



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXVIII - n. 47

**Publicato sul sito www.agcm.it
17 dicembre 2018**

SOMMARIO

| | |
|--|-----------|
| INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE | 5 |
| A517 - MERCATI DI MANUTENZIONE DI DISPOSITIVI DIAGNOSTICI | |
| <i>Provvedimento n. 27302</i> | 5 |
| A521 - ATTIVITÀ DI INTERMEDIAZIONE DELLA DOMANDA DI SERVIZI TAXI NEL COMUNE DI TORINO | |
| <i>Provvedimento n. 27434</i> | 8 |
| I806 - AFFIDAMENTO APPALTI PER ATTIVITÀ ANTINCENDIO BOSCHIVO | |
| <i>Provvedimento n. 27436</i> | 24 |
| OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE | 26 |
| C12194 - CRÉDIT AGRICOLE ASSURANCES/GLOBAL ASSICURAZIONI | |
| <i>Provvedimento n. 27435</i> | 26 |
| PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE | 30 |
| IP302 - DPI-DIAMOND PRIVATE INVESTMENT-DIAMANTI DA INVESTIMENTO | |
| <i>Provvedimento n. 27423</i> | 30 |
| PS11133 - EASY MARKET-LOL TRAVEL | |
| <i>Provvedimento n. 27441</i> | 34 |
| PS11175 - ZUAMI-VENDITA ON LINE | |
| <i>Provvedimento n. 27447</i> | 44 |
| PS11211 - GLADIATORI ROMA/BAZAZA.IT-LISTAPRO.IT-VENDITA ON LINE | |
| <i>Provvedimento n. 27448</i> | 48 |
| PS11262 - SHOPBUY-VENDITA ON LINE | |
| <i>Provvedimento n. 27449</i> | 53 |
| PS11283 - IBALO.IT-BUY AD SHARE | |
| <i>Provvedimento n. 27450</i> | 58 |
| CONFLITTO DI INTERESSI | 62 |
| SI1049 - DARIO GALLI - VICE MINISTRO PER LO SVILUPPO ECONOMICO – PROVVEDIMENTO DI PROROGA DEL TERMINE DI CONCLUSIONE DEL PROCEDIMENTO ISTRUTTORIO | |
| <i>Provvedimento n. 27444</i> | 62 |
| VARIE | 64 |
| BILANCIO DI PREVISIONE PER L'ANNO FINANZIARIO 2019 E PLURIENNALE 2019-2021 | |
| <i>Provvedimento n. 27445</i> | 64 |

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

A517 - MERCATI DI MANUTENZIONE DI DISPOSITIVI DIAGNOSTICI

Provvedimento n. 27302

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 agosto 2018;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

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

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

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

VISTI gli atti del procedimento e, in particolare, gli elementi acquisiti nel corso degli accertamenti ispettivi effettuati, ai sensi dell'articolo 14 comma 2 della legge n. 287/90, in data 6 febbraio 2018 presso le sedi delle società della società GE Healthcare Italia S.r.l., GE Medical Systems Italia S.p.A., Philips S.p.A., Siemens Healthcare S.r.l., e delle società da esse controllate;

CONSIDERATO che dalla documentazione allo stato acquisita sono emerse evidenze relative al coinvolgimento di una o più società – oltre a quelle attualmente Parti del procedimento – appartenenti ai gruppi General Electric, Siemens e Philips, nella definizione di strategie e azioni volte ad ostacolare l'emergere e/o lo sviluppo di servizi di manutenzione in concorrenza in Italia, anche attraverso specifiche azioni condivise e attuate dalle filiali italiane dei citati gruppi;

CONSIDERATO, in particolare, che la documentazione agli atti del procedimento contiene evidenze secondo le quali la società Philips Medical System Nederland B.V. – soggetta al controllo indiretto della capogruppo Koninklijke Philips N.V., già parte del procedimento – potrebbe aver partecipato alla definizione delle politiche commerciali e strategiche e, più in generale, avrebbe avuto un ruolo di indirizzo rispetto ad attività di Philips S.p.A. idonee ad ostacolare la concorrenza in Italia nei servizi di manutenzione di dispositivi di alta diagnostica;

CONSIDERATO, inoltre, che la documentazione agli atti del procedimento contiene evidenze secondo le quali le società Siemens AG e Siemens Healthcare GmbH avrebbero concorso a definire indirizzi strategici della società Siemens Healthcare S.r.l. e azioni idonee ad ostacolare la concorrenza in Italia nei servizi di manutenzione di dispositivi di alta diagnostica;

CONSIDERATO, inoltre, che la documentazione agli atti del procedimento contiene evidenze secondo le quali alla società GE Medical System S.C.S. fanno capo alcuni soggetti responsabili di funzioni strategiche, commerciali e legali che impartiscono direttive e indirizzano l'attività e le strategie attuate da GE Medical Systems Italia S.p.A., suscettibili di ostacolare la concorrenza nei servizi di manutenzione di dispositivi di alta diagnostica nel territorio nazionale;

CONSIDERATO altresì, che, in virtù della struttura organizzativa del gruppo General Electric, alcune attività di indirizzo strategico, commerciale e legale sono svolte da unità operative che, pur non costituendo entità legali a sé stanti, sono composte da dipendenti delle varie divisioni europee del gruppo, soggette al controllo diretto o indiretto della società capogruppo General Electric Co.;

RITENUTO pertanto necessario, in ragione di quanto sopra illustrato, estendere sotto il profilo soggettivo l'istruttoria anche alle società Philips Medical System Nederland B.V., Siemens AG, Siemens Healthcare GmbH, GE Medical System S.C.S.;

RITENUTO inoltre necessario, in ragione di quanto sopra illustrato, estendere sotto il profilo soggettivo l'istruttoria anche alla società General Electric Co., a capo dell'omonimo gruppo, cui appaiono riconducibili altre entità del gruppo responsabili della definizione degli indirizzi strategici di GE Medical Systems Italia S.p.A. in Italia;

DELIBERA

a) di estendere soggettivamente il procedimento A517, avviato in data 31 gennaio 2018, alle società Philips Medical System Nederland B.V., Siemens AG, Siemens Healthcare GmbH, GE Medical System S.C.S. e General Electric Co.;

b) che il responsabile del procedimento è la Dott.ssa Federica Manca;

c) la fissazione del termine di giorni trenta giorni, decorrente dalla notificazione del presente provvedimento, per l'esercizio, da parte dei rappresentanti legali di Philips Medical System Nederland B.V., Siemens AG, Siemens Healthcare GmbH, GE Medical System S.C.S. e General Electric Co., o di persone da esse delegate, del diritto di essere sentiti, precisando che la richiesta di audizione dovrà pervenire alla Direzione Manifatturiero e Servizi di questa Autorità almeno quindici giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;

d) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione Manifatturiero e Servizi di questa Autorità dai legali rappresentanti di Philips Medical System Nederland B.V., Siemens AG, Siemens Healthcare GmbH, GE Medical System S.C.S. e General Electric Co., o da persone da esse delegate.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Filippo Arena

