



AUTORITÀ GARANTE  
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

# Bollettino

Settimanale

Anno XXVI - n. 37

**Publicato sul sito [www.agcm.it](http://www.agcm.it)  
24 ottobre 2016**



## SOMMARIO

<b>INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE</b>	<b>5</b>
<b>A489 - NUOVO IMAIE-CONDOTTE ANTICONCORRENZIALI</b>	
<i>Provvedimento n. 26213</i>	5
<b>A501 - CAMERE DI COMMERCIO-MERCATO DEI SERVIZI DI CERTIFICAZIONE DEI VINI DI QUALITÀ</b>	
<i>Provvedimento n. 26214</i>	8
<b>OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE</b>	<b>11</b>
<b>C12049 - BANCA PER LO SVILUPPO DELLA COOPERAZIONE DI CREDITO/BANCA ROMAGNA COOPERATIVA-CREDITO COOPERATIVO ROMAGNA CENTRO E MACERONE</b>	
<i>Provvedimento n. 26186</i>	11
<b>C12068 - A2A CALORE &amp; SERVIZI/CONSUL SYSTEM</b>	
<i>Provvedimento n. 26209</i>	20
<b>ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA</b>	<b>25</b>
<b>AS1301 - BANDO DI GARA PER LA COSTRUZIONE, MANUTENZIONE E GESTIONE DELL'INFRASTRUTTURA DI RETE PASSIVA A BANDA ULTRALARGA NELLE AREE BIANCHE</b>	25
<b>AS1302 - DOCUMENTAZIONE INTEGRATIVA DEL BANDO DI GARA PER LA COSTRUZIONE, MANUTENZIONE E GESTIONE DELL'INFRASTRUTTURA DI RETE PASSIVA A BANDA ULTRALARGA NELLE AREE BIANCHE</b>	27
<b>AS1303 - SCHEMA DI DECRETO LEGISLATIVO DI RECEPIMENTO DELLA DIRETTIVA 2014/26/UE SULLA GESTIONE COLLETTIVA DEI DIRITTI D'AUTORE</b>	31
<b>PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE</b>	<b>34</b>
<b>IP252 - REGISTRO ITALIANO DEI MEDICI</b>	
<i>Provvedimento n. 26210</i>	34
<b>PS10297 - TELEPASS-AUMENTO CANONE</b>	
<i>Provvedimento n. 26212</i>	40
<b>PS10457 - JOSEPH KERR-VENDITA ONLINE PRODOTTI CONTRAFFATTI</b>	
<i>Avviso di comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria.</i>	66
<b>PS10460 - LI YUANLIANG-VENDITA ONLINE PRODOTTI CONTRAFFATTI</b>	
<i>Avviso di comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria.</i>	69
<b>PS10461 - JUSTIN GAUDIO/SUN JIAO-VENDITA ONLINE PRODOTTI CONTRAFFATTI</b>	
<i>Avviso di comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria.</i>	74
<b>PS10462 - TRANI JOHANNA-VENDITA ONLINE PRODOTTI CONTRAFFATTI</b>	
<i>Avviso di comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria.</i>	80
<b>PS10463 - WANG JIAN PIN-VENDITA ONLINE PRODOTTI CONTRAFFATTI</b>	
<i>Avviso di comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria.</i>	84
<b>PS10465 - ZHOU TIAN HE-VENDITA ONLINE PRODOTTI CONTRAFFATTI</b>	
<i>Avviso di comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria.</i>	88
<b>VARIE</b>	<b>91</b>
<b>CONTRIBUTO ALL'ONERE DERIVANTE DAL FUNZIONAMENTO DELL'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO PER L'ANNO 2016 – SOCIETÀ NELLE CONDIZIONI PREVISTE DAL DECRETO DEL MINISTERO DELL'ECONOMIA E DELLE FINANZE DEL 1 SETTEMBRE 2016 (GU n.207 del 5-9-2016)</b>	
<i>Provvedimento n. 26207</i>	91



## INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

### A489 - NUOVO IMAIE-CONDOTTE ANTICONCORRENZIALI

*Provvedimento n. 26213*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 12 ottobre 2016;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287, e, in particolare l'articolo 14-ter introdotto dalla legge 4 agosto 2006, n. 248, che ha convertito con modifiche il decreto-legge 4 luglio 2006, n. 223;

VISTO l'articolo 102 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea (TFUE);

VISTO il Regolamento (CE) 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 (oggi articoli 101 e 102 TFUE);

VISTO la propria delibera del 13 aprile 2016 con la quale è stata avviata un'istruttoria ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, nei confronti di NUOVOIMAIE per accertare l'esistenza di eventuali violazioni dell'articolo 102 del TFUE nel mercato dei servizi di gestione e intermediazione dei diritti connessi al diritto d'autore spettanti agli AIE del settore audiovisivo e del settore musicale;

VISTA la *“Comunicazione sulle procedure di applicazione dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90”*, assunta nell'adunanza del 6 settembre 2012 e pubblicata sul Bollettino n. 35 del 17 settembre 2012;

VISTA la comunicazione del 16 settembre 2016, con cui NUOVOIMAIE ha presentato impegni ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90, come rettificata in data 30 settembre 2016, secondo le modalità indicate nell'apposito *“Formulario per la presentazione degli impegni ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90”*, consistenti in sintesi:

- nell'impegno (Impegno n. 1) a non pubblicizzare in alcun modo l'attività che l'Istituto potrà essere tenuto a svolgere in base al contratto sottoscritto con IMAIE in Liquidazione (di seguito, IMAIE I.L.), in data 3 giugno 2014, né utilizzare in alcun modo le informazioni di cui potrà venire a conoscenza in virtù di tale contratto per finalità estranee al contratto medesimo;
- nell'impegno (Impegno n. 2) a non richiedere l'esclusiva nel contesto di accordi di sponsorizzazione, *partnership* o similari, aventi ad oggetto manifestazioni musicali o cinematografiche;
- nell'impegno (Impegno n. 3) a rendere noto, per iscritto, anteriormente all'iscrizione o al conferimento del mandato da parte di un AIE, che l'Istituto trattiene una percentuale dei diritti raccolti per coprire tutti i suoi costi di gestione (c.d. “aggio”) e che tale percentuale viene quantificata annualmente in sede di formulazione del bilancio, inserendo tali informazioni anche nei moduli di iscrizione e di mandato;

- nell'impegno (Impegno n. 4) a concedere in licenza l'accesso alla banca dati costituita da NUOVOIMAIE (di seguito, "Banca Dati NI"), "a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie (*fair, reasonable and non-discriminatory*)" e con modalità tali da: (i) consentire la piena consultazione ed utilizzo (con tutte le disposizioni di ricerca) della Banca Dati NI al fine di porre in essere tutte le attività di gestione e intermediazione dei diritti connessi al diritto d'autore spettanti agli AIE (ivi compresa l'attività di calcolo del compenso dovuto agli AIE rappresentati, sia nei rapporti con gli utilizzatori, sia nei rapporti con il singolo AIE); (ii) non permettere lo scaricamento dei dati (*download*) e/o il caricamento di dati nuovi o diversi (*upload*);

- nell'impegno (Impegno n. 5) a fornire a tutti gli Intermediari Abilitati copia informatica completa della banca dati di titolarità di IMAIE I.L., ove la stessa dovesse divenire parte del residuo attivo di cui all'art. 7 del Decreto Legge 30 aprile 2010, n. 64, convertito in legge, con modificazioni, dall'art. 1, comma 1, L. 29 giugno 2010, n. 100;

- nell'impegno (Impegno n. 6) ad inviare a tutte le *collecting* estere con cui sia in corso un contratto bilaterale di durata pluriennale, sottoscritto nel periodo che va dalla data di pubblicazione del decreto legge n. 1/2012 alla data di accreditamento del primo Intermediario Abilitato rispettivamente nei settori musicale e audiovisivo, una comunicazione con cui le si informi che, in deroga a quanto previsto dal relativo contratto, NUOVOIMAIE concede alla *collecting* estera il diritto di recedere in qualunque momento, con mero preavviso di 30 giorni, ferma restando, in caso di recesso dal contratto bilaterale da parte della *collecting* estera, la possibilità per le parti di sottoscrivere un contratto unilaterale;

- nell'impegno (Impegno n. 7) ad inviare a tutte le *collecting* estere con cui sia in corso un contratto bilaterale di durata pluriennale una comunicazione con cui le si informi che in Italia operano, oltre al NUOVOIMAIE, altri intermediari iscritti nel registro pubblicato sul sito della Presidenza del Consiglio dei Ministri – Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria, di cui all'art. 3, comma 2, del DPCM 19 dicembre 2012, comunicando altresì i nominativi di tutti gli Intermediari Abilitati e precisando l'indirizzo Internet con cui è possibile rinvenirli;

- nell'impegno (Impegno n. 8) a sottoscrivere, in futuro, con *collecting* estere unicamente contratti di durata annuale che richiedano, per il loro rinnovo, una manifestazione, espressa in forma scritta, della volontà di entrambi i contraenti di rinnovare l'accordo alle medesime condizioni;

- nell'impegno (Impegno n. 9) a proporre ad Artisti 7607 Società Cooperativa (di seguito, Artisti 7607) e a Diritti Artisti IPAA S.r.l. (di seguito, IPAA), con riferimento ai contratti con Sky e Fox relativi al periodo fino al 30 giugno 2014, la costituzione di una Commissione Tecnica cui affidare la determinazione delle somme spettanti agli AIE di ciascuna *collecting*, agli AIE apolidi ed agli AIE non individuati per il periodo 1 novembre 2013 – 30 giugno 2014, nonché l'individuazione di forme di utilizzo delle somme spettanti agli AIE non individuati ed agli AIE apolidi in favore dell'intera categoria;

- nell'impegno (Impegno n. 10) a proporre alle controparti, con riferimento al contratto in essere con AICA e Federalberghi, una modifica contrattuale in modo da prevedere che le somme spettanti all'Istituto siano determinate conformemente a quanto previsto dall'art. 3, comma 3, del DPCM

del 17 gennaio 2014 e sulla base dei dati trasmessi, con riferimento ai singoli anni solari, dalla SIAE;

- nell'impegno (Impegno n. 11) a sottoscrivere in futuro con gli utilizzatori contratti che prevedano la corresponsione, in favore dell'Istituto, unicamente delle somme spettanti agli AIE propri mandanti, offrendo contestualmente a tutti gli Intermediari Abilitati la propria disponibilità a costituire una Commissione Tecnica cui affidare l'incarico di: (i) essere di ausilio nella trattativa con gli utilizzatori con l'obiettivo di rendere più agevole, certa e celere la corresponsione, da parte degli utilizzatori in favore di tutti gli Intermediari Abilitati, dei compensi spettanti agli AIE loro mandanti; (ii) individuare forme di utilizzo delle somme spettanti agli AIE non individuati ed agli AIE apolidi in favore dell'intera categoria;

- nell'impegno (Impegno n. 12) a proporre alla Rai – Radiotelevisione Italiana S.p.A. (di seguito, Rai) per il servizio di metadattazione ed elaborazione dati per *collecting* interpreti ed esecutori, oggetto della procedura competitiva n. 6338691, la sottoscrizione di un contratto di licenza avente ad oggetto “*l'accesso, da parte di un tecnico terzo indipendente individuato dalla stessa Rai, alla Banca Dati NI (ad esclusione dei dati personali relativi agli AIE) a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie (fair, reasonable and non-discriminatory)*”.

CONSIDERATO che gli impegni presentati, nel loro complesso, appaiono non manifestamente infondati e tali da essere suscettibili di pubblicazione;

RITENUTO, pertanto, di poter disporre la pubblicazione dei sopra citati impegni presentati da NUOVOIMAIE, affinché i terzi interessati esprimano le loro osservazioni;

#### DELIBERA

a) di pubblicare in data 24 ottobre 2016 sul sito internet dell'Autorità i sopra citati impegni allegati al presente provvedimento, di cui costituiscono parte integrante, presentati da NUOVOIMAIE ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90;

b) che eventuali osservazioni sugli impegni presentati da NUOVOIMAIE dovranno pervenire per iscritto, entro e non oltre il 23 novembre 2016, alla Direzione Generale per la Concorrenza – Direzione Comunicazioni dell'Autorità (Piazza G. Verdi n. 6/A, 00198 Roma, tel. +39(0)6/85821.831, fax +39(0)6/85821.256);

c) che eventuali rappresentazioni da parte di NUOVOIMAIE della propria posizione in relazione alle osservazioni presentate da terzi sugli impegni, nonché l'eventuale introduzione di modifiche accessorie agli stessi, dovranno pervenire per iscritto all'Autorità entro e non oltre il 23 dicembre 2016.

IL SEGRETARIO GENERALE  
*Roberto Chiappa*

IL PRESIDENTE  
*Giovanni Pitruzzella*

## **A501 - CAMERE DI COMMERCIO-MERCATO DEI SERVIZI DI CERTIFICAZIONE DEI VINI DI QUALITÀ**

*Provvedimento n. 26214*

Roma, 17 ottobre 2016

Il sottoscritto Roberto Chieppa, Segretario Generale dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM), nominato Commissario ad acta con sentenza TAR Lazio 5 luglio 2016, n. 7732, VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la denuncia della società Valoritalia Società per la Certificazione delle Qualità e delle Produzioni Vitivinicole Italiane S.r.l., pervenuta il 12 marzo 2013;

VISTA la lettera del 9 ottobre 2013 con cui l'Autorità ha archiviato la suddetta denuncia;

VISTA la sentenza del Tribunale Amministrativo Regionale per il Lazio, Sezione Prima, 9 settembre 2015, n. 11132;

VISTA la segnalazione AS1265 del 9 marzo 2016, adottata dall'Autorità ai sensi dell'articolo 22 della legge n. 287/1990;

VISTA la sentenza del TAR Lazio, Sezione Prima, 5 luglio 2016, n. 7732;

VISTO l'avvio di procedimento amministrativo, disposto in data 14 settembre 2016, per dare esecuzione alla sentenza TAR Lazio 5 luglio 2016, n. 7732;

VISTA l'ordinanza del Consiglio di Stato, Sezione Sesta, 14 ottobre 2016, n. 4605;

VISTI gli atti del procedimento;

### **1. Le Parti**

1. La società Valoritalia Società per la Certificazione delle Qualità e delle Produzioni Vitivinicole Italiane S.r.l. (di seguito, Valoritalia) è un'impresa attiva nella fornitura di servizi di certificazione delle qualità e delle produzioni vitivinicole italiane in quanto organismo privato autorizzato dal Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali (di seguito, MIPAAF) ai sensi del decreto legislativo 8 aprile 2010, n. 61. Il capitale sociale di Valoritalia è attualmente detenuto dalla società CSQA Certificazioni S.r.l. (42,5%), dalla confederazione vitivinicola Federdoc (42,5%) e dalla società cooperativa Unione Italiana Vini (15%).

2. Le CCIAA di Roma, Taranto e Sassari sono enti pubblici dotati di autonomia funzionale, disciplinati dalla legge 29 dicembre 1993, n. 580, e svolgenti attività d'impresa nella fornitura dei servizi di certificazione delle qualità e delle produzioni vitivinicole italiane in quanto autorità di controllo pubblico designate dal MIPAAF ai sensi del decreto legislativo n. 61/2010.

### **2. I Fatti**

3. Nella sua denuncia del 12 marzo 2013, Valoritalia contestava alle CCIAA di Roma, Taranto e Sassari una serie di condotte risalenti al 2012 nell'ambito del mercato rilevante "*costituito dal servizio di certificazione e controllo dei vini di qualità*". In particolare, Valoritalia contestava: (i) alla CCIAA di Roma, un "*abuso di posizione in riferimento ad informazioni commerciali riservate*" e un "*abuso di posizione in riferimento al potere finanziario derivante dalle disponibilità di risorse finanziarie pubbliche*"; (ii) alla CCIAA di Taranto, un "*abuso di posizione in riferimento ad informazioni commerciali riservate*"; (iii) alla CCIAA di Sassari, un "*abuso di*



*posizione in riferimento al potere finanziario derivante dalle disponibilità di risorse finanziarie pubbliche.*

4. A seguito dell'archiviazione della denuncia disposta dall'Autorità in data 9 ottobre 2013 e il successivo ricorso di Valoritalia dinanzi alla giustizia amministrativa avverso tale archiviazione, il TAR Lazio con sentenza n. 11132/2015 accoglieva il ricorso, disponendo una *“sollecita riedizione, da parte dell'Autorità, della propria attività di accertamento e valutazione delle possibili violazioni denunciate”*. Previo svolgimento di nuove attività pre-istruttorie, l'Autorità adottava la segnalazione AS1265, *Attività di controllo per le denominazioni di origine protetta e le indicazioni geografiche protette nel settore vinicolo*, al fine di contribuire alla definizione di un assetto maggiormente concorrenziale nei mercati relativi a tali attività. Dell'adozione di tale segnalazione si dava comunicazione a Valoritalia con lettera del 18 marzo 2016.

5. A seguito di un nuovo ricorso presentato dalla società Valoritalia per inottemperanza da parte dell'Autorità della precitata sentenza n. 11132/2015, il TAR Lazio, con sentenza n. 7732/2016, accoglieva il ricorso e per l'effetto disponeva la nomina di Commissario *ad acta* del *“Segretario Generale dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, affinché provveda alla sollecita riedizione, da parte dell'Autorità, dell'attività di accertamento e valutazione delle possibili violazioni denunciate nella segnalazione ricevuta da parte della ricorrente, mediante la tempestiva apertura di una istruttoria che consenta la partecipazione della stessa ricorrente e di tutti gli altri soggetti interessati”*.

### **3. Valutazioni**

6. Con l'avvio del procedimento amministrativo del 14 settembre 2016 avente ad oggetto l'esecuzione della citata sentenza del TAR Lazio n. 7732/2016 sono state richieste alle Parti – Valore Italia e le CCIAA di Roma, Sassari e Taranto, nonché altri soggetti istituzionali – documentazione ed elementi informativi, anche sopravvenuti, ritenuti utili ai fini dell'esecuzione della citata sentenza n. 7732/2016. In data 10 ottobre 2016, sulla base delle informazioni ricevute, la Direzione Agroalimentare e Trasporti della Direzione Generale Concorrenza dell'Autorità ha inviato al Commissario *ad acta* una relazione.

7. Tenuto conto che, con ordinanza del Consiglio di Stato n. 4605/2016, è stata respinta la domanda di sospensione, presentata dall'Autorità, della sentenza del TAR Lazio n. 7732/2016 concernente ottemperanza alla sentenza n. 11132/2015, e che dunque, allo stato, la sentenza del TAR Lazio è a tutti gli effetti esecutiva, risulta necessario per il Commissario *ad acta* provvedere all'apertura di un'istruttoria nell'ambito della quale dovranno essere accertati tutti gli elementi oggetto di segnalazione e dunque saranno oggetto di approfondimento nel corso della presente istruttoria: *i)* l'effettiva sussistenza di una posizione dominante in capo alle CCIAA di Roma, Taranto e Sassari sui mercati rilevanti; *ii)* il carattere abusivo delle condotte oggetto di segnalazione.

RITENUTO, pertanto, alla luce di quanto sopra riportato, di dover avviare formale istruttoria ai sensi dell'articolo 14, della legge n. 287/1990, nei confronti delle CCIAA di Roma, Taranto e Sassari, per le condotte oggetto di segnalazione da parte di Valoritalia, salvo l'esito del giudizio di appello proposto dall'Autorità avverso la sentenza TAR Lazio 9 settembre 2015, n. 11132;

## DELIBERA

- a) l'avvio dell'istruttoria ai sensi dell'articolo 14, della legge n. 287/1990, nei confronti della CCIAA di Roma, CCIAA di Taranto, e CCIAA di Sassari, per accertare l'esistenza di violazioni dell'articolo 3 della legge n. 287/1990;
- b) la fissazione, nell'ambito del procedimento principale, del termine di giorni trenta, decorrente dalla data di notificazione del presente provvedimento, per l'esercizio da parte dei legali rappresentanti delle Parti del diritto di essere sentiti, personalmente o a mezzo di procuratore speciale, precisando che la richiesta di audizione dovrà pervenire alla Direzione Agroalimentare e Trasporti della Direzione Generale per la Concorrenza di questa Autorità almeno sette giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;
- c) che il responsabile del procedimento è la dott.ssa Caterina Scarsi;
- d) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione Agroalimentare e Trasporti della Direzione Generale per la Concorrenza di questa Autorità dai rappresentanti legali delle Parti, nonché da persona da esse delegata;
- e) che il procedimento deve concludersi entro il 30 aprile 2017.

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

IL COMMISSARIO *Ad Acta*  
*Roberto Chieppa*

---

## OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

### **C12049 - BANCA PER LO SVILUPPO DELLA COOPERAZIONE DI CREDITO/BANCA ROMAGNA COOPERATIVA-CREDITO COOPERATIVO ROMAGNA CENTRO E MACERONE**

*Provvedimento n. 26186*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 29 settembre 2016;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO, in particolare, l'articolo 19, comma 2, della legge 10 ottobre 1990, n. 287, ai sensi del quale, nel caso in cui le imprese non abbiano ottemperato agli obblighi di comunicazione preventiva di cui al comma 1 dell'articolo 16 della medesima legge, l'Autorità può infliggere loro sanzioni amministrative pecuniarie fino all'1% del fatturato dell'anno precedente a quello in cui è effettuata la contestazione;

VISTA la legge 24 novembre 1981, n. 689 e, in particolare, le disposizioni contenute nei capi I, sezioni I e II;

VISTA la comunicazione di Banca per lo Sviluppo della Cooperazione di Credito S.p.A. pervenuta il 13 maggio 2016 e integrata, a seguito di richiesta di informazioni, in data 28 giugno 2016;

VISTO il proprio provvedimento del 13 luglio 2016, con il quale è stato avviato nei confronti della società Banca per lo Sviluppo della Cooperazione di Credito S.p.A., relativamente all'operazione di acquisizione del controllo esclusivo di parte di impresa di Banca Romagna Cooperativa – Credito Cooperativo Romagna Centro e Macerone – Società Cooperativa in liquidazione coatta amministrativa, realizzata nel luglio 2015, un procedimento per l'eventuale irrogazione della sanzione pecuniaria di cui all'articolo 19, comma 2, della legge n. 287/90, prevista per l'inottemperanza all'obbligo di comunicazione preventiva delle operazioni di concentrazione, disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge;

VISTE le informazioni fornite dalla società Banca per lo Sviluppo della Cooperazione di Credito S.p.A. nel corso dell'audizione tenutasi in data 28 luglio 2016 e nella memoria depositata in data 4 agosto 2016;

VISTO il parere IVASS, pervenuto in data 14 settembre 2016 a seguito di richiesta ai sensi dell'articolo 20, comma 4, della legge n. 287/90;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

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

1. Banca per lo Sviluppo della Cooperazione di Credito S.p.A. (nel seguito, anche 'Banca Sviluppo) è una società che opera in Italia nel settore bancario tradizionale. Banca Sviluppo è controllata da Icrea Holding, la holding finanziaria posta a capo dell'omonimo gruppo attiva nei mercati del credito, del risparmio gestito, delle assicurazioni e nell'offerta di prodotti e servizi alle Banche di Credito Cooperativo e alle Casse Rurali.

Il fatturato realizzato in Italia a livello consolidato dal Gruppo Iccrea, calcolato ai sensi dell'art. 16, comma 2, della legge n. 287/90, è stato pari, nel 2014, a circa [4-5] miliardi di euro<sup>1</sup>.

2. Banca Romagna Cooperativa – Credito Cooperativo Romagna Centro e Macerone – Società Cooperativa (di seguito, anche “BRC”), in liquidazione coatta amministrativa al momento dell'operazione, è una società aderente al sistema del Credito Cooperativo, che opera nel settore bancario tradizionale (raccolta e impieghi) nonché nei settori del credito al consumo, della raccolta indiretta, del risparmio amministrato, del risparmio gestito e in quello assicurativo. Essa esercita la propria attività tramite sportelli bancari ubicati nelle province di Forlì-Cesena e Ravenna.

Il fatturato realizzato in Italia a livello consolidato da BRC, calcolato ai sensi dell'art. 16, comma 2, della legge n. 287/90, al 17 luglio 2015, è stato pari, a circa [50-100] milioni di euro.

## II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. Nel luglio 2015, anteriormente alla comunicazione pervenuta in data 13 maggio 2016, è stata realizzata l'acquisizione da parte di Banca Sviluppo di parte delle attività e passività di BRC, ad esclusione dei crediti in sofferenza, presi in carico dal Fondo di Garanzia Istituzionale del Credito Cooperativo.

4. Ad esito dell'operazione, conclusasi il 17 luglio 2015, Banca Sviluppo ha acquisito il controllo esclusivo del ramo d'azienda di BRC come sopra descritto.

## III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

### *a) La natura dell'operazione*

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

### *b) L'obbligo di comunicazione preventiva*

6. L'operazione descritta rientrava 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 era soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato a livello nazionale, per il periodo al quale l'acquisizione si riferisce (2015), dall'insieme delle imprese interessate era superiore alla soglia di cui al citato articolo, vigente al momento della realizzazione dell'operazione (492 milioni di euro), e quello dell'impresa acquisita era superiore a 49 milioni di euro.

Dalle informazioni fornite e da quanto sopra esposto, emerge che l'operazione di concentrazione è stata perfezionata in un momento anteriore rispetto a quello in cui ne è stata data comunicazione, ovvero al 13 maggio 2016.

## IV. VIOLAZIONE DELL'OBBLIGO DI COMUNICAZIONE PREVENTIVA

7. L'operazione di cui trattasi non è stata oggetto di comunicazione preventiva a questa Autorità, la quale ne ha avuto conoscenza solo successivamente alla sua realizzazione, a seguito della comunicazione da parte di Banca Sviluppo del 13 maggio 2016.

---

<sup>1</sup> Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

## V. LE ARGOMENTAZIONI DI BANCA SVILUPPO

8. Nella comunicazione inviata dalla Parte in data 4 agosto 2016, Banca Sviluppo ha richiesto all’Autorità di non procedere all’irrogazione della sanzione o, in via subordinata, l’irrogazione di una sanzione di importo minimo in considerazione dei seguenti fattori: *i)* assenza di dolo, collaborazione prestata nel corso del procedimento, spontaneità e celerità con cui la Parte ha comunicato formalmente l’Operazione; *ii)* assenza di effetti restrittivi determinati dalla conclusione dell’Operazione di concentrazione.

### *a) L’elemento soggettivo dell’infrazione*

9. Con riferimento alla mancata comunicazione preventiva dell’Operazione, Banca Sviluppo esclude qualsiasi profilo di intenzionalità.

La Parte sottolinea, in primo luogo, la peculiarità del contesto in cui l’Operazione si è perfezionata, caratterizzata dal dissesto finanziario in cui versava BRC, posta in liquidazione coatta amministrativa, e della necessità di garantire la continuità del servizio, di tutelare la clientela ed i creditori.

La Parte evidenzia altresì la complessità delle procedure amministrative espletate per la gestione della situazione di crisi di BRC che ha comportato una sovrapposizione di competenze da parte di diversi interlocutori istituzionali, quali il Ministero dell’Economia e delle Finanze, la Banca Centrale Europea e la Banca d’Italia e, pertanto, la necessità di interfacciarsi con tali soggetti istituzionali nei relativi *iter* procedurali. In tale contesto, la Parte sottolinea che, escludendo l’intenzionalità, la mancata comunicazione preventiva è riconducibile a problematiche organizzative interne.

10. Nell’ambito delle attività finalizzate alla comunicazione da parte della stessa Banca Sviluppo dell’acquisizione di Credito Cooperativo Interprovinciale Veneto Società Cooperativa<sup>2</sup>, la Parte evidenzia di essersi avveduta della mancata comunicazione preventiva dell’acquisizione di BRC e, pertanto, di aver provveduto a comunicare spontaneamente e celermente l’Operazione in esame, prestando la massima collaborazione all’Autorità fornendo le informazioni richieste.

### *b) L’elemento oggettivo dell’infrazione*

11. Banca Sviluppo ha sottolineato l’assenza di effetti negativi dell’omissione della comunicazione, atteso che la conclusione dell’Operazione non ha comportato la creazione o il rafforzamento di una posizione dominante né alcuna modifica sostanziale delle condizioni concorrenziali nei mercati rilevanti in quanto la fusione non ha determinato sovrapposizioni tra gli sportelli bancari di Banca Sviluppo e quelli riconducibili a BRC.

Sul piano sostanziale, infatti, la Parte ha evidenziato come “*Banca Sviluppo non era presente con propri sportelli, al momento dell’Operazione, negli ambiti territoriali – segnatamente le Province di Forlì-Cesena e Ravenna – interessati dall’Operazione , ossia quelli in cui erano ubicati gli sportelli di BRC*”.

Pertanto, secondo la Parte, l’acquisizione di BRC da parte di Banca Sviluppo non ha in alcun modo determinato la variazione degli assetti concorrenziali nelle province di Forlì-Cesena e Ravenna e, pertanto, la mancata comunicazione preventiva non ha avuto conseguenze apprezzabili nei mercati interessati dall’Operazione.

---

<sup>2</sup> Cfr. C12048 – Banca Sviluppo della Cooperazione di Credito / Ramo di Azienda di Credito Cooperativo Interprovinciale Veneto.

## VI. VALUTAZIONI IN RELAZIONE ALL'OMESSA COMUNICAZIONE DELL'OPERAZIONE DI CONCENTRAZIONE

12. Dagli atti del procedimento risulta che l'operazione di concentrazione descritta è stata realizzata in un momento antecedente a quello in cui ne è stata data comunicazione, cosicché il menzionato obbligo di comunicazione preventiva risulta essere stato violato.

Relativamente all'individuazione del soggetto responsabile *ex* articolo 16 della legge n. 287/90, si osserva che, incombendo l'obbligo di comunicazione in capo all'impresa che acquisisce il controllo<sup>3</sup>, la responsabilità della mancata comunicazione dell'operazione in esame deve essere attribuita a Banca Sviluppo.

### a) *Sull'elemento soggettivo dell'infrazione*

13. Relativamente all'elemento soggettivo dell'infrazione, le circostanze accertate non portano a ritenere l'esistenza di una volontà diretta ad eludere dolosamente il controllo preventivo dell'Autorità sulle operazioni di concentrazione.

Sebbene non vi siano agli atti elementi che contraddicano la tesi della Parte di un errore involontario, non si è tuttavia in presenza di condizioni tali da configurare una fattispecie di errore scusabile, poiché quest'ultima ipotesi ricorre solo in presenza di un elemento positivo, estraneo all'autore, che sia stato idoneo ad ingenerare nell'agente l'incolpevole opinione di liceità del suo agire.

14. Nel caso di specie, la stessa Parte, sottolineando la complessità delle procedure amministrative espletate in un contesto di interazione con diverse istituzioni e le condizioni di urgenza che si sono verificate, attribuisce la mancata comunicazione preventiva ad una "*involontaria défaillance a livello organizzativo interno [n.d.r. a Banca Sviluppo]*".

15. L'omessa comunicazione preventiva risulta dunque imputabile ad una manchevolezza da parte di Banca Sviluppo, in base alla quale la colpevolezza dell'omissione non può essere esclusa. Alla luce di tali considerazioni, deve ritenersi applicabile l'articolo 3 della legge n. 689/81, che prevede la responsabilità per qualsiasi azione od omissione cosciente e volontaria, "*sia essa dolosa o colposa*".

