioni valgono con riferimento all’impegno **n. 4**, relativo all’inserimento di una funzione, all’interno dell’area riservata, che calcola giornalmente l’importo dei *bonus* maturati nel mese di riferimento. Attraverso tale strumento vengono indicate al correntista le operazioni che consentono il cumulo dei *bonus* ai fini dello sconto sul canone mensile del conto corrente, e il valore del canone alla luce delle operazioni attuate alla data di consultazione della funzione.

25. In base alle suesposte considerazioni, le misure prodotte dal professionista sono da ritenersi idonee ad eliminare le criticità contestate nella comunicazione di avvio d’istruttoria, e si ritiene dunque che gli impegni presentati soddisfino i requisiti previsti dall’art. 27, comma 7, del Codice del Consumo.

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati dalla società FinecoBank 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 FinecoBank S.p.A.;

RITENUTO, inoltre, che, in ragione dell'esigenza di assicurare l'osservanza degli impegni assunti, si rende necessario disporre, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, la pubblicazione a cura e spese del professionista, limitatamente alle misure per le quali una più ampia informazione ai consumatori è verosimilmente suscettibile di favorire l'effettiva, completa e corretta attuazione delle misure stesse;

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

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti della società FinecoBank S.p.A., ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, lettera a), del Regolamento, gli impegni dalla stessa società proposti da ultimo nella versione consolidata in data 13 ottobre 2020, come descritti nel Formulario allegato al presente provvedimento;

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

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

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

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

DISPONE

a) che la società FinecoBank S.p.A. pubblichi, a sua cura e spese, gli impegni assunti ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, secondo le seguenti modalità:

- 1) il testo degli impegni da pubblicare è quello riportato in allegato al presente provvedimento;
- 2) il predetto testo dovrà essere pubblicato per 30 giorni e dovrà essere raggiungibile dalla *homepage* del sito della banca (indirizzo: <https://finecobank.com/it/>), attraverso un *link* ben visibile collocato affianco ai bottoni "Apri il conto" e "Accedi", entro trenta giorni dall'avvenuta comunicazione del presente provvedimento;

b) che la pubblicazione dovrà essere preceduta dalla comunicazione all'Autorità della data in cui la stessa avrà luogo e dovrà essere seguita, entro tre giorni, dall'invio all'Autorità di una copia della relativa pagina *internet*.

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

CLAUSOLE VESSATORIE

CV220 - BRESCIA-CLAUSOLE RIMBORSO BIGLIETTI

Provvedimento n. 28493

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 15 dicembre 2020;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

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

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

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Brescia Calcio S.p.A. (di seguito, “Brescia” o la “Società”), in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 3 del Codice del Consumo. La Società opera nel settore dell'attività sportiva calcistica. Nella stagione 2019/20 la Società ha militato nel campionato di calcio di serie A.

2. Movimento Consumatori in qualità di associazione dei consumatori segnalante.

II. LE CLAUSOLE OGGETTO DI VALUTAZIONE

3. Costituiscono oggetto di valutazione, limitatamente ai rapporti contrattuali tra la Società e i consumatori, le clausole di cui alle *lett. A) e C)* delle “*Condizioni di sottoscrizione dell'abbonamento*” per la stagione sportiva 2019/2020¹ di seguito trascritte:

Let. A) “L'abbonamento dà diritto ad assistere alle partite interne del Campionato di Serie A 2019/2020 della Prima Squadra del BRESCIA CALCIO, in conformità al calendario - date, ore e luoghi - emessi dalla LNPA e sue variazioni, nel posto indicato nel presente modulo di abbonamento. Il richiedente l'abbonamento riconosce come fatto notorio che variazioni di calendario, così come l'eventuale annullamento e rinvio di una gara, con conseguente modifica di data, orario ed eventualmente luogo di disputa delle gare devono considerarsi modalità che rientrano nella normale prassi organizzativa degli eventi sportivi e, in ogni caso, sono da intendersi come situazioni

¹ Cfr. le rilevazioni d'ufficio effettuate in data 9 e 10 luglio 2020 delle “*Condizioni di sottoscrizione dell'abbonamento*” per la stagione sportiva 2019/2020, presenti agli indirizzi <https://www.bresciacalcio.it/ticket/abbonamenti/campagnaabbonamenti> e https://www.bresciacalcio.it/media/79/84816810333944/modulo_sottoscrizione_abbonamento_2019.20.pdf.

possibili ed eventuali per le quali il richiedente l'abbonamento accetta il rischio che si verifichino. Tali variazioni devono pertanto essere tenute in conto dal richiedente l'abbonamento all'atto di acquisto dell'abbonamento. Il richiedente l'abbonamento ha quindi l'onere di informarsi e di aggiornarsi tempestivamente in merito all'effettivo giorno, ora e luogo di svolgimento delle partite casalinghe. Tali variazioni non danno diritto al rimborso del prezzo pro-quota dell'abbonamento, né all'indennizzo per eventuali pregiudizi o al risarcimento dei danni diretti e indiretti che dovessero derivare dalle variazioni stesse, né a risarcimenti di qualsivoglia natura”:

Let. C) *“In caso di squalifica dello Stadio Rigamonti di Brescia, nonché di obbligo di disputare partite casalinghe a porte chiuse e/o eventuali riduzioni di capienza dell'impianto o chiusure di settori disposte per legge, regolamenti o da altro atto o provvedimento di autorità pubbliche o sportive (inclusi, tra queste, gli organi di giustizia sportiva), il titolare potrà acquistare, ove disponibile, un valido titolo di accesso in altri settori dello stadio assumendo a proprio carico la differenza di prezzo di acquisto del titolo concernente tali settori rispetto alla quota di abbonamento non sfruttabile a causa di provvedimenti restrittivi disposti per legge, regolamenti o da altro atto o provvedimento di autorità pubbliche o sportive, ivi inclusi gli organi di giustizia sportiva. Le spese di trasferta, nel caso di squalifica dello Stadio Rigamonti di Brescia, saranno in ogni caso a carico del titolare dell'abbonamento”.*

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

4. Sulla base delle informazioni acquisite ai fini dell'applicazione dell'articolo 37 bis del Codice del Consumo, in data 20 luglio 2020 è stato avviato il procedimento istruttorio CV220 Brescia – Clausole rimborso biglietti nei confronti della società Brescia Calcio S.p.A.

5. Nella comunicazione di avvio del procedimento è stato rappresentato al professionista che le clausole contenute nelle “*Condizioni di sottoscrizione dell'abbonamento*” per la stagione sportiva 2019/2020 trascritte al punto II del presente provvedimento, avrebbero potuto risultare vessatorie ai sensi degli artt. 33, commi 1 e 2, lett. b), nonché 34, comma 1 e 35, comma 1, del Codice del Consumo.

6. Contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento, ai sensi dell'articolo 12, comma 1, del Regolamento, venivano richieste a Brescia alcune informazioni, tra cui l'indicazione di elementi di prova atti a superare la presunzione di vessatorietà ai sensi dell'art. 33, comma 2, lett. b), del Codice del Consumo.

7. In data 6 agosto 2020 è stata disposta la consultazione di cui all'articolo 37 bis, comma 1, del Codice del Consumo, pubblicando per 30 giorni sul sito istituzionale dell'Autorità (www.agcm.it) un comunicato e le clausole contrattuali oggetto di contestazione. Alla consultazione ha partecipato l'associazione di consumatori Udicon (Unione per la difesa dei consumatori)².

8. In data 14 settembre 2020 il professionista ha presentato una memoria difensiva³.

² Cfr. la nota dell'Associazione del 3 settembre 2020 acquisita agli atti del fascicolo in data 15 settembre 2020 (prot. n. 69126).

³ Prot. n. 68744.

9. Con comunicazione del 15 settembre 2020⁴ la Società ha inviato agli Uffici una proposta di condizioni di abbonamento per la stagione sportiva 2020/2021, che intende adottare nell'ipotesi in cui sia nuovamente possibile la vendita di abbonamenti. La nuova formulazione delle clausole contestate proposta dalla Società è la seguente:

Condizioni di sottoscrizione dell'abbonamento

L'abbonamento dà diritto ad assistere alle partite interne del Campionato Serie B 2020/2021 della Prima Squadra del Brescia Calcio, in conformità al calendario – date, ore e luoghi – emessi dalla LNPNB e sue variazioni, nel posto indicato nel presente modulo di abbonamento.

[...]

Nel caso di chiusura del settore dello stadio in cui si trova il posto dell'abbonato, quest'ultimo – sempre che non abbia concorso a causare la responsabilità, neppure oggettiva, del Brescia Calcio S.p.A. – avrà diritto al rimborso del rateo di abbonamento, salvo che il Brescia Calcio S.p.A. metta a sua disposizione un tagliando sostitutivo per assistere alla partita in altro settore dello stadio.

Nei casi di squalifica del campo con disputa della partita in altro stadio, ovvero di obbligo di giocare le partite a porte chiuse, l'abbonato – sempre che non abbia concorso a causare la responsabilità, neppure oggettiva, del Brescia Calcio S.p.A. – avrà diritto al rimborso del rateo di abbonamento.

10. Sulla base di rilevazioni effettuate d'ufficio, le “Condizioni di sottoscrizione dell'abbonamento” per la stagione sportiva 2019/2020 non risultano più disponibili sul sito della Società⁵.

11. In data 27 e 29 ottobre 2020, è stata comunicato, rispettivamente alla Società e a Movimento consumatori, il termine di conclusione della fase istruttoria del procedimento ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento⁶.

12. Il professionista e Movimento consumatori non hanno presentato una memoria conclusiva.

2) Gli esiti della consultazione sul sito internet dell'Autorità

13. Nell'ambito della consultazione di cui all'articolo 37 bis, comma 1, del Codice del Consumo, tenutasi sul sito istituzionale dell'Autorità (www.agcm.it), il 3 settembre 2020 è pervenuto il contributo dell'associazione di consumatori Udicon (Unione per la difesa dei consumatori), che ha sostenuto la vessatorietà delle clausole in esame in base alle disposizioni del Codice del Consumo richiamate dall'Autorità. L'associazione afferma, in particolare, che le clausole contestate sarebbero idonee a determinare a danno del consumatore un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi contrattuali, attribuendo alla Società una serie di facoltà “unilaterali” senza prevedere appositi “contrappesi” a favore del consumatore

3) Le argomentazioni difensive del professionista

14. Nella sua memoria difensiva il professionista ha sostenuto la propria buona fede (avendo affidato la redazione delle condizioni di abbonamento a una società terza esperta nel settore) e ha fatto altresì presente di non aver ricevuto contestazioni da titolari di abbonamenti relative a mancati rimborsi.

⁴ Prot. n. 69214

⁵ Cfr. il verbale di acquisizione delle informazioni diffuse sul sito del professionista del 9 ottobre 2020, oggetto di rilevazione in data in data 22 settembre, 2, 8 e 9 ottobre 2020.

⁶ Cfr. i protocolli nn. 79589 e 80124.

VI. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

15. Le clausole indicate al punto II presentano profili di vessatorietà ai sensi della disciplina di cui agli articoli 33 e ss. del Codice del Consumo. In sede di avvio del procedimento è stato rappresentato dal Brescia che, per le clausole riconducibili all'elenco di cui all'articolo 33, comma 2, del Codice del Consumo, è prevista una presunzione legale di vessatorietà con contestuale onere di prova contraria a carico del professionista.

16. Sono state inoltre valutate le modifiche alle clausole in questione comunicate dalla Società in data 15 settembre 2020.

17. In generale, si osserva che non rileva nella valutazione di vessatorietà di clausole contrattuali la circostanza che la Società non abbia ricevuto contestazioni dai tifosi riguardo ad eventuali mancati rimborsi di quota parte dell'abbonamento.

18. Parimenti, anche la buona fede dichiarata dal professionista, non rileva nella valutazione di vessatorietà, che prescinde da profili di colpevolezza.

19. La clausola di cui alla lett. A) prevedeva che l'eventuale annullamento e rinvio di una gara con conseguente modifica di luogo della disputa rientrassero "*nella normale prassi organizzativa degli eventi sportivi*" e che non dessero diritto al rimborso del prezzo pro-quota dell'abbonamento, né ad indennizzi o risarcimenti. La clausola di cui alla lett. C) consentiva unicamente al titolare dell'abbonamento di acquistare, ove disponibile, un titolo di accesso per altri settori dello stadio assumendo a suo carico la differenza di prezzo relativa a quello non utilizzabile; la formulazione della clausola era tale inoltre da addossare al consumatore le spese di trasferta, in ipotesi di squalifica dello stadio, anche in caso di inadempimento colpevole della Società.

20. Le clausole in esame risultano vessatorie, ai sensi degli artt. 33, commi 1 e 2, lett. b), nonché 34, comma 1, e 35, comma 1, del Codice del Consumo, in quanto tali da determinare, a carico del consumatore, un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto.