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

A521 - ATTIVITÀ DI INTERMEDIAZIONE DELLA DOMANDA DI SERVIZI TAXI NEL COMUNE DI TORINO

Provvedimento n. 27434

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 29 novembre 2018;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

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

VISTO il Regolamento del Consiglio n. 1/2003 del 16 dicembre 2002;

VISTA la Comunicazione della Commissione sulla cooperazione nell'ambito della rete delle autorità garanti della concorrenza, del 27 aprile 2004;

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

VISTO l'articolo 54 della legge 6 febbraio 1996, n. 52;

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

VISTA la Delibera dell'Autorità del 14 dicembre 2006, n. 16218 sull'applicazione dell'articolo 14-*bis* della legge n. 287/90;

VISTA la denuncia pervenuta in data 30 luglio 2018 e le successive integrazioni;

VISTO il proprio provvedimento del 10 ottobre 2018, con il quale è stata avviata un'istruttoria, ai sensi dell'art. 14 della legge n. 287/90, nei confronti di Società Cooperativa Taxi Torino, volto ad accertare l'esistenza di violazioni dell'articolo 102 del TFUE e dell'articolo 3 della legge n. 287/90, nonché, contestualmente, un procedimento cautelare ai sensi dell'art. 14-*bis* della legge n. 287/90, volto a verificare l'effettiva sussistenza dei requisiti necessari all'adozione di misure cautelari atte a ripristinare e mantenere condizioni concorrenziali nel mercato rilevante;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

a) L'impresa denunciata

1. Società Cooperativa Taxi Torino (di seguito, Taxi Torino) è una società cooperativa attiva nella gestione dei servizi di radiotaxi a Torino, sia attraverso un sistema radio sia, dall'estate 2017, tramite l'impiego di una *app* per dispositivi mobili, denominata *Wetaxi*¹. Detta società è stata costituita alla fine di giugno 2017 a seguito della fusione tra le due pre-esistenti società Cooperativa Radio Taxi Torino-Società cooperativa e Società Cooperativa Pronto Taxi Torinese

¹ L'*app* *Wetaxi* è gestita da una società terza con la quale Taxi Torino ha stipulato un contratto in esclusiva.

5737, che gestivano gli unici due numeri telefonici di ricerca taxi della città (5730 e 5737)². A Taxi Torino aderiscono circa 1.400 tassisti³.

b) L'impresa denunciante

2. Mytaxi Italia S.r.l. è la filiale italiana di un gruppo fondato nel giugno 2009 (di seguito Mytaxi, sia per la filiale italiana che per il gruppo) che, dal 2014, dopo la fusione con Moovel GmbH, appartiene al gruppo automobilistico tedesco Daimler AG ed è attiva nella gestione dell'omonima app Mytaxi per dispositivi mobili, che mette in collegamento diretto tassisti e utenti, in numerosi paesi europei e in alcune città statunitensi. Mytaxi opera in Italia, nelle città di Roma, Milano e, dal giugno 2017, anche a Torino⁴.

II. LA DENUNCIA

3. Con denuncia pervenuta in data 30 luglio 2018, integrata in data 24 settembre 2018, Mytaxi ha lamentato la previsione e l'applicazione di clausole statutarie di non concorrenza da parte di Taxi Torino, l'unica società che gestisce i servizi di radiotaxi nel Comune di Torino. Dette clausole di non concorrenza, non consentendo l'uso simultaneo da parte dei tassisti di più intermediari per la fornitura di servizi di smistamento della domanda del servizio taxi nel Comune di Torino, avrebbero l'effetto di impedire od ostacolare l'ingresso in tale mercato di nuove piattaforme aperte (come l'app di Mytaxi).

4. In particolare, Mytaxi ha rappresentato che, a seguito della registrazione alla propria piattaforma, nel giugno 2017, di oltre 40 tassisti locali, propedeutica al raggiungimento di una base di tassisti idonea a consentire il lancio ufficiale dell'app Mytaxi previsto per il successivo mese di settembre, Taxi Torino ha introdotto nel proprio Statuto, nell'agosto 2017, una specifica clausola di non concorrenza che prevede l'esclusione del tassista che, pur rimanendo socio della cooperativa, aderisca ad altro soggetto titolare o gestore di diverso sistema tecnologico di intermediazione tra domanda e offerta del servizio taxi o, comunque, ne utilizzi le prestazioni (articolo 14.2 lettera f) dello Statuto).

5. Nel settembre 2017 Taxi Torino ha escluso tre tassisti soci della cooperativa che avevano utilizzato i servizi di Mytaxi, ai sensi dell'art. 14.2, lettera f) dello Statuto⁵. La clausola è stata nuovamente applicata nel maggio 2018, con l'esclusione di altri tre tassisti soci⁶.

6. Dalle informazioni integrative fornite da Mytaxi in data 24 settembre 2018, è emerso che, dal giugno 2017 al settembre 2018 e, in particolare, a seguito delle prime tre esclusioni del settembre

² Cfr. visura della CCIAA di Torino da cui risulta che la società è stata costituita il 20 giugno 2017 ed iscritta nel registro delle imprese il 3 luglio 2017.

³ Cfr. visura della CCIAA di Torino, cit.. Dal sito internet aziendale risulta che: "Taxi Torino è una delle maggiori realtà italiane del settore con 1400 vetture".

⁴ Fonte del dato: comunicati stampa di Mytaxi disponibili su <https://it.mytaxi.com/stampa.html>. Il sito riporta che l'app ha avuto 10 milioni di download (febbraio 2018); in Italia i download complessivi erano già 300 mila a dicembre 2016. Dal sito risulta anche che l'app sviluppata da Mytaxi ha ricevuto numerosi premi per l'innovazione.

⁵ Cfr. doc. 3, all. 7: estratti di delibere del Consiglio di Amministrazione di Taxi Torino, da cui risulta che nel settembre 2017 Taxi Torino ha deciso l'esclusione di tre soci della cooperativa per violazione della clausola di non concorrenza, ai sensi dell'14.2, lett. f), dello Statuto.

⁶ Cfr. doc. 3, all. 16: estratti di delibere del Consiglio di Amministrazione di Taxi Torino, da cui risulta che nel maggio 2018 Taxi Torino ha deciso l'esclusione di ulteriori tre soci della cooperativa sempre ai sensi dell'14.2, lett. f), dello Statuto.