### b) *Sull'elemento oggettivo dell'infrazione*

16. Banca Sviluppo ha sottolineato come l'operazione di concentrazione tardivamente comunicata non sia stata idonea a determinare significativi mutamenti dell'assetto concorrenziale dei mercati interessati.

Al riguardo, si osserva come qualsiasi considerazione in ordine agli effetti dell'Operazione non possa comunque rilevare, né ai fini dell'accertamento dell'obbligo della comunicazione preventiva, né ai fini dell'applicabilità della relativa sanzione, ma solo relativamente alla quantificazione di tale sanzione: infatti, le disposizioni di cui all'articolo 19, comma 2, della legge n. 287/90 sono state previste dal legislatore al fine di tutelare il rispetto delle competenze dell'Autorità in relazione al controllo delle concentrazioni, controllo consistente in attività di analisi e verifica necessariamente preventive che risultano, di conseguenza, irrimediabilmente eluse in caso di omessa comunicazione.

---

<sup>3</sup> Cfr. il formulario predisposto dall'Autorità relativo alle "Modalità per la comunicazione di un'operazione di concentrazione tra imprese" (paragrafo D.1).

***c) Irrogazione della sanzione e sua determinazione***

17. Verificata, alla luce di quanto sopra considerato, la violazione dell'articolo 19, comma 2, della legge n. 287/90, e la sua imputabilità alla società Banca Sviluppo, si ritiene di dover procedere all'irrogazione di una sanzione.

A tal fine, l'articolo 11, della legge n. 689/81 dispone di fare riferimento, per la determinazione dell'ammenda, *“alla gravità della violazione, all'opera svolta dall'agente per l'eliminazione o attenuazione delle conseguenze della violazione, nonché alla personalità dello stesso e alle sue condizioni economiche”*.

18. Ai fini della valutazione della gravità dell'infrazione, rilevano innanzitutto gli effetti concorrenziali delle operazioni tardivamente comunicate: sulla base della valutazione svolta più avanti, tali effetti, non risultano pregiudizievoli per la concorrenza nei mercati.

19. Da un punto di vista soggettivo occorre, invece, rilevare che:

i) le argomentazioni avanzate da Banca Sviluppo per giustificare la mancata comunicazione preventiva in violazione del disposto articolo 16, comma 1, della legge n. 287/90, sebbene circostanziate, non presentano elementi tali da escludere la colpevole responsabilità della Parte;

ii) è necessario tenere in debita considerazione il peculiare contesto normativo e di mercato in cui l'Operazione è stata realizzata, della spontaneità della comunicazione, sebbene successiva, nonché della circostanza per cui la Parte ha prestato continua e piena collaborazione nel corso del procedimento.

20. Quanto alla durata dell'infrazione il ritardo risulta, nel caso di specie, pari a circa 10 mesi.

**VII. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE DI CONCENTRAZIONE**

21. In considerazione dell'attività svolta dalle società coinvolte, l'operazione ha interessato diversi mercati ricompresi nel settore bancario tradizionale (impieghi e raccolta), nel credito al consumo, nel settore del risparmio gestito e amministrato, nonché nella distribuzione di prodotti assicurativi.

***a) Mercati della raccolta bancaria***

22. Il mercato della raccolta bancaria identifica l'insieme della raccolta diretta bancaria da clientela ordinaria mediante conti correnti liberi e vincolati, depositi a risparmio, buoni fruttiferi, nonché i certificati di deposito. In tale definizione del mercato della raccolta non è compresa la raccolta postale. In considerazione della scarsa mobilità dal lato della domanda, il mercato della raccolta bancaria ha rilevanza territoriale provinciale.

23. Con riguardo alla raccolta bancaria, le attività di Banca Sviluppo e di BRC non risultavano sovrapporsi in nessun mercato locale, dal momento che Banca Sviluppo, prima dell'Operazione, non era attiva nelle province in cui era presente l'impresa oggetto di acquisizione, ovvero Forlì-Cesena e Ravenna, con delle quote di mercato rispettivamente pari al [5-10%] e allo [inferiore all'1%]. Pertanto, si ritiene che l'Operazione, sostanziandosi nella mera sostituzione di un operatore con un altro, non sia stata idonea ad incidere in maniera significativa sull'assetto concorrenziale dei mercati della raccolta bancaria nelle province interessate.

***b) Mercati degli impieghi***

24. Nell'ambito degli impieghi sono convenzionalmente compresi, nelle diverse e possibili forme tecniche, il credito a breve, medio e a lungo termine. Dal punto di vista della domanda, gli impieghi possono essere distinti in base alla tipologia di soggetti a favore dei quali vengono effettuati, e segnatamente: (i) famiglie consumatrici; (ii) famiglie produttrici-imprese di piccole dimensioni; (iii) imprese di medie e grandi dimensioni; e (iv) enti pubblici. Queste diverse categorie di soggetti, infatti, esprimono differenti esigenze di finanziamento, in relazione alle quali

le banche offrono prodotti/servizi diversificati, e costituiscono, per tali ragioni, altrettanti mercati del prodotto rilevanti.

**25.** Le diverse forme di domanda espressa sembrano caratterizzate anche da differenze in termini di mobilità, e quindi di disponibilità a sostituire l'offerta attraverso la ricerca di altri impieghi su aree geografiche più o meno ampie. In particolare, i mercati degli impieghi alle famiglie e alle piccole imprese presentano una dimensione essenzialmente provinciale, mentre i mercati degli impieghi alle imprese medio-grandi e agli enti pubblici appaiono avere una dimensione geografica regionale.

**26.** Con riferimento ai mercati degli impieghi gli ambiti territoriali di operatività delle Parti al tempo dell'Operazione di concentrazione si sovrapponevano esclusivamente nelle province di Forlì-Cesena e Ravenna. Le quote di mercato congiunte risultavano, nella provincia di Forlì-Cesena, pari a circa il [5-10%] con riferimento a tutti i segmenti del mercato mentre, nella Provincia di Ravenna, le quote congiunte nei vari segmenti risultavano pari a circa il [1-5%].

Pertanto, con riferimento al mercato degli impieghi, alla luce dell'esiguità delle quote di mercato e degli incrementi delle stesse che si sono verificati *post-merger*, pari a circa l'1%, l'operazione non risultava suscettibile di porre in essere alterazioni significative degli assetti concorrenziali.

#### ***c) Settore del risparmio amministrato***

**27.** I servizi del risparmio amministrato ricomprendono l'attività di raccolta, trasmissione e negoziazione di ordini in strumenti finanziari che, nello specifico, consistono nella compravendita, ai fini di investimento, di strumenti finanziari per conto di un investitore che ha effettuato il conferimento di singoli ordini ai medesimi intermediari.

Il servizio è quindi composto da due fasi: in una prima fase avviene la raccolta degli ordini di investimento da parte dell'intermediario e la loro eventuale trasmissione ad un altro intermediario negoziatore; successivamente avviene l'effettiva esecuzione degli ordini, ovvero la negoziazione dei titoli sui mercati finanziari regolamentati e anche non regolamentati.

**28.** L'erogazione dei servizi relativi al mercato del risparmio amministrato risulta strettamente legata con l'attività bancaria tradizionale e, in particolare, con il mercato della raccolta bancaria, in considerazione dell'elevata correlazione tra la detenzione di un conto corrente e di un conto titoli presso il medesimo istituto bancario .

I confini del mercato rilevante, dal punto di vista geografico, sono provinciali in considerazione della limitata disponibilità alla mobilità da parte della clientela finale.

**29.** Con riguardo al risparmio amministrato, le attività di Banca Sviluppo e di BRC non risultavano sovrapporsi in alcun mercato locale, dal momento che Banca Sviluppo, prima dell'Operazione, non era attiva nelle province di attività dell'impresa oggetto di acquisizione, ovvero Forlì-Cesena e Ravenna, con delle quote di mercato rispettivamente pari al [1-5%] ed inferiori all'1%.

Pertanto, si ritiene che l'Operazione, che si è sostanziata nella mera sostituzione di un operatore con un altro, non risultava idonea ad incidere sull'assetto concorrenziale del mercato del risparmio amministrato nelle province interessate.

#### ***d) Settore del risparmio gestito***

**30.** Nell'ambito del settore del risparmio gestito sono ricomprese diverse attività, che corrispondono a distinti mercati del prodotto, e che sono connesse alla (i) gestione di fondi comuni d'investimento mobiliare; (ii) gestione su base individuale di patrimoni mobiliari (GPM) e in fondi (GPF); e (iii) gestione di prodotti della previdenza complementare.



Inoltre, i servizi offerti nell'ambito del risparmio gestito hanno tipicamente una fase della gestione a monte e una fase della distribuzione a valle, ciascuna delle quali porta a individuare mercati distinti lungo la filiera, sia in termini geografici che di prodotto.

La fase della produzione ha una dimensione geografica nazionale, essendo di norma centralizzata e omogenea su tutto il territorio italiano. Per quanto riguarda il mercato della distribuzione, invece, considerando la mobilità della domanda, la dimensione geografica appare correttamente definita a livello provinciale.

**31.** Le Parti risultano tuttora attive esclusivamente nei mercati della distribuzione ed in zone geografiche diverse. Nello specifico, Banca Sviluppo non è attiva nelle province di Forlì-Cesena e Ravenna, dove operava BRC con delle quote di mercato pari rispettivamente pari a circa il [1-5%] e inferiori all'1% in tutti i segmenti del mercato distributivo.

Pertanto, l'acquisizione non ha dato luogo ad una sovrapposizione di quote e, quindi, non appare suscettibile di incidere sulle dinamiche concorrenziali preesistenti. Inoltre, sia Banca Sviluppo che BRC, in quanto appartenenti al sistema del Credito Cooperativo, già risultavano attive nella distribuzione dei prodotti del Gruppo Bancario ICCREA.

#### ***e) Mercato del credito al consumo***

**32.** Per credito al consumo si intende il credito, sotto forma di dilazione di pagamento, di finanziamento o di altra facilitazione finanziaria, a favore di una persona fisica che agisce per scopi estranei all'attività imprenditoriale o professionale eventualmente svolta. Il credito al consumo può essere distinto nelle categorie del credito finalizzato all'acquisto di beni specifici e del credito diretto, quest'ultimo assimilabile alle forme di prestito personale.

Da un punto di vista geografico, la dimensione del mercato del credito diretto risulta circoscritta entro i confini regionali; per quanto riguarda il credito finalizzato, in considerazione dell'omogeneità delle caratteristiche di produzione e di commercializzazione, la dimensione rilevante è nazionale.

**33.** Le Parti, in quanto appartenenti al sistema delle BCC, risultavano già attive nel collocamento di prodotti e servizi del Gruppo Iccrea e, in particolare, i prodotti BCC Credito Consumo. Inoltre, anche qualora si prendesse in considerazione una dimensione geografica del mercato conservativa, ovvero provinciale, si può osservare che Banca Sviluppo non risultava attiva nelle province di Forlì-Cesena e Ravenna, dove operava BRC con delle quote di mercato pari o inferiori all'1%.

Pertanto, si ritiene che, anche nel mercato del credito al consumo, l'Operazione si è configurata come la sostituzione di un operatore con un altro e che non risultava idonea a destare preoccupazioni concorrenziali, in quanto apparivano riscontrabili modifiche significative alle condizioni dell'offerta.

#### ***f) Distribuzione di prodotti assicurativi***

**34.** Con riferimento ai mercati dell'assicurazione vita e danni dove, per consolidato orientamento dell'Autorità, ciascun ramo dei comparti assicurativi vita e danni rappresenta un distinto mercato. Tale distinzione rispetto ai singoli rami assicurativi si fonda, principalmente, sull'oggetto del servizio reso, sui rischi assunti e sull'obiettivo di copertura assicurativa espresso dalla domanda di ogni singolo ramo. Inoltre, i mercati assicurativi danni e vita sono distinti, per ciascun ramo, tra fase produttiva, avente dimensione geografica nazionale, e fase distributiva che si caratterizza per la sua dimensione provinciale.

Nella presente operazione, in ragione dell'attività svolta dalle Parti che sono attive esclusivamente nella fase della distribuzione di prodotti assicurativi, devono essere distinti i mercati distributivi provinciali per i rami vita e danni.

35. Con specifico riferimento a tali mercati, con parere pervenuto in data 14 settembre 2016, l'IVASS non ha evidenziato nell'Operazione la sussistenza di elementi idonei ad alterare gli assetti concorrenziali previgenti.

Come già evidenziato con riferimento ad altri mercati interessati dalla presente operazione, in virtù dell'appartenenza al sistema delle BCC, le parti già distribuivano i prodotti BCC Assicura e BCC Vita del Gruppo ICCREA, stante altresì l'operatività di BRC nelle sole province di Forlì-Cesena e Ravenna, dove Banca Sviluppo non risultava attiva, l'acquisizione non ha dato luogo ad una sovrapposizione di quote e, pertanto, non appare suscettibile di incidere sulle dinamiche concorrenziali preesistenti. Tuttavia, in base alle informazioni fornite dalle parti, la quota di mercato dell'entità *post-merger* risulta pari a circa il [5-10%] nella provincia di Forlì-Cesena ed inferiore all'1% nella provincia di Ravenna.

CONSIDERATO, pertanto, che l'operazione in esame, in quanto ha comportato l'acquisizione del controllo di parte d'impresa, costituiva concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1 lettera b), della legge n. 287/90;

CONSIDERATO che, nell'operazione di cui trattasi, il fatturato totale realizzato a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate nonché dalla parte d'impresa oggetto di acquisizione, per il periodo in relazione al quale l'acquisizione si riferisce, è stato superiore alla soglia minima prevista dell'articolo 16, comma 1, della legge n. 287/90 vigente al momento della realizzazione dell'operazione e che, pertanto, l'operazione in esame era soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva previsto dallo stesso articolo;

CONSIDERATO che l'operazione suddetta non è stata preventivamente comunicata, in violazione dell'articolo 16, comma 1, della legge n. 287/90;

RITENUTI sussistenti i presupposti che giustificano l'irrogazione della sanzione di cui all'articolo 19, comma 2, a carico di Banca Sviluppo nella misura di 5.000 € (cinquemila euro), sanzione che appare congrua a realizzare l'obiettivo di assicurare che l'attività di controllo delle concentrazioni, attribuita all'Autorità, si fondi sul sistematico e diligente rispetto dell'obbligo di comunicazione preventiva stabilito dall'articolo 16 della legge n. 287/90;

RITENUTO, inoltre, con riferimento alla valutazione concorrenziale dell'operazione di concentrazione in esame, che la stessa non è stata suscettibile di determinare, 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;

#### ORDINA

a Banca per lo Sviluppo della Cooperazione di Credito S.p.A., di pagare, quale sanzione amministrativa per la violazione accertata, la somma complessiva di 5.000 € (cinquemila euro), per la mancata comunicazione dell'operazione dell'acquisizione del controllo esclusivo di parte di impresa di Banca Romagna Cooperativa – Credito Cooperativo Romagna Centro e Macerone – Società Cooperativa in liquidazione coatta amministrativa.

La sanzione amministrativa di cui sopra deve essere pagata entro il termine di novanta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando l'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997. Tale modello può essere presentato in formato cartaceo presso gli sportelli delle banche, di Poste Italiane S.p.A. e degli Agenti della riscossione. In alternativa, il modello può essere presentato 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](http://www.agenziaentrate.gov.it).

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore ad 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, Banca per lo Sviluppo della Cooperazione di Credito S.p.A. è tenuta a dare immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio di copia del modello attestante il versamento effettuato.

#### DELIBERA

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

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

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

*Roberto Chieppa*

IL PRESIDENTE

*Giovanni Pitruzzella*

---

**C12068 - A2A CALORE & SERVIZI/CONSUL SYSTEM**

*Provvedimento n. 26209*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 ottobre 2016;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società A2A Calore & Servizi S.r.l., pervenuta il 12 settembre 2016;

VISTI la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

**I. LE PARTI**

1. A2A Calore & Servizi S.r.l. (di seguito, ACS) è una società attiva prevalentemente nel campo del risparmio e dell'efficientamento energetico, operando interventi e progetti finalizzati all'ottenimento di "Titoli di Efficienza Energetica" (di seguito TEE) e risulta accreditata presso il Gestore dei Servizi Energetici S.p.A. (di seguito, GSE) e il Gestore del Mercato elettrico (di seguito, GME) quale *Energy Service Company* (di seguito, anche ESCo). ACS opera inoltre nel mercato del GME al fine di acquistarvi i TEE necessari ai distributori del Gruppo A2A per il conseguimento della quota di relativa spettanza dell'obbligo di risparmio energetico nazionale imposto dal legislatore.

ACS è soggetta alla direzione e al coordinamento da parte di A2A S.p.A. (di seguito, A2A), holding dell'omonimo gruppo, attivo nei settori dell'energia elettrica, del gas naturale, del teleriscaldamento, dei servizi idrici, dei rifiuti, del *facility management*.

Il gruppo A2A ha realizzato, nel 2015, un fatturato (mondiale ed europeo) pari a circa 4,9 miliardi di euro, interamente realizzato nell'Unione Europea, di cui circa [3-4]\* miliardi di euro realizzati in Italia.

2. Consul System S.p.A. (di seguito, Consul) è una società attiva nel ramo dell'efficienza energetica ed è accreditata come *Energy Service Company*. L'attività prevalente di Consul è la consulenza tecnica e ingegneristica finalizzata all'ottenimento dei TEE in relazione ai progetti di incremento di efficienza energetica sviluppati per i clienti. Consul opera principalmente nei confronti di gruppi industriali attivi in settori ad elevato consumo energetico, come la produzione di acciaio, del vetro, di prodotti chimici o nel settore del trasporto pubblico.

Il capitale di Consul risulta attualmente controllato da una persona fisica. Consul ha realizzato, nel 2015, un fatturato pari a circa [50-100] milioni di euro, realizzati interamente in Italia.

**II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE**

3. La comunicazione in esame riguarda l'acquisizione da parte di ACS del controllo esclusivo di Consul. In particolare, ACS acquisirà il 75% del capitale di Consul dai suoi attuali azionisti, venendo così a detenere il controllo esclusivo di tale società.

L'operazione è accompagnata da un patto di non concorrenza, della durata di 2 anni, sottoscritto dai soggetti alienanti in favore dell'acquirente.

---

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

### III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

4. L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo 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 fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 495 milioni di euro e il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dal ramo d'azienda del quale è prevista l'acquisizione è stato superiore a 50 milioni di euro.

5. Con riferimento al patto di non concorrenza tra i soggetti cedenti e ACS, esso appare necessario e proporzionato al fine di assicurare ad ACS il valore dell'acquisizione e, pertanto, configura una restrizione direttamente connessa alla concentrazione secondo quanto previsto dalla Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni<sup>1</sup>.

### IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

#### *Il mercato rilevante e gli effetti dell'operazione*

##### **Il mercato rilevante**

6. In ragione dell'operatività delle Parti, l'operazione in esame interessa il mercato dei servizi di consulenza e progettazione degli interventi di efficienza energetica che danno diritto al rilascio a titoli di efficienza energetica ("TEE", noti anche come Certificati Bianchi) da parte del GSE. Il gruppo A2A infatti opera i suddetti servizi con lo scopo primo di soddisfare gli obiettivi di risparmio energetico delle società del Gruppo, come quantificati in termini di TEE in applicazione delle disposizioni del legislatore nazionale. Il sistema dei TEE costituisce lo strumento attraverso cui il legislatore nazionale ha implementato le previsioni della normativa comunitaria in materia di efficienza energetica.

7. I TEE sono rilasciati dal GSE in favore delle società di distribuzione di energia elettrica e del gas naturale e delle loro controllate, nonché delle *Energy Service Companies* (società accreditate dall'AEEGSI), in ragione della realizzazione di interventi di risparmio energetico, nell'ambito delle politiche comunitarie in materia di efficienza energetica<sup>2</sup>.

8. I TEE, negoziabili sia utilizzando la piattaforma di mercato predisposta dal GME sia attraverso contratti bilaterali, certificano il conseguimento, da parte di grandi distributori di gas o di energia elettrica (che costituiscono i c.d. "*soggetti obbligati*"), o da parte di altri soggetti quali le ESCo (che costituiscono i c.d. "*soggetti volontari*"), di risparmi energetici ottenuti mediante l'utilizzo di tecnologie o sistemi più efficienti.

9. I "*soggetti obbligati*" possono assolvere ai propri obblighi specifici di risparmio energetico con due modalità. In primo luogo, l'obbligo può essere assolto attraverso interventi di miglioramento dell'efficienza energetica, che comportino, a seguito delle relative attività di rendicontazione e verifica, il rilascio, da parte del GSE, di TEE corrispondenti ai risparmi conseguiti. In alternativa, tali "*soggetti obbligati*" possono avvalersi di TEE offerti sul mercato da altri soggetti, consistenti in altri "*soggetti obbligati*" che dispongano di un numero di TEE in eccesso rispetto a quelli

---

<sup>1</sup> Cfr. Commissione Europea, Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (2005/C 56/03), pag. 24-31.

<sup>2</sup> Cfr. provv. n. 25451 del 5 maggio 2015, C11990 - SEL-SOCIETÀ' ELETTRICA ALTOATESINA/AZIENDA ENERGETICA, in Boll. n. 16/15.

richiesti dalla propria quota d'obbligo annuale di competenza, o da "soggetti volontari" che, pur non avendo alcun obbligo, partecipano su tale mercato allo scopo di realizzare profitti. Tra i "soggetti volontari" si possono annoverare le ESCo (ossia le società di servizi energetici), le imprese di distribuzione di energia o gas non soggetti a obbligo, nonché altre tipologie di soggetti<sup>3</sup>.

10. Le ESCo, tra cui figura l'impresa acquisita, sono società accreditate dall'Autorità per l'energia elettrica ed il gas che offrono servizi integrati finalizzati a promuovere interventi di efficienza energetica. I servizi offerti dalla ESCo sono rivolti ad utenti domestici, imprese ed enti pubblici e riguardano una serie di attività, tra cui la progettazione tecnica, il finanziamento degli interventi energetici, l'implementazione dei progetti, il monitoraggio e controllo, in termini di risparmio energetico, dei risultati ottenuti, dai quali dipende anche la loro remunerazione.

11. Sebbene in via generale le ESCo operino su un mercato che, anche in ragione del quadro normativo armonizzato a livello comunitario, potrebbe essere di dimensione sovranazionale<sup>4</sup>, il mercato dei TEE è organizzato su base nazionale, non esistendo accordi di reciprocità tra Italia e altri paesi europei in relazione a tale meccanismo di sostegno dell'efficienza energetica.

#### **Effetti dell'operazione nel mercato dei servizi di consulenza e progettazione degli interventi di efficienza energetica che danno luogo al rilascio di TEE**

12. Il numero annuo di TEE emessi è pubblicamente disponibile dal 2014, sia in forma aggregata che in relazione a ciascun operatore. Per quel che riguarda, invece, il dato dei TEE negoziati, esso viene fornito pubblicamente solo per quel che riguarda il valore aggregato, mentre il valore attribuibile a ciascun operatore non è reso noto: le Parti, pertanto, per quel che riguarda il numero di TEE negoziati, dispongono soltanto del proprio valore (e, conseguentemente, di una stima della propria quota di mercato) ma non di quello individualmente attribuibile ai propri *competitor*.

13. Le Parti rendono noto che, peraltro, il valore dei titoli emessi in favore di uno specifico operatore potrebbe non essere rappresentativo della propria posizione di mercato, in ragione delle modalità operative dello stesso, mentre più significativo appare il dato relativo ai titoli negoziati. A titolo di esempio, l'impresa acquisita Consul viene parzialmente remunerata tramite TEE che non risultano emessi nei confronti della stessa, ma vengono retrocessi dagli operatori (in genere soggetti ad elevati consumi energetici) in favore dei quali Consul ha prestato i propri servizi<sup>5</sup>. Ad ogni modo, in quanto segue, le quote di mercato delle Parti vengono valorizzate in base a entrambi i criteri (cfr. Tabella 1 e Tabella 2).

<sup>3</sup> In particolare completano il quadro i soggetti con obbligo di nomina dell'energy manager di cui all'art. 19 della legge 10/91 e le imprese e gli enti pubblici che abbiano provveduto alla nomina del responsabile per la conservazione e l'uso razionale dell'energia e i soggetti che si dotino di un sistema di gestione dell'energia certificato in conformità alla norma ISO 50001.

<sup>4</sup> In tal senso si è espressa anche l'Autorità nel caso C11726 - EDISON/CSE, provv. n. 23842 dell'8 agosto 2012, in Boll. n. 32/12.

<sup>5</sup> Va infine segnalato che parte della attività di Consul viene remunerata in denaro e non attraverso il riconoscimento di TEE. Le Parti non dispongono di stime sulla dimensione del mercato rilevante per quel che riguarda le remunerazioni in forma monetaria. Ad ogni modo, le stesse Parti rendono noto che soltanto una percentuale minima (circa il [omissis %]) delle attività di Consul nei confronti della propria clientela viene remunerata in denaro, per cui la mancata inclusione di tali ricavi nella quota di mercato di Consul non sembra idonea a modificare significativamente l'apprezzamento della posizione della società nel mercato dei servizi per gli interventi di efficientamento energetico che danno diritto al rilascio di TEE. Ciò anche in considerazione del fatto che una inclusione, all'interno del mercato rilevante, dei ricavi realizzati in forma monetaria dalle ESCo nei servizi da queste svolti al fine di ottenere il rilascio di TEE, accrescerebbe il denominatore della quota di mercato di Consul, potendo quindi comportare perfino una riduzione della quota di mercato attribuibile alla società.

**Tabella 1: Quote di mercato in termini di TEE emessi (anno 2015)**

	Quote di mercato
A2A/ACR	[1-5%]
Consul	[5-10%]
<b>Quota congiunta (post-merger)</b>	<b>[5-10%]</b>

**Tabella 1: Quote di mercato in termini di TEE negoziati (anno 2015)**

	Quote di mercato
A2A/ACR <sup>6</sup>	[5-10%]
Consul	[1-5%]
<b>Quota congiunta (post-merger)</b>	<b>[5-10%]</b>

14. Come si può notare dalla Tabella 1, per quel che riguarda le quote di mercato detenute dalle Parti con riferimento all'ammontare di TEE emessi, l'attività dell'acquirente A2A appare del tutto marginale e l'operazione non sembra pertanto idonea a determinare la costituzione di una posizione dominante nel mercato rilevante così definito<sup>8</sup>.

15. Per quel che riguarda invece le quote di mercato valorizzate in base al numero di TEE negoziati, l'operazione parimenti appare non problematica, in quanto le Parti verrebbero a detenere una quota di mercato congiunta inferiore al 10%.

16. Alla luce delle considerazioni che precedono, la concentrazione in esame non appare idonea a determinare la costituzione di una posizione dominante nel mercato rilevante dei servizi di consulenza e progettazione degli interventi di efficienza energetica che danno diritto al rilascio di titoli di efficienza energetica.

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 il patto di non concorrenza tra ACS e Consul è direttamente connesso e necessario alla presente operazione;

#### 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.

<sup>6</sup> Per quel che riguarda la quota di mercato di A2A, il dato riportato è quello depurato dalle duplicazioni dovute alle transazioni c.d. *intercompany*. [Omissis] [10-15%].

<sup>8</sup> Ciò anche in considerazione della posizione di mercato dei principali concorrenti, tra cui si annoverano gruppi importanti quali ENEL ([10-15%]) ed ENI ([1-5%]).

IL SEGRETARIO GENERALE

*Roberto Chieppa*

IL PRESIDENTE

*Giovanni Pitruzzella*

---



## ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

### AS1301 - BANDO DI GARA PER LA COSTRUZIONE, MANUTENZIONE E GESTIONE DELL'INFRASTRUTTURA DI RETE PASSIVA A BANDA ULTRALARGA NELLE AREE BIANCHE

Roma, 13 maggio 2016

Ministro dello Sviluppo Economico  
Infratel Italia S.p.A.

Con riferimento alla richiesta di parere formulata da codesta Società, pervenuta in data 28 aprile 2016, e relativa allo schema di bando di gara per procedura ristretta finalizzata alla “*concessione di costruzione e gestione di una infrastruttura passiva a banda ultralarga nelle aree bianche*”, l’Autorità, ai sensi dell’articolo 22 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, intende svolgere le seguenti considerazioni.

Lo schema di bando in oggetto si riferisce alla prima fase della procedura ristretta per la scelta di un soggetto concessionario, incaricato della progettazione e costruzione dell’infrastruttura a banda ultralarga nelle aree interessate, nonché della gestione della medesima, garantendo parità di accesso interno-esterno tra tutti gli operatori che offrono servizi nei mercati al dettaglio, secondo condizioni eque e non discriminatorie.

L’Autorità ritiene che l’iniziativa sia meritevole di apprezzamento in quanto, nel favorire l’infrastrutturazione digitale di aree del territorio caratterizzate dalla scarsità di investimenti da parte di soggetti privati, appare suscettibile di produrre un notevole impatto sulla concorrenza nei mercati all’ingrosso e al dettaglio dei servizi di telecomunicazioni nelle c.d. aree bianche. L’Autorità, inoltre, rileva che lo schema di bando, fondato su un modello di intervento diretto, appare – sulla base degli esiti delle gare finora svolte nell’ambito della strategia BUL – idoneo a garantire un confronto concorrenziale più intenso e funzionale ad un’efficiente realizzazione dell’infrastruttura.

I requisiti soggettivi economico-finanziari previsti dal bando appaiono idonei a consentire un ampio confronto concorrenziale in sede di gara, consentendo anche la partecipazione di operatori nuovi entranti, che non hanno necessariamente svolto in passato attività di fornitura di servizi di accesso all’ingrosso a reti in fibra ottica.

Con riguardo ai criteri di aggiudicazione di massima indicati nel bando, si rileva come tra gli stessi figurino anche le misure che il concessionario si impegna ad adottare per garantire la non discriminazione tra i diversi operatori *retail* che utilizzeranno l’infrastruttura realizzata ad esito dell’intervento (“*misure adottate per regolare equivalence rispetto agli operatori*”). A tal proposito, l’Autorità ritiene auspicabile che la proposizione di un modello all’ingrosso o esclusivamente passivo, oltre che il diverso grado di efficacia delle misure di *equivalence* adottate

dai partecipanti, siano tenuti in adeguata considerazione e opportunamente valorizzati secondo un criterio di proporzionalità<sup>1</sup>.

L'Autorità si riserva di esprimere ulteriori valutazioni in ordine ai possibili impatti sulla concorrenza derivanti dall'iniziativa in questione allorché saranno definiti nel dettaglio i criteri di gara.

Il presente parere sarà pubblicato sul bollettino di cui all'articolo 26 della legge n. 287/90. Eventuali esigenze di riservatezza dovranno essere manifestate all'Autorità entro dieci giorni dal ricevimento del presente, precisandone i motivi.

IL PRESIDENTE

*Giovanni Pitruzzella*

---

---

<sup>1</sup> Cfr., sul punto, Indagine conoscitiva congiunta dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato e dell'Autorità per le Garanzie delle Comunicazioni, pubblicata in data 8 novembre 2014.

**AS1302 - DOCUMENTAZIONE INTEGRATIVA DEL BANDO DI GARA PER LA COSTRUZIONE, MANUTENZIONE E GESTIONE DELL'INFRASTRUTTURA DI RETE PASSIVA A BANDA ULTRALARGA NELLE AREE BIANCHE**

Roma, 5 agosto 2016

Ministro dello Sviluppo Economico  
Infratel Italia S.p.A.