21. Le clausole in esame disconoscono anzitutto il diritto del consumatore: (i) ad ottenere il rimborso di quota parte dell'abbonamento sia per fatti imputabili alla Società sia in caso di impossibilità sopravvenuta della prestazione e (ii) a conseguire il risarcimento del danno in ipotesi di inadempimento colpevole della medesima. Tali clausole risultano vessatorie ai sensi degli articoli 33, commi 1 e 2, lett. b), nonché 34, comma 1, del Codice del Consumo.

22. Le clausole in esame derogano agli artt. 1218, 1463 e 1464 c.c. Infatti, secondo quanto previsto dall'art. 1218 c.c. il debitore è esentato dalla responsabilità per inadempimento solo qualora provi che questo sia derivato da causa a lui non imputabile. Le clausole in esame escludono la responsabilità del professionista anche per fatti eventualmente a lui imputabili, negando al consumatore indennizzi e risarcimenti, allorché la cancellazione degli eventi sia imputabile a colpa della Società.

23. In caso di impossibilità di fruizione dell'evento sportivo dovuta a cause non imputabili alla Società, secondo quanto previsto dagli artt. 1463 e 1464 c.c., il professionista è tenuto alla restituzione di quanto ricevuto secondo le norme relative alla ripetizione dell'indebito e, dunque, a rimborsare quota parte dell'abbonamento in misura proporzionale al valore degli eventi sportivi non fruiti. In proposito, gli artt. 1463 e 1464 c.c. individuano come effetto dell'inesatta esecuzione della prestazione la completa o parziale restituzione (o meglio, riduzione) della controprestazione, senza che rilevi l'imputabilità o meno dell'inadempimento. L'effetto restitutorio prescinde dunque da

qualsivoglia imputabilità dell'inadempimento, fondandosi soltanto sul dato oggettivo del mancato esatto adempimento.

24. Il giudizio di vessatorietà ora delineato è poi confermato dalla Corte di giustizia dell'Unione Europea e dalla Comunicazione della Commissione europea del 27 settembre 2019 relativa agli *“Orientamenti sull'interpretazione e sull'applicazione della direttiva 93/13/CEE del Consiglio concernente le clausole abusive nei contratti stipulati con i consumatori”*. Secondo il metodo cd. *“comparativo”* utilizzato dalla Corte, una clausola contrattuale determina per i consumatori un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi contrattuali quando colloca il consumatore in una situazione meno favorevole rispetto a quella prevista dal diritto nazionale applicabile⁷. Quanto alla valutazione di vessatorietà delle clausole in esame che escludono il rimborso del rateo di abbonamento in caso di ipotesi di inadempimento colpevole e di impossibilità sopravvenuta della prestazione, si rileva che esse pongono il consumatore in una condizione meno favorevole di quella derivante dall'applicazione degli artt. 1218, 1463 e 1464 c.c., norme generali del diritto dei contratti cui le clausole in esame derogano.

25. Le clausole in esame risultano altresì vessatorie, ai sensi dell'art. 35, comma 1, del Codice del Consumo, nella misura in cui non rispondono al requisito di trasparenza e il consumatore aderente non è posto in condizione di comprendere chiaramente le conseguenze derivanti dalla loro applicazione⁸. In particolare, la lett. A) prevede che *“l'eventuale annullamento e rinvio di una gara, con conseguente modifica di [...] luogo di disputa delle gare devono considerarsi modalità che rientrano nella normale prassi organizzativa degli eventi sportivi e, in ogni caso, sono da intendersi come situazioni possibili ed eventuali”* per le quali *“il richiedente l'abbonamento accetta il rischio che si verifichino”*. Tale formulazione non chiarisce quale sia l'effettivo numero di incontri di cui l'abbonato potrà fruire nel corso della stagione sportiva (che sarebbe dunque non determinabile a priori).

26. In proposito, si osserva che il contratto di abbonamento non può essere inteso come contratto aleatorio, rispetto al quale il consumatore assume il rischio della mancata fruizione di una o più

⁷ Secondo la pronuncia della Corte di giustizia 14 marzo 2013, causa C-415/11, Aziz, punto 68 *“per appurare se una clausola determini [a danno del consumatore] un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi delle parti derivanti dal contratto, occorre tener conto, in particolare, delle disposizioni applicabili nel diritto nazionale in mancanza di un accordo tra le parti in tal senso. Sarà proprio una siffatta analisi comparatistica a consentire al giudice nazionale di valutare se, ed eventualmente in che misura, il contratto collochi il consumatore in una situazione giuridica meno favorevole rispetto a quella prevista dal vigente diritto nazionale”* (cfr. anche il n. 2 del dispositivo); in tal senso cfr. anche la decisione della Corte 26 gennaio 2017, causa C-421/14, Banco Primus SA, (punto 59 e punto n. 3 del dispositivo). Secondo la citata Comunicazione della Commissione (punto 3.4.2.), *“Quando valutano se una clausola contrattuale «determina, a danno del consumatore, un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi delle parti», i giudici nazionali devono, in primo luogo, raffrontare la clausola contrattuale in questione con le eventuali disposizioni che si applicherebbero nel diritto nazionale in mancanza di tale clausola contrattuale, vale a dire le disposizioni complementari. Tali modelli legislativi si ritrovano in particolare nel diritto contrattuale nazionale, ad esempio nelle norme che determinano le conseguenze del mancato adempimento di determinati obblighi contrattuali di una parte [...] Sarà proprio una siffatta analisi comparatistica a consentire al giudice nazionale di valutare se e in che misura la clausola contrattuale collochi il consumatore in una situazione giuridica meno favorevole rispetto a quella altrimenti prevista dal diritto contrattuale applicabile. La clausola contrattuale potrebbe rendere la situazione giuridica meno favorevole per i consumatori, ad esempio laddove essa limiti i diritti di cui essi godrebbero altrimenti, o potrebbe aggiungere un vincolo al loro esercizio”*.

⁸ Cfr. la sentenza della Corte di Giustizia dell'Unione Europea, 28 luglio 2016, causa C-191/15, Amazon, secondo cui *“il carattere abusivo di una clausola può derivare da una formulazione che non soddisfi il requisito di redazione chiara e comprensibile stabilito dall'art. 5 della direttiva 93/13”* (punto 68).

partite⁹. Infatti, l'abbonamento sportivo, in conformità alla prassi del settore e alle condizioni utilizzate da altre Società, comprende, essenzialmente, la fruizione di un numero fisso di partite secondo un calendario definito dalle Autorità sportive, a fronte del pagamento di un corrispettivo globale.

27. Pertanto, le disposizioni contrattuali in esame sono vessatorie ai sensi degli articoli 33, commi 1 e 2, lett. b), e 34, comma 1, nonché 35 comma 1, del Codice del Consumo, nella misura in cui determinano a carico dei consumatori un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto ed escludono i diritti e le azioni di questi ultimi nei confronti del professionista in ipotesi di inadempimento contrattuale imputabile alla Società e di impossibilità sopravvenuta della prestazione¹⁰.

28. Nel corso del procedimento, la Società ha dato atto della nuova formulazione delle clausole contestate (per la stagione sportiva 2020/2021) che intende adottare ove sia nuovamente possibile la vendita di abbonamenti. Tale nuova formulazione risulta idonea a risolvere i profili di vessatorietà evidenziati nella comunicazione di avvio del procedimento.

29. La nuova formulazione delle clausole contestate, anzitutto, non prevede esclusioni/limitazioni dei diritti dei consumatori in caso di inadempimento contrattuale imputabile alla Società e di impossibilità sopravvenuta della prestazione. In particolare, in caso di chiusura del settore dello stadio in cui si trova il posto dell'abbonato, il titolare (purché non abbia concorso a causare la responsabilità neppure oggettiva della Società) ha diritto al rimborso del rateo di abbonamento, salvo che Brescia metta a sua disposizione un tagliando sostitutivo per assistere alla partita in altro settore dello stadio. Nei casi di squalifica del campo con disputa della partita in altro stadio o di obbligo di giocare le partite a porte chiuse, l'abbonato (purché non abbia concorso a causare la responsabilità neppure oggettiva della Società) ha diritto al rimborso del rateo di abbonamento.

30. Ciò posto, la nuova formulazione delle clausole contestate delle “*Condizioni di sottoscrizione dell'abbonamento*” (per la stagione sportiva 2020/2021) non integra una fattispecie di clausole vessatorie ai sensi degli articoli 33, commi 1 e 2, lett. b), nonché 34, comma 1 e 35, comma 1, del Codice del Consumo.

⁹ Secondo Cass. 7 giugno 1991, n. 6452, “[p]er aversi contratto aleatorio è necessario che l'alea intesa quale rischio, a cui uno o più contraenti ovvero tutti i contraenti si espongono, investa e caratterizzi il negozio nella sua interezza e nella sua formazione, sicché per la natura stessa del negozio o per le specifiche pattuizioni stabilite dai contraenti divenga radicalmente incerto per una o per tutte le parti il vantaggio economico in relazione al quale esse parti si espongono”.

¹⁰ Alla medesima conclusione giungono le ordinanze emesse in data 6 dicembre 2019, n. 1109 dal Tribunale di Genova e in data 24 giugno 2019 dal Tribunale di Roma nel giudizio tra Movimento Consumatori e altra società calcistica rispetto a clausole di abbonamento analoghe a quelle in esame. Secondo la prima pronuncia “la parte che ha già adempiuto alle proprie obbligazioni, che nel caso in esame è l'abbonato, ha diritto ad un rimborso (o riduzione della prestazione), secondo quanto previsto dall'art. 1464 c.c., in misura proporzionale al valore della singola partita compresa nell'abbonamento. In caso contrario, essendo venuta meno la giustificazione del pagamento della quota dell'abbonamento riferita alla partita non vista, si consentirebbe un ingiustificato arricchimento del debitore, in violazione dell'art. 2041 c.c., idoneo ad incidere sulla causa in concreto del rapporto. Ancora più ingiustificato è l'arricchimento della società nell'ipotesi in cui la chiusura dello stadio sia a lei imputabile, ricorrendo in tal caso una vera e propria responsabilità per inadempimento da cui deriva l'obbligo di risarcimento del danno ex art. 1218 c.c.”. In base alla seconda, con riferimento all'ipotesi di “chiusura dello stadio per problematiche legate alla manutenzione, di competenza dell'ente proprietario, o di irrogazione di sanzioni da parte degli organi della giustizia sportiva che limitino o escludano l'accesso alla tifoseria per fatti commessi da soggetti terzi”, il giudice ha affermato che si verifica “un'impossibilità della prestazione che, pur non traducendosi in un inadempimento imputabile al debitore, conferisce all'altra parte il diritto alla riduzione della prestazione dovuta o già eseguita”.

RITENUTO che per le clausole oggetto della comunicazione di avvio del procedimento e descritte al punto II del presente provvedimento, vige una presunzione legale di vessatorietà *ex art. 33, comma 2, lett. b)*, del Codice del Consumo e che Brescia Calcio S.p.A. non ha fornito elementi sufficienti per superare tale presunzione;

RITENUTO, in particolare, sulla base delle considerazioni suesposte, che le clausole oggetto della comunicazione di avvio del procedimento e descritte al punto II del presente provvedimento, sono vessatorie ai sensi degli articoli 33, commi 1 e 2, *lett. b)*, nonché 34, comma 1 e 35, comma 1, del Codice del Consumo;

RITENUTO che la nuova formulazione delle clausole contrattuali inviate dal professionista in data 15 settembre 2020 e descritte al punto III del presente provvedimento, non risulta vessatoria ai sensi degli artt. 33, commi 1 e 2, *lett. b)*, nonché 34, comma 1 e 35, comma 1, del Codice del Consumo;

RITENUTO che, ai sensi dell'articolo 37 *bis*, comma 2, del Codice del Consumo e dell'articolo 23, comma 8 del Regolamento, è dovuta la pubblicazione di un estratto del presente provvedimento per informare compiutamente i consumatori della vessatorietà delle clausole oggetto della presente valutazione sul sito dell'Autorità e su quello della società Brescia Calcio S.p.A. (<https://www.bresciacalcio.it/>); che appare congruo che la predetta pubblicazione sul sito <https://www.bresciacalcio.it/> abbia la durata di 30 giorni consecutivi; che non si ritengono, inoltre, sussistenti particolari elementi di fatto e di diritto per disporre ulteriori misure di informazione dei consumatori;

DELIBERA

a) che la clausola di cui alla lett. A) delle “*Condizioni di sottoscrizione dell'abbonamento*” per la stagione sportiva 2019/2020 della società Brescia Calcio S.p.A. descritta al punto II del presente provvedimento, è vessatoria ai sensi degli articoli 33, commi 1 e 2, *lett. b)*, nonché 34, comma 1, e 35, comma 1, del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

b) che la nuova formulazione della clausola di cui al primo punto delle “*Condizioni di sottoscrizione dell'abbonamento*” per la stagione sportiva 2020/2021 della società Brescia Calcio S.p.A., descritta al punto III del presente provvedimento, non risulta vessatoria ai sensi degli articoli 33, commi 1 e 2, *lett. b)*, nonché 34, comma 1 e 35, comma 1, del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

c) che la clausola di cui alla lett. C) delle “*Condizioni di sottoscrizione dell'abbonamento*” per la stagione sportiva 2019/2020 della società Brescia Calcio S.p.A., descritta al punto II del presente provvedimento, è vessatoria ai sensi degli articoli 33, commi 1 e 2, *lett. b)*, nonché 34, comma 1 e 35, comma 1, del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

d) che la nuova formulazione della clausola di cui al terzo punto delle “*Condizioni di sottoscrizione dell'abbonamento*” per la stagione sportiva 2020/2021 della società Brescia Calcio S.p.A., descritta al punto III del presente provvedimento, non risulta vessatoria ai sensi degli articoli