2017, l'andamento del numero delle nuove registrazioni mensili di tassisti torinesi alla piattaforma è stato fortemente decrescente⁷; inoltre, il numero dei tassisti attivi rispetto al numero dei tassisti registrati alla piattaforma è diminuito costantemente, quasi il 10% in meno nel corso di un anno. Pertanto, sul totale delle licenze taxi presenti a Torino, meno del 5% dei tassisti risultava attivo con Mytaxi a settembre 2018.

7. Da ultimo, Mytaxi ha segnalato di aver diffidato Taxi Torino, sia nel settembre 2017 che nel luglio 2018, a sospendere l'applicazione della nuova clausola statutaria (e di qualsiasi altra clausola statutaria, regolamentare e/o linea guida interna avente contenuto e/o effetto equivalente alla clausola sopra richiamata), nonché a reintegrare i tassisti esclusi, qualora costoro dovessero richiederlo⁸.

III. IL PROCEDIMENTO

a) L'avvio del procedimento

8. In data 10 ottobre 2018, l'Autorità ha avviato un procedimento istruttorio, ai sensi dell'art. 14 della legge n. 287/90, nei confronti di Taxi Torino, volto ad accertare l'esistenza di violazioni dell'art. 102 del TFUE e dell'art. 3 della legge n. 287/90 nel mercato della fornitura di servizi di raccolta e smistamento della domanda del servizio taxi nel Comune di Torino.

9. Il procedimento riguarda gli effetti di natura anticoncorrenziale derivanti dalle clausole di non concorrenza contenute nello Statuto di Taxi Torino. In particolare, le clausole statutarie di cui agli articoli 6⁹ e 14¹⁰ individuano specifici obblighi a carico dei soci e degli utenti dell'operatore dominante, Taxi Torino, a non svolgere attività in concorrenza con la cooperativa ovvero a non aderire ad altro soggetto titolare o gestore di diverso sistema tecnologico di intermediazione tra domanda e offerta del servizio taxi o, comunque, a non utilizzarne le prestazioni. Tali obblighi, in caso di violazione, sono sanzionati con l'esclusione del socio o dell'utente.

b) il sub procedimento cautelare

10. Contestualmente al procedimento principale, l'Autorità ha avviato un procedimento cautelare ai sensi dell'art. 14-bis della legge n. 287/90, volto a verificare l'effettiva sussistenza dei requisiti

⁷ A fronte delle 42 iscrizioni registrate nel mese di giugno 2017 Mytaxi ha registrato solo tre nuove iscrizioni nel settembre 2018; inoltre, per varie mensilità, il dato delle nuove iscrizioni è stato pari a zero (novembre 2017, gennaio, maggio e luglio 2018).

⁸ Taxi Torino contestava in toto la prima diffida (cfr. doc. 1, all. 1 e 2) e, nella risposta del 25 luglio scorso alla seconda diffida, inviata per conoscenza anche all'Autorità, informava che "le clausole statutarie deliberate (...) il decorso 3 agosto 2017 - anche sotto il profilo della compatibilità delle norme in materia di concorrenza - sono già oggetto di specifico giudizio arbitrale (...). Per quanto riguarda infine la recente decisione dell'Autorità della Concorrenza e del Mercato (...) il CdA della stessa [id est, Taxi Torino] ha già provveduto a deliberare - in merito - la convocazione dell'Assemblea dei soci per il prossimo mese di settembre". (cfr. docc. 1 e 2)

⁹ In base all'articolo 6 dello Statuto (Numero e requisiti), al terzo capoverso: "I soci devono essere in possesso dei requisiti previsti dall'articolo 2527 C.C." [L'art. 2527 c.c. (Requisiti del socio) dispone, al comma 2, che: "non possono in ogni caso divenire soci della cooperativa quanti esercitano in proprio imprese in concorrenza con quella della cooperativa".

¹⁰ In base all'articolo 14.2, (Esclusione), alla lettera a), è prevista l'esclusione per il socio: "che perda i requisiti per l'ammissione alla cooperativa, ivi inclusi quelli previsti dall'articolo 2527 C.C.". L'articolo 14.2, lettera f) prevede l'esclusione nei confronti del socio "che, pur rimanendo socio della cooperativa, aderisca ad altro soggetto titolare o gestore di diverso sistema tecnologico di intermediazione tra domanda e offerta del servizio taxi o, comunque, ne utilizzi le prestazioni". L'art. 14.1, lett. c) stabilisce che può recedere dalla cooperativa il socio "che motivi la domanda di recesso con la decisione di aderire ad altro soggetto titolare o gestore di diverso sistema tecnologico di intermediazione tra domanda e offerta del servizio taxi o di utilizzarne, comunque, le prestazioni".

necessari all'adozione di misure cautelari atte a ripristinare e mantenere condizioni concorrenziali nel mercato rilevante. In data 16 ottobre 2018 è stato svolto un accertamento ispettivo presso la sede di Taxi Torino¹¹.

11. Nei termini previsti dal provvedimento di avvio del procedimento per l'adozione di misure cautelari, Taxi Torino e Mytaxi, rispettivamente in data 30 ottobre 2018 e 5 novembre 2018, hanno presentato le memorie difensive¹². Taxi Torino e Mytaxi, inoltre, hanno richiesto l'audizione innanzi al Collegio rispettivamente in data 30 ottobre 2018 e 22 ottobre 2018¹³.

12. In data 9 novembre 2018 Taxi Torino ha presentato un'istanza di differimento della data disposta per l'audizione nella procedura cautelare, che l'Autorità, in data 12 novembre 2018, non ha accolto¹⁴.

13. In data 14 novembre 2018 si è svolta l'audizione delle Parti innanzi al Collegio nell'ambito del procedimento cautelare¹⁵.

IV. L'ATTIVITA'ISTRUTTORIA

14. L'accertamento ispettivo e l'analisi istruttoria hanno evidenziato che:

(i) il 3 agosto 2017 Taxi Torino ha modificato il proprio Statuto, mediante l'inserimento della lettera f) nell'art. 14.2, che prevede l'esclusione del tassista "*che, pur rimanendo socio della cooperativa, aderisca ad altro soggetto titolare o gestore di diverso sistema tecnologico di intermediazione tra domanda e offerta del servizio taxi o, comunque, ne utilizzi le prestazioni*"¹⁶.

(ii) il 28 settembre 2017, Taxi Torino ha deliberato - ai sensi e per gli effetti della neo-introdotta lettera f) dell'art. 14.2 - l'esclusione di tre soci per aver aderito a Mytaxi ed effettuato il servizio taxi sulla base di chiamate inoltrategli tramite l'app Mytaxi¹⁷.