Con riferimento alla richiesta di parere formulata da codesta Società, pervenuta in Autorità in data 15 luglio 2016, in merito alla documentazione integrativa relativa alla procedura di gara indetta per la costruzione, manutenzione e gestione di una infrastruttura di rete passiva a banda ultralarga nelle aree bianche del territorio di sei Regioni (Abruzzo, Molise, Emilia Romagna, Lombardia, Toscana, Veneto), l'Autorità, ai sensi dell'articolo 22 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, intende svolgere le seguenti considerazioni.

L'Autorità ribadisce l'apprezzamento per l'iniziativa in oggetto, volta a favorire l'infrastrutturazione con reti a banda ultralarga di aree del territorio nazionale dove gli investimenti dei soggetti privati non avrebbero garantito, nel breve-medio periodo, un adeguato livello di copertura della popolazione con connessioni digitali di nuova generazione.

L'Autorità rileva che, sotto diversi aspetti, l'impianto dello schema di gara sottoposto a parere appare funzionale a promuovere un'efficace concorrenza sia nella gara in questione sia nella fornitura dei servizi di telecomunicazioni agli utenti finali che saranno offerti utilizzando l'infrastruttura pubblica oggetto del bando.

È in tale direzione che, ad esempio, si colloca la previsione secondo cui il concessionario dovrà realizzare l'infrastruttura di accesso a banda ultralarga collegando la nuova rete fino al cosiddetto Punto di Consegna Neutro. Quest'ultimo dovrà essere posizionato e realizzato in modo da non generare situazioni di indebito vantaggio per alcuno degli operatori interessati a comprare servizi di accesso, attivi e passivi, all'ingrosso.

Altrettanto apprezzabile appare la previsione secondo cui, qualora nell'area oggetto della realizzazione della nuova rete sia presente già un'infrastruttura di terzi o di proprietà del concessionario medesimo, di tali *asset* dovrà essere trasferita all'Amministrazione concedente o la proprietà oppure un diritto d'uso. Tali reti, quindi, dovrebbero essere integrate con la nuova infrastruttura di accesso, in modo da evitare duplicazioni, purché si tratti di infrastrutture che non siano caratterizzate da obsolescenza o scarsa capacità di rete. Sul punto, analogamente meritevole di apprezzamento va considerata la valorizzazione dei progetti che prevedono il riutilizzo di infrastrutture già esistenti, anche non consistenti in reti di telecomunicazioni; tale elemento sembra

idoneo a perseguire un obiettivo di efficienza nella realizzazione dell'infrastruttura, nell'ottica di minimizzare i costi dell'investimento<sup>1</sup>.

Come evidenziato specificamente nella richiesta di parere, *“in conformità con quanto stabilito dalla Decisione della Commissione Europea n. SA. 41647 (2016 N), del 30 giugno 2016, al fine di stimolare la concorrenza nei mercati al dettaglio, nello schema di lettera di invito è prevista, nell'ambito dei criteri tecnici di aggiudicazione, una differenziazione di punteggio che valorizza, tra i diversi modelli di gestione presentati dai partecipanti, quelli che contemplano la sola offerta all'ingrosso dei servizi di accesso alla infrastruttura finanziata.”*

L'Autorità condivide tale previsione, sulla quale aveva già avuto modo di esprimersi in precedenti occasioni. In particolare, nel parere dell'11 maggio 2016, l'Autorità aveva proprio ritenuto *“auspicabile che nella valutazione delle offerte il minore grado di integrazione verticale dell'operatore partecipante riceva una opportuna valorizzazione”*, rendendo allo stesso tempo possibile la partecipazione alla gara di soggetti verticalmente integrati mediante *“l'inclusione del modello di equivalence tra i criteri di valutazione delle offerte”*.

Infatti, in presenza di un'infrastruttura di rete non replicabile, lo sviluppo di un'effettiva concorrenza nella fornitura di servizi di telecomunicazione agli utenti finali richiede che sia garantita una piena parità di trattamento nell'accesso all'ingrosso all'infrastruttura.

In linea generale, i rischi di discriminazione sono strettamente connessi con l'integrazione verticale dell'operatore di rete: un operatore di rete attivo anche nei mercati al dettaglio ha sia la capacità che l'incentivo a porre in essere forme di discriminazione per ricercare un (indebito) vantaggio competitivo nella vendita dei servizi finali agli utenti.

In più occasioni, proprio nel settore delle telecomunicazioni, l'Autorità è intervenuta accertando condotte discriminatorie che integravano un abuso di posizione dominante. Da ultimo, si veda la decisione relativa al caso *A428 - WIND-FASTWEB/CONDOTTE TELECOM ITALIA*<sup>2</sup>.

Ciò posto, l'Autorità condivide la previsione di considerare, nell'ambito dei criteri tecnici di aggiudicazione, una differenziazione di punteggio che valorizzi, tra i diversi modelli di gestione presentati dai partecipanti, quelli che offrono maggiori garanzie per il rispetto del principio di non discriminazione, attribuendo il punteggio massimo all'operatore attivo solo nell'offerta dei servizi di accesso all'ingrosso alla infrastruttura finanziata.

Infatti, da un lato, l'operatore verticalmente integrato può far valere eventuali efficienze, ma anche eventuali futuri indebiti vantaggi competitivi, derivanti da tale assetto organizzativo in sede di predisposizione dell'offerta economica. Dall'altro lato, appare opportuno valorizzare le offerte che meglio perseguono l'interesse pubblico connesso ad un efficiente funzionamento dei mercati, limitando il rischio che la gestione di un'infrastruttura essenziale (e finanziata con risorse pubbliche) possa essere fonte di un'alterazione del confronto competitivo.

L'Autorità ritiene altresì che la modulazione del punteggio tecnico in funzione delle diverse soluzioni comportamentali e strutturali per il rispetto del principio di non discriminazione prevista dal bando sia coerente con le diverse garanzie che tali soluzioni offrono.

In particolare, il punteggio più elevato attribuito alle offerte che prevedono il modello organizzativo dell'operatore di rete puro appare coerente con il salto di qualità che la separazione proprietaria presenta rispetto ad altre soluzioni. Si tratta, infatti, dell'unico modello organizzativo

---

<sup>1</sup> Su tale aspetto, la Commissione ha rilevato che *“Italy has paid particular attention to fostering competition among the operators benefiting from the subsidized networks. The decision to design the network in a way that creates, where reasonable, neutral interconnection points [...] is expected to create a level playing field for competition ultimately favouring business and consumers end-users.”* Decisione n. SA. 41647 (2016/N) della Commissione Europea del 30 giugno 2016, paragrafo (114).

<sup>2</sup> Si veda Bollettino n. 20/2013.

che rimuove strutturalmente gli *incentivi* a intraprendere condotte discriminatorie da parte dell'impresa che gestisce la rete.

Si rammenta, in proposito, quanto già espresso dall'Autorità nell'Indagine *conoscitiva sulla concorrenza statica e dinamica nel mercato dei servizi di accesso e sulle prospettive di investimento nelle reti di telecomunicazioni a banda larga e ultralarga*<sup>3</sup>, nonché nel parere reso alla Presidenza del Consiglio dei Ministri nel 2015<sup>4</sup>. Nella stessa direzione si è espressa anche la Commissione Europea, la quale ha sostenuto che “*by favouring a wholesale only model Italy is encouraging non-discriminatory treatment of all access seekers favouring competition at retail level*”<sup>5</sup>.

Infine, circa la differenziazione di punteggio prevista tra il partecipante che si presenta con una società integrata verticalmente e che adotta un modello “comportamentale” di parità di trattamento di tipo *Equivalence of Input* (EoI) e un partecipante integrato a valle con società separata, l'Autorità intende esprimere le seguenti considerazioni. Posto che la separazione societaria non rimuove alla radice gli incentivi alla discriminazione, l'Autorità ritiene che affinché al modello organizzativo con separazione societaria sia attribuito un punteggio più alto rispetto a una società verticalmente integrata che adotta l'*Equivalence of Input*, occorrerebbe richiedere che la separazione societaria sia abbinata all'adozione di quest'ultimo modello di equivalenza nell'accesso. In tal modo, la gradualità della distribuzione dei punteggi in funzione del modello di separazione verticale, prevista dalla lettera di invito, sarebbe maggiormente valorizzata.

Sul punto, si evidenzia che la Commissione Europea ha ritenuto che l'EoI “*sia in linea di principio il sistema più sicuro per ottenere una protezione efficace dalla discriminazione, poiché i richiedenti l'accesso potranno competere con le divisioni a valle dell'operatore SMP verticalmente integrato utilizzando esattamente gli stessi prodotti all'ingrosso regolamentati, agli stessi prezzi e con gli stessi processi per le operazioni. Inoltre, rispetto al principio di «equivalence of output» (EoO), l'EoI è più adatta a garantire trasparenza e permette di affrontare il problema delle asimmetrie informative*”<sup>6</sup>. Inoltre, la Commissione ha reputato l'*Equivalence of Input* particolarmente efficace proprio per le garanzie di non discriminazione nella gestione dei servizi di accesso alle reti di nuova generazione<sup>7</sup>.

---

<sup>3</sup> Indagine conoscitiva congiunta dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato e dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, pubblicata in data 8 novembre 2014. L'Autorità ha sostenuto che “*la realizzazione di un assetto di mercato caratterizzato dall'esistenza di un unico operatore non verticalmente integrato nella fornitura di servizi agli utenti finali costituirebbe la soluzione che appare preferibile sotto il profilo concorrenziale*”.

<sup>4</sup> Parere AS1180, pubblicato nel Bollettino dell'Autorità n. 10 del 30 marzo 2015. L'Autorità ha rilevato che “*la separazione verticale degli operatori che beneficiano di finanziamenti pubblici al fine della realizzazione delle reti di nuova generazione, unitamente all'ulteriore limite di precludere il controllo della società che concorre ai finanziamenti, costituiscono misure idonee a ridurre il rischio che le risorse pubbliche siano utilizzate per finanziare forme di sussidio incrociato ai servizi offerti in concorrenza nei mercati a valle e dunque ad alterare le condizioni competitive*”.

<sup>5</sup> Decisione n. SA. 41647 (2016/N) della Commissione Europea, paragrafo (113).

<sup>6</sup> Raccomandazione della Commissione dell'11 settembre 2013 relativa all'applicazione coerente degli obblighi di non discriminazione e delle metodologie di determinazione dei costi per promuovere la concorrenza e migliorare il contesto per gli investimenti in banda larga (2013/466/UE), paragrafo (13).

<sup>7</sup> In tale occasione, la Commissione ha sostenuto che “*obbligando l'operatore SMP a fornire secondo il principio dell'EoI input all'ingrosso NGA, che in molti casi si appoggiano su sistemi nuovi, è probabile che si creino benefici netti sufficienti; quest'obbligo risulterebbe quindi proporzionato, in considerazione dei costi incrementali di adattamento relativamente inferiori [rispetto a quelli ipotizzabili per la rete in rame, ndr] da sostenere per garantire l'adattamento dei sistemi di nuova costruzione al principio dell'EoI*”. Raccomandazione della Commissione dell'11 settembre 2013 relativa all'applicazione coerente degli obblighi di non discriminazione e delle metodologie di determinazione dei costi per promuovere la concorrenza e migliorare il contesto per gli investimenti in banda larga (2013/466/UE), paragrafo (15).

Il presente parere sarà pubblicato sul Bollettino di cui all'articolo 26 della legge n. 287/90, salvo che non vengano rappresentate, entro trenta giorni dal ricevimento della presente comunicazione, eventuali ragioni ostantive alla pubblicazione.

f.f. IL PRESIDENTE

*Gabriella Muscolo*

---

**AS1303 - SCHEMA DI DECRETO LEGISLATIVO DI RECEPIMENTO DELLA DIRETTIVA 2014/26/UE SULLA GESTIONE COLLETTIVA DEI DIRITTI D'AUTORE**

Roma, 19 ottobre 2016

Ministero dei Beni e delle Attività  
Culturali e del Turismo

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nell'esercizio dei poteri ad essa assegnati dall'articolo 22 della L. 10 ottobre 1990, n. 287, intende formulare alcune osservazioni in merito allo Schema di D. Lgs. di recepimento della Direttiva n. 26/2014<sup>1</sup> sulla gestione collettiva dei diritti d'autore e dei diritti connessi, previsto dall'articolo 20 della Legge di Delegazione europea 12 agosto 2016, n. 170.

Fermo restando quanto già evidenziato in data 1° giugno 2016 in merito alla riserva dell'attività di intermediazione dei diritti d'autore in capo a SIAE, di cui all'articolo 180 della L. 22 aprile 1941, n. 633 (Legge sul Diritto d'autore, di seguito LDA)<sup>2</sup>, e senza esaurire o limitare in alcun modo con il presente parere l'ambito delle eventuali ulteriori criticità che potranno essere segnalate nel prosieguo dei lavori di recepimento, l'Autorità intende sin d'ora rappresentare la problematicità di alcune opzioni prescelte per l'attuazione della Direttiva relativamente alla materia dei diritti connessi al diritto d'autore, le quali emergono dal testo del D. Lgs. deliberato dal Comitato Consultivo Permanente per il Diritto d'Autore il 23 settembre 2016.

In particolare, si rileva che l'articolo 175, comma 1, della LDA, come modificata dallo Schema di D. Lgs., prevede che per essere definiti "*organismi di gestione collettiva*" (di seguito, OGC) gli operatori debbano soddisfare entrambi i requisiti previsti, ossia essere controllati dai membri e non avere scopo di lucro. Tuttavia, tale opzione attuativa della Direttiva n. 26/2014, accedendo a interpretazioni normative restrittive, si presta a una lettura che comporterebbe che le attuali *collecting* italiane concorrenti dell'ex monopolista di settore, NUOVO IMAIE, non possano più svolgere l'attività di intermediazione, essendo per lo più costituite in forma di società e, quindi, a "scopo di lucro". Al fine di proseguire nel percorso già avviato con la liberalizzazione del settore dal Decreto Monti (D.L. 24 gennaio 2012, n. 1), senza introdurre nuovi elementi di incertezza normativa, sarebbe pertanto opportuno prevedere che i requisiti siano alternativi (*controllo da parte dei soci o assenza di scopo di lucro*), tenuto anche conto che l'articolo 3, lettera a), della Direttiva lascia agli Stati membri la facoltà di scegliere tra coesistenza o alternatività dei predetti requisiti per gli OGC. Ciò *a fortiori* poiché il comma 2 dell'articolo 175-bis obbliga gli artisti, interpreti ed esecutori (di seguito, AIE) ad affidare l'attività di intermediazione solo ad OGC.

<sup>1</sup> Direttiva 2014/26/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 26 febbraio 2014, sulla gestione collettiva dei diritti d'autore e dei diritti connessi e sulla concessione di licenze multiterritoriali per i diritti su opere musicali per l'uso online nel mercato interno, in GUUE L 84, 20.3.2014, p. 72-98.

<sup>2</sup> AS1281 – *Gestione collettiva dei diritti d'autore e dei diritti connessi e concessione di licenze multiterritoriali per i diritti su opere musicali per l'uso online nel mercato interno*, in Boll. n. 19/2016.

In merito ai requisiti patrimoniali per l'ingresso sul mercato, inoltre, si rileva che essi risultano indebitamente restrittivi della concorrenza. Al comma 1, lettera *d*), dell'articolo 175-*sexies*, infatti, si obbligano OGC ed "entità di gestione indipendenti" (di seguito, EGI) a dotarsi e a mantenere un patrimonio netto minimo pari al 5% del valore dei diritti amministrati nell'anno precedente e comunque non inferiore a euro 100.000,00 e non superiore a euro 500.000,00. La norma contrasta con il parere AS996 reso dall'Autorità il 28 novembre 2012 sul DPCM sui requisiti minimi<sup>3</sup>, in cui si era già evidenziato che: "[...] *l'applicazione dei principi concorrenziali, come è noto, impone particolare rigore nella valutazione della previsione di garanzie economiche o requisiti dimensionali minimi per poter accedere allo svolgimento di un'attività imprenditoriale. Qualora risultassero necessari per assicurare un certo grado di affidabilità del soggetto che intende fornire taluni servizi, garanzie economiche o requisiti dimensionali minimi dovrebbero essere attentamente calibrati in proporzione alla natura, alla complessità e alla dimensione complessiva dell'attività economica da svolgere. In tale ottica, al fine di incrementare le possibilità di accesso al mercato dell'intermediazione dei diritti in parola, occorrerebbe valutare l'opportunità di ridurre l'entità del patrimonio netto minimo [...]*". Si ritiene pertanto necessario ribadire l'opportunità di prevedere (*i*) un abbassamento della soglia minima (100.000,00 euro), nonché (*ii*) una gradualità nell'incremento della soglia massima (500.000,00 euro).

Analogamente, vale evidenziare che la previsione contenuta nell'articolo 175-*sexies*, comma 1, lettera *e*), relativa ad un fondo di garanzia rischi connessi all'erogazione dei compensi di importo pari al 50% dei diritti non ripartibili, risulta non proporzionato rispetto allo scopo perseguito, tenuto conto delle ampie garanzie patrimoniali già previste. Inoltre, tale requisito appare distortivo del corretto funzionamento del mercato nella misura in cui non incentiva le società d'intermediazione (OGC) a versare nei più brevi tempi possibili i compensi raccolti agli AIE aventi diritto.

Le disposizioni in commento, peraltro, oltre a risultare in contrasto con la liberalizzazione del settore già da tempo avviata, non appaiono neppure necessitate dai criteri direttivi della citata Legge di Delegazione.

Inoltre, l'Autorità rileva che l'adozione delle presenti norme potrebbe essere l'occasione per il consolidamento del quadro giuridico di settore tramite sistematizzazione delle disposizioni in vigore sulla stessa materia e contenute in molteplici testi normativi. In particolare, l'articolo 5 del testo in esame elimina la vigilanza pubblica su NUOVO IMAIE prevista dall'articolo 7, comma 1, della L. 29 giugno 2010, n. 100, senza però abrogare espressamente tale norma. La mancanza di vigilanza pubblica su NUOVO IMAIE desta perplessità tanto più che, in base al comma 2 dell'art. 7 menzionato l'unico destinatario del residuo della Liquidazione del vecchio istituto IMAIE resterebbe NUOVO IMAIE stesso, nonostante non sia più l'unico operatore sul mercato. D'altra parte, l'articolo 7 abroga espressamente solo l'articolo 39, comma 3, del D.L. 24 gennaio 2012, n. 1, convertito con modificazioni dalla L. 24 marzo 2012, n. 27, e il DPCM 19 dicembre 2012, ma nulla dispone su altre norme, dando così origine ad incertezza giuridica. Sul punto, pertanto, si auspica una netta semplificazione del quadro giuridico, così da restituire il mercato alla libera concorrenza, onde salvaguardare, in ultima istanza, la libertà di scelta degli artisti che sono i titolari dei diritti in questione.

Alla luce delle considerazioni sopra esposte, pertanto, l'Autorità auspica una modifica in senso concorrenziale delle disposizioni delegate al Governo ai fini del recepimento della Direttiva 2014/26/UE, nel senso di seguito più specificamente indicato:

---

<sup>3</sup> AS996 – Schema di D.P.C.M. concernente l'individuazione di requisiti minimi per gli intermediari dei diritti connessi, in Boll. n. 48/2012.



1) nell'art. 175 (*Definizioni*), comma 1, che i requisiti degli OGC siano alternativi (controllo da parte dei soci o assenza di scopo di lucro);

2) nell'articolo 175-sexies (*Requisiti degli organismi di gestione collettiva dei diritti connessi al diritto d'autore e degli entità di gestione indipendente*),

- comma 1, lettera d), che il patrimonio netto minimo, comunque denominato, sia riportato agli attuali valori, ossia “*non inferiore a euro 10.000,00 o, entro il limite di euro 120.000,00, al 5% del valore dei diritti amministrati nell'anno precedente*” (art. 1, lettera c), DPCM 19.12.2012) o, in alternativa, che sia previsto (i) un abbassamento della soglia minima (100.000,00 euro), nonché (ii) una gradualità nell'incremento della soglia massima (500.000,00 euro);

- comma 1, lettera e), che sia eliminato o, in ogni caso, ridotto significativamente l'importo del fondo di garanzia rischi connessi all'erogazione dei compensi spettanti agli aventi diritto, con accantonamento vincolato alla ripartizione;

3) il riordino della normativa di settore anche tramite abrogazione espressa nell'articolo 7 dello Schema di D. Lgs. delle disposizioni reciprocamente incompatibili che attualmente regolamentano i diritti connessi in altri testi normativi, riportando tutta la materia nell'alveo della LDA, in quanto oggetto dello Schema di D. Lgs..

Infine, alla luce di ciò che oggi è previsto nel testo di recepimento della Direttiva n. 26/2014, l'Autorità ritiene altresì di dover ribadire la necessità di provvedere nel senso indicato dalla precedente segnalazione AS1281, al fine di aprire alla concorrenza il mercato dell'intermediazione del diritto d'autore, tramite adeguamento del testo di recepimento alle più favorevoli norme per la libertà d'impresa – e, quindi, per la libertà di scelta di autori e utilizzatori – contenute nel quadro normativo europeo, accedendo ad una interpretazione sistematica e non meramente letterale del testo della predetta Direttiva.

Auspica che venga tenuto conto delle determinazioni assunte nel presente parere con riguardo alle criticità concorrenziali evidenziate.

Il presente parere sarà pubblicato sul Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL PRESIDENTE  
*Giovanni Pitruzzella*

---

## PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

### IP252 - REGISTRO ITALIANO DEI MEDICI

*Provvedimento n. 26210*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 ottobre 2016;

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

VISTA la legge 24 novembre 1981, n. 689;

VISTA la propria delibera n. 25709 dell'11 novembre 2015, con la quale l'Autorità ha accertato la scorrettezza della pratica commerciale posta in essere da UNITED Directorios Lda, articolata in una pluralità di condotte consistenti nella preiscrizione unilaterale e non richiesta dei dati aziendali delle microimprese attive nel settore medico-sanitario in una banca dati online, al fine di promuovere la sottoscrizione di un servizio non richiesto di annunci pubblicitari a pagamento mediante il ricorso all'indebito condizionamento del processo decisionale delle microimprese, nonché nella neutralizzazione del diritto di recesso pattiziamente concesso e nel ripetuto invio di avvisi e solleciti di pagamento, accompagnati in alcuni casi dalla minaccia di adire le vie legali per il recupero coattivo del credito vantato;

VISTA la propria delibera n. 25972 del 13 aprile 2016, con la quale l'Autorità ha contestato a UNITED Directorios Lda la violazione dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, per non avere ottemperato alla suddetta delibera n. 25709 dell'11 novembre 2015;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

### I. PREMESSA

#### *a) Il provvedimento di scorrettezza*

1. Con provvedimento n. 25709 dell'11 novembre 2015, l'Autorità, all'esito del procedimento PS10070, ha ritenuto che la pratica commerciale posta in essere da UNITED Directorios Lda (di seguito anche "UNITED") nei confronti delle microimprese italiane fosse scorretta, ai sensi degli artt. 20, 24, 25, comma 1, lettere *d*) ed *e*), nonché 26, comma 1, lettera *f*), del Codice del Consumo, e ne ha vietato la diffusione o continuazione. Con tale provvedimento, in particolare, l'Autorità ha accertato il carattere scorretto della pratica commerciale realizzata dal professionista e articolata in una serie di condotte volte a promuovere un servizio in abbonamento di annunci pubblicitari *online*, a ostacolare l'esercizio del diritto di recesso pattiziamente concesso, nonché a richiedere

con modalità aggressive il pagamento delle rate di tale abbonamento facendo anche ricorso alla minaccia di agire in giudizio.

2. Con richieste di intervento pervenute successivamente alla notifica della suddetta delibera, varie microimprese italiane sottoscrittrici dell'abbonamento in questione hanno segnalato di aver ricevuto delle richieste di pagamento, sia da parte di UNITED<sup>1</sup> sia da parte di una società di recupero crediti alla quale lo stesso professionista ha conferito formale mandato<sup>2</sup>. Tali richieste di pagamento si caratterizzano per il fatto che, da un lato, fanno riferimento a somme di denaro sempre più elevate perché, all'importo originariamente richiesto, si aggiungono, per ogni sollecito, ulteriori somme a titolo di interessi e spese di mora e, dall'altro, contengono anche espressioni intimidatorie usate per minacciare il recupero coattivo di un credito indebitamente vantato.

3. L'invio delle predette richieste di pagamento costituisce, dunque, la reiterazione di una delle condotte facenti parte integrante della pratica commerciale considerata scorretta dall'Autorità con la delibera n. 25709 dell'11 novembre 2015, sicché risulta che il professionista, successivamente alla notifica di tale delibera, ha posto nuovamente in essere la suddetta pratica commerciale scorretta.

4. Pertanto, con provvedimento n. 25972 del 13 aprile 2016, notificato al professionista in data 11 maggio 2016, l'Autorità ha contestato a UNITED di aver violato la delibera n. 25709 dell'11 novembre 2015.

#### ***b) Gli elementi acquisiti in sede di verifica dell'ottemperanza***

5. Sulla base di una serie di segnalazioni pervenute nel periodo marzo – agosto 2016<sup>3</sup>, anche da parte di associazioni di consumatori e utenti<sup>4</sup>, è emerso che UNITED ha continuato ad inviare solleciti di pagamento e proposte transattive nei confronti delle microimprese italiane coinvolte dalla pratica commerciale scorretta di cui alla delibera n. 25709 dell'11 novembre 2015.

6. In primo luogo è stato riscontrato che il professionista ha inoltrato a microimprese italiane ripetuti solleciti aventi ad oggetto il pagamento delle rate dell'abbonamento al proprio servizio di annunci pubblicitari. In particolare, successivamente al mese di novembre 2015, si ha evidenza del fatto che UNITED ha provveduto a inviare alle microimprese italiane sottoscrittrici del summenzionato abbonamento solleciti e intimazioni di pagamento, con cui si richiede il pagamento delle somme maturate per ciascuna delle annualità coperte dall'abbonamento offerto da UNITED, maggiorate delle somme richieste a titolo di “*spese di sollecito e recupero crediti*”, minacciando che in caso di mancato pagamento si procederà ad “*adire l'autorità giudiziaria competente*”<sup>5</sup>.

7. In secondo luogo, dai documenti agli atti emerge che alcuni segnalanti hanno ricevuto, mediante *e-mail*, proposte transattive, alcune delle quali volte ad ottenere il pagamento di tre annualità con stralcio degli interessi di mora. Si ha evidenza, inoltre, del fatto che il professionista, nel caso in cui non riesca ad ottenere il pagamento del credito asseritamente vantato attraverso l'anzidetta proposta transattiva, faccia pervenire, sempre a mezzo *e-mail* e in un ridotto lasso temporale, dei

---

<sup>1</sup> Cfr. doc. n. 11.

<sup>2</sup> Cfr. doc. n. 4.

<sup>3</sup> Cfr., in particolare, docc. nn. 1 e 16.

<sup>4</sup> Cfr. doc. n. 9.

<sup>5</sup> Cfr. doc. n. 8.

solleciti di pagamento alle microimprese precedentemente contattate, minacciando di intraprendere nei loro confronti una procedura esecutiva per l'intero importo maturato, oltre interessi e spese<sup>6</sup>.

## II. LE ARGOMENTAZIONI DELLA PARTE

8. La Parte non ha fatto pervenire alcuna memoria difensiva nel corso del procedimento.

## III. VALUTAZIONI

9. Alla luce delle risultanze istruttorie, si ritiene che il comportamento posto in essere dal professionista costituisce inottemperanza alla delibera n. 25709 dell'11 novembre 2015.

10. Risulta infatti che le condotte poste in essere da UNITED continuano a configurare gli estremi di una pratica commerciale aggressiva. Infatti, è emerso che UNITED ha seguitato ad inviare ripetuti avvisi e solleciti di pagamento alle microimprese sottoscrittrici dell'abbonamento e a formulare solleciti di pagamento e proposte transattive, indicando peraltro un termine molto breve per la definizione delle stesse.

11. Tali solleciti, in particolare, sono caratterizzati da richieste economiche sempre più elevate, in quanto il professionista esige anche il pagamento di somme a titolo di spese di sollecito e recupero crediti<sup>7</sup>. In alcuni solleciti UNITED è ricorso anche all'utilizzo di espressioni minacciose, asserendo espressamente che *“la nostra casa editrice sarà costretta a cedere la pratica a titolo definitivo ad una ditta specializzata nella riscossione di crediti internazionali per l'importo complessivo dell'ultimo sollecito emesso, con l'importo sopra indicato, e sarà da essi perseguitato qualsiasi mezzo legale necessario per il recupero del dovuto, senza ulteriore avviso, eventualmente mettendola in mora. La informiamo che da quel momento in poi, la nostra casa editrice declinerà ogni responsabilità sugli effetti delle loro azioni nei suoi confronti”*<sup>8</sup>.

12. Tali condotte, pertanto, presentano i medesimi profili di scorrettezza già oggetto della delibera n. 25709 dell'11 novembre 2015 per la parte della pratica commerciale scorretta consistente nel sollecitare il pagamento di un servizio non richiesto, anche attraverso il ricorso alla minaccia di promuovere un'azione legale per il recupero di un credito commerciale presso un foro estero, evidenziando un aumento del debito in virtù delle spese di sollecito e recupero crediti, nonché concedendo termini ridotti per provvedere al saldo del debito. Le condotte poste in essere da UNITED, come emerge dalle risultanze dell'istruttoria procedimentale, ricalcano sostanzialmente il medesimo *modus operandi* che l'Autorità ha già ritenuto scorretto sulla scorta della summenzionata delibera, in quanto idoneo a condizionare indebitamente il comportamento economico delle microimprese costringendole ad assumere una decisione di consumo che non avrebbero altrimenti preso. L'indebito condizionamento è vieppiù aggravato dal fatto che il termine normalmente concesso per aderire al sollecito di pagamento risulta particolarmente stringente (in media 7 giorni dalla ricezione della richiesta) nonché dall'utilizzo di espressioni minacciose<sup>9</sup>.

---

<sup>6</sup> La proposta transattiva è caratterizzata dalle seguenti modalità espressive: “[...] se non accettata, questa proposta transattiva, così come le precedenti, sarà da ritenersi in ogni sede e a tutti gli effetti di legge come mai formulata. Di conseguenza dovrò predisporre la documentazione atta al tentativo di riscossione coattiva dell'intero credito vantato (€4.140,00) seguendo tutte le modalità consentite dall'ordinamento comunitario e dare disposizione allo studio legale domiciliatario di Lisbona di procedere con il deposito del ricorso presso l'autorità giudiziaria portoghese. Questo per accertare, innanzi al giudice preposto, il debito del convenuto nella misura di € 4.140,00 ed ottenere titolo esecutivo. Oltre a interessi e rivalutazione monetaria, saranno a carico Suo anche le ulteriori spese legali”.

<sup>7</sup> Cfr. doc. n. 1.

<sup>8</sup> Cfr. doc. n. 11.

<sup>9</sup> Cfr. doc. n. 8.

**13.** Inoltre, si osserva che le somme di cui il professionista richiede il pagamento risultano ingenti in rapporto alla dimensione economica delle microimprese coinvolte dalla pratica commerciale nel suo complesso (circa 2.070 euro nel caso in cui venga formulata la proposta transattiva e fino a un massimo di 4.140 euro nel caso in cui si solleciti il pagamento dell'intero importo dovuto per le tre annualità di abbonamento). Peraltro, le comunicazioni utilizzate a tal fine ricorrono ad espressioni particolarmente aggressive, nonché alla minaccia di adire un'Autorità giudiziaria straniera (rispetto allo Stato membro presso il quale sono stabiliti i destinatari delle proposte di risoluzione stragiudiziale della presunta controversia creditoria o dei successivi solleciti), in caso di mancato pagamento delle somme richieste<sup>10</sup>.