33, commi 1 e 2, lett. *b*), nonché 34, comma 1 e 35, comma 1, del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

DISPONE

a) che la società Brescia Calcio S.p.A. pubblichi, a sua cura e spese, un estratto del provvedimento ai sensi dell'articolo 37 *bis* del Codice del Consumo e dell'articolo 23, comma 8, del Regolamento, secondo le seguenti modalità:

- 1) il testo dell'estratto del provvedimento è quello riportato nell'allegato al presente provvedimento;
- 2) il testo dell'estratto del provvedimento dovrà essere pubblicato per 30 giorni consecutivi sulla *homepage* del sito <https://www.bresciacalcio.it/>, con adeguata evidenza grafica, entro venti giorni dalla comunicazione dell'adozione del presente provvedimento;

b) che la pubblicazione del testo dell'estratto del provvedimento dovrà essere preceduta dalla comunicazione all'Autorità della data in cui la stessa avrà luogo e dovrà essere seguita, entro tre giorni, dall'invio all'Autorità di una copia del predetto estratto così come pubblicata sulla *home page* del sito <https://www.bresciacalcio.it/>;

c) la pubblicazione dovrà ricalcare *in toto* impostazione, struttura e aspetto dell'estratto allegato al presente provvedimento; le modalità di scrittura, di stampa e di diffusione non dovranno essere tali da vanificare gli effetti della pubblicazione; in particolare, nella pagina del sito *internet* di pubblicazione dell'estratto, così come nelle restanti pagine, né altrove, non dovranno essere riportati messaggi che si pongano in contrasto con il contenuto dell'estratto o che comunque tendano ad attenuarne la portata e il significato.

Ai sensi dell'articolo 37 *bis*, comma 2, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza l'Autorità applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 euro a 50.000 euro.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 37 *bis*, comma 4, e dell'art. 135, comma 1, lettera *b*), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di comunicazione dello stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art.8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n.1199 entro il termine di centoventi giorni dalla data di comunicazione del provvedimento stesso.

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

L'estratto del provvedimento è altresì pubblicato, entro venti giorni dalla comunicazione della sua adozione, in apposita sezione del sito *internet* istituzionale dell'Autorità.

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

CV220 - BRESCIA-CLAUSOLE RIMBORSO BIGLIETTI

Allegato al provvedimento n. 28493

Estratto del Provvedimento di chiusura del procedimento CV/220 Brescia – Clausole rimborso biglietti

Allegato al provvedimento dell’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato del 15 dicembre 2020 in materia di tutela amministrativa contro le clausole vessatorie *ex* articolo 37 *bis* del Codice del Consumo.

In data 20 luglio 2020 è stato avviato il procedimento CV220 Brescia – Clausole rimborso biglietti, nei confronti della società Brescia Calcio S.p.A. per presunta vessatorietà di alcune clausole delle “Condizioni di sottoscrizione dell’abbonamento” per la stagione sportiva 2019/2020

[OMISSIS]

II. LE CLAUSOLE OGGETTO DI VALUTAZIONE

[OMISSIS]

Costituiscono oggetto di valutazione, limitatamente ai rapporti contrattuali tra la Società e i consumatori, le clausole di cui alle lett. A) e C) delle “Condizioni di sottoscrizione dell’abbonamento” per la stagione sportiva 2019/2020 di seguito trascritte:

Let. A) *“L’abbonamento dà diritto ad assistere alle partite interne del Campionato di Serie A 2019/2020 della Prima Squadra del BRESCIA CALCIO, in conformità al calendario - date, ore e luoghi - emessi dalla LNPA e sue variazioni, nel posto indicato nel presente modulo di abbonamento. Il richiedente l’abbonamento riconosce come fatto notorio che variazioni di calendario, così come l’eventuale annullamento e rinvio di una gara, con conseguente modifica di data, orario ed eventualmente luogo di disputa delle gare devono considerarsi modalità che rientrano nella normale prassi organizzativa degli eventi sportivi e, in ogni caso, sono da intendersi come situazioni possibili ed eventuali per le quali il richiedente l’abbonamento accetta il rischio che si verifichino. Tali variazioni devono pertanto essere tenute in conto dal richiedente l’abbonamento all’atto di acquisto dell’abbonamento. Il richiedente l’abbonamento ha quindi l’onere di informarsi e di aggiornarsi tempestivamente in merito all’effettivo giorno, ora e luogo di svolgimento delle partite casalinghe. Tali variazioni non danno diritto al rimborso del prezzo pro-quota dell’abbonamento, né all’indennizzo per eventuali pregiudizi o al risarcimento dei danni diretti e indiretti che dovessero derivare dalle variazioni stesse, né a risarcimenti di qualsivoglia natura”:*

Let. C) *“In caso di squalifica dello Stadio Rigamonti di Brescia, nonché di obbligo di disputare partite casalinghe a porte chiuse e/o eventuali riduzioni di capienza dell’impianto o chiusure di settori disposte per legge, regolamenti o da altro atto o provvedimento di autorità pubbliche o sportive (inclusi, tra queste, gli organi di giustizia sportiva), il titolare potrà acquistare, ove disponibile, un valido titolo di accesso in altri settori dello stadio assumendo a proprio carico la differenza di prezzo di acquisto del titolo concernente tali settori rispetto alla quota di abbonamento non sfruttabile a causa di provvedimenti restrittivi disposti per legge, regolamenti o da altro atto o provvedimento di autorità pubbliche o sportive, ivi inclusi gli organi di giustizia sportiva. Le spese*

di trasferta, nel caso di squalifica dello Stadio Rigamonti di Brescia, saranno in ogni caso a carico del titolare dell'abbonamento".

[OMISSIS]

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

Con comunicazione del 15 settembre 2020 la Società ha inviato agli Uffici una proposta di condizioni di abbonamento per la stagione sportiva 2020/2021, che Brescia [Calcio S.p.A.] intende adottare nell'ipotesi in cui sia nuovamente possibile la vendita di abbonamenti.

[OMISSIS]

IV. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

[OMISSIS]

La clausola di cui alla lett. A) prevedeva che l'eventuale annullamento e rinvio di una gara con conseguente modifica di luogo della disputa rientrassero "nella normale prassi organizzativa degli eventi sportivi" e che non dessero diritto al rimborso del prezzo pro-quota dell'abbonamento, né ad indennizzi o risarcimenti. La clausola di cui alla lett. C) escludeva la responsabilità della Società in ipotesi di squalifica del campo, obbligo di disputare gare casalinghe a porte chiuse, riduzioni di capienza dell'impianto o chiusure di settori disposte per legge, regolamenti o da altro atto o provvedimento di Autorità pubbliche o sportive. In particolare, nelle ipotesi ivi previste, consentiva unicamente al titolare dell'abbonamento di acquistare, ove disponibile, un titolo di accesso per altri settori dello stadio assumendo a suo carico la differenza di prezzo relativa a quello non utilizzabile; tale clausola addossava altresì al consumatore le spese di trasferta, in ipotesi di squalifica dello stadio, anche in caso di inadempimento colpevole della Società.

[OMISSIS]

Queste clausole disconoscono [...] il diritto del consumatore a ottenere: (i) in caso di inadempimento colpevole della Società, il rimborso di quota parte dell'abbonamento, nonché il risarcimento del danno e (ii) in caso di impossibilità sopravvenuta della prestazione, il rimborso di quota parte dell'abbonamento. Tali clausole risultano quindi vessatorie ai sensi degli articoli 33, commi 1 e 2, lett. b), nonché 34, comma 1, del Codice del Consumo.

[OMISSIS]

Le clausole in esame risultano altresì vessatorie, ai sensi dell'art. 35, comma 1, del Codice del Consumo, nella misura in cui non rispondono al requisito di trasparenza e il consumatore aderente non è posto in condizione di comprendere chiaramente le conseguenze derivanti dalla loro applicazione.

[OMISSIS]

Pertanto, le disposizioni contrattuali in esame risultano vessatorie ai sensi degli articoli 33, commi 1 e 2, lett. b), e 34, comma 1, nonché 35 comma 1, del Codice del Consumo, nella misura in cui determinano a carico dei consumatori un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto ed escludono i diritti e le azioni di questi ultimi nei confronti del professionista in ipotesi di inadempimento contrattuale imputabile alla Società e di impossibilità sopravvenuta della prestazione.

Nel corso del procedimento, la Società ha dato atto della nuova formulazione delle clausole contestate (per la stagione sportiva 2020/2021) che Brescia intende adottare ove sia nuovamente possibile la vendita di abbonamenti. Tale nuova formulazione risulta idonea a risolvere i profili di vessatorietà evidenziati nella comunicazione di avvio del procedimento.

[OMISSIS]

RITENUTO, in particolare, sulla base delle considerazioni suesposte, che le clausole oggetto della comunicazione di avvio del procedimento e descritte al punto II del presente provvedimento, sono vessatorie ai sensi degli articoli 33, commi 1 e 2, *lett. b)*, nonché 34, comma 1 e 35, comma 1, del Codice del Consumo;

RITENUTO che la nuova formulazione delle clausole contrattuali inviate dal professionista in data 15 settembre 2020 e descritte al punto III del presente provvedimento, non risulta vessatoria ai sensi degli artt. 33, commi 1 e 2, *lett. b)*, nonché 34, comma 1 e 35, comma 1, del Codice del Consumo;

[OMISSIS]

DELIBERA

a) che la clausola di cui alla *lett. A)* delle “*Condizioni di sottoscrizione dell’abbonamento*” per la stagione sportiva 2019/2020 della società Brescia Calcio S.p.A. descritta al punto II del presente provvedimento, è vessatoria ai sensi degli articoli 33, commi 1 e 2, *lett. b)*, nonché 34, comma 1, e 35, comma 1, del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

b) che la nuova formulazione della clausola di cui al primo punto delle “*Condizioni di sottoscrizione dell’abbonamento*” per la stagione sportiva 2020/2021 della società Brescia Calcio S.p.A., descritta al punto III del presente provvedimento, non risulta vessatoria ai sensi degli articoli 33, commi 1 e 2, *lett. b)*, nonché 34, comma 1 e 35, comma 1, del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

c) che la clausola di cui alla *lett. C)* delle “*Condizioni di sottoscrizione dell’abbonamento*” per la stagione sportiva 2019/2020 della società Brescia Calcio S.p.A., descritta al punto II del presente provvedimento, è vessatoria ai sensi degli articoli 33, commi 1 e 2, *lett. b)*, nonché 34, comma 1 e 35, comma 1, del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

d) che la nuova formulazione della clausola di cui al terzo punto delle “*Condizioni di sottoscrizione dell’abbonamento*” per la stagione sportiva 2020/2021 della società Brescia Calcio S.p.A., descritta al punto III del presente provvedimento, non risulta vessatoria ai sensi degli articoli 33, commi 1 e 2, *lett. b)*, nonché 34, comma 1 e 35, comma 1, del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

[OMISSIS]

CV221 - LECCE-CLAUSOLE RIMBORSO BIGLIETTI

Provvedimento n. 28494

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 15 dicembre 2020;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

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

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

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Unione Sportiva Lecce S.p.A. (di seguito, "Lecce" o la "Società"), in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 3 del Codice del Consumo. La Società opera nel settore dell'attività sportiva calcistica. Nella stagione 2019/20 la Società ha militato nel campionato di calcio di serie A.