(iii) il 4 maggio 2018, Taxi Torino ha deliberato l'esclusione di altri tre soci, sempre ai sensi e per gli effetti dell'art. 14.2, lettera f), per aver anch'essi aderito a Mytaxi ed effettuato il servizio taxi sulla base di chiamate inoltrategli tramite l'app Mytaxi¹⁸.

15. La documentazione in atti mette in luce la forte preoccupazione della cooperativa, sin dal luglio 2017, per l'utilizzo da parte di alcuni soci dei servizi di Mytaxi e la conseguente necessità di risolvere in tempi rapidi la questione relativa all'utilizzo di detti servizi. A tal fine, si è resa necessaria la convocazione di un'assemblea straordinaria, come si desume dalla lettura del verbale dell'assemblea del 18 luglio 2017: "*Molti soci intervengono chiedendo al Consiglio di Amministrazione [...] di prendere provvedimenti, come da art. 2527 comma 2 del c.c., nei confronti dei colleghi, che hanno aderito all'app MY TAXI, in chiara concorrenza con lo scopo sociale. Il Presidente, udito l'esposto, informa i presenti della situazione molto delicata che si è*

¹¹ Cfr. doc. 12: verbale di ispezione.

¹² Cfr. docc. 18, all. 6, e 19: memorie cautelari, rispettivamente, di Taxi Torino e di Mytaxi.

¹³ Cfr. docc. 18, all. 2, e 16: istanze di audizione, rispettivamente, di Taxi Torino e di Mytaxi.

¹⁴ Cfr. docc. 28 e 29: istanza di Taxi Torino e risposta dell'Autorità.

¹⁵ Cfr. doc. 31: verbale audizione cautelare.

¹⁶ Cfr. doc. 12, all. 2.24: verbale di assemblea straordinaria dei soci del 3 agosto 2107.

¹⁷ Cfr. doc. 12, all. 2.19, verbale del CDA del 28 settembre 2017.

¹⁸ Cfr. doc. 12, all. 2.23, verbale del CDA del 4 maggio 2018.

*creata in funzione all'intervento dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato*¹⁹, e delle sanzioni che verrebbero applicate in base alle scelte che verranno adottate. [...]. Dopo ampia discussione i soci a maggioranza chiedono che venga convocata al più presto un'assemblea straordinaria, per poter stabilire insieme la scelta più idonea, nell'interesse dei soci stessi"²⁰. Ancora, il Presidente della cooperativa, in una mail del 19 luglio 2017, si rivolge ai consiglieri di amministrazione, dicendo: "in seguito all'assemblea tenutasi ieri sera 18/7 e alla richiesta dei soci di convocare un'assemblea straordinaria urgente, tesa a risolvere la problematica relativa all'utilizzo di applicazioni concorrenti e alla conseguente indagine dell'antitrust, siamo a richiedervi un Consiglio di Amministrazione urgente che si terrà venerdì 21 luglio [...]. Pur comprendendo il poco anticipo, vi chiedo la cortesia di essere tutti presenti, vista l'importanza degli argomenti da trattare"²¹. L'assemblea straordinaria si è poi effettivamente svolta il 3 agosto 2017 e in quella sede è stata deliberata l'introduzione della lettera f) nell'articolo 14.2 dello Statuto di Taxi Torino.

16. Dagli accertamenti ispettivi è poi emerso che, allo scopo di applicare tempestivamente la nuova clausola di cui all'art. 14.2, lettera f), e dunque di escludere i soci "infedeli", la Cooperativa ha commissionato ad una agenzia un'attività investigativa volta a verificare l'effettivo utilizzo da parte dei propri soci dei servizi offerti da Mytaxi, sia immediatamente prima del lancio della nuova app che almeno durante tutto il semestre successivo. Al riguardo, in una mail inviata il 28 settembre 2017, alle 11.03, dall'agenzia investigativa a Taxi Torino si legge: "Le trametto in allegato parte della documentazione relativa all'attività svolta fino ad oggi. All'interno della cartella troverà la tabella delle corse effettuate dove sono indicati i nominativi dei tassisti che hanno effettuato le corse e l'importo pagato [...]. Per quanto riguarda il Signor [...] evidenziamo che sia martedì 26.09 che mercoledì 27.09 lo stesso era presente all'Aeroporto di Torino Caselle con la vettura [...] logata MYTAXI. Abbiamo effettuato due corse serali per le quali è stata emessa ricevuta MYTAXI ove è indicato il nominativo del tassista [...] ed il numero di licenza [...]". Alla mail sono allegate due "Tabelle corse" relative ai periodi 19-22 e 26-29 settembre 2017, prove fotografiche e ricevute delle corse effettuate²².

17. A distanza di oltre cinque mesi dalle prime investigazioni, in una mail del 12 febbraio 2018, inviata dall'agenzia a Taxi Torino, si legge: "vista la Vostra necessità di effettuare un'ulteriore attività investigativa come da mandato già sottoscritto e firmato in data 07.09.2017. Vi confermiamo che la nostra Società procederà ad effettuare per cinque giorni n. 5 corse giornaliere

¹⁹ Il riferimento è ai due casi avviati dall'Autorità – e allora ancora in corso - nei mercati dei servizi di smistamento della domanda del servizio taxi nel Comune di Roma (I801A) e Milano (I801B).

²⁰ Cfr. doc. 12, all. 2.17, verbale dell'assemblea del 18 luglio 2017, enfasi aggiunta.

²¹ Cfr. doc. 12, all. 2.8, mail del 19 luglio 2017, enfasi aggiunta. Peraltro, l'utilizzo da parte di alcuni soci dei servizi di Mytaxi era stato avvertito già nei mesi precedenti come una questione problematica dalla Società Cooperativa Taxi Torinese 5737, una delle due cooperative che nel giugno 2017 ha poi costituito Taxi Torino tramite fusione con l'altra cooperativa esistente a Torino: infatti, con riguardo alla richiesta di 4 soci di aderire a Mytaxi, il CdA della cooperativa decide di incaricare uno studio legale di analizzare l'argomento (cfr. doc. 12, all. 2.14, verbale del CDA del 12 maggio 2017).