#### IV. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

**14.** Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

**15.** 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, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

**16.** Con riguardo alla gravità della violazione si considera, innanzitutto, che con il presente procedimento si è accertata l'inottemperanza del professionista alla delibera n. 25709 dell'11 novembre 2015, limitatamente alla parte relativa all'aggressività delle condotte consistenti nell'invio alle microimprese italiane sottoscrittrici dell'abbonamento al servizio di annunci pubblicitari offerto da UNITED, di ripetuti avvisi e solleciti di pagamento e di proposte transattive. Ai fini della valutazione della gravità della condotta, inoltre, si è tenuto anche conto, da un lato, del fatto che la diffusione di tali condotte è avvenuta sull'intero territorio nazionale e, dall'altro, che il pregiudizio economico risulta di rilevante entità sia in relazione al *quantum* richiesto dal professionista sia con riferimento alle dimensioni economico-finanziarie delle microimprese coinvolte nella pratica commerciale.

**17.** Per quanto riguarda, invece, la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che il professionista ha posto in essere la pratica commerciale sopra descritta almeno a partire dal mese di marzo 2016<sup>11</sup> e che la stessa risulta tutt'ora in corso<sup>12</sup>.

**18.** Considerati tali elementi, si ritiene di irrogare a UNITED una sanzione amministrativa pecuniaria pari a 300.000 € (trecentomila euro).

Tutto ciò premesso e considerato;

#### DELIBERA

a) che il comportamento della società UNITED Directorios Lda, consistito nell'aver violato la delibera n. 25709 dell'11 novembre 2015, costituisce inottemperanza a quest'ultima;

---

<sup>10</sup> Cfr doc. n. 9.

<sup>11</sup> Cfr. doc. n. 1.

<sup>12</sup> Cfr. doc. n. 16.

b) di irrogare alla società UNITED Directorios Lda una sanzione amministrativa pecuniaria di 300.000 € (trecentomila euro).

La sanzione amministrativa irrogata di cui alla precedente lettera b) deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, tramite bonifico (in euro) a favore dell'Erario, utilizzando il codice IBAN IT04A0100003245348018359214 (codice BIC: BITAITRRENT), che corrisponde alla terna contabile 18/3592/14.

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

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'art. 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.

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 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'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 notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

*Roberto Chiappa*

IL PRESIDENTE

*Giovanni Pitruzzella*

---

**PS10297 - TELEPASS-AUMENTO CANONE**

*Provvedimento n. 26212*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO NELLA SUA ADUNANZA del 4 ottobre 2016;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTE la Parte II, Titolo III e la Parte III, 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 dell'8 febbraio 2016, con i quali è stato disposto l'accertamento ispettivo, ai sensi dell'art. 27, commi 2 e 3, del Codice del Consumo, presso le sedi della società Telepass S.p.A. e della sua controllante Autostrade per l'Italia S.p.A.;

VISTO il proprio provvedimento del 18 maggio 2016 con il quale, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento per particolari esigenze istruttorie derivanti dalla necessità di esaminare le risultanze in atti ai fini della valutazione della fattispecie oggetto del procedimento nonché in considerazione della tempistica resasi necessaria per la valutazione degli impegni presentati dal professionista in data 23 marzo ed integrati il successivo 22 aprile 2016;

VISTO il proprio provvedimento del 13 luglio 2016 con il quale, su istanza del professionista, è stata disposta, ai sensi del medesimo art. 7, comma 3, del Regolamento, un'ulteriore proroga del termine di conclusione del procedimento per particolari esigenze istruttorie;

VISTI gli atti del procedimento;

**I. LE PARTI**

**1. TELEPASS S.p.A.** (di seguito anche Telepass o TLP), in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società, controllata al 96,15% da Autostrade per l'Italia S.p.A. e, per il restante 3,85%, partecipata da Autostrade Tech S.p.A., ha per oggetto sociale lo svolgimento, nei confronti del pubblico, in Italia ed all'estero, dell'attività di vendita e/o concessione in uso di apparati tecnologici, che consentono agli utenti di acquistare una limitata gamma di beni e servizi, nonché la prestazione di servizi di pagamento connessi all'uso di tali apparati. In base all'ultimo bilancio disponibile (31 dicembre 2014), Telepass ha riportato ricavi per servizi pari ad oltre [100-150]\* milioni di euro e un utile di esercizio pari a circa [50-100] milioni di euro<sup>1</sup>.

**2. FEDERCONSUMATORI** - Federazione Nazionale Consumatori e Utenti, in qualità di segnalante, è un'associazione senza scopo di lucro, costituita nel 1988 con il sostegno della Cgil, che ha come obiettivi prioritari l'informazione e la tutela dei consumatori ed utenti<sup>2</sup>.

---

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

<sup>1</sup> Il professionista, nella sua memoria conclusiva (cfr. doc. n. 43 di cui all'indice del fascicolo), ha fornito i dati del conto economico relativo all'anno 2015 dal quale si rileva che, nel medesimo anno, Telepass ha registrato un utile superiore a 50 milioni di euro.

<sup>2</sup> <http://www.federconsumatori.it/chisiamo.asp>.



**3. ADUSBEF** - Associazione Difesa Utenti Servizi Bancari Finanziari Postali e Assicurativi, in qualità di segnalante, è un'associazione di tutela dei consumatori, specializzata nel settore finanziario, bancario, assicurativo, postale, delle telecomunicazioni e dei trasporti<sup>3</sup>.

## II. LA CONDOTTA OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

4. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dal professionista consistente nell'attivazione di un nuovo servizio ai clienti sottoscrittori dell'Opzione *Premium* (e nello specifico dei moduli contrattuali denominati “Opzione *Premium*”, “*Twin*”, “*Unicum Telepass Family*” ed “*Unicum Telepass con Viacard*”) con aumento del canone – sostanzialmente raddoppiato rispetto a quello precedentemente in vigore – senza averne chiesto preventivamente il consenso.

5. Precisamente, il professionista, dal mese di novembre 2015<sup>4</sup>, ha inviato ai sottoscrittori dei contratti summenzionati, anche tramite *e-mail*, una “Proposta di Modifica Unilaterale del Contratto”, nella quale comunicava l'unificazione dell'Opzione *Premium* – relativa alla prestazione di un pacchetto di servizi ed agevolazioni tra cui il soccorso dell'utente in autostrada – con l'Opzione *Premium Extra*, che prevede la fornitura del servizio di soccorso anche sulla viabilità ordinaria, con conseguente aumento del canone, a partire dal 1° gennaio 2017, relativamente ai clienti sottoscrittori dell'Opzione *Premium*<sup>5</sup>.

6. TLP ha previsto, con riferimento sia agli utenti *Premium* che *Premium Extra*, l'adesione tacita alla proposta di modifica in caso di mancata risposta entro 60 giorni dal suo ricevimento, salva la possibilità per il cliente di formalizzare, nel medesimo termine, un espresso recesso dal contratto, senza, peraltro, specificare in modo chiaro che detto recesso si riferisce unicamente all'Opzione *Premium* (nella sua nuova veste unificata) piuttosto che al servizio di pagamento automatizzato del pedaggio autostradale usufruibile tramite l'apparato Telepass (che rimane comunque attivo) e senza dettagliare le modalità con le quali esercitare tale diritto.

## III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

### 1) L'iter del procedimento

7. Sulla base di informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo<sup>6</sup>, nonché delle segnalazioni di consumatori<sup>7</sup> e loro associazioni rappresentative, in particolare Federconsumatori e Adusbef<sup>8</sup>, con atto del 3 febbraio 2016 è stato avviato il procedimento

<sup>3</sup> <https://it.wikipedia.org/wiki/Adusbef>.

<sup>4</sup> Cfr. doc. n. 22, all. 2, di cui all'indice del fascicolo.

<sup>5</sup> Mentre l'erogazione del servizio di assistenza sulla viabilità ordinaria a tutti i clienti *Premium* è prevista a partire dal 1° gennaio 2016, il professionista ha deciso di offrire una promozione di un anno ai sottoscrittori dell'Opzione *Premium* mantenendo invariato il canone mensile – in vigore prima della modifica - “per tutto il 2016”, prevedendo che l'aumento del canone diventi effettivo a partire dal 1° gennaio 2017.

<sup>6</sup> Si tratta di complessive n. 181 pagine acquisite agli atti del fascicolo in data 2 febbraio 2016, di cui n. 173 pagine scaricate a partire dall'home page del sito Internet [www.telepass.it](http://www.telepass.it), nel periodo 18-22 gennaio 2016 e n. 8 pagine relative a diversi articoli di stampa pubblicati nel periodo 22 novembre 2015 – 5 gennaio 2016. Cfr. doc. n. 7 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>7</sup> Cfr. docc. nn. 1, 2 e 4 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>8</sup> Cfr. doc. n. 3 di cui all'indice del fascicolo.

istruttorio PS10297 nei confronti di Telepass S.p.A. per presunta violazione degli artt. 20, 21, 22, 24, 25, 26, comma 1, lettera *f*) e 65 del Codice del Consumo<sup>9</sup>.

**8.** L'avvio del procedimento istruttorio è stato comunicato alle Parti in data 9 febbraio 2016, giorno in cui è stato svolto un accertamento ispettivo presso la sede del professionista e della società controllante Autostrade per l'Italia S.p.A. (di seguito, anche, ASPI)<sup>10</sup>.

**9.** In data 18 febbraio 2016 Telepass ha effettuato accesso agli atti del fascicolo PS10297<sup>11</sup>.

**10.** In data 29 febbraio 2016 è pervenuta una memoria di Telepass che ha contestualmente fornito risposta alle richieste di informazioni formulate in sede di comunicazione di avvio del procedimento<sup>12</sup>.

**11.** In data 23 marzo 2016 il professionista ha depositato una proposta di impegni, successivamente integrata il 22 aprile 2016<sup>13</sup>, che è stata rigettata dall'Autorità con delibera del 18 maggio 2016, in quanto ritenuta inidonea a rimuovere i profili di possibile scorrettezza contestati nella comunicazione di avvio del procedimento, sussistendo, peraltro, l'interesse dell'Autorità a procedere all'accertamento dell'eventuale infrazione<sup>14</sup>.

**12.** In data 14 aprile il professionista è stato sentito in apposita audizione<sup>15</sup>; in tale contesto sono state richieste al professionista ulteriori informazioni, successivamente pervenute in data 3 maggio 2016<sup>16</sup>.

**13.** Il 18 maggio 2016 è stata deliberata una proroga del termine di conclusione del procedimento, comunicata alle Parti il giorno successivo<sup>17</sup>.

**14.** In data 5 luglio 2016 si è svolta una seconda audizione del professionista<sup>18</sup>; in tale contesto, Telepass ha depositato un'ulteriore integrazione ai precedenti impegni del 23 marzo e 22 aprile

---

<sup>9</sup> Cfr. doc. n. 9 di cui all'indice del fascicolo. In particolare, è stato rappresentato al professionista come la condotta potrebbe risultare in contrasto con le disposizioni di cui agli articoli 20, 21 e 22 del Codice del Consumo in ragione della possibile ingannevolezza e/o della sussistenza di omissioni informative nella comunicazione inviata dal professionista ai propri utenti titolari di un contratto Telepass - nelle sue diverse accezioni - "Twin", "Unicum Telepass Family" ed "Unicum Telepass con Viacard", abbinate all'Opzione Premium, in merito alla natura ed alle caratteristiche delle modifiche proposte, al prezzo del servizio, nonché agli effetti che l'esercizio del diritto di recesso produce sul contratto vigente al momento della proposta di modifica unilaterale. A quest'ultimo riguardo, i consumatori potrebbero essere indotti a ritenere che la rinuncia al servizio di soccorso sulla viabilità ordinaria comporti la perdita, non soltanto del servizio di soccorso in autostrada, ma anche del mero servizio di pagamento automatizzato del pedaggio autostradale e, dunque, la rinuncia al contratto Telepass (nelle diverse accezioni) nel suo complesso. La particolarità della proposta di modifica contrattuale adottata dal professionista potrebbe, altresì, configurare un comportamento aggressivo, in violazione degli articoli 24 e 25 del Codice del Consumo, laddove induce il consumatore ad accettare l'aggiunta del nuovo servizio e/o l'aumento del canone dell'Opzione Premium, per non perdere un servizio di pagamento automatizzato, limitando considerevolmente la libertà di scelta o di comportamento del consumatore medio in relazione al prodotto, nonché spingendolo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso. Inoltre, la condotta posta in essere da Telepass potrebbe altresì configurare la violazione dell'articolo 26, lettera, *f*, del medesimo Codice dal momento che il professionista esige il pagamento differito di un servizio che lo stesso fornisce ma che il consumatore non ha richiesto. Infine, il ricorso ad un meccanismo di adesione tacita del cliente alla proposta di modifica dell'Opzione Premium per i diversi moduli contrattuali adottati (c.d. sistema di opt-out), relativamente all'attivazione del nuovo servizio di soccorso stradale e per la conseguente richiesta di un pagamento supplementare, potrebbe configurare una violazione dell'art. 65 del Codice del Consumo, secondo cui l'adesione del consumatore ad un qualsiasi pagamento supplementare deve essere esplicita e deve comportare un suo consenso espresso.

<sup>10</sup> Cfr. doc. n. 15 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>11</sup> Cfr. doc. n. 21 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>12</sup> Cfr. doc. n. 22 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>13</sup> Cfr. docc. nn. 23 e 27 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>14</sup> Cfr. doc. n. 31 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>15</sup> Cfr. doc. n. 25 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>16</sup> Cfr. doc. n. 28 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>17</sup> Cfr. doc. n. 30 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>18</sup> Cfr. doc. n. 34 di cui all'indice del fascicolo.

2016<sup>19</sup>; anche detta integrazione è stata rigettata dall'Autorità, con delibera del 13 luglio 2016, ribadendo la sussistenza, nel caso di specie, dell'interesse a procedere all'accertamento dell'eventuale infrazione, nonché risultando la loro presentazione tardiva rispetto al termine di cui all'art. 9, comma 1, del Regolamento<sup>20</sup>.

15. Con la medesima delibera del 13 luglio 2016 è stata accolta l'istanza di proroga del termine di conclusione del procedimento avanzata da Telepass con nota del 23 giugno 2016 e comunicata alle Parti i successivi 14 e 15 luglio 2016<sup>21</sup>.

16. Il 22 luglio 2016 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento, fissata al 11 agosto 2016<sup>22</sup>.

17. In data 3 agosto 2016 è pervenuta la memoria conclusiva del professionista<sup>23</sup>.

18. In data 12 agosto 2016, dal momento che la condotta in esame si è realizzata anche tramite l'invio della comunicazione ai clienti Telepass tramite *e-mail*, è stato richiesto all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni di esprimere il proprio parere in merito alla condotta sopra descritta ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo<sup>24</sup>; il parere richiesto è pervenuto in data 8 settembre 2016<sup>25</sup>.

## 2) Le evidenze acquisite

### a) La comunicazione inoltrata da Telepass S.p.A. alla propria clientela

19. Sulla base delle evidenze acquisite agli atti del fascicolo, in particolare dalle richieste di intervento pervenute nel periodo novembre – dicembre 2015 da parte di consumatori e loro associazioni rappresentative (Federconsumatori e Adusbef)<sup>26</sup>, nonché dalla documentazione fornita dal professionista e di quella acquisita nel corso dell'accertamento ispettivo del 9 febbraio 2016, è emerso che, dal mese di novembre 2015, il professionista ha inoltrato ad alcune categorie di clienti - i sottoscrittori dei contratti "*Unicum Telepass Family*", "*Unicum Telepass con Viacard*", "*Twin*", che avessero abbinato ai contratti di pagamento del pedaggio autostradale l'"*Opzione Premium*"<sup>27</sup>, relativa, in particolare, alla prestazione di soccorso dell'utente in autostrada in caso di

<sup>19</sup> L'integrazione all'impegno, che si riferisce alla clientela privata e business in possesso al 1.12.2016 del contratto Premium "ex Base" che ha ricevuto il nuovo contratto con il servizio di soccorso su viabilità ordinaria, appare garantire la possibilità per detti clienti di effettuare la scelta di adesione all'opt in in modo espresso e consapevole attraverso diverse modalità.

<sup>20</sup> Cfr. doc. n. 37 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>21</sup> Cfr. docc. nn. 33, 36 e 37 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>22</sup> Cfr. docc. nn. 40 e 41 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>23</sup> Cfr. doc. n. 43 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>24</sup> Cfr. doc. n. 44 dell'indice del fascicolo.

<sup>25</sup> Cfr. doc. n. 45 dell'indice del fascicolo.

<sup>26</sup> Cfr. docc. nn. 1, 2, 3 e 4 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>27</sup> Di seguito si sintetizza l'oggetto dei diversi contratti e dei servizi offerti dal professionista prima dell'invio della comunicazione e dell'unificazione delle opzioni Premium e Premium Extra (Cfr. doc. n. 15.1.94, di cui all'indice del fascicolo):

1) TELEPASS FAMILY è il servizio dedicato alle persone fisiche per il pagamento dei pedaggi su tutta la rete autostradale italiana a pedaggio, tramite l'apparato Telepass che potrà essere installato esclusivamente su autoveicoli ad uso privato adibiti al trasporto di persone e su motoveicoli di cilindrata non inferiore a 150 cc, nonché per il pagamento di beni o servizi presso esercizi convenzionati. Il servizio Telepass Family è rivolto esclusivamente a persone fisiche che siano titolari di carta di credito il cui Ente emittente sia convenzionato con TLP per tale servizio o che abbiano un conto corrente presso una filiale e/o dipendenza di un Istituto Bancario convenzionato per il servizio Telepass Family sito nel territorio italiano;

2) TELEPASS CON VIACARD è un servizio dedicato a clienti titolari di contratto Viacard che usano frequentemente l'autostrada sia con mezzi ad uso privato che commerciale. Non prevede limiti d'utilizzo e consente l'addebito dei transiti effettuati direttamente sul conto corrente bancario del cliente.

avaria o incidente - una **"Proposta di Modifica Unilaterale del Contratto"** riguardante l'estensione del servizio *Premium* anche al soccorso del veicolo sulla viabilità ordinaria, con conseguente aumento del canone ricollegato all'opzione contrattuale, che viene sostanzialmente raddoppiato (da 0,78€ a 1,50€) rispetto a quello precedentemente in vigore<sup>28</sup> (di seguito il testo della comunicazione):

- 3) TELEPASS TWIN consente di usufruire di un apparato Telepass aggiuntivo, collegato al servizio Telepass Family, nonché contestualmente di attivare un'Opzione Premium sull'apparato Telepass aggiuntivo;
- 4) OPZIONE PREMIUM consente ai clienti Telepass Family che aderiscano al servizio, di usufruire delle prestazioni di assistenza e delle agevolazioni (servizi) offerti da Telepass o da società Partner, elencati nella guida ai servizi, consultabile anche on line. L'opzione può essere attivata su ciascun apparato collegato con contratto telepass family o telepass con viacard (clientela business), ma su ciascun telepass può essere attivata una sola opzione. La formalizzazione del contratto Opzione Premium dà diritto alla consegna di una Tessera Partnership ("CARD") che riporta i dati del cliente, il codice univoco Premium la data di emissione. La tessera Premium è collegata all'apparato prescelto dal cliente ed in sua disponibilità;
- 5) OPZIONE PREMIUM EXTRA consente ai Clienti già titolari di Opzione Premium che ne facciano richiesta, di usufruire di servizi di assistenza ed agevolazioni aggiuntive a quelli offerti con l'Opzione Premium, in particolare consente ai clienti di usufruire del "Servizio di Soccorso Stradale", secondo le modalità e i termini indicati nella Guida ai Servizi, fornita all'atto dell'adesione all'Opzione EXTRA e pubblicata nel sito [www.telepass.it](http://www.telepass.it).  
Il modulo denominato Unicum Telepass Family (al quale per la clientela business corrisponde il modulo Unicum Telepass con Viacard) è un particolare formato utilizzato nei Punti blu, formulato appositamente per consentire l'adesione con firma elettronica avanzata, mediante penna digitale e tablet. Detto modulo non corrisponde ad un contratto autonomo dettato per regolamentare un servizio particolare o ulteriore e non comporta l'adesione a tutti i servizi ivi previsti, essendo comunque lasciato alla scelta libera del cliente aderire a uno o più servizi di quelli che sono disciplinati.

<sup>28</sup> Le proposte di modifica unilaterale dei contratti sono di seguito riassunte:

#### CONTRATTO OPZIONE PREMIUM

ARTICOLO PRECEDENTE - 1.5 L'adesione all'Opzione Premium prevede un canone, per ciascuna Opzione attivata, per i Servizi pari a: • 0,78 Euro (IVA compresa) mensili per i Clienti Telepass con Viacard • 2,33 Euro (IVA compresa) a trimestre per i Clienti Telepass Family.

MODIFICA 1.5 - L'adesione all'Opzione Premium prevede un canone, per ciascuna Opzione attivata, per i Servizi pari a: • 1,50 Euro (IVA compresa) mensili per i Clienti Telepass con Viacard • 4,50 Euro (IVA compresa) a trimestre per i Clienti Telepass Family.

#### CONTRATTO TWIN

ARTICOLO PRECEDENTE - 3.1 L'adesione al TELEPASS TWIN prevede un costo complessivo trimestrale di Euro 4,13, compresa IVA, così composto: a) Euro 1,80, compresa IVA, per il canone trimestrale di locazione per l'apparato Telepass aggiuntivo, in luogo del costo di Euro 3,78 previsto per il canone trimestrale di un singolo apparato Telepass rilasciato in caso di adesione al servizio TELEPASS FAMILY b) Euro 2,33, compresa IVA, per il canone trimestrale dell'OPZIONE PREMIUM.

MODIFICA 3.1 - L'adesione al TELEPASS TWIN prevede un costo complessivo trimestrale di Euro 6,30, compresa IVA, così composto: a) Euro 1,80, compresa IVA, per il canone trimestrale di locazione per l'apparato Telepass aggiuntivo, in luogo del costo di Euro 3,78 previsto per il canone trimestrale di un singolo apparato Telepass rilasciato in caso di adesione al servizio TELEPASS FAMILY b) Euro 4,50, compresa IVA, per il canone trimestrale dell'OPZIONE PREMIUM.

#### CONTRATTO UNICUM TELEPASS FAMILY

ARTICOLO PRECEDENTE - 3.1.2 Il canone per l'adesione all'Opzione Premium, per ciascuna Opzione Premium attivata, è di: • euro 2,33 (IVA compresa) a trimestre, per i Clienti Telepass Family

MODIFICA 3.1.2 - Il canone per l'adesione all'Opzione Premium, per ciascuna Opzione Premium attivata, è di: • euro 4,50 (IVA compresa) a trimestre, per i Clienti Telepass Family.

#### ARTICOLO PRECEDENTE - 3.1.3

L'adesione al Telepass Twin prevede un costo complessivo trimestrale di Euro 4,13 compresa IVA, così composto: a) euro 1,80 compresa IVA, per il canone trimestrale di locazione per l'apparato Telepass aggiuntivo, in luogo del costo di Euro 3,78 previsto per il canone trimestrale di un singolo apparato Telepass rilasciato in caso di adesione al servizio Telepass Family; b) euro 2,33, compresa IVA, per il canone trimestrale dell'Opzione Premium.

MODIFICA 3.1.3 - L'adesione al Telepass Twin prevede un costo complessivo trimestrale di Euro 6,30 compresa IVA, così composto: a) euro 1,80 compresa IVA, per il canone trimestrale di locazione per l'apparato Telepass aggiuntivo, in luogo del costo di Euro 3,78 previsto per il canone trimestrale di un singolo apparato Telepass rilasciato in caso di adesione al servizio Telepass Family; b) euro 4,50, compresa IVA, per il canone trimestrale dell'Opzione Premium.

#### CONTRATTO UNICUM TELEPASS CON VIACARD

ARTICOLO PRECEDENTE - 3.1 Il canone per l'adesione all'Opzione Premium, per ciascuna Opzione attivata è di: •euro 0,78 (IVA compresa) mensili per i Clienti Telepass con Viacard titolari dell'Opzione Premium; • euro 4,88 (IVA compresa) mensili per i Clienti Telepass con Viacard titolari dell'Opzione Premium Truck.

MODIFICA 3.1 - Il canone per l'adesione all'Opzione Premium, per ciascuna Opzione attivata è di: • euro 1,50 (IVA compresa) mensili per i Clienti Telepass con Viacard titolari dell'Opzione Premium; • euro 4,88 (IVA compresa) mensili per i Clienti Telepass con Viacard titolari dell'Opzione Premium Truck.

**Proposta di modifica unilaterale dei contratti Opzione Premium. Twin. Unicum Telepass Family e Unicum Telepass con Viacard.**

Gentile Cliente, da qualche tempo siamo al lavoro per offrirti sempre più servizi ai passo con le tue esigenze di mobilità, integrando nella nostra offerta Telepass Premium nuovi Partner e ridefinendo, secondo una logica migliorativa, le agevolazioni e gli sconti già attivi. È proprio in quest'ottica che abbiamo deciso di **unificare i contratti Telepass Premium e Telepass Premium Extra**, assicurandoti la nuova offerta a **condizioni esclusive**: abbiamo esteso infatti - a tutta la clientela Premium - anche il soccorso stradale sulla viabilità ordinaria, in aggiunta al servizio già attivo di assistenza sulla rete autostradale a pedaggio. Conseguentemente, per adeguare il contratto Opzione Premium, nel quale confluisce il contratto Premium Extra, dal prossimo 01 gennaio 2016, verranno introdotte alcune modifiche che comportano un migliore utilizzo del Servizio e una variazione del canone Opzione Premium, il cui testo è riportato in calce. Ci auguriamo che questa novità, introdotta con il desiderio di rendere i nostri servizi più semplici ed efficaci, sia in linea con le tue aspettative, rispondendo quindi pienamente alle finalità migliorative con le quali è stata concepita. **E come ringraziamento per la fedeltà che ci hai dimostrato, per tutto il 2016 avrai comunque invariato il canone dell'Opzione Premium che resterà di euro 0,78 €/mese (Iva inclusa) e potrai usufruire, oltre che del pacchetto completo di sconti e agevolazioni già attive nella tua offerta Telepass Premium, anche del soccorso meccanico gratuito su tutta la viabilità ordinaria.** Ti formuliamo, pertanto, la Proposta di modifica unilaterale dei contratti Opzione Premium, Twin, Unicum Telepass Family e Unicum Telepass con Viacard, limitatamente ai seguenti articoli: **Contratto Opzione Premium – Art. 1.5:** che prevede un canone per ciascuna Opzione Premium attivata, pari a euro 1,50 (IVA compresa) mensili per i Clienti Telepass con Viacard e euro 4,50 (IVA compresa) a trimestre per i Clienti Telepass Family. **Contratto Twin Art. 3.1:** che prevede un costo complessivo trimestrale di euro 6,30, compresa IVA, di cui euro 4,50 per il canone trimestrale dell'Opzione Premium, compresa IVA. **Contratto Unicum Telepass Family – Art. 3.1.2:** che prevede un canone per ciascuna Opzione Premium attivata, pari a euro 4,50 (compresa IVA) a trimestre per i Clienti Telepass Family e un costo complessivo trimestrale di euro 6,30, compresa IVA, di cui euro 4,50 per il canone trimestrale dell'opzione Premium, compresa IVA, per i Clienti Telepass Twin. **Contratto Unicum Telepass con Viacard - Art. 3.1:** che prevede un canone per ciascuna Opzione Premium pari a euro 1,50 (IVA compresa) mensili per i Clienti Telepass con Viacard. A questo link è riportato il testo integrale di tutti gli articoli modificati con le variazioni evidenziate in grassetto, unitamente al relativo documento di sintesi. Ti ricordiamo che le norme e condizioni generali, nella versione integrale, sono disponibili sul sito [www.telepass.it](http://www.telepass.it). Nel ribadirti che le modifiche da noi proposte entreranno in vigore il prossimo 01 gennaio 2016, precisiamo che considereremo approvate le modifiche proposte se entro 60 giorni dalla ricezione della presente comunicazione non deciderai di recedere, senza spese, dal contratto.

20. Telepass, in tale comunicazione, ha quindi precisato di provvedere ad unificare la precedente "Opzione Premium" abbinata ai contratti sopracitati<sup>29</sup> e relativa alla prestazione da parte della società di un pacchetto di servizi - tra i quali il servizio di soccorso dell'utente in autostrada - con l'opzione (più estesa e quindi più costosa) denominata "Premium Extra", che prevede la fornitura al cliente del medesimo servizio di assistenza anche sulla viabilità ordinaria, con conseguente

<sup>29</sup> "Twin" - "Unicum Telepass Family" - "Unicum Telepass con Viacard".

aggiornamento del canone, lasciando all'utente la scelta tra l'accettare la nuova fornitura o recedere da ogni contratto di soccorso autostradale corrente tra le parti.

**21.** Il professionista ha previsto, infatti, l'adesione tacita del cliente alla proposta di modifica in caso di mancata risposta entro 60 giorni dal suo ricevimento, salva la possibilità per il cliente di formalizzare, nel medesimo termine, un espresso recesso dal contratto<sup>30</sup>, rinunciando però così a ogni servizio di assistenza.

**22.** Le modifiche contrattuali sono entrate in vigore a partire dal 1° gennaio 2016 per ciò che concerne l'introduzione del nuovo servizio, mentre, avuto riguardo al canone, in conseguenza di una promozione di un anno offerta da Telepass al momento del lancio dell'operazione ai già clienti *Premium* ([1-5] milioni), questo è rimasto invariato nel primo anno di attivazione del nuovo servizio (0,78 euro/mese dell'opzione *Premium* per tutto il 2016)<sup>31</sup>.

**23.** A seguito di richieste di chiarimenti da parte di Federconsumatori relativamente alla comunicazione inviata dal professionista e di alcuni articoli di stampa pubblicati su quotidiani a rilevanza nazionale<sup>32</sup>, Telepass ha avuto necessità di chiarire in una propria nota esplicitiva che l'Opzione *Premium* concerne "(...) un contratto assolutamente separato dal contratto Telepass che si può sottoscrivere in maniera autonoma". (...) Il cliente *Premium*, infatti, può decidere di disdire l'opzione *Premium* in qualsiasi momento, senza alcuna penale e mantenendo attivo il Telepass per il pagamento del pedaggio autostradale<sup>33</sup>.

#### **b) I contratti in essere al momento dell'invio della comunicazione. Tipologia e dati quantitativi.**

**24.** Secondo le informazioni fornite dal professionista<sup>34</sup>, a far data dal 18 novembre 2015 e fino al 1° dicembre successivo, TLP ha inoltrato complessivamente circa n. [1.000.000-2.000.000] comunicazioni tramite *e-mail* ai titolari dei diversi contratti.

**25.** Al momento dell'invio della comunicazione, il numero dei contratti (per ogni servizio singolarmente offerto TLP ha predisposto un autonomo testo contrattuale)<sup>35</sup>, corrispondente al numero di utenze attive, è quello riportato nella seguente Tabella 1.