2. Movimento Consumatori in qualità di associazione dei consumatori segnalante.

II. LE CLAUSOLE OGGETTO DI VALUTAZIONE

3. Costituiscono oggetto di valutazione, limitatamente ai rapporti contrattuali tra la Società e i consumatori, le clausole contenute negli artt. 1, 9, 14 e 15 delle "*Condizioni e termini dell'abbonamento/voucher*" per la stagione sportiva 2019/2020, di seguito trascritte¹:

a) «Art. 1. L'abbonamento/voucher è nominativo e dà diritto ad assistere esclusivamente alle Partite Casalinghe (ovvero alle partite di calcio che la Prima Squadra dell'U.S. Lecce S.p.A. (di seguito la "U.S. Lecce" o "Club") disputerà "in casa" secondo i Regolamenti Sportivi applicabili del Campionato di Serie A 2019/2020 presso l'impianto sportivo indicato all'atto dell'iscrizione al Campionato e/o altro impianto sportivo successivamente indicato, nel rispetto del calendario, delle date, orari e luoghi stabiliti dalla Lega Nazionale Professionisti Serie A – F.I.G.C. e relative possibili variazioni, qualsiasi sia la causa, nel settore, fila e posto assegnati (o nel diverso settore e/o posto assegnato dall'U.S. Lecce per giustificati motivi organizzativi, di forza maggiore, per caso fortuito, di ordine pubblico, di sicurezza, per disposizioni di autorità pubbliche o sportive). L'Abbonato riconosce che le suddette modifiche e/o variazioni nonché le modifiche della composizione numerica

¹ Cfr. le rilevazioni d'ufficio effettuate in data 9 e 10 luglio 2020 delle "*Condizioni e termini dell'abbonamento/voucher*" per la stagione sportiva 2019/2020, presenti agli indirizzi <http://www.uslecce.it/page/930238287975/campagna-abbonamenti-2019-20> e https://slyvi-tstorage.s3.amazonaws.com/0_tml1841116985089_212530910421_1559756003300390.pdf.

delle squadre partecipanti al Campionato, così come l'eventuale annullamento e rinvio di una o più gare, con conseguente modifica di data, orario ed eventualmente luogo di disputa delle gare devono considerarsi come situazioni possibili ed eventuali per le quali l'Abbonato accetta il rischio che si verifichino. Tutte le modifiche e/o variazioni sopra indicate devono pertanto essere tenute in conto dall'Abbonato all'atto di acquisto dell'abbonamento e non daranno diritto al rimborso del prezzo pro quota dell'abbonamento, né a risarcimenti e/o indennizzi»;

b) “Art. 9. La comminazione di squalifica del campo da giuoco, nonché di obbligo di disputare gare a porte chiuse e/o eventuali chiusure di settori e/o riduzione di capienza dell'impianto e/o l'eventuale disputa di partite in campo neutro disposti per Legge, regolamenti o da altro atto o provvedimento di Autorità pubbliche o sportive (inclusi, tra queste, gli organi di giustizia sportiva) o per l'effettuazione di lavori e/o manutenzioni, ragioni di forza maggiore e/o di caso fortuito, così come la disputa di gare interne presso altri impianti di gioco diversi dallo Stadio, non generano alcun diritto al rimborso neppure pro quota, né tantomeno a indennizzi o risarcimenti e, nel caso di eventuali spese di trasferta, queste saranno ad esclusivo carico del titolare dell'abbonamento/voucher, tranne che nei casi di inadempimento colpevole ex art. 1218 c.c., con esclusione espressa dell'impossibilità della prestazione per responsabilità oggettiva”;

c) “Art. 14. L'U.S. Lecce si riserva di modificare in ogni momento i Termini e Condizioni con efficacia immediata, anche per coloro che avessero già ottenuto l'emissione dell'abbonamento, anche in ipotesi di modifiche legislative e/o provvedimenti da parte della Pubblica Autorità. Le comunicazioni relative alle modifiche sono rese note tramite il sito www.uslecce.it o mediante comunicazione via posta elettronica, invio di messaggio SMS con invito a consultare le modifiche sul sito internet o altrimenti per iscritto”;

d) “Art. 15. I presenti Termini e Condizioni sono regolati dalla legge italiana e dai regolamenti federali. Per qualsiasi controversia relativa alla validità, formazione, conclusione, interpretazione, esecuzione e risoluzione dei suddetti Termini e Condizioni, il foro esclusivamente competente è quello di Lecce”.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

4. Sulla base delle informazioni acquisite ai fini dell'applicazione dell'articolo 37 bis del Codice del Consumo, in data 20 luglio 2020 è stato avviato il procedimento istruttorio CV221 Lecce – Clausole rimborso biglietti nei confronti della società Unione Sportiva Lecce S.p.A.

5. Nella comunicazione di avvio del procedimento è stato rappresentato al professionista che le clausole contenute negli artt. 1, 9, 14 e 15 delle “Condizioni e termini dell'abbonamento/voucher” potevano risultare vessatorie ai sensi degli artt. 33, commi 1 e 2, lett. b), m) e u), nonché 34, comma 1, e 35, comma 1, del Codice del Consumo.

6. Contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento, ai sensi dell'articolo 12, comma 1, del Regolamento, venivano richieste a Lecce alcune informazioni tra cui l'indicazione di elementi

di prova atti a superare la presunzione di vessatorietà ai sensi dell'art. 33, comma 2, lett. *b*), *m*) e *u*), del Codice del Consumo.

7. In data 6 agosto 2020 è stata disposta la consultazione di cui all'articolo 37 *bis*, comma 1, del Codice del Consumo, pubblicando per 30 giorni sul sito istituzionale dell'Autorità (www.agcm.it) un comunicato e le clausole contrattuali oggetto di contestazione. Alla consultazione hanno partecipato l'associazione di consumatori Udicon (Unione per la difesa dei consumatori)² e la Camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura di Prato³.

8. In data 1° settembre 2020 la Società ha presentato una memoria difensiva⁴.

9. Con comunicazione del 21 settembre 2020⁵ Lecce ha dato atto dell'avvenuta eliminazione della clausola di cui all'art. 14 e della modifica di quella di cui all'art. 15 (rinumerato come art. 14), ove è ora previsto quale foro competente pure quello di residenza o domicilio elettivo del consumatore. Con la medesima memoria, la Società ha altresì dato atto della pubblicazione sul proprio sito istituzionale delle condizioni contrattuali per la stagione sportiva 2019/2020 così riformulate⁶:

Condizioni e termini dell'abbonamento/voucher

[...]

Art. 14. Le presenti Termini e Condizioni sono regolati dalla legge italiana e dai regolamenti federali. Per qualsiasi controversia relative alla validità, formazione, conclusione, interpretazione, esecuzione e risoluzione dei suddetti Termini e Condizioni, il foro esclusivamente competente è quello di Lecce ovvero quello del luogo di residenza o di domicilio elettivo dell'Abbonato/Titolare, ove rivesta la qualifica di consumatore ai sensi del Codice del Consumo.

10. In data 27 e 29 ottobre 2020, è stata comunicato, rispettivamente alla Società e a Movimento consumatori, il termine di conclusione della fase istruttoria del procedimento ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento⁷.

11. Il professionista ha presentato la propria memoria conclusiva in data 12 novembre 2020⁸.

12. Movimento consumatori non ha presentato una memoria finale.

2) Gli esiti della consultazione sul sito internet dell'Autorità

13. Nell'ambito della consultazione di cui all'articolo 37 *bis*, comma 1, del Codice del Consumo, tenutasi sul sito istituzionale dell'Autorità (www.agcm.it), il 3 e il 4 settembre 2020 sono rispettivamente pervenuti i contributi dell'associazione di consumatori Udicon e della Camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura di Prato. Entrambe hanno affermato che le descritte clausole sarebbero idonee a determinare un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi

² Cfr. la comunicazione dell'Associazione del 3 settembre 2020, acquisita agli atti del fascicolo in data 15 settembre 2020 (prot. n. 69131).

³ Cfr. la comunicazione della Camera di commercio del 4 settembre 2020, acquisita agli atti del fascicolo in data 15 settembre 2020 (prot. n. 69130).

⁴ Prot. n. 66077.

⁵ Prot. n. 70582.

⁶ Cfr. il verbale di acquisizione delle condizioni contrattuali degli abbonamenti del 9 ottobre 2020, oggetto di rilevazione sul sito del professionista in data 22 settembre, 2, 7 e 9 ottobre 2020.

⁷ Cfr. i protocolli nn. 79589 e 80124.

⁸ Prot. n. 83906.

contrattuali in danno del consumatore. In particolare, Udicon ha sostenuto la vessatorietà delle clausole in esame in base alle norme del Codice del Consumo richiamate dall'Autorità e che tali disposizioni contrattuali attribuirebbero alla Società una serie di facoltà "unilaterali" senza prevedere appositi "contrappesi" a favore del consumatore.

3) Le argomentazioni difensive dal professionista

14. Nelle proprie memorie difensive il professionista ha sostenuto, anzitutto, che la formulazione delle clausole di cui agli artt. 1 e 9 sarebbe giustificata dalla peculiare attività di organizzazione di eventi sportivi, "*dall'appartenenza della [Società] all'Ordinamento settoriale sportivo*", (autonomo da quello statale), nonché dall'affiliazione alla FIGC e alle Leghe organizzatrici delle competizioni. Dunque, questa circostanza sarebbe tale da non rendere vessatorie, ai sensi dell'art. 34, comma 1, del Codice del Consumo, le clausole che escludono o limitano la responsabilità del professionista e il rimborso di quota parte dell'abbonamento.

15. Il professionista ha poi sostenuto che le clausole *ex* artt. 1 e 9 delle condizioni contrattuali indicherebbero chiaramente le conseguenze patrimoniali cui è esposto il consumatore e che il contratto di abbonamento gli attribuirebbe il diritto di assistere a un numero di spettacoli sportivi pari alle gare "casalinghe" della Società, il cui numero e collocazione temporale non è determinabile al momento della sua conclusione.

16. Più in generale, Lecce contestualizza nell'ambito dell'ordinamento sportivo le disposizioni che escludono il rimborso di quota parte dell'abbonamento in caso di obbligo, disposto per legge o provvedimento di autorità pubbliche o sportive, di giocare partite a porte chiuse, ovvero di chiudere settori dello stadio o in caso di squalifica del campo e di disputa di partite in campo neutro.

17. La Società sottolinea che il regime sanzionatorio delineato dal Codice di Giustizia sportiva (artt. 8, 25, 26 e 28 del Codice di Giustizia sportiva) è volto a prevenire comportamenti violenti oppure discriminatori da parte dei tifosi delle società e quindi, più in generale, a tutelare l'ordine pubblico. In particolare, il legislatore sportivo ha costruito un sistema nel quale vengono sanzionati sia le società che i sostenitori. Con la chiusura dello stadio o di settori dello stesso, le società subiscono la perdita economica relativa al mancato introito della vendita dei biglietti e non si giovano del sostegno dei tifosi. I sostenitori, potenziali autori delle condotte che hanno determinato la sanzione, non assistono alla partita e subiscono la perdita economica della quota parte dell'abbonamento relativa alla stessa. In tal modo le società disincentivano i comportamenti violenti e discriminatori dei propri sostenitori, i quali restano indirettamente sanzionati dal mancato rimborso.

18. In tale ottica, ove le *condizioni d'uso degli abbonamenti* prevedessero il rimborso in caso di mancata esecuzione della prestazione non imputabile alla società, quest'ultima sarebbe costretta a rimborsare quei sostenitori che, con la propria condotta violenta o discriminatoria hanno provocato la chiusura dello stadio, di un suo settore, ecc., togliendo quindi alle sanzioni sportive ogni efficacia punitiva. Ne consegue che un'eventuale dichiarazione di vessatorietà delle clausole contrattuali in questione, unitamente alla imposizione alle società di riconoscere il diritto al rimborso contrasterebbe con le richiamate finalità di ordine pubblico.

IV. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

19. In via preliminare, si rileva che quanto sostenuto dalla Società, con riferimento alle esigenze di ordine pubblico e all'autonomia dell'ordinamento sportivo, per escludere il carattere vessatorio delle clausole che limitano i rimborsi per le partite non godute è infondato.

20. L'ipotesi secondo cui le sanzioni previste dal Codice di Giustizia Sportiva della chiusura dello stadio o di suoi settori perderebbero la loro efficacia punitiva nel caso in cui l'Autorità dichiarasse vessatorie le clausole, non può incidere sulla valutazione di abusività effettuata ai sensi degli artt. 34 e 35 del Codice del Consumo. Infatti, in tali norme non sono sanciti canoni ermeneutici secondo i quali i diritti dei consumatori debbano cedere il passo ad altri interessi giudicabili come "superiori". Inoltre, va ricordato che la disciplina a tutela del consumatore ha una dimensione pubblicistica in quanto salvaguarda il mercato nel suo insieme e la correttezza dei rapporti commerciali.

21. Né appare convincente dal punto di vista del metodo e da quello dell'equità l'argomento secondo cui le clausole che escludono i rimborsi per le partite non godute hanno lo scopo di disincentivare i comportamenti violenti e discriminatori dei tifosi. Le clausole in esame, infatti, da un lato hanno l'effetto di penalizzare in maniera indiscriminata tutta la platea degli spettatori per responsabilità che gravano eventualmente soltanto su una parte minoritaria di tifosi; dall'altro, sottraggono il soggetto che organizza l'evento alle responsabilità che gli competono nella prevenzione di eventi contrari all'ordine pubblico e nella vigilanza anche tecnologica sui comportamenti illegittimi dei sostenitori.