²² Cfr. doc. 12, all. 2.13, mail del 28 settembre 2017 e allegati. Peraltro, dal verbale del CDA del 17 settembre 2017 risulta che uno dei soci, poi escluso, era stato per così dire "avvertito", venendo sospeso per 4 giorni dal servizio radiotaxi fornito dalla cooperativa per aver rimosso dalla propria vettura le placche distintive della cooperativa per sostituirle con quelle distintive di Mytaxi, in modo idoneo a pubblicizzare i servizi di quest'ultima in alternativa a quelli di Taxi Torino, così violando gli art.11 e 33 del Regolamento interno (cfr. doc. 12, all. 2.18)

utilizzando l'App MY TAXI con lo scopo di verificare se i tassisti Soci della Cooperativa RADIO TAXI TORINO svolgono analoghe attività anche per conto dell'azienda MYTAXI ITALIA S.r.l. violando il regolamento interno della Cooperativa²³. Coerentemente, dalla documentazione ispettiva risulta che, in prossimità della seconda tornata di esclusioni, l'agenzia ha proseguito con la raccolta e l'invio alla cooperativa di ricevute delle corse effettuate dai tassisti (poi esclusi) con Mytaxi²⁴.

18. Dagli atti risulta poi che, in merito alla richiesta di mediazione da parte dei tre tassisti esclusi nel settembre 2017, Taxi Torino, nel verbale del CdA del 30 novembre 2017, informa che *“il 7 dicembre 2017 vi sarà l'incontro di Mediazione presso l'Adr Piemonte [con i soci esclusi] nel quale incontro verrà richiesto il reintegro dei soci, quindi la revoca del provvedimento di esclusione e la modifica statutaria degli articoli che ne hanno consentito l'esclusione stessa”*. Su tale punto il Consiglio all'unanimità delibera *“di autorizzare il Presidente [...] ad applicare integralmente lo statuto sociale in sede di mediazione presso l'Adr Piemonte e a non concedere accordi e tenere ferma la posizione presa in assemblea in merito all'esclusione e la immodificabilità degli articoli statutarî”*²⁵.

V. LE ARGOMENTAZIONI DELLE PARTI

19. Le Parti hanno avuto modo di esporre le proprie posizioni e difese sia tramite memorie scritte sia in occasione dell'audizione cautelare svoltasi innanzi al Collegio. Di seguito si riportano le principali argomentazioni sollevate nel corso del sub-procedimento cautelare.

a) Sul mercato rilevante

20. Taxi Torino ha contestato la definizione del mercato rilevante adottata nel provvedimento di avvio, rilevando, nello specifico, che il mercato dei servizi di intermediazione tramite *app* costituirebbe un mercato del prodotto distinto rispetto ai tradizionali canali di intermediazione (in particolare le centrali radiotaxi) in quanto: (i) le due tipologie di canali presentano “distinte funzionalità oggettive” (ad esempio: la geolocalizzazione; la possibilità di pagamento tramite *app*; il rilascio di un documento contabile sulla corsa effettuata; il *rating* di qualità del tassista; ecc.); (ii) trattandosi di un mercato a due versanti, le scelte dei soggetti operanti su ciascun versante sono strettamente interrelate e, quindi, se vi è una parte della clientela che predilige l'*app*, i tassisti per entrare in contatto con tale clientela dovranno necessariamente utilizzare questo strumento di intermediazione e nessun altro.

21. Sotto il profilo geografico, il mercato dei servizi di intermediazione tramite *app* presenterebbe, ad avviso della Parte, una dimensione quantomeno nazionale, coerentemente con l'orientamento

²³ Cfr. doc. 12, all. 2.1, mail del 12 febbraio 2018, enfasi aggiunta. La Cooperativa ha quindi deliberato, sulla base di due tornate di verifiche, supportate da dossier ricognitivi, prove fotografiche e ricevute delle corse effettuate, l'immediata esclusione di tre tassisti nel 2017 e tre nel 2018.

²⁴ Cfr. doc. 12, all. 2.1, cit; doc. 12, all. 2.10: mail del 2 maggio 2018, con cui l'agenzia invia a Taxi Torino copia di una ricevuta di corsa effettuata. Inoltre, a fronte della richiesta di uno dei tassisti, poi esclusi, di essere convocata in altra data per la valutazione del proprio comportamento e la conseguente decisione da parte del CDA, il Presidente in una mail del 20 aprile 2018 ad uno dei consiglieri di amministrazione, nell'inoltrare la richiesta di spostamento della data, commenta: “così abbiamo il tempo per le mele.....marcie [ndr. sic!]” (cfr. doc. 12, all. 2.9: mail del 20 aprile 2018).

²⁵ Cfr. doc. 12, all. 2.20, enfasi aggiunta.

europeo²⁶ e nazionale²⁷; ciò in quanto le piattaforme *on-line* di regola adottano politiche commerciali e condizioni di contratto e portali su base nazionale anche nei casi in cui tale intermediazione interviene sulla prestazione di servizi locali.

b) Sulla legittimità delle clausole statutarie e sulla loro indispensabilità

22. Taxi Torino argomenta innanzitutto che le modifiche statutarie approvate nel corso dell'Assemblea straordinaria dei soci del 3 agosto 2017, lungi dal perseguire un obiettivo anticompetitivo, avrebbero avuto il precipuo scopo di adeguare lo Statuto della Cooperativa ai principi della libera concorrenza. In tal senso andrebbero interpretate sia l'integrazione della preesistente regolamentazione del recesso, con l'introduzione - per i tassisti che vogliono aderire ad altro soggetto di intermediazione - della possibilità di recedere liberamente dalla Cooperativa (prima non consentita e prevista dal vigente art. 14.1, dello Statuto e dall'art. 2532 c.c., dallo stesso richiamato), sia la modifica concernente le cause di esclusione, con particolare riferimento all'inserimento della lettera f) all'art. 14.2. Tale ultima modifica, in particolare, si limiterebbe a declinare, quale ipotesi specifica di violazione del principio di fedeltà cooperativa di cui all'art. 2527 c.c. (già ripreso dall'art. 6 dello Statuto e dall'art. 14.2 lettera a)), quella della contemporanea adesione da parte del socio della Cooperativa ad altro soggetto titolare di sistema tecnologico di intermediazione.

23. Né d'altra parte, a dire di Taxi Torino, potrebbe rinvenirsi alcun carattere abusivo nell'adozione da parte della stessa del principio di fedeltà cooperativa previsto dall'art. 2527, comma 2, del codice civile. Tale norma, la cui natura cogente è pacificamente riconosciuta dalla giurisprudenza, si porrebbe come "*una norma di comportamento tesa a tutelare chi si impegna a lavorare esclusivamente per il fine mutualistico*"²⁸ e solo non comprimendo il rigore della norma sarebbe possibile realizzare l'interesse sociale della cooperativa.

24. In altri termini, l'esclusività dell'impegno solidaristico sarebbe indispensabile per la produzione, la gestione e il mantenimento dei servizi offerti dalla Cooperativa.