**Tab. 1**

<b>Prodotto</b>	<b>Numero</b>	<b>Dispositivi</b>	<b>Opzione</b>	<b>Opzione Premium</b>
-----------------	---------------	--------------------	----------------	------------------------

<sup>30</sup> Vedi il testo della comunicazione riportato al precedente paragrafo n. 19.

<sup>31</sup> Per i circa 400 mila clienti che hanno aderito all'opzione *Premium Extra*, e che quindi avevano già attivo il servizio di assistenza sulla viabilità ordinaria, il professionista ha inviato una comunicazione analoga a quella destinata agli utenti con contratto opzione *Premium* in cui, nell'annunciare le modifiche contrattuali, enfatizza contestualmente l'applicazione di una riduzione del canone da 1,78€/mese a 1,50€/mese IVA inclusa. In proposito, si rileva che i titolari della vecchia Opzione *Premium Extra*, nel primo anno di lancio dell'operazione (2016), pagheranno, per lo stesso servizio, 1,50€/mese (benché importo inferiore al canone precedente pari a 1,78€/mese) a fronte di 0,78€ pagati, in virtù della promozione attivata, dai sottoscrittori dell'Opzione *Premium base*.

<sup>32</sup> Cfr. docc. nn. 7 e, a titolo esemplificativo, docc nn. 15.1.10, 15.1.14, 15.1.26, ecc., di cui all'indice del fascicolo. Vedi anche il doc. n. 15.1.27 Richiesta chiarimenti importo canone Telepass 2016 da parte del CNA FITA - Unione Nazionale Imprese di Trasporto.

<sup>33</sup> Cfr. doc. n. 5 di cui all'indice del fascicolo. Le modalità con le quali il professionista ha risposto alle richieste di informazioni pervenutegli dopo il lancio dell'operazione hanno riguardato il contact center, la pagina facebook ufficiale ad eccezione del comunicato stampa e della comunicazione della news su telepass.it in risposta alla stampa che riportava l'aumento del canone Telepass e non *Premium*. Cfr. all. 2 al doc. n. 22 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>34</sup> Cfr. doc. n. 22, di cui all'indice del fascicolo.

<sup>35</sup> A titolo esemplificativo TLP richiama: il contratto TLP Family, destinato alle persone fisiche, finalizzato al pagamento dei pedaggi autostradali e dei beni e servizi in ambito della mobilità registrati con apparato TLP (TLP con Viacard, stesso servizio ma rivolto agli utenti business); il contratto TLP Twin, che consente al titolare del servizio TLP Family di usufruire di un apparato aggiuntivo e di collegare ad esso un contratto Opzione *Premium*; il contratto Opzione *Premium* (che consente alla clientela TLP di fruire dei servizi di assistenza stradale e delle agevolazioni).

	Contratti*	circolanti (telepass e viacard)	Premium al 18/11/15	Extra al 18/11/15
FAMILY	[1-5 milioni]	[5- 10 milioni]	[1-5 milioni]	[100-500 mila]
VIACARD	[1- 5 milioni]	[1 - 5 milioni]	[100 - 500 mila]	[50 - 100 mila]
TOTALE	[5-10 milioni]	[5 - 10 milioni]	[1 - 5 milioni]	[100 - 500 mila]

\* A ciascun contratto può essere abbinata una o più targhe: dai dati forniti da TLP il numero di targhe attive è [10 -15 milioni]; inoltre ad alcuni contratti possono essere abbinati più dispositivi (telepass e tessere).

26. I dati inerenti al numero dei nuovi contratti di servizio Telepass attivati nel secondo semestre 2014 e nell'anno 2015 (suddivisi per tipologia in: *Telepass Family* e *Telepass con Viacard*) e le *Opzioni Premium* e *Premium Extra* attivate nello stesso periodo, sono quelle risultanti dalla seguente Tabella n. 2<sup>36</sup>.

**Tab. 2**  
**2° sem 2014**

TIPOLOGIA PRODOTTO	CTR APERTI NEL PERIODO*	PREMIUM**	PREMIUM EXTRA
TELE PASS FAMILY	[100 mila - 500 mila]	[50 mila - 100 mila]	[100 mila - 500 mila]
TELEPASS CON VIACARD	[10 mila - 50 mila]	[1000 - 10 mila]	[10 mila - 50 mila]
TOTALE	[100 mila - 500 mila]	[50 mila - 100 mila]	[100 mila - 500 mila]

**2015**

TIPOLOGIA PRODOTTO	CTR APERTI NEL PERIODO*	PREMIUM**	PREMIUM EXTRA
TELE PASS FAMILY	[100 mila - 500 mila]	[100 mila - 500 mila]	[100 mila - 500 mila]
TELEPASS CON VIACARD	[100 mila - 500 mila]	[10 mila - 50 mila]	[10 mila - 50 mila]
TOTALE	[500 mila - 1 milione]	[100 mila - 500 mila]	[100 mila - 500 mila]

\*CTR APERTI NEL PERIODO suddivisi tra family e con viacard (indipendentemente dalla chiusura del contratto stesso).

\*\*PREMIUM: vendite lorde del periodo, a prescindere che siano state fatte da nuovi clienti o in fase di *upselling*.

27. Il valore complessivo dei ricavi derivanti dal pagamento dei canoni relativi ai contratti e quello derivante dal pagamento dei canoni relativi all'attivazione dell'Opzione *Premium* e *Premium Extra*, è rappresentato nella seguente Tabella 3.

<sup>36</sup> Cfr. doc. n. 28, di cui all'indice del fascicolo.

Tab. 3 €/000

	2013	2014	2015
Totale Ricavi Telepass Family	[50 mila - 100 mila]	[50 mila - 100 mila]	[50 mila - 100 mila]
Totale Ricavi Premium (Family)	[10 mila - 50 mila]	[10 mila - 50 mila] di cui extra [1 - 1000]	[10 mila - 50 mila] di cui extra [1.000 - 5 mila]
Totale Ricavi Telepass con Viacard (Business)	[10 mila - 50 mila]	[10 mila - 50 mila]	[10 mila - 50 mila]
Totale Ricavi Premium (Business)	[1.000 - 5 mila]	[1.000 - 5 mila] di cui extra [1 - 100]	[1.000 - 5 mila] di cui extra [1 - 1000]

**c) La piena consapevolezza circa l'offerta del nuovo servizio e il sistema di opt-out scelto**

28. Il collegamento tra l'aumento del canone dell'Opzione *Premium* e l'introduzione del nuovo servizio di assistenza sulla viabilità ordinaria è chiaramente provato da numerose evidenze agli atti, in particolare, dalla copiosa documentazione acquisita presso le unità funzionali della società nel corso dell'accertamento ispettivo del 9 febbraio 2016, dalla quale emerge la portata dell'operazione posta in essere da TLP, nonché le relative modalità della sua predisposizione e attuazione; quanto esposto è confermato, a titolo esemplificativo:

- da un documento predisposto in replica al comunicato pubblicato sui siti *internet Helpconsumatori* e *Federconsumatori* in data 20 novembre 2015, in cui, oltre a ribadirsi, tra l'altro, l'unificazione del contratto *Opzione Premium*, (...) con il prodotto *Opzione Premium Extra* che prima aveva una autonomia contrattuale, può leggersi che “La manovra posta in essere da Telepass (...), ha comportato la estensione a tutti i clienti Premium del soccorso in città e su tutta la viabilità ordinaria, in aggiunta a quello che prima era limitato alla sola rete autostradale. Tale aumento del servizio ha portato ad un lieve ritocco del costo mensile del Premium (...).”<sup>37</sup> (sottolineatura aggiunta);

- da uno scambio di *mail*, sempre in replica al comunicato di Federconsumatori, in cui si rileva che “Gli aumenti comunicati nella lettera riguardano esclusivamente un pacchetto di servizi aggiuntivi (chiamati PREMIUM) che si sottoscrivono su base volontaria: soccorso meccanico gratuito in autostrada, sconti su carburante, sconti in Autogrill, autonoleggio etc. (...). Il motivo degli aumenti è dovuto al fatto che si è deciso di aggiungere al Premium il Soccorso Meccanico Gratuito anche fuori autostrada, cioè in città e su tutta la viabilità ordinaria italiana”<sup>38</sup> (sottolineatura aggiunta).

29. Da alcuni *report* in cui sono state effettuate - prima del lancio dell'operazione (ottobre 2015) - delle proiezioni di introiti post modifica contrattuale che evidenziano la redditività derivante dall'unificazione dei contratti (*Premium* e *Premium Extra*) nel breve/medio termine (2016-2020) sulla base di diversi scenari simulati (*No Unione Premium* e *Premium Extra – Si Unione - Unione con promo a 6 e 12 mesi*). Ad esempio, il margine operativo previsto nell'ipotesi di Unione con promo a 12 mesi (che è quella effettivamente posta in essere da TLP) è rappresentato nella seguente Tabella 4<sup>39</sup>, dalla quale si riporta anche la sintesi del tasso di *churn* (abbandono/perdita

<sup>37</sup> Cfr., a titolo esemplificativo, il doc. n. 15.1.123, esposto\_federconsumatori\_DEF, di cui all'indice del fascicolo.

<sup>38</sup> Cfr., a titolo esemplificativo, il doc. n. 15.1.15, mail per federconsumatori, di cui all'indice del fascicolo.

<sup>39</sup> Cfr., tra gli altri, doc. nn. 15.1.7 Impatto eco PU\_19102015.xls, di cui all'indice del fascicolo.



di clientela) – sia con riferimento all’Opzione *Premium* che al contratto relativo al pagamento automatizzato del pedaggio autostradale (l’apparato Telepass in sé) - ipotizzato dal professionista come possibile conseguenza dell’operazione.

**Tab. 4 Scenario "Unione con Promo a 12 mesi " €/000**

Margine 2016	Margine 2017	Margine 2018	Margine 2019	Margine 2020	Margine cumulado 2016-2020
[10 mila - 50 mila]	[10 mila - 50 mila]	[10 mila - 50 mila]	[10 mila - 50 mila]	[10 mila - 50 mila]	[50 mila - 100 mila]
Churn % da Unione			[15-20%]		
Churn Apparati % da Unione			[1-5%]		

30. Ulteriori evidenze confermano, infatti, come lo stesso professionista abbia contemplato la possibilità che l’operazione posta in essere, in virtù dell’aumento del canone, avrebbe generato effetti di restituzione dell’apparato telepass (*Churn %* variabile dal [15-20%] al [25-30%] a seconda degli scenari ipotizzati), certificando la consapevolezza dei rischi indotti dall’operazione in esame. In particolare, da una *mail* dei primi di febbraio 2016, acquisita in ispezione, si rileva quanto segue: “*Questi i dati di chiusura del mese di gennaio per il Premium (...) il primo mese si è chiuso molto molto bene...(…). Non si continuano ad evidenziare per il Premium restituzioni anomale. Aspettiamo i dati della ricerca sui Punto Blu per capire se invece stanno trainando le restituzioni dei telepass (...)*”<sup>40</sup> (sottolineatura aggiunta).

31. Da un’indagine commissionata a società esterna il cui obiettivo era sia di “*stimare la propensione ad attivare la nuova versione di Telepass Premium*”, sia di “*valutare il rischio che gli attuali clienti Telepass Premium non accettino il passaggio automatico alla versione Premium arricchita del nuovo servizio*”<sup>41</sup>. Da tale indagine emerge la “*propensione a mantenere il Telepass Premium a fronte dell’aumento di costo per il soccorso stradale urbano ed extraurbano*” e si evidenzia che, nell’ipotesi di aumento compreso tra [50-100] e [50-100] centesimi di euro, il [35-40%] dei clienti *Telepass Premium* non avrebbe aderito alla variazione del prezzo del canone e/o avrebbe restituito anche l’apparato Telepass; dall’indagine si rileva, altresì, che il [40-45%] del campione analizzato “*non [vuole] pagare un canone mensile più alto*”<sup>42</sup> (sottolineatura aggiunta).

32. Invece, le analisi condotte dal professionista sui propri *competitors* per il servizio di soccorso meccanico su tutte le strade italiane<sup>43</sup> sono state dirette alla definizione del prezzo e del posizionamento su tale mercato rispetto ai principali concorrenti, concludendo che *Il Premium con l’estensione del soccorso meccanico alla rete ordinaria al prezzo di [1-5]€/mese risulta essere, nello scenario analizzato, altamente competitivo offrendo un’ampia gamma di servizi legati al soccorso meccanico con un costo mensile concorrenziale.*

<sup>40</sup> Cfr. doc. n. 15.1.142, PREMIUM CONSUMER - Chiusura gennaio, di cui all’indice del fascicolo.

<sup>41</sup> Cfr., a titolo esemplificativo, il doc. n. 15.1.9, Unione\_Premium\_report\_def, di cui all’indice del fascicolo.

<sup>42</sup> Cfr. il doc. n. 15.01.09, di cui all’indice del fascicolo.

<sup>43</sup> L’analisi dei competitor di Telepass, per il servizio di soccorso meccanico su tutte le strade italiane, è stata condotta su una selezione di società di rilevanza nazionale. Ad ogni società è stato attribuito un punteggio in base alle varie tipologie di offerta, (gamma di servizi forniti e il loro livello es: per il traino: limite km, n. soccorsi annui, limite rimborsi) che insieme al costo mensile, ne ha determinato il posizionamento su una mappa. Cfr. doc. n. 15.1.2, Benchmark 2015, di cui all’indice del fascicolo.

33. Tra le attività propedeutiche alla realizzazione del progetto Unione del Premium rientra infatti anche la gara effettuata da TLP per il passaggio dalla precedente compagnia assicurativa ad Allianz per quanto riguarda il servizio di soccorso stradale per i clienti *Premium*. Allianz è stato selezionato tramite indagine in base al rapporto prezzo/servizi erogati, che ha rafforzato ulteriormente il *Premium* prevedendo, rispetto alla precedente offerta, diverse migliorie valide sia sulla rete autostradale che sulla viabilità ordinaria<sup>44</sup>, nonché consentendo un risparmio sui costi sostenuti €/mese tessera (autostrada + rete ordinaria)<sup>45</sup>.

34. Ulteriori evidenze hanno messo in luce come il professionista, nella fase propedeutica all'invio della comunicazione, si sia effettivamente posto il problema della sua conformità alla normativa vigente in tema di tutela del consumatore e dei possibili impatti legali originanti dall'operazione in sé e, in particolare, della necessità di acquisire un consenso espresso da parte degli utenti destinatari della comunicazione inviata<sup>46</sup>.

35. In particolare, da una *mail* acquisita agli atti, il responsabile della struttura organizzativa Consulenza Legale di TLP, si esprime come segue: *"(...) sono in staff ed è stato presentato il progetto in oggetto. (...) mi è stata sollevata l'eccezione che per la modifica di norme inerenti variazione di prezzo, sia necessaria l'accettazione firmata dal cliente anziché la proposta di modifica unilaterale con relativo recesso! (...). Mi fai x favore una verifica di dottrina e giurisprudenza, xché (...) nn vorrei sorprese! (...)"*<sup>47</sup>.

#### **d) I reclami, le richieste di chiarimenti e i recessi dei consumatori**

36. Nel corso dell'attività ispettiva è stata altresì acquisita documentazione relativa al numero di reclami e richieste di chiarimenti dei consumatori e loro associazioni pervenuti sul tema a partire dalla data di invio della comunicazione (18 novembre 2015), nonché sul numero di recessi.

37. La seguente Tabella 5 riporta il numero dei contatti telefonici attivati dai clienti nel periodo immediatamente successivo all'invio della comunicazione; lo stesso schema riporta il dettaglio della richiesta di chiarimenti ed informazioni ("*no reclamo*") nonché il dettaglio del numero dei reclami ("*si reclamo*"). E' riportata nello stesso allegato la tabella relativa ai contatti scritti, con indicazione del dato del numero dei reclami ("*si reclami*") e delle mere richieste di informazioni ("*no reclami*").

---

<sup>44</sup> Cfr. doc. n. 15.1.37, *\_\_UNIONE PREMIUM - INGRESSO ALLIANZ\_\_* e doc. n. 15.1.29, *Rif\_ Offerta per servizio assicurativo assistenza - Telepass.eml*, di cui all'indice del fascicolo.

<sup>45</sup> Cfr. doc. n. 15.1.32, *Rif\_ Re\_ COSTI SOCCORSO.eml*, di cui all'indice del fascicolo.

<sup>46</sup> Cfr. doc. n. 15.1.75, *Rif\_ In\_ Unione Premium - impatti legali.pdf*, di cui all'indice del fascicolo.

<sup>47</sup> Cfr. doc. n. 15.1.119, *Premium unicum.pdf*, di cui all'indice del fascicolo.

Tab. 5

	CONTATTI TELEFONICI			CONTATTI SCRITTI		
	No recl	Si recl	Totale	No recl	Si recl	Totale
2015 nov	[1.000-5.000]	[1 - 50]	[1.000 - 5.000]	[100- 500]	[1 - 50]	[100 - 500]
2015 dic	[1.000-5.000]	[1 - 50]	[1.000-5.000]	[100- 500]	[1 - 50]	[100- 500]
2016 gen	[100 - 500]	[1 - 50]	[100- 500]	[50 - 100]		[50 - 100]
2016 feb	[50 - 100]		[50 - 100]	[1 - 50]		[1 - 50]
Totale	[1.000 - 5.000]	[1 - 50]	[1.000-5.000]	[500-1000]	[50-100]	[500-1000]

38. Quanto alle richieste relative al numero dei recessi pervenuti successivamente alla data di invio delle comunicazioni di modifica unilaterale del contratto, il dato è riportato nella seguente Tabella 6.

Tab. 6

RESTITUZIONI dal 18/11/2015 al 31/01/2016	Premium	Extra
FAMILY	[10 mila - 50 mila]	[1.000 - 5 mila]
TELEPASS CON VIACARD	[5 mila - 10 mila]	[100 - 1.000]

39. Alcune mail acquisite agli atti del fascicolo riassumono efficacemente la potenziale (ed effettiva) percezione dei consumatori circa la comunicazione in esame, oggetto di avvio del procedimento, in particolare avuto riguardo alla sua ambiguità, alla scarsa chiarezza, all'intendimento circa l'avviso relativo ad una nuova offerta aggiuntiva ed al timore di dover rinunciare, una volta esercitato il recesso, al telepass inteso come strumento di pagamento automatizzato del pedaggio:

1. *Ho appena ricevuto vs email su proposta modifica unilaterale contratto; gradirei capire il costo totale, A REGIME, del nuovo contratto che mi viene imposto (...); inoltre cosa fare per rifiutare questa proposta mantenendo comunque il contratto Telepass, qualora la giudicassi non interessante;*

2. *Ho ricevuto proposta unilaterale modifica contratto; potete per cortesia specificare DI QUANTO andrà ad essere maggiorato il servizio? La mail non è per niente chiara (...);*

3. *Vorrei per cortesia spiegazioni in merito alla segnalazione ricevuta perché non intendo aderire a nessuna offerta aggiuntiva.*

*(...) ho provato ad avere alcune informazioni sullo stato del mio contratto telepass tramite call center ... ma poco è servito, (...) Sono titolare dal 22/12/2000 di un contratto TELEPASS FAMILY (...), questa mattina ricevo una mail che mi informa che il mio contratto era variato. (...). In conclusione io volevo sapere solo: è possibile togliere OPZIONE PREMIUM? se tolgo l'opzione cosa succede? Quanto pago? (...).* (sottolineature aggiunte)

40. Peraltro, altre mail acquisite denotano il disorientamento dei consumatori circa le modalità con cui effettuare l'eventuale recesso<sup>48</sup>: *Buongiorno, ho ricevuto la comunicazione di modifica unilaterale dell'opzione premium (.), volevo sapere le modalità di recessione dell'opzione (mantenendo comunque attivo il contratto telepass family). Nell'email inviata non sono esplicitate infatti le modalità con cui recedere per cui vi chiedo supporto* (sottolineatura aggiunta).

### 3) Le argomentazioni difensive della Parte

41. In corso di istruttoria il professionista ha depositato proprie note difensive<sup>49</sup> in cui ha preliminarmente evidenziato che per ogni servizio singolarmente offerto ai clienti è predisposto un autonomo testo contrattuale<sup>50</sup> e che il modulo denominato *Unicum* (sia *Telepass Family* che *Telepass con Viacard*) “non corrisponde ad un contratto autonomo dettato per regolamentare un servizio particolare”, ma è un particolare formato utilizzato nei Punti blu per consentire l'adesione con firma elettronica avanzata, finalizzata ad ottimizzare e rendere più economico il processo di adesione contestuale ma disgiunta ad uno o più servizi Telepass (*Telepass family, Twin, Opzione Premium*) e disciplina ogni singolo servizio con norme specifiche, senza che l'adesione ad uno di tali servizi comporti automaticamente adesione agli altri, ovvero che la cessazione per qualsiasi causa di uno di questi comporti l'automatica cessazione degli altri (fatta eccezione per la cessazione del contratto *Telepass Family*, comunque intervenuta, che determina il venir meno dei contratti *Opzione Premium* e *Twin*).

42. Il professionista ha precisato che le condizioni generali del contratto *Opzione Premium* (nella versione 2014, vigente al momento della proposta della modifica) stabiliscono (art. 2) che il cliente *Premium* può usufruire dei servizi offerti da Telepass e/o da *Partner*, così come indicato nella specifica Guida ai Servizi. Telepass si riserva la facoltà di variare e aggiornare i servizi<sup>51</sup>, così come i *Partner* facenti parte dell'offerta.

43. E' indicato, infatti nel contratto che Telepass può modificare le norme e condizioni *Opzione Premium* per adeguare il servizio a sopravvenute esigenze di natura amministrativa, economica e/o tecnico-gestionale, dandone comunicazione al cliente mediante almeno uno dei canali di comunicazione prescelti da Telepass (posta elettronica, comunicazione in fattura, telefono, sms, posta ordinaria, [www.telepass.it](http://www.telepass.it), ecc.). In caso di variazione dei servizi offerti è riservata al cliente la facoltà di recesso dall'*Opzione Premium* senza addebiti.

44. Pertanto, TLP sottolinea come il contratto è dettato per offrire un insieme non scindibile di servizi, ai quali non è dato un valore economico singolarmente quantificato<sup>52</sup>. Nel caso in esame, la modifica contrattuale è stata introdotta in considerazione delle esigenze di ampliamento delle caratteristiche generali dei servizi già erogati e di un miglioramento dell'offerta contrattuale.

---

<sup>48</sup> In ordine alla modalità di comunicazione dei recessi, TLP ha precisato di aver indicato che si potesse operare il "recesso senza spese come da contratto". Il contratto *Opzione Premium* stabilisce che il cliente può recedere recandosi presso i Punti blu, ovvero inviando una comunicazione tramite Raccomandata AR a Telepass SPA. Le informazioni al riguardo sono disponibili sui contratti, sul sito [telepass.it](http://telepass.it), presso i Punti blu e mediante contatto con i contact center.

<sup>49</sup> Cfr. docc. nn. 22 e 44 dell'indice del fascicolo.

<sup>50</sup> Cfr. precedente nota n. 35.

<sup>51</sup> E' indicato, infatti nel contratto: “5.5 Telepass S.p.A. può modificare le Norme e Condizioni *Opzione Premium* per adeguare il servizio a sopravvenute esigenze di natura amministrativa, economica e/o tecnico-gestionale, dandone comunicazione al cliente presso il suo domicilio. In tali casi sarà precisata la data di entrata in vigore della modifica, ferma restando la possibilità per il cliente di recedere dal servizio senza alcun onere aggiuntivo.”

<sup>52</sup> Per connotazione propria del contratto *Opzione Premium*, per il soccorso stradale, come per le altre agevolazioni che corrispondono all'offerta in generale, non è possibile indicare né il valore economico singolo della singola agevolazione, né è possibile per la stessa struttura del contratto, così come accettato dai clienti, aderire ad una di esse, disattivandone un'altra, ovvero scegliendo quale accettare espressamente o tacitamente.

45. Il Contratto *Opzione Premium Extra*, destinato a chi fosse già titolare di *Opzione Premium* e sottoscrivesse l'apposito modulo, prima della sua cessazione, consentiva la fruizione di servizi aggiuntivi a quelli previsti dall'*Opzione Premium* ed era diretto a disciplinare il singolo servizio di soccorso stradale sulla intera rete viaria<sup>53</sup>.

46. Per una scelta aziendale, TLP ha deciso di procedere alla soppressione del nuovo contratto e ad una razionalizzazione e revisione generale dell'offerta *Premium*, tendendo al perseguimento di un obiettivo generale di miglioramento qualitativo dell'offerta. Detto obiettivo è stato comunicato con chiarezza ai clienti per dare loro le motivazioni che erano alla base della necessità, dopo molti anni, di procedere ad un aumento del canone dell'*Opzione Premium* richiamando, nella comunicazione della modifica contrattuale inoltrata, il miglioramento qualitativo dell'offerta con ampliamento dei servizi resi<sup>54</sup>.

47. TLP rileva che, secondo la segnalazione di Adusbef e Federconsumatori, l'azienda avrebbe dovuto chiedere ai clienti di accettare in maniera preventiva ed espressa il servizio "aggiunto" nell'offerta, soluzione non possibile in relazione alla struttura del contratto che prevede una offerta di servizi complessiva senza che per ciascuno sia possibile la precisazione del prezzo<sup>55</sup>.

48. Per quanto sopra, non configurandosi la fattispecie dell'attivazione automatica di un nuovo servizio, l'azienda ha ritenuto opportuno optare per la soluzione della "*modifica unilaterale del contratto opzione Premium*", come previsto dalla norma contrattuale (art. 5.5) e nel rispetto del Codice del Consumo (art. 33, comma 2, lettere *m* e *o*), procedendo ad una mera variazione di singole clausole e non alla introduzione di un nuovo e diverso regolamento contrattuale.

49. TLP ritiene pertanto che non si tratti di una novazione contrattuale<sup>56</sup>, bensì di una ridefinizione del contratto (è stata soppressa l'opzione *extra* e modificato il pacchetto *premium*), cioè dell'aggiunta di un'agevolazione per un servizio nell'ambito di un contratto in cui è ammesso che i servizi possano cambiare, ma l'opzione offerta sarebbe sempre la stessa. *Premium* è dunque un prodotto aggiuntivo rispetto al servizio base, composto di un pacchetto di agevolazioni su servizi per le quali non è possibile aderire ad una sola di esse. L'aumento del canone *Premium* e l'introduzione del nuovo servizio di soccorso sulla viabilità ordinaria sono stati contestuali, ma vanno visti come eventi separati<sup>57</sup>.

50. Di contro, la modifica unilaterale del contratto, nel caso specifico, può essere legittimamente esercitato ove operi su elementi del contratto che non ne determinino una efficacia novativa. La

<sup>53</sup> TLP si riservava di offrire ulteriori servizi opzionali ed aggiuntivi ai Clienti titolari dell'*Opzione Extra*; in tal caso, TLP aveva facoltà di prevedere un canone, a titolo di corrispettivo, ulteriore rispetto al canone mensile dell'*Opzione Premium*, per la fornitura di ciascun servizio opzionale. L'adesione aveva il costo di un euro al mese, iva inclusa, sia per la clientela Family, che per la clientela Viacard. Il contratto era stato pertanto strutturato in modo che l'offerta di servizi in favore dei clienti potesse essere successivamente implementata con "servizi aggiuntivi" a pagamento, i quali sarebbero stati attivati, come prescritto, a richiesta espressa dei clienti che avrebbero potuto aggiungerli, a seguito di accettazione formale.

<sup>54</sup> Indicando che "... siamo al lavoro per offrirti sempre più servizi al passo con le tue esigenze di mobilità, integrando nella nostra offerta telepass Premium nuovi partner e ridefinendo, secondo una logica migliorativa, le agevolazioni e gli sconti già attivi".

<sup>55</sup> Attualmente le agevolazioni offerte da partner commerciali di Telepass SpA ed inserite nella guida ai servizi consistono in: i) Accordo con Allianz "Soccorso meccanico gratuito di Allianz Global Assistance in città e in autostrada; ii) Accordo con Eni Station, in caso di rifornimento di carburante nelle stazioni Eni, agevolazioni sul costo del pedaggio autostradale; iii) Accordo con Pirelli - agevolazioni economiche per acquisto di pneumatici; iv) Accordo con Direct Line - agevolazione economica per l'acquisto di polizze assicurative; v) Accordi con società di noleggio auto - sconti sul noleggio auto; vi) Sconti presso bar e ristoranti aderenti ad alcune catene; vii) Sconti in alcune aree parcheggio; viii) Sconti per acquisto di biglietti per viaggi in nave.

<sup>56</sup> Secondo TLP, in base a norme e principi di ordine generale, si potrebbe verificare un fenomeno novativo allorché, a norma dell'art. 1230 c.c., oggetto della variazione fossero stati l'oggetto ed il titolo, quali elementi caratterizzanti del contratto *Opzione Premium* ("...l'obbligazione si estingue quando le parti sostituiscono all'obbligazione originaria una nuova obbligazione con oggetto e titolo diverso" art. 1230 c.c.).

<sup>57</sup> Cfr. il verbale dell'audizione del 14 aprile 2016, doc. n. 25, di cui all'indice del fascicolo.

variazione contrattuale ha inciso esclusivamente sul valore del canone e sulla qualità dell'offerta resa.

**51.** In relazione alla contestazione relativa alla violazione dell'art. 65 del Codice del Consumo, TLP richiama i provvedimenti sanzionatori adottati in argomento dall'Autorità, ritenendo che essi non siano assimilabili alla modifica unilaterale del contratto *Opzione Telepass Premium* posta in essere dal professionista<sup>58</sup> in quanto, nel caso in esame, il contratto è rimasto sempre lo stesso, semplicemente variando una delle agevolazioni allo stesso concesso ed essendo posta in essere una rimodulazione dell'offerta *Opzione Premium*, con unificazione di due contratti, implementazione dell'offerta stessa con un ulteriore servizio, non autonomamente proposto o attivabile, destinato a migliorare il contenuto globale dell'offerta medesima.

**52.** Quanto alle contestazioni relative alla violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del Consumo, in ragione del fatto che i clienti sarebbero stati indotti a ritenere che la rinuncia al servizio di soccorso sulla viabilità ordinaria comporti una perdita non soltanto del servizio di soccorso in autostrada, ma anche del mero servizio di pagamento automatizzato del pedaggio autostradale, TLP ritiene sussistere un fraintendimento, dal momento che ciascun titolare del servizio *Opzione Premium* ha singolarmente richiesto ed ha accettato il relativo contratto in maniera espressa ed autonoma rispetto al contratto che regola il servizio di pagamento mediante l'utilizzo dell'apparato Telepass; inoltre, mai nelle comunicazioni inviate alla clientela coinvolta è fatto riferimento al servizio di pagamento dei pedaggi autostradali con apparato Telepass (che non è nemmeno citato) e a una possibile "rinuncia" al servizio stesso ed all'apparato Telepass, connessa o conseguente alla mancata accettazione delle modifiche che riguardano il diverso contratto di *Opzione Premium*.

**53.** Secondo TLP tale comunicazione è stata recepita in modo corretto dai clienti, dato il numero minimo di reclami pervenuti nei giorni successivi alla comunicazione inviata; peraltro, non pare rilevabile, in relazione ai rapporti tra i vari contratti, alcun elemento sulla base del quale possa ritenersi che al cliente sia "suggerito" che un recesso dall'*Opzione Premium*, in relazione alla mancata accettazione delle clausole modificate quanto al prezzo, possa determinare un venir meno del contratto Telepass (in modalità "*Telepass Family*" o "*Telepass con Viacard*") e dunque del servizio di pagamento automatizzato dei pedaggi autostradali.