22. In tal senso l'Autorità osserva che le *condizioni contrattuali* di altre società di Serie A prevedono clausole che escludono il rimborso del biglietto o quota parte dell'abbonamento non in maniera indiscriminata, ma soltanto nei confronti dei soggetti che hanno concorso a determinare gli eventi sanzionati dal Giudice Sportivo. Tali clausole appaiono idonee, nel rispetto delle norme del Codice del Consumo e del Codice civile, a tutelare da un lato il diritto degli spettatori ad ottenere il rimborso del biglietto in caso di annullamento dell'evento, e d'altro lato a penalizzare i tifosi che si siano resi responsabili degli eventi che hanno determinato la sanzione sportiva, salvaguardando in tal senso le manifeste esigenze di ordine pubblico.

23. Inoltre, sulla presunta autonomia dell'ordinamento sportivo che dovrebbe rilevare ai sensi dell'art. 34, comma 1, del Codice del Consumo, per escludere la vessatorietà delle clausole contestate, si osserva che i rapporti tra l'ordinamento statale e quello sportivo sono regolati dal decreto-legge 19 agosto 2003, n. 220, recante "*Disposizioni urgenti in materia di giustizia sportiva*", convertito dalla legge 17 ottobre 2003, n. 280⁹. Secondo tale disciplina l'autonomia dell'ordinamento sportivo non può riguardare situazioni giuridiche rilevanti per l'ordinamento statale e le controversie relative a rapporti patrimoniali tra società, associazioni ed atleti sono sottoposte alla giurisdizione del Giudice ordinario. Pertanto, l'autonomia dell'ordinamento sportivo non può pregiudicare le situazioni giuridiche protette dall'ordinamento statale, come le norme a

⁹ L'art. 1, comma 2, afferma che "*I rapporti tra l'ordinamento sportivo e l'ordinamento della Repubblica sono regolati in base al principio di autonomia, salvi i casi di rilevanza per l'ordinamento giuridico della Repubblica di situazioni giuridiche soggettive connesse con l'ordinamento sportivo*"; secondo l'art. 3, comma 1, "*Esauriti i gradi della giustizia sportiva e ferma restando la giurisdizione del giudice ordinario sui rapporti patrimoniali tra società, associazioni e atleti, ogni altra controversia avente ad oggetto atti del Comitato olimpico nazionale italiano o delle Federazioni sportive non riservata agli organi di giustizia dell'ordinamento sportivo ai sensi dell'articolo 2, è disciplinata dal codice del processo amministrativo*".

tutela dei consumatori, né per le stesse ragioni può rilevare per regolare i rapporti tra società e consumatori in deroga alle disposizioni del Codice del Consumo e del Codice Civile. Peraltro, l'art. 143, comma 1, del Codice del Consumo definisce espressamente come “*irrinunciabili*” i diritti attribuiti al consumatore e sanziona con la nullità ogni diversa pattuizione.

24. Le clausole indicate al punto II presentano profili di vessatorietà ai sensi della disciplina di cui agli articoli 33 e ss. del Codice del Consumo. In sede di avvio del procedimento è stato rappresentato dal Lecce che, per le clausole riconducibili all'elenco di cui all'articolo 33, comma 2, del Codice del Consumo, vige una presunzione legale di vessatorietà con onere della prova contraria a carico del professionista.

25. La nuova formulazione delle clausole contestate (contenuta nelle “*Condizioni e termini dell'abbonamento/voucher*” per la stagione sportiva 2019/2020 da ultimo pubblicata sul sito del professionista) è idonea a risolvere i profili di vessatorietà evidenziati nella comunicazione di avvio del procedimento con esclusivo riferimento alla disciplina delle modifiche unilaterali del contratto e del foro del consumatore.

26. Per i restanti aspetti, permangono i profili di vessatorietà contestati nella comunicazione di avvio del procedimento relativamente all'esclusione del rimborso di quota parte dell'abbonamento in caso di mancata fruizione dell'evento per ipotesi diverse dall'inadempimento imputabile alla Società *ex* art. 1218 c.c., nonché quelli relativi alla trasparenza contrattuale, essendo rimaste invariate le clausole di cui agli artt. 1 e 9 delle “*Condizioni e termini dell'abbonamento/voucher*” per la stagione sportiva 2019/2020.

Le clausole di cui agli artt. 1 e 9 delle “Condizioni e termini dell'abbonamento/voucher”.

27. Tali clausole escludono, anzitutto, il diritto del consumatore ad ottenere il rimborso di quota parte dell'abbonamento in ipotesi di squalifica del campo, obbligo di disputare gare a porte chiuse, chiusure di settori, riduzioni di capienza dell'impianto, disputa di partite in campo neutro, disposti per legge, regolamenti o da Autorità pubbliche o sportive, per lavori e/o manutenzioni, ragioni di forza maggiore, caso fortuito e di disputa di gare interne presso altri impianti di gioco diversi dallo stadio “*Ettore Gardini*” di Lecce. Queste clausole disconoscono dunque il diritto del consumatore a ottenere in caso di impossibilità sopravvenuta della prestazione, il rimborso di quota parte dell'abbonamento e risultano quindi vessatorie ai sensi degli articoli 33, commi 1 e 2, lett. *b*), nonché 34, comma 1, del Codice del Consumo.

28. Le clausole in esame derogano agli artt. 1463 e 1464 c.c. In caso di impossibilità di fruizione dell'evento sportivo dovuta a cause non imputabili alla Società, secondo quanto previsto dagli artt. 1463 e 1464 c.c., il professionista è tenuto alla restituzione di quanto ricevuto secondo le norme relative alla ripetizione dell'indebitato e, dunque, a rimborsare quota parte dell'abbonamento in misura proporzionale al valore degli eventi sportivi non fruiti. In proposito, gli artt. 1463 e 1464 c.c. individuano come effetto dell'inesatta esecuzione della prestazione la completa o parziale restituzione (o meglio, riduzione) della controprestazione, senza che rilevi l'imputabilità o meno dell'inadempimento.

29. Il giudizio di vessatorietà ora delineato è poi confermato dalla Corte di giustizia dell'Unione Europea e dalla Comunicazione della Commissione europea del 27 settembre 2019 relativa agli “*Orientamenti sull'interpretazione e sull'applicazione della direttiva 93/13/CEE del Consiglio concernente le clausole abusive nei contratti stipulati con i consumatori*”. Secondo il metodo *cd*.

“comparativo” utilizzato dalla Corte, una clausola contrattuale determina per i consumatori un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi contrattuali quando colloca il consumatore in una situazione meno favorevole rispetto a quella prevista dal diritto nazionale applicabile¹⁰. Quanto alla valutazione di vessatorietà delle clausole in esame che escludono il rimborso del rateo di abbonamento in caso di impossibilità sopravvenuta della prestazione, si rileva che esse pongono il consumatore in una condizione meno favorevole di quella derivante dall’applicazione degli artt. 1463 e 1464 c.c., norme generali del diritto dei contratti cui le clausole in esame derogano.

30. Le clausole in esame risultano altresì vessatorie, ai sensi dell’art. 35, comma 1, del Codice del Consumo, nella misura in cui non rispondono al requisito di trasparenza e il consumatore aderente non è posto in condizione di comprendere chiaramente le conseguenze derivanti dalla loro applicazione¹¹. In particolare, l’art. 1 prevede che “*l’eventuale annullamento e rinvio di una o più gare con conseguente modifica di [...] luogo di disputa delle gare devono considerarsi come situazioni possibili ed eventuali*” per le quali “*l’Abbonato accetta il rischio che si verifichino*”. Tale formulazione, non chiarisce quale sia l’effettivo numero di incontri di cui l’abbonato potrà fruire nel corso della stagione sportiva (che sarebbe dunque non determinabile *a priori*).

31. In proposito, si osserva che il contratto di abbonamento non può essere inteso come aleatorio, rispetto al quale il consumatore assume il rischio della mancata fruizione di una o più partite¹². Infatti, l’abbonamento sportivo, in conformità alla prassi del settore e alle condizioni utilizzate da altre Società, comprende, essenzialmente, la fruizione di un numero fisso di partite secondo un calendario definito dalle Autorità sportive, a fronte del pagamento di un corrispettivo globale.

32. La clausola di cui all’art. 9 risulta, inoltre, contraddittoria in quanto esclude il “*diritto al rimborso [...] pro quota [...] dell’abbonamento/voucher*”, facendo al contempo salvi i “*casi di inadempimento colpevole ex art. 1218 c.c.*”, salvo poi circoscrivere in modo ambiguo i diritti del consumatore in ipotesi di “*impossibilità della prestazione per responsabilità oggettiva*”. Tale formulazione risulta

¹⁰ Secondo la pronuncia della Corte di giustizia 14 marzo 2013, causa C-415/11, Aziz, punto 68 “*per appurare se una clausola determini [a danno del consumatore] un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi delle parti derivanti dal contratto, occorre tener conto, in particolare, delle disposizioni applicabili nel diritto nazionale in mancanza di un accordo tra le parti in tal senso. Sarà proprio una siffatta analisi comparatistica a consentire al giudice nazionale di valutare se, ed eventualmente in che misura, il contratto collochi il consumatore in una situazione giuridica meno favorevole rispetto a quella prevista dal vigente diritto nazionale*” (cfr. anche il n. 2 del dispositivo); in tal senso cfr. anche la decisione della Corte 26 gennaio 2017, causa C-421/14, Banco Primus SA, (punto 59 e punto n. 3 del dispositivo). Secondo la citata Comunicazione della Commissione (punto 3.4.2.), “*Quando valutano se una clausola contrattuale «determina, a danno del consumatore, un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi delle parti», i giudici nazionali devono, in primo luogo, raffrontare la clausola contrattuale in questione con le eventuali disposizioni che si applicherebbero nel diritto nazionale in mancanza di tale clausola contrattuale, vale a dire le disposizioni complementari. Tali modelli legislativi si ritrovano in particolare nel diritto contrattuale nazionale, ad esempio nelle norme che determinano le conseguenze del mancato adempimento di determinati obblighi contrattuali di una parte [...] Sarà proprio una siffatta analisi comparatistica a consentire al giudice nazionale di valutare se e in che misura la clausola contrattuale collochi il consumatore in una situazione giuridica meno favorevole rispetto a quella altrimenti prevista dal diritto contrattuale applicabile. La clausola contrattuale potrebbe rendere la situazione giuridica meno favorevole per i consumatori, ad esempio laddove essa limiti i diritti di cui essi godrebbero altrimenti, o potrebbe aggiungere un vincolo al loro esercizio*”.

¹¹ Cfr. la sentenza della Corte di Giustizia dell’Unione Europea, 28 luglio 2016, causa C-191/15, Amazon, secondo cui “*il carattere abusivo di una clausola può derivare da una formulazione che non soddisfi il requisito di redazione chiara e comprensibile stabilito dall’art. 5 della direttiva 93/13*” (punto 68).

¹² Secondo Cass. 7 giugno 1991, n. 6452, “[p]er aversi contratto aleatorio è necessario che l’alea intesa quale rischio, a cui uno o più contraenti ovvero tutti i contraenti si espongono, investa e caratterizzi il negozio nella sua interezza e nella sua formazione, sicché per la natura stessa del negozio o per le specifiche pattuizioni stabilite dai contraenti divenga radicalmente incerto per una o per tutte le parti il vantaggio economico in relazione al quale esse parti si espongono”.

vessatoria poiché non permette ai consumatori di comprendere chiaramente e agevolmente le conseguenze che derivano dall'inadempimento colpevole della Società.

33. Pertanto, le disposizioni contrattuali in esame sono vessatorie ai sensi degli articoli 33, commi 1 e 2, lett. *b*), nonché 34, comma 1, e 35, comma 1, del Codice del Consumo, nella misura in cui determinano a carico dei consumatori un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto ed escludono i diritti e le azioni di questi ultimi nei confronti del professionista in caso di impossibilità sopravvenuta della prestazione¹³.

La clausola di cui all'art. 14 delle "Condizioni e termini dell'abbonamento/voucher".

34. La clausola in esame risulta vessatoria in quanto attribuisce al professionista la facoltà di modificare unilateralmente le condizioni d'uso, senza prevedere un giustificato motivo indicato nella stessa. In particolare, il professionista, in base alla citata disposizione "*si riserva di modificare in ogni momento i Termini e Condizioni con efficacia immediata [...] anche in ipotesi di modifiche legislative e/o provvedimenti da parte della Pubblica Autorità*", determinando a carico del consumatore un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto.

35. Pertanto, la citata clausola (conformemente a quanto affermato in giurisprudenza¹⁴) risulta vessatoria ai sensi degli articoli 33, commi 1 e 2, lett. *m*), nonché 34, comma 1, del Codice del Consumo.

36. L'avvenuta eliminazione dalle condizioni contrattuali della clausola in esame è idonea a risolvere i profili di vessatorietà evidenziati nella comunicazione di avvio del procedimento.

La clausola di cui all'art. 15 delle "Condizioni e termini dell'abbonamento/voucher".