Infatti, nella misura in cui la capacità della Cooperativa di intercettare domanda per i suoi soci è proporzionale alle potenzialità di offerta, un'eventuale contrazione delle corse offerte dalla Cooperativa al socio, a causa dell'apertura ad un sistema basato su piattaforme aperte, porterebbe all'impossibilità per essa di continuare ad esistere e operare. Il tassista, infatti, chiederebbe un'immediata riduzione della quota sociale, non più proporzionale al vantaggio economico che attualmente ricava dal numero di corse assegnategli (e garantito proprio dalla clausola di esclusiva che si andrebbe ad eliminare), con la conseguenza che la Cooperativa non sarebbe più in grado di coprire "*i costi fissi ed esponenzialmente crescenti di gestione*" né di adempiere alle numerose convenzioni in essere con soggetti pubblici e privati, con danno immediato e irreversibile anche nei confronti dell'utenza.

²⁶ Cfr. la decisione dell'autorità tedesca Bundeskartellamt, "Booking - Expedia"; la decisione dell'autorità Spagnola (Informe y propuesta de resolución expediente C/0730/16 Just Eat/ La Nevera Roja); la decisione della Competition and Markets Authority Acquisition Just Eat/Hungryhouse, del 16 novembre 2017.

²⁷ Cfr. caso I779 - Mercato dei servizi turistici-prenotazioni alberghiere on line, provvedimento n. 25940 del 23 marzo 2016.

²⁸ Tribunale di Milano 1 Luglio 2005 in Banca, Borsa, Titoli di Credito 2007, 4, II, 478.

25. Mytaxi ritiene, al contrario, che non sussistano dubbi in merito alla strategia escludente posta in essere da Taxi Torino nei suoi confronti. Sul punto Mytaxi sottolinea il susseguirsi dei seguenti fatti: (i) le modifiche statutarie deliberate dall'Assemblea straordinaria del 3 agosto del 2017; (ii) la tempestiva applicazione, con finalità punitiva e segnaletica, della clausola di cui all'art. 14.2 lettera f) - ben messa in evidenza, nel settembre 2017, dalla decisione di commissionare ad un'agenzia investigativa il compito di individuare i tassisti utilizzatori dell'app Mytaxi e di creare *dossier* dei tassisti "infedeli" - che ha portato all'esclusione dei primi tre soci; (iv) l'esclusione di altri tre tassisti nel maggio 2018, per la stessa ragione e con le medesime modalità.

26. Secondo Mytaxi, inoltre, un'eventuale rimozione del divieto di adesione ad altre piattaforme aperte non sarebbe idoneo a pregiudicare la funzionalità della cooperativa, atteso che l'esclusiva vincola più del 90% dei tassisti attivi nella città di Torino. In ogni caso, il divieto non può andare oltre quanto necessario e proporzionato ad assicurare il buon funzionamento della cooperativa.

c) Sull'assenza di nesso causale tra il tasso di utilizzo dell'app Mytaxi e le clausole statutarie contestate

27. Taxi Torino nega che vi sia un qualsiasi nesso causale tra le clausole di non concorrenza contestate e lo scarso utilizzo da parte dei tassisti dell'app Mytaxi. Da un lato, infatti, i tassisti che hanno aderito all'app Mytaxi, avendo già superato il vincolo posto dalle clausole di esclusiva, non potrebbero esserne influenzati; dall'altro, il vero e unico motivo della scarsa adesione dei tassisti torinesi all'app Mytaxi sarebbe la politica commerciale applicata nei loro confronti. In particolare, secondo Taxi Torino, il criterio di remunerazione del servizio, calcolato in percentuale sulla corsa, sarebbe "*del tutto perdente sul piano della concorrenza*" per le seguenti ragioni:

(i) il tassista partecipa ad un soggetto giuridico che gli consente di fornire a se stesso, "in autoproduzione" e sulla base di un principio di mutualità, un servizio di intermediazione tra domanda e offerta che da solo non avrebbe;

(ii) il tassista condivide proprietà e *governance* della cooperativa e, a fronte della quota versata, ha diritto ad una serie di servizi complementari alla sua attività;

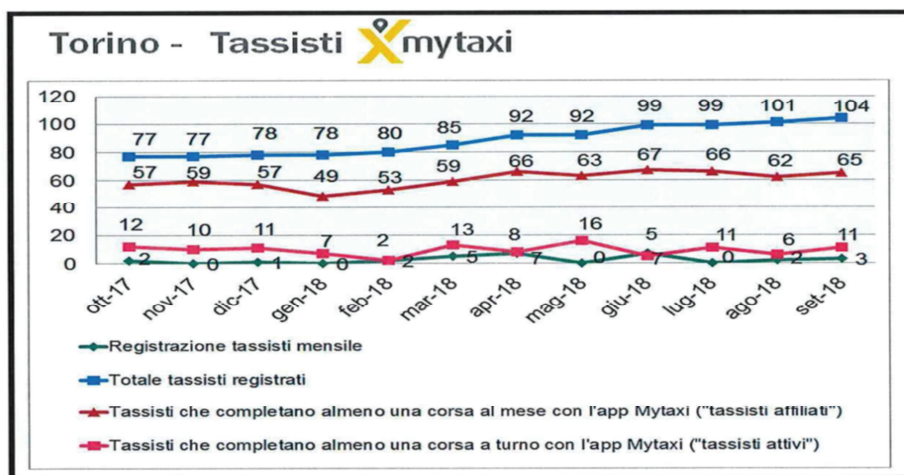
(iii) la domanda di servizio taxi tramite *app* ha un'incidenza ridottissima rispetto a quella radiotaxi;

(iv) il canone fisso mensile pagato alla cooperativa dai tassisti aderenti massimizza la scelta del livello di impegno da parte del tassista, che avrà interesse ad usufruire di tutte le chiamate che gli pervengono dalla cooperativa²⁹.

Proprio la consapevolezza della scarsa competitività della propria piattaforma di intermediazione sarebbe alla base della scelta di Mytaxi di "*perorare la causa della piattaforma aperta*".

28. Contrariamente a quanto sostenuto da Taxi Torino, Mytaxi ha evidenziato che, vi è uno stretto nesso causale tra le modifiche apportate alle clausole statutarie nell'agosto del 2017 e il visibile peggioramento della situazione per la società nel mercato torinese, e che il protrarsi di detta situazione, in assenza dell'assunzione da parte dell'Autorità di una misura cautelare, porterebbe ad un danno grave e irreparabile per la concorrenza nel mercato rilevante. A tale proposito Mytaxi ha fornito alcuni dati riportati nel grafico seguente:

²⁹ Il servizio offerto da Mytaxi è palesemente non competitivo rispetto a quello di Taxi Torino. Proprio questa consapevolezza indurrebbe Mytaxi a non confrontarsi sul piano della scelta tra l'una o l'altra piattaforma ma a perorare la causa della piattaforma aperta.