**54.** Il rapporto tra i vari contratti è formalmente indicato e descritto nei testi delle condizioni generali e nelle comunicazioni effettuate ai clienti anche tramite il sito; se è ben possibile essere titolari di Telepass e non avere un contratto di *Opzione Premium*, è scritto chiaramente che il venir meno del contratto di Telepass comporta la cessazione del contratto *Opzione Premium*; mai però, viceversa, la cessazione del contratto *Opzione Premium* può determinare la cessazione del contratto di Telepass<sup>59</sup>.

---

<sup>58</sup> In proposito, TLP segnala, tra gli altri, le pratiche di taluni operatori di telefonia dove sono stati riconosciuti rilevanti ai fini della irrogazione delle sanzioni le pratiche consistenti nell'aver operato la trasformazione dei cosiddetti "servizi di reperibilità" da gratuiti in servizi a pagamento (PS9545 - WIND-ATTIVAZIONE UNILATERALE SERVICE CARD). Secondo TLP, nel caso riportato era stato attivato un autonomo servizio, avente un costo singolo e determinato ("mera Opzione aggiuntiva"). O, ancora, con riferimento al servizio Vodafone Exclusive (PS10186), TLP rileva trattarsi di modifiche contrattuali tali da far effettivamente ritenere intervenuta una novazione contrattuale e per i quali, di conseguenza, occorre espressa accettazione.

<sup>59</sup> Per quanto riguarda i rapporti tra Opzione e contratto Telepass è indicato con chiarezza nel testo delle condizioni generali: "1.1 L'Opzione è riservata ai Clienti che abbiano attivo con Telepass S.p.A. un regolare contratto Telepass con Viacard o Telepass Family, limitatamente ai veicoli rientranti nelle classi di pedaggio A e B fino a 35 quintali, esclusi autobus..." - "1.6 L'Opzione è collegata all'apparato Telepass prescelto in disponibilità del Cliente in forza del contratto Telepass Viacard o Family indicato nel presente modulo. In caso di sostituzione dell'apparato l'Opzione viene automaticamente trasferita sul nuovo apparato consegnato al Cliente..." - "4.1 L'Opzione verrà automaticamente risolta: a) in tutti i casi di risoluzione del contratto Telepass o restituzione definitiva dell'apparato Telepass sul quale è attivata l'Opzione".

55. I testi delle comunicazioni inviate ai clienti indicano infatti la decisione di unificare i contratti *Telepass Opzione Premium* ed *Opzione Premium Extra* (“abbiamo aggiunto - a tutta la clientela *Premium* - anche il soccorso stradale sulla viabilità ordinaria, in aggiunta al servizio già attivo di assistenza sulla rete autostradale a pedaggio”)<sup>60</sup>.

56. Infine, nella propria memoria conclusiva, TLP, oltre a richiamare quanto depositato ad esito dell’audizione tenutasi in data 5 luglio 2016, in cui, tra l’altro, ha evidenziato che nel 2016 il numero dei sinistri su viabilità ordinaria è raddoppiato e che dei [1.000-5.000] sinistri su rete ordinaria riscontrati tra gennaio e aprile 2016, per [1.000-5.000] servizi venivano richiesti da clienti *ex Base* ([30-35%] del totale sinistri su rete ordinaria) i quali, pertanto, non solo dovevano ritenersi aver utilizzato il servizio ma, averlo anche accettato; ha ribadito, nel merito, che la variazione di costo non è da rapportare alla nuova agevolazione introdotta bensì al fatto che per oltre un decennio il prezzo contrattuale non aveva subito modifiche e che l’eventuale mancata adesione al contratto *Opzione Premium* non fa venire meno il contratto *Telepass base*, che rimane valido ed efficace tra le Parti.

57. TLP, sulla base di quanto sopra esposto, ha richiesto che l’Autorità voglia dichiarare la non scorrettezza della pratica commerciale intrapresa o, in via subordinata, l’accoglimento dell’impegno consolidato - quale formulato ad esito dell’audizione del 5 luglio 2016 e comportante la realizzazione di un meccanismo di adesione alla modifica contrattuale basato sull’opt in che, data la necessità di adottare specifiche modifiche tecniche attualmente non previste nei sistemi *Telepass*, verrà posto in essere a decorrere dal mese di [omissis] e ultimato nel corso del [omissis] - o, in ulteriore subordinata, di valorizzarlo quale ravvedimento operoso ritenendo di aver diritto alla riduzione della sanzione in virtù della sua condotta collaborativa<sup>61</sup> o, ancora in ulteriore subordinata, in relazione all’asserita violazione ex art. 65 del Codice del Consumo, che le misure che l’Autorità riterrà di adottare trovino applicazione unicamente per i contratti *Premium* sottoscritti dal 13 giugno 2014 in poi, con salvezza integrale di quelli anteriori alla data indicata, vista la

<sup>60</sup> Il riferimento alla implementazione del servizio (e non offerta di servizio aggiuntivo ed autonomo) è stato espressamente indicato al fine di dare piena attuazione dell’art. 5.5 del contratto *Opzione Premium*. Conseguentemente, nello specchio riportato nelle comunicazioni erano chiaramente indicate le clausole modificate, ed erano stati riportati i testi delle stesse precedenti e successive.

<sup>61</sup> TLP ha ribadito le condizioni del Ravvedimento Operoso, sostanzialmente coincidenti con la proposta di impegno consolidato depositata in allegato al verbale di audizione del 5 luglio 2016 con le quali mira a garantire la possibilità per i clienti sottoscrittori dell’*Opzione Premium* di effettuare la scelta di adesione all’opt in in modo espresso e consapevole attraverso modalità da adottarsi consequenzialmente l’una rispetto all’altra qualora la precedente non abbia risposta entro un termine massimo da definirsi. Le condizioni alle quali TLP si è impegnata sono le seguenti:

A. il prezzo dell’offerta *Opzione Premium*, come modificata nel “pacchetto” di agevolazioni a far data dal 1° gennaio 2016, rimarrà il medesimo per tutto l’anno 2016. Il prezzo verrà incrementato dal 1° gennaio 2017;

B. per i suddetti clienti, essendo già operativo l’effetto giuridico della modifica del contratto *Opzione Premium* a decorrere dal 1° gennaio 2016, come previsto dalle Norme e Condizioni che disciplinano il contratto, è possibile in ogni momento recedere dal contratto stesso senza costi aggiuntivi;

C. quanto sopra rimarrà valevole anche a far data dal 1° gennaio 2017, cosicché i clienti, che non vogliano continuare a fruire dell’offerta *Opzione Premium*, potranno recedere dal contratto senza costi aggiuntivi;

D. il recesso dall’*Opzione Premium* non comporterà in alcun caso la cessazione del servizio *Telepass* di pagamento automatizzato del pedaggio autostradale e degli altri servizi di mobilità cui i clienti avessero aderito; allo stesso modo, la mancata sottoscrizione dell’*Opzione Premium*, non comporta la caducazione del contratto *Telepass Base* del quale il cliente rimarrebbe comunque titolare.

E. L’impegno doveva intendersi riferito alla clientela privata e business in possesso al 1.12.2016 del contratto *Premium* “*ex Base*” che avesse ricevuto la comunicazione di modifica del contratto con il servizio di soccorso su viabilità ordinaria;

F. TLP garantirà la possibilità per detti clienti di effettuare la scelta di adesione all’opt in in modo espresso e consapevole attraverso le seguenti modalità da adottarsi consequenzialmente l’una rispetto all’altra qualora la precedente non abbia risposta entro un termine massimo da definirsi: [omissis].

In questa sede si rileva che se, da un lato, le misure proposte da TLP appaiono consentire l’attivazione di quel meccanismo virtuoso comportante l’adesione consapevole alle modifiche contrattuali proposte da parte dei consumatori, dall’altro esse non chiariscono quali conseguenze si determineranno sui contratti *Opzione Premium ex Base* nel caso in cui i titolari non rispondano alle sollecitazioni del professionista nei tempi indicati per accettare dette modifiche.

chiara disposizione transitoria riportata che fa decorrere l'efficacia delle nuove disposizioni da un termine ben definito.

#### IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

**58.** Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa anche via *e-mail*, in data 12 agosto 2016 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo<sup>62</sup>.

**59.** Con parere pervenuto in data 8 settembre 2016<sup>63</sup>, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha limitato le proprie valutazioni all'attitudine dello specifico mezzo di comunicazione utilizzato per diffondere la pratica commerciale a incidere e amplificare l'eventuale ingannevolezza e/o scorrettezza della medesima pratica, esprimendo il proprio parere nel senso che la comunicazione, effettuata dal professionista per mezzo di posta elettronica, sottopone il soggetto contattato, virtuale fruitore dei servizi offerti, a una sollecitazione non richiesta, peraltro creando un rapporto fondato su quanto comunicato dal professionista stesso e che, dunque, essa è suscettibile di ingenerare una ragionevole fiducia nell'interlocutore, rendendo in tal modo possibile l'omissione di informazioni ovvero la fornitura di informazioni fuorvianti o non corrispondenti al vero.

**60.** Pertanto, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha ritenuto che, nel caso di specie, la comunicazione via *e-mail* sia idonea a influenzare significativamente la realizzazione della condotta oggetto della richiesta di parere.

#### V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

**61.** Il presente provvedimento concerne il comportamento posto in essere da TLP consistente nell'attivazione di un nuovo servizio (il servizio di soccorso anche sulla viabilità ordinaria) ai propri clienti sottoscrittori del contratto *Opzione Premium* (abbinato ai moduli contrattuali denominati "*Twin*", "*Unicum Telepass Family*" ed "*Unicum Telepass con Viacard*") applicando, a partire dal 1° gennaio 2017, una variazione in aumento del canone - sostanzialmente raddoppiato rispetto a quello precedentemente in vigore (da 0,78€ a 1,50€ mensili) -, senza averne chiesto preventivamente il consenso espresso dei clienti, bensì prevedendone la tacita adesione.

**62.** In particolare, il nuovo servizio *Opzione Premium*, derivante dall'unificazione dell'*Opzione Premium* (un pacchetto di servizi all'interno dei quali è ricompreso il soccorso dell'utente in autostrada) con l'*Opzione Premium Extra* (con il quale si prevedeva anche il soccorso sulla viabilità ordinaria), dal 1° gennaio 2016 è stato automaticamente attivato in caso di mancata risposta dei consumatori entro 60 giorni dal ricevimento della "*Proposta di Modifica Unilaterale del Contratto*" che è stata inviata ai sottoscrittori dei summenzionati contratti, anche tramite *e-mail*, nel mese di novembre 2015.

**63.** Per i motivi che di seguito si esporranno, la condotta oggetto del presente provvedimento non risulta rispettosa dei canoni minimi di diligenza richiesti ad un operatore quale TLP, ed è caratterizzata da un'aggressività tale da condizionare indebitamente le scelte economiche dei consumatori e, pertanto, da porsi in violazione degli articoli 20, 24, 25 e 26, lettera *f*), del Codice del Consumo; inoltre, per i nuovi contratti sottoscritti a far data dal 13 giugno 2014, si rileva anche la violazione dell'articolo 65 del medesimo Codice nella formulazione assunta a seguito del recepimento della direttiva 2011/83/UE (c.d. *Consumer Rights*).

<sup>62</sup> Cfr. doc. n. 44 dell'indice del fascicolo.

<sup>63</sup> Cfr. doc. n. 45 dell'indice del fascicolo.



**a) La pratica commerciale aggressiva**

64. Dall'analisi della condotta sopra descritta emergono diversi elementi che, nel loro complesso, denotano il carattere particolarmente scorretto e aggressivo dell'operazione posta in essere dal professionista.

65. In via preliminare, si rileva come TLP abbia sostanzialmente proceduto all'attivazione di un nuovo servizio richiedendo un consistente aumento (pari a quasi il 100%) del canone precedentemente corrisposto dai clienti, e adottando un meccanismo che non prevede una consapevole ed espressa adesione ed accettazione da parte dei propri clienti (*opt in*), bensì obbligandoli, *a contrario*, entro un termine dallo stesso professionista prestabilito, ad attivarsi, in caso di assenza di interesse, per formalizzare un espresso recesso dal contratto (*opt out*).

66. Le evidenze raccolte nel procedimento hanno dimostrato che l'unificazione del servizio *Premium* con il servizio *Premium Extra* determina l'attivazione di un nuovo servizio - soccorso stradale sulla viabilità ordinaria - e la corresponsione di un consistente aumento del canone a carico dei consumatori.

67. In proposito, basti considerare quanto richiamato al precedente paragrafo n. 28 in cui si rileva, in particolare da uno scambio di *mail* in replica al comunicato stampa di Federconsumatori, che “ (...) Il motivo degli aumenti è dovuto al fatto che si è deciso di aggiungere al Premium il Soccorso Meccanico Gratuito anche fuori autostrada, cioè in città e su tutta la viabilità ordinaria italiana” (sottolineatura aggiunta).

68. Del resto, tutte le attività propedeutiche e preparatorie alla definizione ed al lancio dell'operazione (*report* delle proiezioni di introiti post modifica contrattuale; ipotesi sugli effetti di restituzione dell'apparato Telepass - cd. *churn*; indagine commissionata al fine di “*valutare il rischio che gli attuali clienti Telepass Premium non accettino il passaggio automatico alla versione Premium arricchita del nuovo servizio*”; analisi condotte dal professionista sui propri *competitors*)<sup>64</sup> appaiono preordinate proprio alla definizione del prezzo e del posizionamento di TLP sul mercato dei servizi di soccorso stradale rispetto ai principali concorrenti, così da stabilire e quantificare la portata dell'operazione in termini di margini operativi nel breve-medio termine, conseguenti all'aumento del canone vigente ed alla nuova struttura contrattuale prevista.

69. La stessa gara effettuata da TLP per il passaggio dalla precedente compagni assicurativa ad Allianz, per quanto riguarda l'esternalizzazione del servizio di soccorso stradale per i clienti *Premium*, rientra tra dette attività propedeutiche, come certificato da taluna documentazione agli atti del fascicolo in cui si rileva che “ (...) *nell'ambito del progetto di Unione del Premium, (...) ci sarà il passaggio da [omissis] ad Allianz per quanto riguarda il soccorso stradale per i clienti Premium. Allianz è stato selezionato tramite indagine in base al rapporto prezzo/servizi erogati offerto. Il passaggio (...) rafforza ulteriormente il Premium in quanto prevede, rispetto all'offerta attuale, diverse migliorie valide sia sulla rete autostradale che sulla viabilità ordinaria, (...)*”<sup>65</sup> (sottolineatura aggiunta).

70. Ciò premesso, l'attivazione di un nuovo servizio necessita di un consenso espresso dei consumatori (*opt-in*) in quanto modalità in grado di consentire una scelta consapevole circa l'acquisto e la prestazione richiesta. A questo riguardo, come rilevato dallo stesso professionista, l'Opzione *Premium* e/o l'Opzione *Premium Extra* erano state in precedenza (cioè prima della *Proposta di modifica unilaterale del contratto*) attivate secondo un analogo meccanismo di *opt-in* proprio perché entrambe prevedono un corrispettivo ulteriore (e ben determinato da TLP in termini

<sup>64</sup> Cfr. precedente paragrafo n. 32.

<sup>65</sup> Cfr. doc. n. 15:01:37, \_\_UNIONE PREMIUM - INGRESSO ALLIANZ\_\_.eml, di cui all'indice del fascicolo.

di costo/unità) rispetto al canone richiesto per il servizio di pagamento automatizzato del pedaggio autostradale e ad esso inscindibilmente connesse.

71. Pertanto, nel caso in esame, il professionista ha attivato un nuovo servizio (Nuova *Opzione Premium* con soccorso stradale sulla viabilità ordinaria) e richiesto un significativo incremento del canone (da 0,78 a 1,50 euro/mese)<sup>66</sup>, senza che al consumatore venisse data la possibilità di esprimere il proprio consenso in maniera esplicita (come era avvenuto in precedenza).

72. Peraltro, la condotta del professionista presenta un ulteriore profilo di scorrettezza. Va infatti rilevato che la proposta di modifica in esame adottata dal professionista non comporta solo l'attivazione automatica di un nuovo servizio e un aumento del canone, ma prevede altresì, in caso di espresso rifiuto del consumatore, si determini la perdita secca del pacchetto di servizi già in essere (tra i quali, in particolare, il soccorso e l'assistenza in autostrada). Si tratta evidentemente di una modalità in grado di condizionare ulteriormente - oltre al meccanismo di *opt out* - le scelte del consumatore e indurlo ad accettare, per non perdere i servizi espressamente già richiesti ed attivati su base volontaria, l'aggiunta del nuovo servizio e il collegato aumento del canone.

73. In questa prospettiva, priva di pregio appare quindi la difesa del professionista basata essenzialmente sul fatto che l'operazione posta in essere - avviata con l'inoltro della comunicazione *de quo* - non rappresenti, stante la struttura del contratto, una novazione, ma semplicemente una rideterminazione del *bouquet* di servizi previsti al suo interno, che inciderebbe esclusivamente sul valore del canone e sulla qualità dell'offerta. Le evidenze hanno infatti ampiamente dimostrato che l'unificazione dei servizi *Premium* e *Premium Extra*, tramite l'aggiunta del servizio di soccorso stradale e l'aumento del canone, non sono modifiche marginali per adeguare il servizio a sopravvenute esigenze di natura amministrativa, economica e/o tecnico-gestionale<sup>67</sup>, bensì sono collegate all'offerta di un nuovo servizio. Parimenti, le evidenze e le stesse comunicazioni di TLP provano come tali modifiche sono contestuali e, appunto, funzionalmente collegate, e non possono quindi essere considerate come eventi separati<sup>68</sup>.

74. Anche in merito all'affermazione del professionista secondo la quale sarebbe impossibile separare il *servizio di soccorso stradale su rete viaria in forma autonoma perché detto servizio non esiste in tale modalità e non è singolarmente attivabile, né esiste una quantificazione per esso*, basti osservare, da un lato, che proprio il professionista offriva tale servizio in forma separata attraverso, appunto, l'opzione *Premium Extra*; dall'altro, che i numerosi *report* acquisiti nel corso dell'accertamento ispettivo dimostrano, al contrario, la concreta possibilità di un'esatta quantificazione del costo del servizio aggiunto<sup>69</sup>.

75. La particolarità della proposta (scorretta) di modifica unilaterale del contratto adottata dal professionista, realizzatasi attraverso l'invio di una *e-mail* ad oltre [1-5] milioni di utenti, presenta

<sup>66</sup> In proposito, relativamente ai sottoscrittori dell'Opzione Premium Extra, si consideri quanto riportato alla precedente nota n. 32.

<sup>67</sup> Nel contratto Opzione Premium (art. 5.5) è indicato, infatti che TLP può modificare unilateralmente le Norme e Condizioni Opzione Premium - secondo le modalità di cui all'art. 7.3 delle Norme e Condizioni del servizio Telepass con Viacard e dell'art. 8.3 del servizio Telepass Family - per adeguare il servizio a sopravvenute esigenze di natura amministrativa, economica e/o tecnico-gestionale, dandone comunicazione al cliente presso il suo domicilio. In tali casi sarà precisata la data di entrata in vigore della modifica, ferma restando la possibilità per il cliente di recedere dal servizio senza alcun onere aggiuntivo.

<sup>68</sup> Cfr. verbale di audizione del 14 aprile 2016, doc. n. 25 di cui all'indice del fascicolo. Tale affermazione, come riportato nel testo, risulta smentita dalla circostanza che, in precedenza, il servizio di soccorso stradale sulla rete ordinaria veniva offerto in modo autonomo e a fronte di autonomo pagamento (con la c.d. Opzione Premium Extra).

<sup>69</sup> Cfr. precedente paragrafo n. 29 e la mail di cui al doc. n. 15:01:32 "Re: COSTI SOCCORSO", del 27 novembre 2015, in cui si rileva come il professionista conoscesse esattamente quali fossero i costi €/mese tessera (solo autostrada) e €/mese tessera (autostrada + rete ordinaria) da sostenersi in termini di compensi richiesti dalle società di assicurazione in lizza per l'esternalizzazione del servizio di soccorso al momento del lancio dell'operazione.

inoltre numerosi profili di scorrettezza laddove si consideri che il professionista non specifica in modo chiaro ai propri clienti il contenuto e la natura del nuovo servizio offerto, in particolare l'aggiunta del servizio di soccorso stradale, ma soprattutto che l'eventuale recesso si riferisce unicamente all'Opzione *Premium* - nella sua nuova veste unificata - piuttosto che al servizio di pagamento automatizzato del pedaggio autostradale usufruibile tramite l'apparato Telepass, che rimane comunque attivo. Oscure appaiono anche le modalità con le quali esercitare tale diritto di recesso<sup>70</sup>, elementi tutti che rendono difficile la comprensione della reale natura dell'operazione in esame.

**76.** A tutti questi elementi, espressione del *modus operandi* particolarmente aggressivo del professionista, se ne aggiungono di ulteriori, laddove si analizzi il testo della comunicazione inviata da TLP alla propria clientela che, dato il suo tenore, contribuisce ad amplificare le ambiguità e la scarsa trasparenza sia delle sue modalità di proposizione che dell'operazione nel suo complesso.

**77.** Nella sua comunicazione il professionista non chiarisce infatti adeguatamente il contenuto della proposta modifica, genericamente riferendosi all'offerta *Telepass Premium*, all'unificazione dei contratti *Telepass Premium* e *Telepass Premium extra*, ai miglioramenti, alle agevolazioni e ai vantaggi esclusivi riservati al consumatore. Contrariamente a quanto sostenuto da TLP - che, nelle sue difese, rivendica che *mai*, nei messaggi inoltrati alla clientela, è fatto riferimento al servizio di pagamento dei pedaggi autostradali con apparato Telepass (che non è nemmeno citato) e a una possibile "rinuncia" al servizio ed all'apparato stesso -, si osserva che proprio l'assenza di qualsiasi chiara specificazione circa la modifica apportata - limitata all'Opzione *Premium* base - ha comportato una comunicazione altamente ambigua e ingannevole, preordinata a produrre un effetto confusorio in grado di condizionare indebitamente i consumatori allo scopo di indurli ad accettare passivamente l'aggiunta del nuovo servizio e l'aumento di prezzo.

**78.** In particolare, già dall'oggetto stesso della *e-mail* (*Proposta di modifica unilaterale dei contratti Opzione Premium. Twin. Unicum Telepass Family e Unicum Telepass con Viacard*)<sup>71</sup>, TLP fa riferimento non soltanto al contratto denominato *Opzione Premium*, ma anche ai contratti "*Twin*", "*Unicum Telepass Family*" ed "*Unicum Telepass con Viacard*", rendendo fin dal primo momento difficoltoso per i consumatori destinatari comprendere a quale di tali contratti la modifica concretamente si riferisca.

**79.** Peraltro, lo stesso professionista ha chiarito, nella risposta alla richiesta di informazioni contenuta nella comunicazione di avvio del procedimento, che il modulo denominato *Unicum* (sia *Telepass Family* che *Telepass con Viacard*) è un particolare formato utilizzato nei Punti blu per consentire l'adesione con firma elettronica avanzata e "*non corrisponde ad un contratto autonomo dettato per regolamentare un servizio particolare*"<sup>72</sup>, ciò che conferisce alla comunicazione *de quo* un evidente carattere di ambiguità, confusorietà e incertezza per i destinatari.

**80.** Assume particolare rilevanza anche il fatto che a seguito delle contestazioni avanzate dalle associazioni di consumatori<sup>73</sup> e degli articoli di stampa apparsi successivamente al lancio dell'operazione - che avevano associato l'aumento proposto proprio alla variazione del prezzo del

---

<sup>70</sup> Vedi, al riguardo, i reclami/richieste di chiarimenti dei consumatori riportate al precedente paragrafo n. 39.

<sup>71</sup> Vedi precedente paragrafo n. 19.

<sup>72</sup> Cfr. doc. n. 22 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>73</sup> Cfr. doc. n. 3 di cui all'indice del fascicolo (segnalazione Federconsumatori/Adusbef), nonché la numerosa corrispondenza acquisita in ispezione tra TLP e Federconsumatori (vedi precedente nota n. 32)

canone Telepass<sup>74</sup> - TLP ha proceduto a pubblicare un comunicato stampa per chiarire l'effettivo contenuto e le caratteristiche dell'operazione stessa, precisandole nel senso sopra indicato<sup>75</sup>.

**81.** In particolare, proprio in merito alla chiarezza della comunicazione circa il contenuto del nuovo servizio *Premium* e specificamente all'aggiunta del nuovo servizio di soccorso stradale sulla viabilità ordinaria – ed al conseguente aumento del canone – come emerso dalla stessa analisi effettuata dal professionista, trattasi di servizio offerto sul mercato da una pluralità di *competitors* e, in particolare, dalle numerose compagnie di assicurazione che, unitamente alla copertura obbligatoria assicurativa per Responsabilità Civile, offrono in abbinamento proprio il servizio di assistenza stradale. Pertanto, è plausibile ritenere che una buona percentuale dei destinatari della comunicazione non fosse interessato all'operazione *de quo* e che non abbia espresso la volontà di recedere dal contratto, come esplicitato *supra*, proprio nel timore di perdere il servizio di pagamento automatizzato del pedaggio.

**82.** Si consideri, inoltre, che ad oggi non è possibile determinare quanti degli utenti titolari dell'Opzione *Premium* (pari ad oltre [1-5] milioni), dopo l'invio della comunicazione sulla unificazione dei servizi *Premium* e *Premium Extra*, abbiano aderito volontariamente ed effettuato una scelta consapevole alla proposta di TLP e quanti, invece, l'abbiano subita passivamente.

**83.** In proposito, si rileva che il numero dei contatti (tra richieste di chiarimenti/informazioni e reclami, scritti e orali) e dei recessi registrati nel periodo immediatamente successivo all'invio della comunicazione, acquisiti agli atti nel corso dell'accertamento ispettivo e comunicate dallo stesso professionista, contrariamente a quanto affermato da TLP, oltre a non apparire *esiguo* in considerazione del breve periodo di tempo preso a riferimento, appare comunque tale da confermare che non si è trattato di casi sporadici ma di un comportamento scorretto del professionista, che denota una evidente potenzialità lesiva per le scelte dei consumatori, tale da consentire di ascrivere la condotta nel quadro dell'illecito di mero pericolo<sup>76</sup> (vedi precedenti paragrafi nn. 36 e segg.).

<sup>74</sup> Cfr. doc. n. 7 di cui all'indice del fascicolo, in particolare le n. 8 pagine relative a diversi articoli di stampa pubblicati nel periodo 22 novembre 2015 – 5 gennaio 2016.

<sup>75</sup> Si riporta un ampio stralcio del testo del comunicato stampa di TLP: “Telepass: ecco come cambia il prodotto Premium nel 2016 - Dopo le notizie emerse in questi giorni, Telepass ci tiene a chiarire alcuni aspetti relativi alle informazioni riprese dagli organi di stampa. La società Telepass S.p.A. (...) ha deciso di riorganizzare i servizi e i pacchetti opzionali presenti nel prodotto Premium. L'Opzione Premium consente infatti ai clienti che abbiano un contratto Telepass Family o Telepass con Viacard o contratto Twin di avvalersi, su base volontaria, di una serie di sconti e servizi aggiuntivi a condizione di favore. Si tratta di un contratto assolutamente separato dal contratto Telepass che si può sottoscrivere in maniera autonoma. Nel dettaglio la società ha deciso, dal 1 gennaio 2016, di apportare delle modifiche ai seguenti moduli contrattuali Premium denominati: Opzione Premium, Twin, Unicum Telepass Family e Unicum Telepass con Viacard. I contratti Premium e Premium Extra saranno unificati, estendendo a tutta la clientela Premium anche il soccorso stradale sulla viabilità ordinaria in aggiunta al servizio già attivo di assistenza sulla rete autostradale a pedaggio. Ovviamente tutto ciò avverrà contestualmente ad un aumento dei costi relativi all'Opzione Premium, ma a una riduzione del canone mensile per i 400mila clienti che hanno aderito all'Opzione Premium Extra (da 1,78€/mese a 1,50€/mese IVA inclusa). Nel dettaglio le variazioni che saranno applicate da gennaio 2016: Opzione Premium da 0,78 a euro 1,50 euro mensili per i clienti telepass con Viacard; Opzione Premium da 2,33 Euro a Euro 4,50 a trimestre per i clienti Telepass Family; Telepass Twin passa da un costo trimestrale complessivo di Euro 4,13 a Euro 6,30. Non è previsto di conseguenza nessun aumento del canone del Telepass, inteso come sistema di pagamento del pedaggio, per gli oltre 8 milioni di utilizzatori. Se le modifiche contrattuali relative ai servizi erogati entreranno in essere a partire dal 1 gennaio 2016, ciò non vale per l'aumento del canone. Telepass infatti ha deciso di offrire una promozione di 1 anno ai già clienti Premium (1,5 milioni) mantenendo invariato il prezzo di 0,78 euro/mese dell'Opzione Premium per tutto il 2016. Si precisa inoltre che il cliente Premium può decidere di disdire l'Opzione Premium in qualsiasi momento, senza alcuna penale e mantenendo attivo il Telepass per il pagamento del pedaggio autostradale. [sottolineatura aggiunta].

– Cfr. doc. n. 5 e 6 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>76</sup> Cfr., Cons. Stato n. 4753/2012, cit., per cui, in base alla definizione di pratica commerciale, di cui al Codice del Consumo, “l'elemento materiale della pratica commerciale scorretta può estrinsecarsi anche in condotte che nei fatti poi risultano soggettivamente identificabili, senza necessità che la stessa debba dirigersi, numericamente, contro una consistente percentuale di consumatori, o clienti, dell'impresa, ovvero concretarsi in condotte reiterate nel tempo”. In senso conforme cfr. Corte di Giustizia del 6 aprile 2015, causa C-388/13.

**84.** Occorre considerare che la condotta del professionista si palesa come aggressiva nella misura in cui esige il pagamento, da parte dei consumatori, per un servizio che effettivamente viene fornito, ma che i clienti non hanno richiesto, dal momento che, come visto, è stata predisposta una clausola di *opt-out* e non di *opt-in*.

**85.** Quanto alla diligenza professionale, non si riscontra da parte di TLP il normale grado di competenza ed attenzione che ragionevolmente ci si può attendere, avuto riguardo alla qualità del professionista ed alle caratteristiche dell'attività svolta. Ciò con particolare riferimento all'indebito condizionamento riscontrato nelle modalità di rappresentazione ai consumatori dei contenuti dell'operazione posta in essere ed alla sua natura, nonché nella carente esplicitazione delle concrete possibilità di rinunciare al mero servizio di assistenza stradale e non anche a quello di pagamento automatizzato del pedaggio.

**86.** Alla luce di quanto esposto, la condotta posta in essere dal professionista, con riferimento alla totalità dei contratti "*Opzione Premium*", "*Twin*", "*Unicum Telepass Family*" ed "*Unicum Telepass con Viacard*" stipulati con la propria clientela, si pone in violazione degli articoli 20, 24 e 25 e 26 lettera f), del Codice del Consumo, in quanto appare idonea a configurare una pratica aggressiva del professionista, suscettibile di condizionare indebitamente il consumatore medio e indurlo ad accettare tacitamente la modifica proposta, nonché idonea a limitare considerevolmente la sua libertà di scelta o di comportamento in relazione al prodotto, spingendolo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso.