37. La clausola in oggetto risulta vessatoria essendo volta ad imporre per le controversie relative alle condizioni contrattuali in esame la competenza esclusiva del foro di Lecce, in deroga a quello di residenza o di domicilio elettivo del consumatore, determinando a carico di quest'ultimo un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto. L'articolo 33, comma 2,

¹³ Alla medesima conclusione giungono le ordinanze emesse in data 6 dicembre 2019, n. 1109 dal Tribunale di Genova e in data 24 giugno 2019 dal Tribunale di Roma nel giudizio tra Movimento Consumatori e altra società calcistica rispetto a clausole di abbonamento analoghe a quelle in esame. Secondo la prima pronuncia "*la parte che ha già adempiuto alle proprie obbligazioni, che nel caso in esame è l'abbonato, ha diritto ad un rimborso (o riduzione della prestazione), secondo quanto previsto dall'art. 1464 c.c., in misura proporzionale al valore della singola partita compresa nell'abbonamento. In caso contrario, essendo venuta meno la giustificazione del pagamento della quota dell'abbonamento riferita alla partita non vista, si consentirebbe un ingiustificato arricchimento del debitore, in violazione dell'art. 2041 c.c., idoneo ad incidere sulla causa in concreto del rapporto. Ancora più ingiustificato è l'arricchimento della società nell'ipotesi in cui la chiusura dello stadio sia a lei imputabile, ricorrendo in tal caso una vera e propria responsabilità per inadempimento da cui deriva l'obbligo di risarcimento del danno ex art. 1218 c.c.*". In base alla seconda, con riferimento all'ipotesi di "*chiusura dello stadio per problematiche legate alla manutenzione, di competenza dell'ente proprietario, o di irrogazione di sanzioni da parte degli organi della giustizia sportiva che limitino o escludano l'accesso alla tifoseria per fatti commessi da soggetti terzi*", il giudice ha affermato che si verifica "*un'impossibilità della prestazione che, pur non traducendosi in un inadempimento imputabile al debitore, conferisce all'altra parte il diritto alla riduzione della prestazione dovuta o già eseguita*".

¹⁴ Cfr. Cass. sentenza 17 marzo 2010, n. 6481 e Cass. sentenza 21 maggio 2008, n. 13051. Da ultimo, con riferimento alle condizioni contrattuali della società Genoa secondo il Tribunale di Genova (Ordinanza del 6 dicembre 2019, n. 1109), "[l'] *illegittimità dell'art. 17 si manifesta in ragione della violazione dell'art. 33, secondo comma, lettera m) C.d.C nella parte in cui attribuisce in capo alla Società Genoa CFC, il diritto di modificare per sua univoca volontà, in ogni momento e con efficacia immediata, i termini e le condizioni contrattuali*".

lett. *u*), del Codice del Consumo prevede una presunzione di vessatorietà di siffatte clausole come da costante giurisprudenza¹⁵.

38. Pertanto, la citata clausola risulta vessatoria ai sensi degli articoli 33, commi 1 e 2, lett. *u*), nonché 34, comma 1, del Codice del Consumo.

39. La nuova formulazione della clausola in oggetto (rinumerata come art. 14), prevedendo la competenza del giudice del luogo di residenza o di domicilio del titolare, ove questi rivesta la qualifica di “consumatore”, non è connotata da profili di vessatorietà.

RITENUTO che per le clausole descritte al punto II del presente provvedimento e oggetto della comunicazione di avvio del procedimento, vige una presunzione legale di vessatorietà *ex* articolo 33, comma 2, lett. *b*), *m*) e *u*), del Codice del Consumo e che Unione Sportiva Lecce S.p.A. non ha fornito elementi sufficienti per superare tale presunzione;

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che le clausole descritte al punto II del presente provvedimento sono vessatorie ai sensi degli artt. 33, commi 1 e 2, lettera *b*), *m*) e *u*), nonché 34, comma 1, e 35, comma 1, del Codice del Consumo;

RITENUTO, altresì, che l’eliminazione dalle “*Condizioni e termini dell’abbonamento/voucher*” pubblicate sul sito del professionista della clausola relativa alle modifiche unilaterali del contratto (numerata come art. 14 nella versione oggetto della comunicazione di avvio del procedimento) è idonea a risolvere i profili di vessatorietà ivi evidenziati;

RITENUTO, inoltre, che la nuova formulazione della clausola relativa al foro competente (numerata come art. 15 nella versione oggetto della comunicazione di avvio del procedimento) pubblicata sul sito del professionista come articolo 14 delle “*Condizioni e termini dell’abbonamento/voucher*”, non è connotata da profili di vessatorietà;

RITENUTO che, ai sensi dell’articolo 37 *bis*, comma 2, del Codice del Consumo e dell’articolo 23, comma 8 del Regolamento, è dovuta la pubblicazione di un estratto del presente provvedimento per informare compiutamente i consumatori della vessatorietà delle clausole oggetto della presente valutazione sul sito dell’Autorità e su quello della società Unione Sportiva Lecce S.p.A. (<http://www.uslecce.it/>); che appare congruo che la predetta pubblicazione sul sito <http://www.uslecce.it/> abbia la durata di 30 giorni consecutivi; che non si ritengono, inoltre, sussistenti particolari elementi di fatto e di diritto per disporre ulteriori misure di informazione dei consumatori;

¹⁵ Cfr. tra l’altro, Cass. ordinanza 5 agosto 2005, n. 16574, Cass. ordinanza 6 settembre 2007, n. 18743, Cass. ordinanza, 26 settembre 2008, n. 24262, Cass. sentenza 26 aprile 2010, n. 9922, Cass. sentenza 13 agosto 2010, n. 18672, Cass. ordinanza, 20 agosto 2010, n. 18785, Cass. 10 giugno 2011, n. 12872 e Cass. civ. 25 gennaio 2018 n. 1951. Riguardo all’orientamento della Corte di Giustizia europea cfr. CGUE, 27 giugno 2000, causa C-240/98 e C-244/98 e CGUE, causa C-169/05. Da ultimo, con riferimento alle condizioni contrattuali della società Genoa secondo il Tribunale di Genova (ordinanza del 6 dicembre 2019, n. 1109), “*avendo la giurisprudenza di legittimità ormai pacificamente chiarito che nelle controversie tra consumatore e professionista, ai sensi dell’art. 33, comma 2, lett. u), C.d.C., la competenza territoriale esclusiva spetta al giudice del luogo in cui il consumatore ha la residenza od il domicilio elettivo, deve presumersi vessatoria la clausola che stabilisca come sede del foro competente una località diversa; presunzione, quella di vessatorietà della clausola derogatoria, che può essere vinta solo nell’ipotesi in cui il professionista provi che la previsione di altri fori sia frutto di trattativa individuale tra le parti*”.

DELIBERA

- a) che le clausole di cui agli artt. 1, 9, 14 e 15 delle “*Condizioni e termini dell’abbonamento/voucher*” della società Unione Sportiva Lecce S.p.A., descritte al punto II del presente provvedimento, sono vessatorie ai sensi degli articoli 33, commi 1 e 2, lettere *b)*, *m)* e *u)*, nonché 34, comma 1, e 35, comma 1, del Codice del Consumo;
- b) che l’eliminazione dalle “*Condizioni e termini dell’abbonamento/voucher*” pubblicate sul sito del professionista della clausola relativa alle modifiche unilaterali del contratto (numerata come art. 14 nella versione oggetto della comunicazione di avvio del procedimento) è idonea a risolvere i profili di vessatorietà ivi evidenziati;
- c) che la nuova formulazione della clausola relativa al foro competente (numerata come art. 15 nella versione oggetto della comunicazione di avvio del procedimento) pubblicata sul sito del professionista come articolo 14 delle “*Condizioni e termini dell’abbonamento/voucher*”, non è connotata da profili di vessatorietà;

DISPONE

- a) che Unione Sportiva Lecce S.p.A. pubblichi, a sua cura e spese, un estratto del provvedimento ai sensi dell’articolo 37 *bis* del Codice del Consumo e dell’articolo 23, comma 8, del Regolamento, secondo le seguenti modalità:
- 1) il testo dell’estratto del provvedimento è quello riportato nell’allegato al presente provvedimento;
 - 2) il testo dell’estratto del provvedimento dovrà essere pubblicato per 30 giorni consecutivi sulla *home page* del sito <http://www.uslecce.it/>, con adeguata evidenza grafica, entro venti giorni dalla comunicazione dell’adozione del presente provvedimento;
- b) che la pubblicazione del testo dell’estratto del provvedimento dovrà essere preceduta dalla comunicazione all’Autorità della data in cui la stessa avrà luogo e dovrà essere seguita, entro tre giorni, dall’invio all’Autorità di una copia del predetto estratto così come pubblicata sulla *home page* del sito <http://www.uslecce.it/>;
- c) la pubblicazione dovrà ricalcare *in toto* impostazione, struttura e aspetto dell’estratto allegato al presente provvedimento; le modalità di scrittura, di stampa e di diffusione non dovranno essere tali da vanificare gli effetti della pubblicazione; in particolare, nella pagina del sito *internet* di pubblicazione dell’estratto, così come nelle restanti pagine, né altrove, non dovranno essere riportati messaggi che si pongano in contrasto con il contenuto dell’estratto o che comunque tendano ad attenuarne la portata e il significato.

Ai sensi dell’articolo 37 *bis*, comma 2, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza l’Autorità applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 euro a 50.000 euro.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 37 *bis*, comma 4, e dell'art. 135, comma 1, lettera *b*), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di comunicazione dello stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art.8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n.1199 entro il termine di centoventi giorni dalla data di comunicazione del provvedimento stesso.

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

L'estratto del provvedimento è altresì pubblicato, entro venti giorni dalla comunicazione della sua adozione, in apposita sezione del sito *internet* istituzionale dell'Autorità.

IL SEGRETARIO GENERALE

Filippo Arena

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

CV221 - LECCE-CLAUSOLE RIMBORSO BIGLIETTI

Provvedimento n. 28494

Estratto del Provvedimento di chiusura del procedimento CV221 Lecce – Clausole rimborso biglietti

Allegato al provvedimento dell’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato del 15 dicembre 2020 in materia di tutela amministrativa contro le clausole vessatorie *ex* articolo 37 *bis* del Codice del Consumo.

In data 20 luglio 2020 è stato avviato il procedimento CV221 Lecce – Clausole rimborso biglietti, nei confronti della società Unione Sportiva Lecce S.p.A. per presunta vessatorietà di alcune clausole delle “*Condizioni e termini dell’abbonamento/voucher*” per la stagione sportiva 2019/2020.

[OMISSIS]

II. LE CLAUSOLE OGGETTO DI VALUTAZIONE

[OMISSIS]

Costituiscono oggetto di valutazione, limitatamente ai rapporti contrattuali tra la Società e i consumatori, le clausole contenute negli artt. 1, 9, 14 e 15 delle “*Condizioni e termini dell’abbonamento/voucher*” per la stagione sportiva 2019/2020, di seguito trascritte:

a) «Art. 1. *L’abbonamento/voucher è nominativo e dà diritto ad assistere esclusivamente alle Partite Casalinghe (ovvero alle partite di calcio che la Prima Squadra dell’U.S. Lecce S.p.A. (di seguito la “U.S. Lecce” o “ Club”) disputerà “in casa” secondo i Regolamenti Sportivi applicabili del Campionato di Serie A 2019/2020 presso l’impianto sportivo indicato all’atto dell’iscrizione al Campionato e/o altro impianto sportivo successivamente indicato, nel rispetto del calendario, delle date, orari e luoghi stabiliti dalla Lega Nazionale Professionisti Serie A – F.I.G.C. e relative possibili variazioni, qualsiasi sia la causa, nel settore, fila e posto assegnati (o nel diverso settore e/o posto assegnato dall’U.S. Lecce per giustificati motivi organizzativi, di forza maggiore, per caso fortuito, di ordine pubblico, di sicurezza, per disposizioni di autorità pubbliche o sportive). L’Abbonato riconosce che le suddette modifiche e/o variazioni nonché le modifiche della composizione numerica delle squadre partecipanti al Campionato, così come l’eventuale annullamento e rinvio di una o più gare, con conseguente modifica di data, orario ed eventualmente luogo di disputa delle gare devono considerarsi come situazioni possibili ed eventuali per le quali l’Abbonato accetta il rischio che si verifichino. Tutte le modifiche e/o variazioni sopra indicate devono pertanto essere tenute in conto dall’Abbonato all’atto di acquisto dell’abbonamento e non daranno diritto al rimborso del prezzo pro quota dell’abbonamento, né a risarcimenti e/o indennizzi»;*

b) “Art. 9. *La comminazione di squalifica del campo da giuoco, nonché di obbligo di disputare gare a porte chiuse e/o eventuali chiusure di settori e/o riduzione di capienza dell’impianto e/o l’eventuale disputa di partite in campo neutro disposti per Legge, regolamenti o da altro atto o provvedimento di Autorità pubbliche o sportive (inclusi, tra queste, gli organi di giustizia sportiva) o per l’effettuazione di lavori e/o manutenzioni, ragioni di forza maggiore e/o di caso fortuito, così*

come la disputa di gare interne presso altri impianti di gioco diversi dallo Stadio, non generano alcun diritto al rimborso neppure pro quota, né tantomeno a indennizzi o risarcimenti e, nel caso di eventuali spese di trasferta, queste saranno ad esclusivo carico del titolare dell'abbonamento/voucher, tranne che nei casi di inadempimento colpevole ex art. 1218 c.c., con esclusione espressa dell'impossibilità della prestazione per responsabilità oggettiva";

c) "Art. 14. L'U.S. Lecce si riserva di modificare in ogni momento i Termini e Condizioni con efficacia immediata, anche per coloro che avessero già ottenuto l'emissione dell'abbonamento, anche in ipotesi di modifiche legislative e/o provvedimenti da parte della Pubblica Autorità. Le comunicazioni relative alle modifiche sono rese note tramite il sito www.uslecce.it o mediante comunicazione via posta elettronica, invio di messaggio SMS con invito a consultare le modifiche sul sito internet o altrimenti per iscritto";

d) "Art. 15. I presenti Termini e Condizioni sono regolati dalla legge italiana e dai regolamenti federali. Per qualsiasi controversia relativa alla validità, formazione, conclusione, interpretazione, esecuzione e risoluzione dei suddetti Termini e Condizioni, il foro esclusivamente competente è quello di Lecce".