29. In sintesi, da tali dati emerge che:

- il numero dei tassisti affiliati a Mytaxi rispetto al numero dei tassisti registrati³⁰ all'app si è ridotto di oltre il 10% dall'ottobre 2017 al settembre 2018. I tassisti affiliati a Mytaxi non hanno mai superato, dal lancio dell'app, il 5% del totale delle licenze;
- il numero dei tassisti attivi rispetto al numero dei tassisti registrati all'app si è ridotto di oltre il 5% nello stesso periodo. I tassisti attivi non hanno mai superato, dal lancio dell'app, l'1% del totale delle licenze³¹;
- dopo la modifica statutaria e le esclusioni, vi è stato un "crollo" del numero delle nuove registrazioni mensili. In diversi mesi le nuove adesioni a Mytaxi sono state pari a zero (ad es. novembre 2017; gennaio, maggio e luglio 2018);
- dal suo ingresso a Torino (giugno 2017) al settembre 2018 a Mytaxi si sono registrati solo 104 tassisti torinesi (complessivamente meno del 7% di tutte le licenze attive).

VI. VALUTAZIONI

a) Il mercato rilevante e la posizione di mercato di Taxi Torino

30. Ai fini della valutazione del caso in esame, il mercato rilevante è quello della fornitura di servizi di raccolta e smistamento della domanda del servizio taxi nel Comune di Torino.

31. Sotto il profilo merceologico, tali servizi consistono nell'attività necessaria a mettere in contatto gli utenti del servizio di trasporto taxi con i fornitori di tale servizio, i tassisti, e comprendono tutti i diversi canali disponibili, ossia i tradizionali canali diretti (la richiesta diretta da parte dell'utenza di un taxi in transito o nei posteggi oppure la chiamata telefonica alle

³⁰ Nel grafico fornito con memoria del 5 novembre 2018 Mytaxi - rispetto alla distinzione tra tassisti attivi (quelli che effettuano almeno una corsa per turno) e tassisti affiliati (tutti gli altri) utilizzata nei casi I801A (par. 89) e I801B (par. 80), in Boll. AGCM n. 26/2018 - fornisce un ulteriore livello di dettaglio, distinguendo tra tassisti che hanno solo scaricato l'app (individuati come tassisti registrati) e quelli che ne fanno un uso molto sporadico (almeno una corsa al mese con Mytaxi), e indicando solo questi ultimi col termine di affiliati.

³¹ A settembre 2018 si è registrato uno 0,7%.

colonnine situate nei posteggi) e le piattaforme di intermediazione (inclusive sia delle centrali radiotaxi sia delle piattaforme basate su applicazioni *software* dedicate, come quella del segnalante Mytaxi o come le *app* sviluppate o utilizzate da centrali radiotaxi o da consorzi di centrali radiotaxi).

32. Per quanto concerne l'attività realizzata dalle piattaforme di intermediazione, si tratta di un sistema a due versanti, in cui la domanda, da un versante, è rappresentata dai tassisti, che si possono convenzionare ai vari intermediari e, dall'altro versante, dagli utenti che utilizzano il taxi.

33. Al riguardo, non può accogliersi l'obiezione di Taxi Torino relativa alla necessità di configurare un mercato del prodotto che includa solo piattaforme di intermediazione basate sulle *app*. Sul punto deve evidenziarsi innanzitutto che il procedimento ha ad oggetto comportamenti che ricadono prioritariamente sul versante dei tassisti, per i quali ciò che rileva è la possibilità di aumentare le occasioni di acquisizione di una corsa; ne consegue che i vari sistemi di dispacciamento, indipendentemente dalla tecnologia utilizzata, sono tutti volti alla soddisfazione dello stesso obiettivo per il tassista e quindi sostituibili tra loro.

34. Anche dal punto di vista dei consumatori, i vari canali di dispacciamento presentano un certo grado di sostituibilità, nella misura in cui gli utenti scelgono il canale desiderato sulla base delle proprie preferenze, dato il contesto di riferimento in cui si trovano ad effettuare la scelta (non è escluso anche un utilizzo contestuale di più modalità, come ad esempio nel caso di un consumatore che, trovandosi in strada alla ricerca di un taxi, al tempo stesso chiama una centrale radiotaxi e contatta una *app* sul *web*). Pertanto, anche se sussistono alcune vischiosità nell'utilizzo delle diverse modalità di procacciamento della domanda, perché alcune categorie di utenti utilizzano in modo più frequente una modalità di raccolta, i vari canali di raccolta della domanda di servizi taxi possono essere considerati sostituibili tra loro dall'utenza finale in quanto alternativamente utilizzati per soddisfare il medesimo bisogno.

35. In definitiva, sia la raccolta tramite *app* che quella tramite centrale radiotaxi presentano caratteristiche e aspetti qualitativi in grado di stimolare la domanda finale e tali da indurre, indirettamente, il tassista a scegliere indifferentemente l'uno o l'altro canale di dispacciamento sulla base degli effetti di rete connessi all'utilizzo da parte dei consumatori finali dei due canali.

36. Sotto il profilo geografico, il mercato interessato è locale e corrispondente all'ambito territoriale del Comune di Torino, che ha rilasciato le licenze taxi e da cui origina il traffico dei tassisti che si avvalgono del radiotaxi della società Parte del procedimento. I servizi di raccolta e smistamento della domanda del servizio taxi hanno un carattere locale, in ragione della necessità intrinseca di far incontrare fisicamente in un dato spazio tassista e utente, nel caso di specie il Comune di Torino.

37. Rispetto a quanto argomentato da Taxi Torino sull'estensione quanto meno nazionale del mercato geografico, si osserva che anche se l'*app* Mytaxi è stata sviluppata per funzionare in più città, il suo utilizzo in una data città consente agli utenti di localizzare esclusivamente tassisti operanti nella zona in cui si trovano; corrispondentemente, i tassisti che utilizzano Mytaxi possono servire esclusivamente passeggeri localizzati nell'area circostante dalla quale proviene la domanda. In tal senso, i casi citati da Taxi Torino nelle proprie difese appaiono inconferenti perché relativi a piattaforme che operano a livello nazionale, ma aggregando operatori attivi - sotto il profilo dell'offerta - sull'intero territorio nazionale.

38. Torino è la quarta città italiana per numero di licenze taxi, pari a oltre 1500³². L'offerta complessiva di taxi è rimasta invariata dal 2006³³. Come anticipato, dal sito di Taxi Torino emerge che essa dispone di una rete composta da circa 1400 tassisti pari ad oltre il 90% delle licenze presenti a Torino.