#### **a) La violazione dell'art. 65 del Codice del Consumo**

**87.** In merito al procedimento in oggetto, con esclusivo riferimento ai contratti *Opzione Premium* base sottoscritti nel periodo successivo al 13 giugno 2014 (circa n. [100– 500 mila]), è necessario prendere in considerazione, quale parametro di valutazione della condotta del professionista, il novellato art. 65 del Codice del Consumo, il quale prevede che "*Prima che il consumatore sia vincolato dal contratto o dall'offerta, il professionista chiede il consenso espresso del consumatore per qualsiasi pagamento supplementare oltre alla remunerazione concordata per l'obbligo contrattuale principale del professionista. Se il professionista non ottiene il consenso espresso del consumatore ma l'ha dedotto utilizzando opzioni prestabilite che il consumatore deve rifiutare per evitare il pagamento supplementare, il consumatore ha diritto al rimborso di tale pagamento*".

**88.** La *ratio* dell'intervento normativo – che costituisce fedele trasposizione dell'art. 22 della direttiva 2011/83/UE (c.d. *Consumer Rights*) – consiste dunque nella tutela dell'effettiva libertà di scelta del consumatore, la quale risulta compromessa laddove non si richieda, per il sorgere del vincolo, l'espressione di un consenso attivo ad una proposta del professionista relativa a qualsiasi pagamento supplementare.

**89.** Il legislatore, quindi, ha sancito, con tale disposizione, il divieto dello strumento comunemente denominato *opt-out*, a vantaggio dell'opposto sistema dell'*opt-in*, ritenuto, per evidenti ragioni, maggiormente rispettoso dell'autonomia di scelta del consumatore.

**90.** In particolare, l'accessorietà dell'offerta *Premium* rispetto al servizio di pagamento automatico del pedaggio autostradale risulta *per tabulas*: infatti l'*Opzione Premium*, sia nella vecchia che nella nuova veste, costituisce un servizio (o pacchetto di servizi) supplementare e servente rispetto al contratto principale (l'utilizzo del sistema di pagamento del pedaggio autostradale tramite l'apparato Telepass), fruibile attraverso le distinte formule contrattuali *Twin* o *Unicum TLP Family* o *Unicum TLP con Viacard*, con relativa richiesta di un pagamento supplementare avvenuta, nel caso che ci occupa, predisponendo una tipica clausola di *opt-out*.

91. L'art. 4, lettera a), delle *Norme e Condizioni relative all'Opzione Premium* precisa, infatti, che tale *Opzione* è strettamente legata all'esistenza del contratto principale, con conseguente risoluzione nel caso in cui questo, per qualunque ragione, venga meno<sup>77</sup>.

92. Alla luce delle evidenze istruttorie e delle conseguenti valutazioni sopra espresse circa il comportamento adottato dal professionista nel caso di specie, appare inconfutabile che l'operazione posta in essere si qualifichi come un servizio aggiuntivo e, quale che sia la qualificazione dell'*Opzione Premium*, la predisposizione di una clausola c.d. *opt-out* a fronte di un pagamento supplementare per la fruizione di detto ulteriore servizio costituisce, per le ragioni sopra esposte e con riferimento ai contratti sottoscritti dopo il 13 giugno 2014, una violazione dell'art. 65 del Codice del Consumo.

## VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

93. Ai sensi dell'art. 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la 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.

94. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'art. 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'art. 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.

95. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame della dimensione del professionista, società controllata da ASPI, che può vantare una posizione dominante nel settore delle attività relative all'emissione, commercializzazione e gestione dei sistemi di pagamento elettronico Telepass e Viacard nelle modalità *post* pagato e che gode di crescente notorietà presso il pubblico con, attualmente, oltre [5-10] milioni di apparati Telepass in circolazione. TLP, in base all'ultimo bilancio disponibile (31 dicembre 2014), ha riportato nel medesimo anno ricavi per servizi pari ad oltre [100-150] milioni di euro e un utile di esercizio pari a circa [50-100] milioni di euro<sup>78</sup>, potendosi ritenere, pertanto, un'impresa *leader* nell'attività di vendita e/o concessione in uso di apparati tecnologici.

96. Sempre con riguardo alla gravità, si tiene conto che, al momento dell'invio della comunicazione, il numero dei contratti *Opzione Premium* sui quali incide la variazione del relativo canone è risultato pari ad oltre [1 - 5] milioni (di cui circa [100 mila - 500 mila] sono i nuovi contratti di servizio Telepass con *Opzione Premium* attivati nel secondo semestre 2014 e nell'anno 2015) e che il numero di comunicazioni inviate a far data dal 18 novembre 2015 e fino al 1° dicembre successivo è di circa [1.000.000-1.500.000].

97. In merito al pregiudizio economico per i consumatori, si deve inoltre tener conto della circostanza che l'aumento del canone decorrerà dal 1° gennaio 2017 e non ha comportato, allo stato, alcun esborso aggiuntivo a carico dei consumatori.

98. Per quanto riguarda poi la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la condotta, ai fini del presente procedimento, è stata posta in essere da TLP a decorrere dal mese di novembre 2015 ed i relativi effetti risultano tuttora in corso, atteso che le misure proposte da TLP verranno realizzate a partire dal [omissis] e non è chiaro quali conseguenze si determineranno

<sup>77</sup> Cfr. art. 4- Risoluzione del rapporto del contratto Opzione Premium: "in tutti i casi di risoluzione del contratto Telepass o restituzione definitiva dell'apparato Telepass sul quale è attivata l'opzione", quest'ultima viene automaticamente risolta.

<sup>78</sup> Vedi anche precedente nota n. 1.

sui contratti Opzione Premium nel caso in cui i clienti non rispondano alle sollecitazioni del professionista nei tempi indicati per accettare le modifiche proposte.

**99.** Sulla base di tali elementi, e considerato il diverso impatto della condotta posta in essere da TLP sui contratti *Opzione Premium*, per la violazione degli articoli 20, 24, 25 e 26, lettera *f*), del Codice del Consumo, in relazione ai contratti sottoscritti prima del 13 giugno 2014, nonché, per la violazione dell'articolo 65 del medesimo Codice, in relazione ai contratti sottoscritti dopo il 13 giugno 2014, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Telepass S.p.A., nella misura di 300.000 € (trecentomila euro).

**100.** Nel caso di specie sussiste inoltre una circostanza attenuante in quanto il professionista, oltre a dimostrare un atteggiamento collaborativo per tutta la durata del procedimento, ha dichiarato di attuare, a partire dal mese di dicembre 2016, una serie di azioni volte all'acquisizione del consenso dei consumatori alla modifica contrattuale proposta secondo un meccanismo di *opt-in*, in base al quale in assenza di una dichiarazione espressa da parte del cliente, Telepass non procederà ad alcun addebito ai consumatori <sup>80</sup>. Tali procedure appaiono *prima facie*, tali da permettere una scelta consapevole circa l'attivazione del nuovo servizio e la loro effettiva implementazione sarà oggetto di analisi nella successiva fase di ottemperanza alla presente decisione. Pertanto, si ritiene di rideterminare l'importo della sanzione nella misura di 200.000 € (duecentomila euro).

CONSIDERATO che l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni nel parere espresso ha rilevato che lo strumento utilizzato per diffondere la pratica commerciale (*e-mail*) oggetto del procedimento sia idonea a influenzare significativamente la realizzazione della condotta oggetto della richiesta di parere;

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la condotta posta in essere dal professionista, in relazione ai contratti sottoscritti prima del 13 giugno 2014, risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 24, 25 e 26, comma 1, lettera *f*), del Codice del Consumo in quanto idonea a condizionare indebitamente le scelte economiche dei consumatori comportando, altresì, per coloro che hanno sottoscritto il contratto *Opzione Premium*, l'attivazione di un servizio non richiesto, nonché, in relazione ai contratti sottoscritti dopo il 13 giugno 2014, risulta in violazione dell'articolo 65 del Codice del Consumo, in quanto l'adesione del consumatore ad un qualsiasi pagamento supplementare non si è realizzata in modo esplicito e attraverso un suo consenso espresso;

#### DELIBERA

a) che la condotta descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere da Telepass S.p.A., integra, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, in relazione ai contratti sottoscritti prima del 13 giugno 2014, una pratica commerciale scorretta, ai sensi degli artt. 20, 24, 25, e 26, comma 1, lettera *f*), del Codice del Consumo, nonché, in relazione ai contratti sottoscritti dopo il 13 giugno 2014, una violazione dell'art. 65 del Codice del Consumo e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) che alla società Telepass S.p.A. sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 200.000 € (duecentomila euro);

---

<sup>80</sup> Vedi sopra nota 61.

c) che il professionista comunichi all'Autorità, entro il termine di sessanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui al precedente punto a).

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](http://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'art. 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.



Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi 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 notificazione del provvedimento 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 notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

*Roberto Chiappa*

IL PRESIDENTE

*Giovanni Pitruzzella*

---

**PS10457 - JOSEPH KERR-VENDITA ONLINE PRODOTTI CONTRAFFATTI**

*Avviso di comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria.*

**L'AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO**

Informativa di *comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria*, ai sensi dell'articolo 19, comma 2, del *Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie* (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015, in relazione al procedimento PS10457.

**I.LE PARTI**

Sig Joseph Kerr, in qualità di professionista ai sensi dell'art. 18. lett b), del Codice del Consumo, titolare nonché registrant dei seguenti siti internet

www.mkhotsale.com	212.7.197.101
www.mknewarrival.com	212.7.197.101
www.mktotesie.com	212.7.198.186
www.mktoteuk.com	212.7.211.105
www.mkukbuy.com	212.7.193.170
www.mkukshop.com	212.7.198.184
www.mksatcheluk.com	212.7.197.101
www.nikehuaracheus.com	212.7.211.218
www.nikehuaracheuk.com	212.7.193.141
www.nikejordanretrosale.com	212.7.211.105
www.nikeair2015clearance.com	212.7.192.197
www.nikeair2015outlet.com	212.7.193.223
www.nikeair2015sale.com	212.7.193.225
www.nikeair90outlet.com	212.7.193.172
www.nikesaleairmax90.com	212.7.193.171
www.nikeair90sale.com	212.7.193.173
www.nikejordansoutlet.com	212.7.211.106
www.nikeairjordan11.com	212.7.192.143

Adoc, associazione di consumatori, in qualità di segnalante;

Indicam, Istituto Centromarca per la lotta alla contraffazione, in qualità di segnalante.

**II.AVVISO**

Con la presente si informano le parti del procedimento che il termine di conclusione della fase istruttoria è fissato alla data **del 6 novembre 2016**.

La pubblicazione del presente avviso sul bollettino settimanale dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato viene effettuata ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 19, comma 2 del Regolamento, attesa la mancata ricezione di riscontri al tentativo di trasmissione della comunicazione di avvio del procedimento operato in data 19 maggio 2016 prot. n.36823.

Alla luce degli elementi acquisiti nell'ambito del procedimento in atto, con la presente si confermano e si precisano le contestazioni già oggetto della comunicazione di avvio circa la presunta illiceità delle condotte poste in essere dal professionista, consistenti nel prospettare ai consumatori italiani attraverso i seguenti 18 siti internet

www.mkhotsale.com	212.7.197.101
www.mknewarrival.com	212.7.197.101
www.mktotesie.com	212.7.198.186
www.mktoteuk.com	212.7.211.105
www.mkukbuy.com	212.7.193.170
www.mkukshop.com	212.7.198.184
www.mksatcheluk.com	212.7.197.101
www.nikehuaracheus.com	212.7.211.218
www.nikehuaracheuk.com	212.7.193.141
www.nikejordanretrosale.com	212.7.211.105
www.nikeair2015clearance.com	212.7.192.197
www.nikeair2015outlet.com	212.7.193.223
www.nikeair2015sale.com	212.7.193.225
www.nikeair90outlet.com	212.7.193.172
www.nikesaleairmax90.com	212.7.193.171
www.nikeair90sale.com	212.7.193.173
www.nikejordansoutlet.com	212.7.211.106
www.nikeairjordan11.com	212.7.192.143

la possibilità di acquistare on-line prodotti originali di vari brand risultati poi contraffatti, senza informare i consumatori circa la propria identità ed indirizzo geografico nonché circa i diritti loro spettanti in tema di sostituzione e/o rimborso ed esercizio del diritto di recesso nei contratti a distanza.

In data 1 giugno 2016, l'Autorità ha deliberato l'adozione di una misura cautelare sospensiva, considerato che dall'esame degli atti del procedimento erano emersi elementi tali da avvalorare la necessità di provvedere con particolare urgenza al fine di impedire che le condotte contestate, consistenti nell'indurre i consumatori italiani ad acquistare *on line* prodotti contraffatti, sul falso presupposto di procedere all'acquisto di prodotti originali e, quindi, della completa liceità del relativo acquisto, continuassero ad essere poste in essere nelle more del procedimento di merito.

Rilevata la mancata ottemperanza ad opera del Sig. Joseph Kerr alle disposizioni di cui sopra, l'Autorità ha inoltre deliberato che i fornitori di accesso impedissero l'accesso ai siti suindicati da parte degli utenti mediante richieste di connessione alla rete internet provenienti dal territorio italiano.

Le contestazioni sopra descritte appaiono integrare due distinte condotte che risulterebbero ingannevoli, in particolare:

***a) vendita di prodotti contraffatti.***

Attraverso i 18 siti internet sopra individuati, il professionista avrebbe fornito informazioni ingannevoli in merito alla reale esistenza, alla natura ed alle caratteristiche dei prodotti offerti in

vendita dichiarando, contrariamente al vero, di essere un distributore ufficiale dei vari brand ed utilizzando illecitamente i relativi marchi senza aver ottenuto la necessaria autorizzazione. Tale condotta risulterebbe ingannevole ai sensi degli articoli 20, 21 comma 1 lettere a) e b), comma 2 lettera a) e 23 comma 1 lettera b) .

***b) omissioni di informazioni inerenti l'identificazione del professionista e di tutti i diritti del consumatore previsti nella fase post vendita.***

In violazione dell'art. 49 comma 1, lettere b), c), d), g), h), i), l) e n), il professionista avrebbe omesso di indicare sui 18 siti la propria identità ed indirizzo geografico unitamente a tutti i diritti previsti a tutela del consumatore nella fase post vendita, incluso il diritto di sostituzione e/o rimborso nonché tutte le garanzie previste dal Codice del Consumo in merito all'esercizio del diritto di recesso nei contratti a distanza e scioglimento del contratto per i prodotti e le operazioni commerciali che comportino tale diritto.

Risulterebbe inoltre, in base agli elementi istruttori, che le suddette condotte siano state poste in essere dal professionista perlomeno a decorrere dal mese di aprile 2016 ( data di ricezione delle segnalazioni ) e fino al mese di giugno 2016 ( data di sospensione dell'accesso ai siti ).

Si comunica inoltre, ai sensi del medesimo articolo del Regolamento di cui all'oggetto, che le Parti possono presentare, **entro il 6 novembre 2016**, memorie conclusive o documenti che saranno rimessi al Collegio insieme agli altri atti istruttori per l'adozione del provvedimento finale.

Si rammenta, altresì, che le Parti possono richiedere l'accesso agli atti del procedimento, secondo quanto già a suo tempo evidenziato nella comunicazione di avvio del procedimento stesso.

L'accesso potrà essere effettuato direttamente dalle Parti o da persona delegata per iscritto.

Per qualsiasi comunicazione indirizzata all'Autorità, relativa al caso in questione, si prega di citare la Direzione B della Direzione Generale per la Tutela del Consumatore ed il riferimento PS10457.

IL RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO

---

**PS10460 - LI YUANLIANG-VENDITA ONLINE PRODOTTI CONTRAFFATTI**

*Avviso di comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria.*

**L'AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO**

Informativa di *comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria*, ai sensi dell'articolo 19, comma 2, del *Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie* (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015, in relazione al procedimento PS10460.

**LE PARTI**

Sig Li Yuan Liang, in qualità di professionista ai sensi dell'art. 18. lett b), del Codice del Consumo, titolare nonché registrant dei seguenti siti internet

www.yeezy350sale.com	50.117.121.132
www.goodyeezyshop.com	50.117.121.131
www.yeezyshoesshop.com	50.117.121.131
www.350yzboost.com	50.117.121.131
www.yzboost350.com	50.117.121.131
www.yeezyshopshoe.com	76.73.47.110
www.usyeezyshop.com	76.73.50.2
www.buyyeezyshoe.com	50.117.121.131
www.yzshoesshop.com	50.117.121.131
www.goose-2016.com	76.73.50.6
www.cheapnewbags.com	172.252.15.109
www.cheapbagnews.com	103.61.236.170
www.bag-stores.com	23.27.126.195
www.mkhand-bags.com	76.73.50.3
www.mknewbags2016.com	172.252.15.203
www.mkhome-us.com	23.27.126.197
www.mkbags-ushop.com	76.73.50.3
www.mkbags-stores.com	23.27.126.195
www.nike-shopa.cc	5.153.234.187
www.nike-shopb.cc	5.153.234.187
www.sportsclub.cc	5.153.234.187
www.nfljersey-shop.com	172.252.15.203
www.jersey-shops.com	76.73.50.3
www.newsporteshoes.com	109.232.224.122
www.nfljeseys-us.com	5.153.234.190
www.nfl-jerseystore.com	5.153.234.190
www.nfljerseysold.com	172.252.15.203
www.okaley2016new.com	172.252.15.203
www.pandoras-home.com	172.252.15.109
www.pandoras-shopping.com	172.252.15.109

www.jewelry-2016.com	172.252.15.109
www.jewstores.com	76.73.50.6
www.shopjews.com	76.73.50.6
www.store-polo.com	172.252.15.109
www.2016rbnews.com	109.232.224.124
www.mkbags-2016.com	76.73.50.4
www.uknewrayban.com	172.252.15.203
www.2016newrb.com	172.252.15.203
www.rayban-home.net	172.252.15.109
www.raybans-shop.net	172.252.15.109

Adoc, associazione di consumatori, in qualità di segnalante;  
Indicam, Istituto Centromarca per la lotta alla contraffazione, in qualità di segnalante.

## II.AVVISO

Con la presente si informano le parti del procedimento che il termine di conclusione della fase istruttoria è fissato alla data **del 6 novembre 2016**.

La pubblicazione del presente avviso sul bollettino settimanale dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato viene effettuata ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 19, comma 2 del Regolamento, attesa la mancata ricezione di riscontri al tentativo di trasmissione della comunicazione di avvio del procedimento operato in data 19 maggio 2016, prot. 36826.

Alla luce degli elementi acquisiti nell'ambito del procedimento in atto, con la presente si confermano e si precisano le contestazioni già oggetto della comunicazione di avvio circa la presunta illiceità delle condotte poste in essere dal professionista, consistenti nel prospettare ai consumatori italiani attraverso i seguenti 40 siti internet

www.yeezy350sale.com	50.117.121.132
www.goodyeezyshop.com	50.117.121.131
www.yeezyshoesshop.com	50.117.121.131
www.350yzboost.com	50.117.121.131
www.yzboost350.com	50.117.121.131
www.yeezyshopshoe.com	76.73.47.110
www.usyeezyshop.com	76.73.50.2
www.buyyeezyshoe.com	50.117.121.131
www.yzshoesshop.com	50.117.121.131
www.goose-2016.com	76.73.50.6
www.cheapnewbags.com	172.252.15.109
www.cheapbagnews.com	103.61.236.170
www.bag-stores.com	23.27.126.195
www.mkhand-bags.com	76.73.50.3
www.mknewbags2016.com	172.252.15.203
www.mkhome-us.com	23.27.126.197
www.mkbags-usshop.com	76.73.50.3
www.mkbags-stores.com	23.27.126.195

www.nike-shopa.cc	5.153.234.187
www.nike-shopb.cc	5.153.234.187
www.sportsclub.cc	5.153.234.187
www.nfljersey-shop.com	172.252.15.203
www.jersey-shops.com	76.73.50.3
www.newsportshoes.com	109.232.224.122
www.nfljeseys-us.com	5.153.234.190
www.nfl-jerseystore.com	5.153.234.190
www.nfljerseysold.com	172.252.15.203
www.okaley2016new.com	172.252.15.203
www.pandoras-home.com	172.252.15.109
www.pandoras-shopping.com	172.252.15.109
www.jewelry-2016.com	172.252.15.109
www.jewstores.com	76.73.50.6
www.shopjews.com	76.73.50.6
www.store-polo.com	172.252.15.109
www.2016rbnews.com	109.232.224.124
www.mkbags-2016.com	76.73.50.4
www.uknewrayban.com	172.252.15.203
www.2016newrb.com	172.252.15.203
www.rayban-home.net	172.252.15.109
www.raybans-shop.net	172.252.15.109

la possibilità di acquistare on-line prodotti originali di vari brand risultati poi contraffatti, senza informare i consumatori circa la propria identità ed indirizzo geografico nonché circa i diritti loro spettanti in tema di sostituzione e/o rimborso ed esercizio del diritto di recesso nei contratti a distanza.

In data 1 giugno 2016, l'Autorità ha deliberato l'adozione di una misura cautelare sospensiva, considerato che dall'esame degli atti del procedimento erano emersi elementi tali da avvalorare la necessità di provvedere con particolare urgenza al fine di impedire che le condotte contestate, consistenti nell'indurre i consumatori italiani ad acquistare *on line* prodotti contraffatti, sul falso presupposto di procedere all'acquisto di prodotti originali e, quindi, della completa liceità del relativo acquisto, continuassero ad essere poste in essere nelle more del procedimento di merito.

Rilevata la mancata ottemperanza ad opera del Sig. Li Yuan Liang alle disposizioni di cui sopra, l'Autorità ha inoltre deliberato che i fornitori di accesso impedissero l'accesso ai siti suindicati da parte degli utenti mediante richieste di connessione alla rete internet provenienti dal territorio italiano.

Le contestazioni sopra descritte appaiono integrare due distinte condotte che risulterebbero ingannevoli, in particolare:

***a) vendita di prodotti contraffatti.***

Attraverso i 40 siti internet sopra individuati, il professionista avrebbe fornito informazioni ingannevoli in merito alla reale esistenza, alla natura ed alle caratteristiche dei prodotti offerti in vendita dichiarando, contrariamente al vero, di essere un distributore ufficiale dei vari brand ed

utilizzando illecitamente i relativi marchi senza aver ottenuto la necessaria autorizzazione. Tale condotta risulterebbe ingannevole ai sensi degli articoli 20, 21 comma 1 lettere a) e b), comma 2 lettera a) e 23 comma 1 lettera b) .

***b) omissioni di informazioni inerenti l'identificazione del professionista e di tutti i diritti del consumatore previsti nella fase post vendita.***

In violazione dell'art. 49 comma 1, lettere b), c), d), g), h), i), l) e n), il professionista avrebbe omesso di indicare sui 40 siti la propria identità ed indirizzo geografico unitamente a tutti i diritti previsti a tutela del consumatore nella fase post vendita, incluso il diritto di sostituzione e/o rimborso nonché tutte le garanzie previste dal Codice del Consumo in merito all'esercizio del diritto di recesso nei contratti a distanza e scioglimento del contratto per i prodotti e le operazioni commerciali che comportino tale diritto.

Risulterebbe inoltre, in base agli elementi istruttori, che le suddette condotte siano state poste in essere dal professionista perlomeno a decorrere dal mese di aprile 2016 ( data di ricezione delle segnalazioni ) e fino al mese di giugno 2016 ( data di sospensione dell'accesso ai siti ).

Si comunica inoltre, ai sensi del medesimo articolo del Regolamento di cui all'oggetto, che le Parti possono presentare, **entro il 6 novembre 2016**, memorie conclusive o documenti che saranno rimessi al Collegio insieme agli altri atti istruttori per l'adozione del provvedimento finale.

Si rammenta, altresì, che le Parti possono richiedere l'accesso agli atti del procedimento, secondo quanto già a suo tempo evidenziato nella comunicazione di avvio del procedimento stesso.

L'accesso potrà essere effettuato direttamente dalle Parti o da persona delegata per iscritto.



---

Per qualsiasi comunicazione indirizzata all'Autorità, relativa al caso in questione, si prega di citare la Direzione B della Direzione Generale per la Tutela del Consumatore ed il riferimento PS10460.

IL RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO

---

**PS10461 - JUSTIN GAUDIO/SUN JIAO-VENDITA ONLINE PRODOTTI  
CONTRAFFATTI**

*Avviso di comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria.*

**L'AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO**

Informativa di *comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria*, ai sensi dell'articolo 19, comma 2, del *Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie* (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015, in relazione al procedimento PS10461.

**I.LE PARTI**

Sig Justin Gaudio e Sig Sun Jiao, in qualità di professionisti, ai sensi dell'art. 18. lett b), del Codice del Consumo, titolari nonché registrant dei seguenti siti internet

www.slbikes.fr	23.252.67.27
www.chaquetasoutlets.es	23.252.67.27
www.runsoiis.es	23.252.67.27
www.dein-hoster.de	23.252.67.27
www.abercrombie.online	162.222.90.197
www.abercrombieflicka.com	162.222.90.196
www.abercrombieropamadrid.com	209.134.0.51
www.airforceschaussures.com	195.154.38.13
www.airmax.online	209.134.0.51
www.airmaxclub.org	195.154.38.13
www.ambien365.com	167.160.17.67
www.balancetorun.net	162.222.90.197
www.balancez574.com	167.160.17.70
www.barbra.us	195.154.56.88
www.bayswaterleather.org	167.160.17.70
www.bayswatertaske.com	162.222.90.194
www.billigaairskor.org	162.222.90.195
www.billigtväska.com	167.160.17.67
www.bolsosdebaratos.com	162.222.90.194
www.chaussures-mall.com	23.252.67.28
www.choukoun.org	162.222.90.196
www.comuafet.org	162.222.90.196
www.danmarkskjern.com	209.134.0.51
www.designervaskor.org	212.129.1.10
www.dsgalleries.com	162.222.90.196
www.ecco Chaussuresfr.com	212.129.1.10
www.escribic.com	162.222.90.196
www.evelimited.com	212.129.1.10
www.fluxbaratas.com	209.134.0.51

---

www.footskor.com	209.134.0.51
www.foot sportkicks.com	209.134.0.51
www.geenajakke.com	162.222.90.196
www.geosyntax.net	167.160.17.69
www.getfashionclothes.com	23.252.67.28
www.globalisgroup.org	195.154.63.187
www.handvaskasverige.com	212.129.40.248
www.herooreilly.com	162.222.90.195
www.hervelegermujers.com	167.160.17.67
www.intersportskor.com	162.222.90.195
www.jacketsells.com	23.252.67.30
www.jacobcomerci.us	162.222.90.196
www.jakkeosloz.org	212.129.42.98
www.joggeskonorge.com	162.222.90.198
www.jucocol.org	212.129.42.98
www.kemkiaraz.com	23.252.67.29
www.kopfotbollsskor.com	195.154.63.187
www.kreashop.org	212.129.42.98
www.latterdaysongs.com	23.252.67.29
www.livebolder.org	162.222.90.198
www.maillotmarques.com	167.160.17.67
www.maxprisjakt.com	162.218.178.130
www.mbtstkodame.com	167.160.17.67
www.mbtterapi.org	195.154.63.187
www.mujaercoleccion.com	162.222.90.198
www.nbsverigefoot.com	162.222.90.198
www.philapet.com	23.252.67.30
www.pjsjackadam.com	212.129.42.96
www.prenotare.biz	212.129.42.96
www.qmh.us	162.222.90.195
www.ralphnorge.org	212.129.42.96
www.rodeocafe.net	162.222.90.198
www.samsonitesverige.org	23.252.67.30
www.shirtschweiz.org	212.129.42.96
www.shopparkere.com	107.150.173.242
www.shoxnzsoldes.com	167.160.17.68
www.sko-nettbutikk.net	167.160.17.69
www.skosimba.com	107.150.173.242
www.skostansmith.com	107.150.173.242
www.skostyledanmark.com	107.150.173.242
www.sportlobesko.com	107.150.173.242
www.sunglass-shopus.com	167.160.17.69
www.tccdaltan.us	162.222.90.198
www.thecurrytruck.com	162.222.90.195
www.trovareusa.com	195.154.63.187
www.unitsportdanmark.com	107.150.173.242

www.wayfarer-baratas.com	107.150.173.242
www.yeezy-schuhe.com	162.222.90.198
www.zalfija.com	23.252.67.30
www.zapatillas-fitness.com	107.150.173.242
www.zapatillasrbaratas.com	107.150.173.242

Adoc, associazione di consumatori, in qualità di segnalante;  
Indicam, Istituto Centromarca per la lotta alla contraffazione, in qualità di segnalante.

## II.AVVISO

Con la presente si informano le parti del procedimento che il termine di conclusione della fase istruttoria è fissato alla data **del 6 novembre 2016**.

La pubblicazione del presente avviso sul bollettino settimanale dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato viene effettuata ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 19, comma 2 del Regolamento, attesa la mancata ricezione di riscontri al tentativo di trasmissione della comunicazione di avvio del procedimento operato in data 19 maggio 2016, prot. 36827.

Alla luce degli elementi acquisiti nell'ambito del procedimento in atto, con la presente si confermano e si precisano le contestazioni già oggetto della comunicazione di avvio circa la presunta illiceità delle condotte poste in essere dai professionisti, consistenti nel prospettare ai consumatori italiani attraverso i seguenti 80 siti internet

www.slbikes.fr	23.252.67.27
www.chaquetasoutlets.es	23.252.67.27
www.runsoiis.es	23.252.67.27
www.dein-hoster.de	23.252.67.27
www.bercrombie.online	162.222.90.197
www.bercrombieflicka.com	162.222.90.196
www.bercrombieropamadrid.com	209.134.0.51
www.airforceschaussures.com	195.154.38.13
www.airmax.online	209.134.0.51
www.airmaxclub.org	195.154.38.13
www.ambien365.com	167.160.17.67
www.balancetorun.net	162.222.90.197
www.balancez574.com	67.160.17.70
www.barbra.us	195.154.56.88
www.bayswaterleather.org	167.160.17.70
www.bayswatertaske.com	162.222.90.194
www.billigaairskor.org	162.222.90.195
www.billigtväska.com	167.160.17.67
www.bolsosdebaratos.com	162.222.90.194
www.chaussures-mall.com	23.252.67.28
www.choukoun.org	162.222.90.196
www.comuafet.org	162.222.90.196
www.danmarkskjern.com	209.134.0.51

---

www.designervaskor.org	212.129.1.10
www.dgsgalleries.com	162.222.90.196
www.eccochaussuresfr.com	212.129.1.10
www.escribic.com	162.222.90.196
www.evelimited.com	212.129.1.10
www.fluxbaratas.com	209.134.0.51
www.foot Skor.com	209.134.0.51
www.foot sportkicks.com	209.134.0.51
www.geenajakke.com	162.222.90.196
www.geosyntax.net	167.160.17.69
www.getfashionclothes.com	23.252.67.28
www.globalisgroup.org	195.154.63.187
www.handvaskasverige.com	212.129.40.248
www.herooreilly.com	162.222.90.195
www.hervelegermujers.com	167.160.17.67
www.intersport Skor.com	162.222.90.195
www.jacketsells.com	23.252.67.30
www.jacobcomerci.us	162.222.90.196
www.jakkeosloz.org	212.129.42.98
www.joggeskonorge.com	162.222.90.198
www.jucocol.org	212.129.42.98
www.kemkiaraz.com	23.252.67.29
www.kopfotbollsskor.com	195.154.63.187
www.kreashop.org	212.129.42.98
www.latterdaysongs.com	23.252.67.29
www.livebolder.org	162.222.90.198
www.maillotmarques.com	167.160.17.67
www.maxprisjakt.com	162.218.178.130
www.mbtSkodame.com	167.160.17.67
www.mbtterapi.org	195.154.63.187
www.mujercoleccion.com	162.222.90.198
www.nbsverigefoot.com	162.222.90.198
www.philapet.com	23.252.67.30
www.pjsjackadam.com	212.129.42.96
www.prenotare.biz	212.129.42.96
www.qmh.us	162.222.90.195
www.ralphnorge.org	212.129.42.96
www.rodeocafe.net	162.222.90.198
www.samsonitesverige.org	23.252.67.30
www.shirtschweiz.org	212.129.42.96
www.shopparkere.com	107.150.173.242
www.shoxnzsoldes.com	167.160.17.68
www.sko-nettbutikk.net	167.160.17.69
www.skosimba.com	107.150.173.242
www.skostansmith.com	107.150.173.242
www.skostyledanmark.com	107.150.173.242

www.sportlobesko.com	107.150.173.242
www.sunglass-shopus.com	167.160.17.69
www.tccdaltan.us	162.222.90.198
www.thecurrytruck.com	162.222.90.195
www.trovareusa.com	195.154.63.187
www.unitsportdanmark.com	107.150.173.242
www.wayfarer-baratas.com	107.150.173.242
www.yeezy-schuhe.com	162.222.90.198
www.zalfija.com	23.252.67.30
www.zapatillas-fitness.com	107.150.173.242
www.zapatillasrbaratas.com	107.150.173.242

la possibilità di acquistare on-line prodotti originali di vari brand risultati poi contraffatti, senza informare i consumatori circa la propria identità ed indirizzo geografico nonché circa i diritti loro spettanti in tema di sostituzione e/o rimborso ed esercizio del diritto di recesso nei contratti a distanza.