[OMISSIS]

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

[OMISSIS]

Con comunicazione del 21 settembre 2020 la Società ha dato atto dell'avvenuta eliminazione della clausola di cui all'art. 14 e della modifica di quella di cui all'art. 15 (rinumerato come art. 14) [...e] della pubblicazione sul proprio sito istituzionale delle condizioni contrattuali per la stagione sportiva 2019/2020 così riformulate:

Condizioni e termini dell'abbonamento/voucher

[...]

Art. 14. Le presenti Termini e Condizioni sono regolati dalla legge italiana e dai regolamenti federali. Per qualsiasi controversia relative alla validità, formazione, conclusione, interpretazione, esecuzione e risoluzione dei suddetti Termini e Condizioni, il foro esclusivamente competente è quello di Lecce ovvero quello del luogo di residenza o di domicilio elettivo dell'Abbonato/Titolare, ove rivesta la qualifica di consumatore ai sensi del Codice del Consumo.

[OMISSIS]

IV. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

La nuova formulazione delle clausole contestate [...] è idonea a risolvere i profili di vessatorietà evidenziati nella comunicazione di avvio del procedimento con esclusivo riferimento alla disciplina delle modifiche unilaterali del contratto e del foro del consumatore.

[OMISSIS]

Le clausole di cui agli artt. 1 e 9 delle “Condizioni e termini dell’abbonamento/voucher”.

Tali clausole escludono anzitutto il diritto del consumatore ad ottenere il rimborso di quota parte dell’abbonamento in ipotesi di squalifica del campo, obbligo di disputare gare a porte chiuse, chiusure di settori, riduzioni di capienza dell’impianto, disputa di partite in campo neutro, disposti per legge, regolamenti o da Autorità pubbliche o sportive, per lavori e/o manutenzioni, ragioni di forza maggiore, caso fortuito e di disputa di gare interne presso altri impianti di gioco diversi dallo stadio “*Ettore Gardini*” di Lecce. Queste clausole disconoscono dunque il diritto del consumatore a ottenere in caso di impossibilità sopravvenuta della prestazione, il rimborso di quota parte dell’abbonamento e risultano quindi vessatorie ai sensi degli articoli 33, commi 1 e 2, lett. b), nonché 34, comma 1, del Codice del Consumo.

[OMISSIS]

Le clausole in esame risultano altresì vessatorie, ai sensi dell’art. 35, comma 1, del Codice del Consumo, nella misura in cui non rispondono al requisito di trasparenza e il consumatore aderente non è posto in condizione di comprendere chiaramente le conseguenze derivanti dalla loro applicazione.

[OMISSIS]

Pertanto, le disposizioni contrattuali in esame sono vessatorie ai sensi degli articoli 33, commi 1 e 2, lett. b), nonché 34, comma 1, e 35, comma 1, del Codice del Consumo, nella misura in cui determinano a carico dei consumatori un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto ed escludono i diritti e le azioni di questi ultimi nei confronti del professionista in caso di impossibilità sopravvenuta della prestazione.

La clausola di cui all’art. 14 delle “Condizioni e termini dell’abbonamento/voucher”.

La clausola in esame risulta vessatoria in quanto attribuisce al professionista la facoltà di modificare unilateralmente le condizioni d’uso, senza prevedere un giustificato motivo indicato nella stessa. In particolare, il professionista, in base alla citata disposizione “*si riserva di modificare in ogni momento i Termini e Condizioni con efficacia immediata [...] anche in ipotesi di modifiche legislative e/o provvedimenti da parte della Pubblica Autorità*”, determinando a carico del consumatore un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto.

Pertanto, la citata clausola [...] risulta vessatoria ai sensi degli articoli 33, commi 1 e 2, lett. m), nonché 34, comma 1, del Codice del Consumo.

L’avvenuta eliminazione dalle condizioni contrattuali della clausola in esame è idonea a risolvere i profili di vessatorietà evidenziati nella comunicazione di avvio del procedimento.

La clausola di cui all’art. 15 delle “Condizioni e termini dell’abbonamento/voucher”.

La clausola in oggetto risulta vessatoria essendo volta ad imporre per le controversie relative alle condizioni contrattuali in esame la competenza esclusiva del foro di Lecce, in deroga a quello di residenza o di domicilio elettivo del consumatore, determinando a carico di quest’ultimo un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto [...].

Pertanto, la citata clausola risulta vessatoria ai sensi degli articoli 33, commi 1 e 2, lett. *u*), nonché 34, comma 1, del Codice del Consumo.

La nuova formulazione della clausola in oggetto (rinumerata come art. 14), prevedendo la competenza del giudice del luogo di residenza o di domicilio del titolare, ove questi rivesta la qualifica di “consumatore”, non è connotata da profili di vessatorietà.

[OMISSIS]

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che le clausole descritte al punto II del presente provvedimento sono vessatorie ai sensi degli artt. 33, commi 1 e 2, lettera *b*), *m*) e *u*), nonché 34, comma 1, e 35, comma 1, del Codice del Consumo;

RITENUTO, altresì, che l’eliminazione dalle “*Condizioni e termini dell’abbonamento/voucher*” pubblicate sul sito del professionista della clausola relativa alle modifiche unilaterali del contratto (numerata come art. 14 nella versione oggetto della comunicazione di avvio del procedimento) è idonea a risolvere i profili di vessatorietà ivi evidenziati;

RITENUTO, inoltre, che la nuova formulazione della clausola relativa al foro competente (numerata come art. 15 nella versione oggetto della comunicazione di avvio del procedimento) pubblicata sul sito del professionista come articolo 14 delle “*Condizioni e termini dell’abbonamento/voucher*”, non è connotata da profili di vessatorietà;

DELIBERA

a) che le clausole di cui agli artt. 1, 9, 14 e 15 delle “*Condizioni e termini dell’abbonamento/voucher*” della società Unione Sportiva Lecce S.p.A. descritte al punto II del presente provvedimento, sono vessatorie ai sensi degli articoli 33, commi 1 e 2, lettere *b*), *m*) e *u*), nonché 34, comma 1, e 35, comma 1, del Codice del Consumo;

b) che l’eliminazione dalle “*Condizioni e termini dell’abbonamento/voucher*” pubblicate sul sito del professionista della clausola relativa alle modifiche unilaterali del contratto (numerata come art. 14 nella versione oggetto della comunicazione di avvio del procedimento) è idonea a risolvere i profili di vessatorietà ivi evidenziati;

c) che la nuova formulazione della clausola relativa al foro competente (numerata come art. 15 nella versione oggetto della comunicazione di avvio del procedimento) pubblicata sul sito del professionista come articolo 14 delle “*Condizioni e termini dell’abbonamento/voucher*”, non è connotata da profili di vessatorietà;

[OMISSIS]

ACCESSIBILITÀ DEL PAGAMENTO-TUTELA DEL CONSUMATORE

PV12 - AGOS DUCATO-DISCRIMINAZIONE IBAN ESTERI

Provvedimento n. 28490

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 15 dicembre 2020;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo

VISTO il Regolamento (UE) n. 260/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio che stabilisce i requisiti tecnici e commerciali per i bonifici e gli addebiti diretti in euro e che modifica il Regolamento (CE) N. 924/2009, con particolare riferimento agli artt. 9 ed 11;

VISTO il Decreto Legislativo n. 135/2015, di attuazione dell'art. 11 del Regolamento (UE) n. 260/2012, con particolare riferimento al comma 3 dell'art. 3;

VISTA la Parte II, Titolo III, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*" e successive modificazioni (di seguito, Codice del Consumo), e in particolare l'art. 27;

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

VISTO il proprio provvedimento del 22 settembre 2020, con il quale, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, in considerazione delle esigenze istruttorie connesse con la necessità di esaminare le risultanze in atti ai fini della valutazione della fattispecie oggetto del procedimento;

VISTO il proprio provvedimento del 3 novembre 2020, con il quale, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, ritenendo meritevoli di accoglimento le ragioni poste a fondamento di un'istanza formulata dalla società con specifico riferimento alle difficoltà riorganizzative conseguenti all'aggravamento dell'attuale emergenza sanitaria.

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Agos Ducato S.p.A. (di seguito, Agos), società operante nel settore del credito al consumo.

Il Bilancio consolidato della società, relativo all'esercizio chiuso il 31 dicembre 2019, presenta ricavi, calcolati in base a quanto previsto per la determinazione del fatturato degli Enti creditizi e degli altri Istituti finanziari dall'articolo 5, par. 3, del Regolamento n. 139/2004/CE sulle concentrazioni, pari a circa 1.100 milioni di euro.

II. LA CONDOTTA OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

2. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere da Agos, nell'ambito dello svolgimento dell'attività di credito al consumo, consistente nell'impedire alla clientela di provvedere al rimborso dei finanziamenti ricevuti mediante domiciliazione bancaria sui conti correnti accesi presso banche aventi sede nel territorio dell'Unione Europea e non situate nel territorio nazionale e, quindi, con Iban non caratterizzati dalle iniziali "IT", con modalità analoghe a quelle previste per le domiciliazioni su conti correnti nazionali.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

3. A seguito della ricezione di alcune segnalazioni, l'Autorità, in data 4 giugno 2020, comunicava alla parte l'avvio del procedimento istruttorio PV12, contestando la possibile violazione dell'art. 9 del Regolamento (UE) n. 260/2012, ai sensi del quale: *"Il beneficiario che accetta un bonifico o riceve fondi mediante addebito diretto da un pagatore titolare di un conto di pagamento interno all'Unione non specifica lo Stato membro nel quale è situato tale conto di pagamento, sempre che il conto di pagamento sia raggiungibile conformemente all'art. 3"*.

4. In sede di avvio, in particolare, veniva ipotizzata la violazione della suddetta disposizione nella misura in cui risultasse accertato che la società Agos non consente di inserire, nella procedura di addebito automatico, le richieste di pagamento delle rate di rimborso dei finanziamenti attraverso conti correnti con Iban di un Paese UE diverso da quello italiano, realizzandosi, in tal modo, una discriminazione geografica nell'uso dei suddetti strumenti di pagamento (c.d. *"IBAN discrimination"*).

5. In data 7 luglio 2020 Agos forniva le informazioni richieste in sede di avvio del procedimento istruttorio.

6. In data 20 ottobre 2020 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento

7. In data 25 novembre 2020 Agos ha depositato la propria memoria conclusiva.

2) *Le evidenze acquisite*

8. Dalla documentazione in atti emerge, per quanto concerne il sistema di pagamento delle rate di rimborso dei finanziamenti con addebito automatico su conto corrente, che a causa della non idoneità dell'articolazione della propria infrastruttura informatica, e del sistema di rete, Agos non ha consentito la gestione automatizzata delle richieste di addebito ricorrente delle rate con l'Iban di un Paese UE diverso da quello italiano e, pertanto, le richieste di domiciliazione su conti correnti di paesi comunitari risultano essere state gestite dalla società su base individuale. Tale modalità di gestione risulta essere stata integrata dalla società a partire dal mese di novembre 2019, adottando una procedura dedicata per la gestione e il monitoraggio delle richieste di domiciliazione che prevede la compilazione manuale del modello SDD (Sepa Direct Debit). L'implementazione di tale sistema implica che il cliente proceda alla compilazione manuale del modulo per poi trasmetterlo ad Agos; una volta pervenuta la documentazione, debitamente compilata e sottoscritta, la società provvede internamente alla trasmissione del modulo stesso al proprio Ufficio di tesoreria. Sarà tale

ufficio ad autorizzare e processare la domiciliazione delle rate del finanziamento sull'IBAN comunitario.

9. Tali circostanze vengono confermate dalle stesse dichiarazioni della parte, la quale ha affermato, nella propria memoria conclusiva, che *“Agos gestiva su base individuale le richieste di domiciliazione su conto corrente comunitario, garantendone il buon esito ove ne sussistessero i presupposti. Pertanto l'unica differenza che emerge tra il periodo anteriore e quello successivo al novembre del 2019 è che l'implementazione del sistema di monitoraggio ha consentito di proceduralizzare la gestione di tali richieste e di renderla più celere ed efficiente, in entrambi i casi senza alcun costo o aggravio per il cliente e la detta procedura comporta come unica incombenza aggiuntiva per il cliente intenzionato a richiedere l'addebito su IBAN comunitario, la compilazione e la trasmissione del modulo SDD, atteso che la fase successiva viene gestita integralmente in back office dall'Ufficio di Tesoreria della società stessa che, ricevuta la richiesta, provvede ad autorizzarla e processarla. In buona sostanza, vista dalla prospettiva del cliente tale procedura non presenta, al di là di quella sopra descritta, alcuna incombenza ulteriore rispetto a quella prevista per la domiciliazione su conto corrente italiano, né tantomeno costi aggiuntivi”*.

3) Le argomentazioni difensive della Parte

10. Nelle proprie memorie difensive del 7 luglio 2020 Agos ha svolto, tra le altre, le argomentazioni di seguito sintetizzate.

11. In primo luogo, la società ha rappresentato di riconoscere ai propri clienti la possibilità di provvedere alla restituzione delle rate mediante domiciliazione su conti correnti accesi presso banche aventi sede in Stati dell'Unione Europea diversi dall'Italia, accettando, dunque, pagamenti a rimborso provenienti da conti correnti identificati con Iban diverso da quello rispondente allo *standard* italiano (Iban comunitario).

12. In particolare, Agos afferma di aver adottato, a partire da novembre 2019, una procedura di spostamento dell'addebito su Iban comunitario, specificamente volta alla gestione delle richieste pervenute dai clienti, ed un apposito sistema di monitoraggio delle richieste stesse.

13. La società dichiara, dunque, di aver deciso già diversi mesi prima dell'avvio del procedimento di adottare il suddetto sistema di gestione e di monitoraggio *ad hoc* volto ad integrare la precedente modalità di gestione su base individuale delle richieste di addebito su Iban comunitario, al fine di garantire l'evasione delle richieste in questione in maniera efficace.

14. La restituzione delle rate dei finanziamenti erogati al consumatore da Agos può avvenire, alternativamente, con i seguenti mezzi di pagamento: bonifico bancario, addebito diretto su conto corrente, bollettino postale, contanti.

15. Nella propria memoria conclusiva, pervenuta il 25 novembre 2020, Agos ha, preliminarmente, contestato l'applicabilità dell'art. 9 del Regolamento n. 260/2012 alla fattispecie in questione, rilevando che, ai fini dell'applicazione della citata disposizione, assumono rilevanza solo quelle differenze di trattamento suscettibili di escludere, esplicitamente od in via di fatto, il diritto del pagatore straniero di accedere ad uno strumento di pagamento previsto per i pagamenti nazionali. Non è stata, nello specifico, ritenuta corretta un'interpretazione della normativa tesa a conferire rilevanza a qualsiasi differenza prevista a livello di processo interno aziendale per la gestione delle richieste di domiciliazione bancaria.

16. A sostegno della predetta tesi, Agos ha rilevato che alcune Autorità estere - in Germania Bafin ed in Francia Defenseur des Droits - competenti per l'applicazione dell'art. 9 del Regolamento, hanno adottato un orientamento interpretativo teso a verificare la possibilità concreta di accesso ai singoli servizi di pagamento, senza tenere in considerazione eventuali differenze tra le procedure di accesso previste per gli utenti nazionali e per quelli comunitari.

17. Nella memoria conclusiva, la società ha ribadito di avere sempre consentito ai propri clienti la possibilità di rimborsare le rate dei finanziamenti, mediante addebito diretto su conto corrente con Iban comunitario, dunque anche nel periodo antecedente al mese di novembre 2019, senza imporre maggiori oneri a carico del cliente.

18. La Società ha ulteriormente rappresentato che una modifica globale di sistema su tutte le procedure automatizzate, volta ad adeguare integralmente i propri sistemi informatici al modello di gestione delle richieste di addebito su Iban nazionale, comporterebbe degli ingenti costi da sostenere per la società stessa.

19. Infine, la parte sottolinea il numero estremamente esiguo ($[0-500]^*$), nel periodo novembre 2019 - giugno 2020, di richieste di domiciliazione su conto corrente comunitario, rispetto alle numerose ($[300.000-1.000.000]$) richieste di domiciliazione su conto corrente italiano pervenute nello stesso periodo.

IV. VALUTAZIONI

20. In via preliminare, è opportuno sottolineare che l'eliminazione della discriminazione geografica nell'uso di bonifici ed addebiti diretti in euro, quale ostacolo alla piena attuazione del sistema SEPA e, più in generale, alla realizzazione del mercato unico dei pagamenti, rappresenta ed è stata considerata come un obiettivo prioritario a livello europeo.

21. A tale riguardo, l'art. 9 del Regolamento (UE) n. 260/2012 stabilisce, in particolare, che *“Il beneficiario che accetta un bonifico o riceve fondi mediante addebito diretto da un pagatore titolare di un conto di pagamento interno all'Unione non specifica lo Stato membro nel quale è situato tale conto di pagamento, sempre che il conto di pagamento sia raggiungibile conformemente all'art. 3”*.

22. Ciò posto, il presente provvedimento ha ad oggetto la condotta posta in essere da Agos, nell'ambito dello svolgimento dell'attività di credito al consumo, consistente nell'aver operato una discriminazione tra conti correnti italiani e conti correnti esteri, in violazione dei suddetti obblighi di non *“discriminazione”* tra gli strumenti di pagamento all'interno dell'Unione Europea.

23. La condotta in esame può essere posta in essere non solo negando, *tout court*, la possibilità di effettuare bonifici ed addebiti diretti in euro tramite conti correnti non nazionali, ma anche intralciando l'esercizio di tale diritto attraverso modalità di fruizione differenziate rispetto alla domiciliazione su conti correnti italiani. La titolarità di un conto corrente presso un istituto bancario aderente al sistema Sepa rappresenta una realtà unica a prescindere dalla nazione di appartenenza della banca e, in quanto tale, deve essere gestita dagli operatori in modo univoco.

24. L'obiettivo della previsione dell'art. 9 del Regolamento, in precedenza ricordato, può essere raggiunto solamente superando ogni forma di discriminazione tra i conti con IBAN esteri e quelli con IBAN nazionali, anche dal punto di vista della gestione delle richieste di pagamento: procedure

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

diversificate, e in particolare più macchinose per gli IBAN esteri, rischiano di vanificare il conseguimento della piena equivalenza tra tutti i suddetti strumenti di pagamento.

25. Nel caso in esame, l'adozione di un sistema informatico non in grado di gestire tutte le richieste di domiciliazione su conti esteri in maniera indifferenziata e automatizzata, che in sostanza non consente ai consumatori con conti correnti presso banche estere in ambito UE di richiedere ed ottenere, in maniera autonoma, la domiciliazione utilizzando i propri conti, e che non tratta le richieste in questione in maniera identica, rispetto alle richieste di domiciliazione delle utenze su iban nazionali, ha comportato la violazione della normativa richiamata.

26. Infatti, per ammissione della stessa Agos, sopra riportata, nell'ambito dello svolgimento dell'attività di credito al consumo, l'architettura dell'infrastruttura informatica e del sistema di rete non ha consentito e non consente la gestione automatizzata delle richieste di addebito automatico delle rate di finanziamento con l'Iban di un paese UE diverso da quello italiano, con la conseguenza che tali richieste di domiciliazione risultano essere gestite dalla società su base individuale.

27. Da questo punto di vista, la mera introduzione, a decorrere dal mese di novembre 2019, di un sistema proceduralizzato di gestione e monitoraggio delle richieste di domiciliazione su conti correnti esteri, che continuano ad essere lavorate manualmente, non si pone in discontinuità con la condotta adottata dalla società, già prima del mese di novembre 2019, consistente nel non permettere l'inserimento, nella procedura di addebito automatico, delle richieste di pagamento delle rate di rimborso dei finanziamenti con Iban di un Paese UE diverso da quello italiano, e ciò a differenza di quanto avviene per le domiciliazioni nazionali, realizzandosi, in tal modo, una discriminazione geografica nell'uso dei suddetti strumenti di pagamento (c.d. "*IBAN discrimination*").

28. Né il mancato adeguamento da parte della Società a quanto previsto dal regolamento UE n. 260/2012, può considerarsi giustificato dai costi che la società dovrebbe sostenere per allineare i propri sistemi informatici dotandosi di procedure che garantiscano ai clienti l'effettuazione di pagamenti mediante domiciliazione bancaria su conti esteri senza determinare discriminazioni tra quest'ultimi e i conti italiani. È proprio l'obiettivo di assicurare piena interoperabilità nel sistema dei pagamenti a livello europeo che ha determinato l'introduzione della regolamentazione comunitaria volta ad omogeneizzare i sistemi in oggetto.

29. Peraltro, il mancato adeguamento da parte della Società a quanto previsto dal Regolamento UE n. 260/2012 non può considerarsi giustificato nemmeno dall'esiguo numero, secondo quanto riferito dalla società, di casi di utenti interessati al rimborso delle rate da conto estero.

30. In conclusione, la condotta posta in essere da Agos, nell'ambito dello svolgimento dell'attività di credito al consumo, consistente nel non consentire alla clientela gli addebiti diretti, attraverso un sistema automatizzato, delle rate di rimborso dei finanziamenti su conti correnti accesi presso Banche aventi sede in Paesi dell'Unione Europea diversi dall'Italia, così come consentito, invece, sui conti nazionali, integra una violazione del divieto sancito dall'art. 9 del Regolamento (UE) n. 260/2012.

V. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

31. Ai sensi dell'articolo 27, comma 9, del Codice del Consumo, come richiamato dall'art. 3 comma 3 del Decreto Legislativo 18 agosto 2015 n. 135 di attuazione dell'art. 11 del Regolamento (UE) n. 260/2012, con il provvedimento che vieta la condotta posta in essere in violazione dell'art. 9 del

medesimo Regolamento, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

32. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'articolo 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'articolo 27, comma 13, del Codice del Consumo: in particolare, della gravità della violazione, dell'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare l'infrazione, della personalità dell'agente, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

33. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto, nella fattispecie in esame, della dimensione economica dell'operatore che presenta ricavi pari a circa 1.100 milioni di euro. Si tiene, altresì, conto della circostanza che la condotta è stata posta in essere in un contesto di avanzata applicazione del Regolamento (UE) n. 260/2012, e, dunque, in una fase inoltrata di attuazione del mercato unico europeo dei pagamenti, che rappresenta un obiettivo fondamentale dello stesso Regolamento, posto a rischio, secondo la Commissione europea, proprio dalla condotta qui in esame. Infine, si tratta di una condotta che, a prescindere dagli effetti concreti, risulta di per sé manifestamente in contrasto con una disciplina normativa di immediata interpretazione e ormai ben nota.

34. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che il comportamento illecito è stato posto in essere almeno dal mese di febbraio 2014, data di entrata in vigore del sistema SEPA prevista dall'art. 6 del Regolamento (UE) n.260/2012, ed è tuttora in corso¹.

35. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile ad Agos nella misura di 600.000 € (seicentomila euro).

RITENUTO, sulla base delle considerazioni suesposte, che la condotta posta in essere da Agos Ducato S.p.A., consistente nella differente gestione della richiesta di domiciliazione su conto corrente estero, rispetto alle richieste di domiciliazione su conto corrente nazionale, integra una violazione del divieto sancito dall'art. 9 del Regolamento (UE) n. 260/2012;

DELIBERA

a) che la condotta, descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Agos Ducato S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una violazione dell'art. 9 del Regolamento (UE) n. 260/2012, e ne vieta la continuazione;

b) di irrogare alla società Agos Ducato S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di 600.000 € (seicentomila euro);

c) che la società Agos Ducato S.p.A. comunichi all'Autorità, entro il termine di novanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui al punto a).

¹ Le richieste di addebito su Iban comunitario pervenute dai clienti sono tuttora gestite su base individuale da parte della Società. Cfr. memoria difensiva del 7 luglio 2020.

La sanzione amministrativa irrogata deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando i codici tributo indicati nell'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997.

Il pagamento deve essere effettuato telematicamente con addebito sul proprio conto corrente bancario o postale, attraverso i servizi di *home-banking* e CBI messi a disposizione dalle banche o da Poste Italiane S.p.A., ovvero utilizzando i servizi telematici dell'Agenzia delle Entrate, disponibili sul sito *internet* www.agenziaentrate.gov.it.

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio della documentazione attestante il versamento effettuato.

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

Ai sensi dell'articolo 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza al provvedimento 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.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 135, comma 1, lettera b), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'articolo 41, comma 5, del Codice del Processo Amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199 entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

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

Bollettino Settimanale
Anno XXXI- N. 1 - 2021

Coordinamento redazionale

Giulia Antenucci

Redazione

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

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

Realizzazione grafica

Area Strategic Design