In data 1 giugno 2016, l'Autorità ha deliberato l'adozione di una misura cautelare sospensiva, considerato che dall'esame degli atti del procedimento erano emersi elementi tali da avvalorare la necessità di provvedere con particolare urgenza al fine di impedire che le condotte contestate, consistenti nell'indurre i consumatori italiani ad acquistare *on line* prodotti contraffatti, sul falso presupposto di procedere all'acquisto di prodotti originali e, quindi, della completa liceità del relativo acquisto, continuassero ad essere poste in essere nelle more del procedimento di merito.

Rilevata la mancata ottemperanza ad opera dei Sig Justin Gaudio e Sig Sun Jiao alle disposizioni di cui sopra, l'Autorità ha inoltre deliberato che i fornitori di accesso impedissero l'accesso ai siti suindicati da parte degli utenti mediante richieste di connessione alla rete internet provenienti dal territorio italiano.

Le contestazioni sopra descritte appaiono integrare due distinte condotte che risulterebbero ingannevoli, in particolare:

***a) vendita di prodotti contraffatti.***

Attraverso gli 80 siti internet sopra individuati, i professionisti avrebbero fornito informazioni ingannevoli in merito alla reale esistenza, alla natura ed alle caratteristiche dei prodotti offerti in vendita dichiarando, contrariamente al vero, di essere distributori ufficiali dei vari brand ed utilizzando illecitamente i relativi marchi senza aver ottenuto la necessaria autorizzazione. Tale condotta risulterebbe ingannevole ai sensi degli articoli 20, 21 comma 1 lettere a) e b), comma 2 lettera a) e 23 comma 1 lettera b) .

***b) omissioni di informazioni inerenti l'identificazione del professionista e di tutti i diritti del consumatore previsti nella fase post vendita.***

In violazione dell'art. 49 comma 1, lettere b), c), d), g), h), i), l) e n), i professionisti avrebbero omesso di indicare sugli 80 siti la propria identità ed indirizzo geografico unitamente a tutti i diritti previsti a tutela del consumatore nella fase post vendita, incluso il diritto di sostituzione e/o rimborso nonché tutte le garanzie previste dal Codice del Consumo in merito all'esercizio del

diritto di recesso nei contratti a distanza e scioglimento del contratto per i prodotti e le operazioni commerciali che comportino tale diritto.

Risulterebbe inoltre, in base agli elementi istruttori, che le suddette condotte siano state poste in essere dai professionisti perlomeno a decorrere dal mese di aprile 2016 ( data di ricezione delle segnalazioni ) e fino al mese di giugno 2016 ( data di sospensione dell'accesso ai siti ).

Si comunica inoltre, ai sensi del medesimo articolo del Regolamento di cui all'oggetto, che le Parti possono presentare, **entro il 6 novembre 2016**, memorie conclusive o documenti che saranno rimessi al Collegio insieme agli altri atti istruttori per l'adozione del provvedimento finale.

Si rammenta, altresì, che le Parti possono richiedere l'accesso agli atti del procedimento, secondo quanto già a suo tempo evidenziato nella comunicazione di avvio del procedimento stesso.

L'accesso potrà essere effettuato direttamente dalle Parti o da persona delegata per iscritto.

Per qualsiasi comunicazione indirizzata all'Autorità, relativa al caso in questione, si prega di citare la Direzione B della Direzione Generale per la Tutela del Consumatore ed il riferimento PS10461.

IL RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO

---

**PS10462 - TRANI JOHANNA-VENDITA ONLINE PRODOTTI CONTRAFFATTI**

*Avviso di comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria.*

**L'AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO**

Informativa di *comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria*, ai sensi dell'articolo 19, comma 2, del *Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie* (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015, in relazione al procedimento PS10462.

**ILLE PARTI**

Sig.ra Johanna Trani, in qualità di professionista, sta ai sensi dell'art. 18. lett b), del Codice del Consumo, titolari nonché registrant dei seguenti siti internet

www.satchelcoach.com	212.7.192.197
www.satchelscoach.com	212.7.193.221
www.coachsatchelbags.com	212.7.211.108
www.coachbagsatchel.com	212.7.193.222
www.hamiltonmkca.com	212.7.198.186
www.mkbuyca.com	212.7.197.101
www.bagsmk2016.com	212.7.193.140
www.mksatchelca.com	212.7.198.184
www.nikeairrun.com	212.7.211.217
www.airmaxnikeuk.com	212.7.211.109
www.nikeairubuy.com	212.7.211.106
www.nikeairmaxrun.com	212.7.211.218
www.nikeauairmax.com	212.7.211.107
www.nikerunairmax.com	212.7.193.222
www.airmaxnikerun.com	212.7.192.205
www.nikeusairmax.com	212.7.193.223
www.airmax2016nike.com	212.7.193.225
www.nikeairmax95outlet.com	212.7.211.106
www.nikeairmax2016es.com	212.7.193.225
www.shoesnike2016.com	212.7.211.217
www.shoesnikeairmax.com	212.7.211.218
www.nikesneakersca.com	212.7.193.223
www.tiffanynewarrival.com	212.7.193.173
www.tiffanynewuk.com	212.7.193.174
www.jewelrytiffanyuk.com	212.7.192.197
www.jewelryuktiffany.com	212.7.193.225

Adoc, associazione di consumatori, in qualità di segnalante;

Indicam, Istituto Centromarca per la lotta alla contraffazione, in qualità di segnalante.



## II.AVVISO

Con la presente si informano le parti del procedimento che il termine di conclusione della fase istruttoria è fissato alla data **del 6 novembre 2016**.

La pubblicazione del presente avviso sul bollettino settimanale dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato viene effettuata ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 19, comma 2 del Regolamento, attesa la mancata ricezione di riscontri al tentativo di trasmissione della comunicazione di avvio del procedimento operato in data 19 maggio 2016, prot. n.36828.

Alla luce degli elementi acquisiti nell'ambito del procedimento in atto, con la presente si confermano e si precisano le contestazioni già oggetto della comunicazione di avvio circa la presunta illiceità delle condotte poste in essere dal professionista, consistenti nel prospettare ai consumatori italiani attraverso i seguenti 26 siti internet

www.satchelcoach.com	212.7.192.197
www.satchelscoach.com	212.7.193.221
www.coachsatchelbags.com	212.7.211.108
www.coachbagsatchel.com	212.7.193.222
www.hamiltonmkca.com	212.7.198.186
www.mkbuyca.com	212.7.197.101
www.bagsmk2016.com	212.7.193.140
www.mksatchelca.com	212.7.198.184
www.nikeairrun.com	212.7.211.217
www.airmaxnikeuk.com	212.7.211.109
www.nikeairubuy.com	212.7.211.106
www.nikeairmaxrun.com	212.7.211.218
www.nikeauairmax.com	212.7.211.107
www.nikerunairmax.com	212.7.193.222
www.airmaxnikerun.com	212.7.192.205
www.nikeusairmax.com	212.7.193.223
www.airmax2016nike.com	212.7.193.225
www.nikeairmax95outlet.com	212.7.211.106
www.nikeairmax2016es.com	212.7.193.225
www.shoesnike2016.com	212.7.211.217
www.shoesnikeairmax.com	212.7.211.218
www.nikesneakersca.com	212.7.193.223
www.tiffanynewarrival.com	212.7.193.173
www.tiffanynewuk.com	212.7.193.174
www.jewelrytiffanyuk.com	212.7.192.197
www.jewelryuktiffany.com	212.7.193.225

la possibilità di acquistare on-line prodotti originali di vari brand risultati poi contraffatti, senza informare i consumatori circa la propria identità ed indirizzo geografico nonché circa i diritti loro spettanti in tema di sostituzione e/o rimborso ed esercizio del diritto di recesso nei contratti a distanza.

In data 1 giugno 2016, l'Autorità ha deliberato l'adozione di una misura cautelare sospensiva, considerato che dall'esame degli atti del procedimento erano emersi elementi tali da avvalorare la necessità di provvedere con particolare urgenza al fine di impedire che le condotte contestate, consistenti nell'indurre i consumatori italiani ad acquistare *on line* prodotti contraffatti, sul falso presupposto di procedere all'acquisto di prodotti originali e, quindi, della completa liceità del relativo acquisto, continuassero ad essere poste in essere nelle more del procedimento di merito.

Rilevata la mancata ottemperanza ad opera della Sig.ra Johanna Trani alle disposizioni di cui sopra, l'Autorità ha inoltre deliberato che i fornitori di accesso impedissero l'accesso ai siti suindicati da parte degli utenti mediante richieste di connessione alla rete internet provenienti dal territorio italiano.

Le contestazioni sopra descritte appaiono integrare due distinte condotte che risulterebbero ingannevoli, in particolare:

***a) vendita di prodotti contraffatti.***

Attraverso i 26 siti internet sopra individuati, il professionista avrebbe fornito informazioni ingannevoli in merito alla reale esistenza, alla natura ed alle caratteristiche dei prodotti offerti in vendita dichiarando, contrariamente al vero, di essere un distributore ufficiale dei vari brand ed utilizzando illecitamente i relativi marchi senza aver ottenuto la necessaria autorizzazione. Tale condotta risulterebbe ingannevole ai sensi degli articoli 20, 21 comma 1 lettere a) e b), comma 2 lettera a) e 23 comma 1 lettera b) .

***b) omissioni di informazioni inerenti l'identificazione del professionista e di tutti i diritti del consumatore previsti nella fase post vendita.***

In violazione dell'art. 49 comma 1, lettere b), c), d), g), h), i), l) e n), il professionista avrebbe omesso di indicare sui 26 siti la propria identità ed indirizzo geografico unitamente a tutti i diritti previsti a tutela del consumatore nella fase post vendita, incluso il diritto di sostituzione e/o rimborso nonché tutte le garanzie previste dal Codice del Consumo in merito all'esercizio del diritto di recesso nei contratti a distanza e scioglimento del contratto per i prodotti e le operazioni commerciali che comportino tale diritto.

Risulterebbe inoltre, in base agli elementi istruttori, che le suddette condotte siano state poste in essere dal professionista perlomeno a decorrere dal mese di aprile 2016 ( data di ricezione delle segnalazioni ) e fino al mese di giugno 2016 ( data di sospensione dell'accesso ai siti ).

Si comunica inoltre, ai sensi del medesimo articolo del Regolamento di cui all'oggetto, che le Parti possono presentare, ***entro il 6 novembre 2016***, memorie conclusive o documenti che saranno rimessi al Collegio insieme agli altri atti istruttori per l'adozione del provvedimento finale.

Si rammenta, altresì, che le Parti possono richiedere l'accesso agli atti del procedimento, secondo quanto già a suo tempo evidenziato nella comunicazione di avvio del procedimento stesso.

L'accesso potrà essere effettuato direttamente dalle Parti o da persona delegata per iscritto.

Per qualsiasi comunicazione indirizzata all'Autorità, relativa al caso in questione, si prega di citare la Direzione B della Direzione Generale per la Tutela del Consumatore ed il riferimento PS10462.

---

IL RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO

---

**PS10463 - WANG JIAN PIN-VENDITA ONLINE PRODOTTI CONTRAFFATTI**

*Avviso di comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria.*

**L'AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO**

Informativa di *comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria*, ai sensi dell'articolo 19, comma 2, del *Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie* (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015, in relazione al procedimento PS10463.

**ILLE PARTI**

Sig. Wang Jian Pin, in qualità di professionista, sta ai sensi dell'art. 18. lett b), del Codice del Consumo, titolari nonché registrant dei seguenti siti internet

www.adidasultraonline.com	212.7.211.108
www.adidastubularsale.com	212.7.211.107
www.adidasnewarrival.com	212.7.211.109
www.coachauonline.com	212.7.198.186
www.coachsatchelhot.com	212.7.211.107
www.buycoachbag.com	212.7.211.108
www.mkksaleoutlet.com	212.7.211.107
www.mkuknewarrival.com	212.7.211.10
www.mknewuk.com	212.7.211.108
www.mkcasatchels.com	212.7.192.205
www.mksatchelbagca.com	212.7.193.221
www.mkcasatchel.com	212.7.192.197
www.mkbagsbuyca.com	212.7.193.222
www.satchelmkca.com	212.7.193.225
www.mksaleuk.com	212.7.211.106
www.mkhandbagsca.com	212.7.193.223
www.airjordanretronike.com	212.7.193.171
www.airjordan11nike.com	212.7.193.170
www.nikeshoesjordansale.com	212.7.211.217
www.nikeshoesjordan11.com	212.7.211.218
www.nikeairjordanretro13.com	212.7.193.172
www.nikeairjordanretro11.com	212.7.193.173
www.nikeair95.com	212.7.211.109
www.nikeairmax2016.com	212.7.211.107
www.nikeieairmax.com	212.7.192.205
www.buynikeairjordan.com	212.7.211.106
www.pandorajewelrynew.com	212.7.198.164
www.jewelryukpandora.com	212.7.198.186
www.pandoracharmoutlet.com	212.7.198.184

Adoc, associazione di consumatori, in qualità di segnalante;

Indicam, Istituto Centromarca per la lotta alla contraffazione, in qualità di segnalante.

## II.AVVISO

Con la presente si informano le parti del procedimento che il termine di conclusione della fase istruttoria è fissato alla data **del 6 novembre 2016**.

La pubblicazione del presente avviso sul bollettino settimanale dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato viene effettuata ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 19, comma 2 del Regolamento, attesa la mancata ricezione di riscontri al tentativo di trasmissione della comunicazione di avvio del procedimento operato in data 19 maggio 2016, prot. n.36829.

Alla luce degli elementi acquisiti nell'ambito del procedimento in atto, con la presente si confermano e si precisano le contestazioni già oggetto della comunicazione di avvio circa la presunta illiceità delle condotte poste in essere dal professionista, consistenti nel prospettare ai consumatori italiani attraverso i seguenti 29 siti internet

www.adidasultraonline.com	212.7.211.108
www.adidastubularsale.com	212.7.211.107
www.adidasnewarrival.com	212.7.211.109
www.coachauonline.com	212.7.198.186
www.coachsatchelhot.com	212.7.211.107
www.buycoachbag.com	212.7.211.108
www.mkuksaleoutlet.com	212.7.211.107
www.mkuknewarrival.com	212.7.211.10
www.mknewuk.com	212.7.211.108
www.mkcasatchels.com	212.7.192.205
www.mksatchelbagca.com	212.7.193.221
www.mkcasatchel.com	212.7.192.197
www.mkbagsbuyca.com	212.7.193.222
www.satchelmkca.com	212.7.193.225
www.mksaleuk.com	212.7.211.106
www.mkhandbagsca.com	212.7.193.223
www.airjordanretronike.com	212.7.193.171
www.airjordan11nike.com	212.7.193.170
www.nikeshoesjordansale.com	212.7.211.217
www.nikeshoesjordan11.com	212.7.211.218
www.nikeairjordanretro13.com	212.7.193.172
www.nikeairjordanretro11.com	212.7.193.173
www.nikeair95.com	212.7.211.109
www.nikeairmax2016.com	212.7.211.107
www.nikeieairmax.com	212.7.192.205
www.buynikeairjordan.com	212.7.211.106
www.pandorajewelrnew.com	212.7.198.164
www.jewelrukpandora.com	212.7.198.186
www.pandoracharmoutlet.com	212.7.198.184

la possibilità di acquistare on-line prodotti originali di vari brand risultati poi contraffatti, senza informare i consumatori circa la propria identità ed indirizzo geografico nonché circa i diritti loro spettanti in tema di sostituzione e/o rimborso ed esercizio del diritto di recesso nei contratti a distanza.

In data 1 giugno 2016, l'Autorità ha deliberato l'adozione di una misura cautelare sospensiva, considerato che dall'esame degli atti del procedimento erano emersi elementi tali da avvalorare la necessità di provvedere con particolare urgenza al fine di impedire che le condotte contestate, consistenti nell'indurre i consumatori italiani ad acquistare *on line* prodotti contraffatti, sul falso presupposto di procedere all'acquisto di prodotti originali e, quindi, della completa liceità del relativo acquisto, continuassero ad essere poste in essere nelle more del procedimento di merito.

Rilevata la mancata ottemperanza ad opera del sig Wang Jian Pin alle disposizioni di cui sopra, l'Autorità ha inoltre deliberato che i fornitori di accesso impedissero l'accesso ai siti suindicati da parte degli utenti mediante richieste di connessione alla rete internet provenienti dal territorio italiano.

Le contestazioni sopra descritte appaiono integrare due distinte condotte che risulterebbero ingannevoli, in particolare:

***a) vendita di prodotti contraffatti.***

Attraverso i 29 siti internet sopra individuati, il professionista avrebbe fornito informazioni ingannevoli in merito alla reale esistenza, alla natura ed alle caratteristiche dei prodotti offerti in vendita dichiarando, contrariamente al vero, di essere un distributore ufficiale dei vari brand ed utilizzando illecitamente i relativi marchi senza aver ottenuto la necessaria autorizzazione. Tale condotta risulterebbe ingannevole ai sensi degli articoli 20, 21 comma 1 lettere a) e b), comma 2 lettera a) e 23 comma 1 lettera b).

***b) omissioni di informazioni inerenti l'identificazione del professionista e di tutti i diritti del consumatore previsti nella fase post vendita.***

In violazione dell'art. 49 comma 1, lettere b), c), d), g), h), i), l) e n), il professionista avrebbe omesso di indicare sui 29 siti la propria identità ed indirizzo geografico unitamente a tutti i diritti previsti a tutela del consumatore nella fase post vendita, incluso il diritto di sostituzione e/o rimborso nonché tutte le garanzie previste dal Codice del Consumo in merito all'esercizio del diritto di recesso nei contratti a distanza e scioglimento del contratto per i prodotti e le operazioni commerciali che comportino tale diritto.

Risulterebbe inoltre, in base agli elementi istruttori, che le suddette condotte siano state poste in essere dal professionista perlomeno a decorrere dal mese di aprile 2016 ( data di ricezione delle segnalazioni ) e fino al mese di giugno 2016 ( data di sospensione dell'accesso ai siti ).

Si comunica inoltre, ai sensi del medesimo articolo del Regolamento di cui all'oggetto, che le Parti possono presentare, ***entro il 6 novembre 2016***, memorie conclusive o documenti che saranno rimessi al Collegio insieme agli altri atti istruttori per l'adozione del provvedimento finale.

Si rammenta, altresì, che le Parti possono richiedere l'accesso agli atti del procedimento, secondo quanto già a suo tempo evidenziato nella comunicazione di avvio del procedimento stesso.

L'accesso potrà essere effettuato direttamente dalle Parti o da persona delegata per iscritto.

Per qualsiasi comunicazione indirizzata all'Autorità, relativa al caso in questione, si prega di citare la Direzione B della Direzione Generale per la Tutela del Consumatore ed il riferimento PS10463.

IL RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO

---

**PS10465 - ZHOU TIAN HE-VENDITA ONLINE PRODOTTI CONTRAFFATTI**

*Avviso di comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria.*

**L'AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO**

Informativa di *comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria*, ai sensi dell'articolo 19, comma 2, del *Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie* (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015, in relazione al procedimento PS10465.

**I.LE PARTI**

Sig. Zhou Tian He, in qualità di professionista, sta ai sensi dell'art. 18. lett b), del Codice del Consumo, titolari nonché registrant dei seguenti siti internet

www.best-sneaker.com	96.44.172.228
www.airmaxshoeswholesale.com	217.23.7.191
www.shoefr.com	64.235.57.168
www.350goshop.com	178.17.169.35
www.ichooseilike.com	96.44.141.13
www.2015-2016photos.com	96.44.172.227
www.fansclubjerseys.wang	64.235.57.167
www.footballjerseyole.com	96.44.141.8
www.gogojersey.com	96.44.141.13
www.jerseysstore.us	217.23.7.198
www.kickshotjordan.com	96.44.172.228
www.lamarshoes.com	64.235.57.166
www.maxsneakers.com	96.44.141.8
www.paylessjerseyswholesalesupplier.com	96.44.141.7
www.retail-sneaker.org	64.235.57.174

Adoc, associazione di consumatori, in qualità di segnalante;

Indicam, Istituto Centromarca per la lotta alla contraffazione, in qualità di segnalante.

**II.AVVISO**

Con la presente si informano le parti del procedimento che il termine di conclusione della fase istruttoria è fissato alla data **del 6 novembre 2016**.

La pubblicazione del presente avviso sul bollettino settimanale dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato viene effettuata ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 19, comma 2 del Regolamento, attesa la mancata ricezione di riscontri al tentativo di trasmissione della comunicazione di avvio del procedimento operato in data 19 maggio 2016, prot. n.36829.

Alla luce degli elementi acquisiti nell'ambito del procedimento in atto, con la presente si confermano e si precisano le contestazioni già oggetto della comunicazione di avvio circa la



presunta illiceità delle condotte poste in essere dal professionista, consistenti nel prospettare ai consumatori italiani attraverso i seguenti 15 siti internet

www.best-sneaker.com	96.44.172.228
www.airmaxshoeswholesale.com	217.23.7.191
www.shoefr.com	64.235.57.168
www.350goshop.com	178.17.169.35
www.ichooseilike.com	96.44.141.13
www.2015-2016photos.com	96.44.172.227
www.fansclubjerseys.wang	64.235.57.167
www.footballjerseyole.com	96.44.141.8
www.gogojersey.com	96.44.141.13
www.jerseystore.us	217.23.7.198
www.kickshotjordan.com	96.44.172.228
www.lamarshoes.com	64.235.57.166
www.maxsneakers.com	96.44.141.8
www.paylessjerseyswholesalesupplier.com	96.44.141.7
www.retail-sneaker.org	64.235.57.174

la possibilità di acquistare on-line prodotti originali di vari brand risultati poi contraffatti, senza informare i consumatori circa la propria identità ed indirizzo geografico nonché circa i diritti loro spettanti in tema di sostituzione e/o rimborso ed esercizio del diritto di recesso nei contratti a distanza.

In data 1 giugno 2016, l'Autorità ha deliberato l'adozione di una misura cautelare sospensiva, considerato che dall'esame degli atti del procedimento erano emersi elementi tali da avvalorare la necessità di provvedere con particolare urgenza al fine di impedire che le condotte contestate, consistenti nell'indurre i consumatori italiani ad acquistare *on line* prodotti contraffatti, sul falso presupposto di procedere all'acquisto di prodotti originali e, quindi, della completa liceità del relativo acquisto, continuassero ad essere poste in essere nelle more del procedimento di merito.

Rilevata la mancata ottemperanza ad opera del sig Zhou Tian He alle disposizioni di cui sopra, l'Autorità ha inoltre deliberato che i fornitori di accesso impedissero l'accesso ai siti suindicati da parte degli utenti mediante richieste di connessione alla rete internet provenienti dal territorio italiano.

Le contestazioni sopra descritte appaiono integrare due distinte condotte che risulterebbero ingannevoli, in particolare:

***a) vendita di prodotti contraffatti.***

Attraverso i 15 siti internet sopra individuati, il professionista avrebbe fornito informazioni ingannevoli in merito alla reale esistenza, alla natura ed alle caratteristiche dei prodotti offerti in vendita dichiarando, contrariamente al vero, di essere un distributore ufficiale dei vari brand ed utilizzando illecitamente i relativi marchi senza aver ottenuto la necessaria autorizzazione. Tale condotta risulterebbe ingannevole ai sensi degli articoli 20, 21 comma 1 lettere a) e b), comma 2 lettera a) e 23 comma 1 lettera b) .

***b) omissioni di informazioni inerenti l'identificazione del professionista e di tutti i diritti del consumatore previsti nella fase post vendita.***

In violazione dell'art. 49 comma 1, lettere b), c), d), g), h), i), l) e n), il professionista avrebbe omesso di indicare sui 15 siti la propria identità ed indirizzo geografico unitamente a tutti i diritti previsti a tutela del consumatore nella fase post vendita, incluso il diritto di sostituzione e/o rimborso nonché tutte le garanzie previste dal Codice del Consumo in merito all'esercizio del diritto di recesso nei contratti a distanza e scioglimento del contratto per i prodotti e le operazioni commerciali che comportino tale diritto.

Risulterebbe inoltre, in base agli elementi istruttori, che le suddette condotte siano state poste in essere dal professionista perlomeno a decorrere dal mese di aprile 2016 ( data di ricezione delle segnalazioni ) e fino al mese di giugno 2016 ( data di sospensione dell'accesso ai siti ).

Si comunica inoltre, ai sensi del medesimo articolo del Regolamento di cui all'oggetto, che le Parti possono presentare, **entro il 6 novembre 2016**, memorie conclusive o documenti che saranno rimessi al Collegio insieme agli altri atti istruttori per l'adozione del provvedimento finale.

Si rammenta, altresì, che le Parti possono richiedere l'accesso agli atti del procedimento, secondo quanto già a suo tempo evidenziato nella comunicazione di avvio del procedimento stesso.

L'accesso potrà essere effettuato direttamente dalle Parti o da persona delegata per iscritto.

Per qualsiasi comunicazione indirizzata all'Autorità, relativa al caso in questione, si prega di citare la Direzione B della Direzione Generale per la Tutela del Consumatore ed il riferimento PS10465.

IL RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO

---

## VARIE

### **CONTRIBUTO ALL'ONERE DERIVANTE DAL FUNZIONAMENTO DELL'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO PER L'ANNO 2016 – SOCIETÀ NELLE CONDIZIONI PREVISTE DAL DECRETO DEL MINISTERO DELL'ECONOMIA E DELLE FINANZE DEL 1 SETTEMBRE 2016 (GU n.207 del 5-9-2016)**

*Provvedimento n. 26207*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 12 ottobre 2016;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO il comma 7-ter, dell'art. 10 della legge n. 287/90, introdotto dal comma 1 dell'art. 5-bis, D.L. 24 gennaio 2012, n. 1, nel testo integrato dalla legge di conversione 24 marzo 2012, n. 27, il quale stabilisce che all'onere derivante dal funzionamento dell'Autorità si provvede mediante un contributo di importo pari allo 0,08 per mille del fatturato risultante dall'ultimo bilancio approvato dalle società di capitale, con ricavi totali superiori a 50 milioni di euro, fermi restando i criteri stabiliti dal comma 2 dell'articolo 16 della legge n. 287/90 e che la soglia massima di contribuzione a carico di ciascuna impresa non può essere superiore a cento volte la misura minima;

VISTO in particolare il comma 7-quater dell'art. 10 della legge n. 287/90, introdotto dal comma 1 dell'art. 5-bis, D.L. 24 gennaio 2012, n. 1, nel testo integrato dalla legge di conversione 24 marzo 2012, n. 27, il quale stabilisce, tra l'altro, che ferme restando, per l'anno 2012, tutte le attuali forme di finanziamento, ivi compresa l'applicazione dell'articolo 2, comma 241, della legge 23 dicembre 2009, n. 191, in sede di prima applicazione, per l'anno 2013, il contributo di cui al comma 7-ter è versato direttamente all'Autorità con le modalità determinate dall'Autorità medesima con propria deliberazione, entro il 30 ottobre 2012;

VISTA la propria delibera del 24 febbraio 2016, n. 25876 che ha confermato anche per il 2016 la riduzione del contributo di cui al comma 7-ter allo 0,06 per mille del fatturato risultante dall'ultimo bilancio approvato a tale data;

VISTO il decreto 1° settembre 2016 del Ministero dell'Economia e delle Finanze, che ha previsto la "*Sospensione dei termini tributari a favore dei contribuenti colpiti dagli eccezionali eventi sismici del giorno 24 agosto 2016 verificatisi nei territori delle Regioni Abruzzo, Lazio, Marche e Umbria*" (pubblicato in G.U. n.207 del 5-9-2016);

RITENUTO opportuno tenere adeguatamente conto delle situazioni di difficoltà in cui versano le società residenti nelle zone colpite dal sisma, che si trovino nelle condizioni di cui al decreto 1° settembre 2016 del Ministero dell'Economia e delle Finanze;

RITENUTO pertanto di prorogare al 20 dicembre 2016, come previsto dall'articolo 1, comma 4, del decreto 1° settembre 2016 del Ministero dell'Economia e delle Finanze, il termine per il pagamento del contributo dovuto all'Autorità per l'anno 2016 per le società che si trovino nelle condizioni previste dal citato decreto;

RITENUTO opportuno che le società interessate trasmettano all'Autorità, entro il 15 novembre 2016, un'autodichiarazione sulla sussistenza delle condizioni previste dal decreto 1° settembre

2016 del Ministero dell'Economia e delle Finanze, al fine di poter beneficiare della proroga del termine di pagamento;

**DELIBERA**

a) di prorogare al 20 dicembre 2016 il termine per il pagamento del contributo dovuto all'Autorità per l'anno 2016 per le società che si trovino nelle condizioni previste dal decreto 1° settembre 2016 del Ministero dell'Economia e delle Finanze;

b) che le società interessate trasmettano all'Autorità entro il 15 novembre 2016 un'autodichiarazione sulla sussistenza delle condizioni previste dal decreto 1° settembre 2016 del Ministero dell'Economia e delle Finanze, al fine di poter beneficiare della proroga del termine di pagamento.

La presente delibera verrà pubblicata sul sito internet dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

**IL SEGRETARIO GENERALE**

*Roberto Chieppa*

**IL PRESIDENTE**

*Giovanni Pitruzzella*

---

---

*Autorità garante  
della concorrenza e del mercato*

Bollettino Settimanale  
Anno XXVI- N. 37 - 2016

---

*Coordinamento redazionale*

Giulia Antenucci

*Redazione*

Sandro Cini, Alberto Fardin, Francesca Melchiorri,  
Valerio Ruocco, Simonetta Schettini  
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

---