39. L'elevatissima quota di mercato di Taxi Torino e le limitate condizioni di concorrenza esistenti nel mercato a valle del servizio di taxi (cui necessariamente attingono gli operatori attivi nel mercato rilevante, sia *incumbent* che nuovi entranti), caratterizzato dalla presenza di un numero di licenze contingentato e da turni e tariffe fissate dall'amministrazione comunale, conferiscono a Taxi Torino una posizione largamente dominante nel mercato della fornitura di servizi di raccolta e smistamento della domanda del servizio taxi nel Comune di Torino.

b) Le condotte abusive

40. In sede di avvio del procedimento sono state contestate a Taxi Torino le clausole statutarie di non concorrenza e, nello specifico, la preesistente clausola contenuta all'articolo 6 dello Statuto e l'introduzione e applicazione della nuova clausola di cui all'art. 14.2, lettera f). Tale ultima clausola, in particolare, è stata inserita nello Statuto al fine di rafforzare l'obbligo di fedeltà del socio già presente nell'art. 6 ed ha esplicitamente individuato l'obiettivo del divieto (anche di mero utilizzo) negli operatori innovativi che si avvalgono di nuovi sistemi tecnologici.

41. La lettera f) dell'art. 14.2, inserita nello Statuto nell'agosto 2017, prevede, infatti, l'esclusione del tassista "*che, pur rimanendo socio della cooperativa, aderisca ad altro soggetto titolare o gestore di diverso sistema tecnologico di intermediazione tra domanda e offerta del servizio taxi o, comunque, ne utilizzi le prestazioni*".

42. Nella valutazione specifica della suddetta clausola statutaria e della sua efficacia escludente occorre tenere conto della tempistica del suo inserimento e della specificità del suo contenuto. Appare infatti indubbio che Taxi Torino, in vista del lancio ufficiale dell'app Mytaxi a Torino, previsto nel mese di settembre 2017, abbia inteso, tramite la modifica statutaria apportata nel mese di agosto, impedire ai soci l'utilizzo di un diverso sistema tecnologico di intermediazione tra domanda e offerta del servizio taxi.

43. L'obbligo in questione, in quanto in grado di vincolare *interamente* la capacità produttiva di una percentuale *largamente maggioritaria* dei tassisti operanti nel Comune di Torino, pari a oltre il 90%, appare idoneo ad impedire od ostacolare l'ingresso nel mercato rilevante di nuovi operatori che offrono servizi innovativi di raccolta e smistamento della domanda senza alcuna previsione di esclusiva.

44. Inoltre, Taxi Torino ha tempestivamente e ripetutamente applicato detta clausola statutaria, escludendo - in concomitanza con il lancio ufficiale dell'app Mytaxi a Torino - tre tassisti nel settembre 2017 e altri tre tassisti nel maggio 2018, proprio perché, pur rimanendo soci della cooperativa, avevano utilizzato anche i servizi di Mytaxi. Le esclusioni sono risultate idonee a produrre un effetto deterrente per i soci dall'aderire al servizio offerto da Mytaxi, a causa della rilevante perdita delle economie di rete derivante ai tassisti dalla fuoriuscita dalla cooperativa,

³² Fonte: Autorità di Regolazione dei Trasporti. Quinto Rapporto annuale al Parlamento, 20 giugno 2018, disponibile su http://www.autorita-trasporti.it/wp-content/uploads/2018/09/RA-ART_2018.pdf, da cui risulta che il numero di licenze taxi attive a Torino al 31 dicembre 2017 era pari a 1.502.

³³ Fonte: Autorità di Regolazione dei Trasporti. Quinto Rapporto annuale al Parlamento, 20 giugno 2018.cit..

come dimostrato sia dalla costante riduzione delle affiliazioni a Mytaxi nell'ultimo anno sia dall'ampliarsi della forbice tra tassisti affiliati e tassisti attivi.

45. Risulta, infatti, pienamente documentato l'effetto restrittivo della concorrenza verificatosi a Torino a seguito della modifica statutaria e soprattutto delle prime esclusioni: in merito si osserva che Mytaxi, nel settembre 2017, in concomitanza con il lancio ufficiale dell'app, registrava solo 6 nuove adesioni contro le 42 registrate nel giugno 2017. Nel mese di ottobre 2017 il numero di nuove adesioni scendeva ulteriormente, registrandosi solo 2 nuove adesioni. L'analisi dal giugno 2017 ad oggi, in particolare a seguito delle esclusioni del settembre 2017 e poi del maggio 2018, indica sia una diminuzione del numero di nuove registrazioni mensili (in alcuni mesi pari allo zero) sia che il numero dei tassisti attivi non ha mai superato, dal momento del lancio ufficiale dell'app, l'1% del totale delle licenze presenti a Torino.

b.1) Sulla legittimità delle clausole statutarie e sulla loro indispensabilità

46. Contrariamente a quanto sostenuto da Taxi Torino nelle proprie difese, la clausola di non concorrenza di cui all'art. 6 dello Statuto (riproduttiva di quella dell'art. 2527 c.c.) - per armonizzarsi con la normativa antitrust - potrebbe valere ed operare solo in quanto indispensabile a garantire la funzionalità della cooperativa e, comunque, ove proporzionata rispetto al raggiungimento di tale finalità³⁴. In altri termini, l'obbligo di fedeltà del socio della cooperativa non può estendersi al di là di quanto sia strettamente necessario al perseguimento dello scopo mutualistico, impedendo ai tassisti soci di utilizzare quella parte della loro capacità di offerta (in termini di corse/turno) che la cooperativa non è in grado di intermediare e che non incide, pertanto, sulla funzionalità della stessa.

47. Ciò implica che lo specifico divieto introdotto dall'Assemblea straordinaria del 3 agosto 2017, di cui all'art. 14.2, lett f), che impedisce al socio di aderire ad una piattaforma concorrente che si avvale di nuovi sistemi tecnologici, ovvero di utilizzarne le prestazioni, risultando *esplicitamente* volto a ostacolare l'ingresso di nuovi operatori che offrono servizi innovativi, *a maggior ragione* non appare presentare alcuna giustificazione in termini di indispensabilità e proporzionalità.

48. Né può accettarsi l'argomentazione sostenuta da Taxi Torino, secondo cui la possibilità di recesso, di cui all'articolo 14.1 lettera c) dello Statuto, assicurerebbe la piena contendibilità del mercato. Infatti, l'elevata quota di tassisti aderenti alla Cooperativa, superiore al 90%, e l'elevato volume di utenza intercettata dalla stessa determinano un effetto di rete che "lega" i tassisti alla cooperativa, non rendendo il recesso un'alternativa valida per i tassisti che vogliono aderire a Mytaxi.

b.1) Sull'assenza di nesso causale tra il tasso di utilizzo dell'app Mytaxi e le clausole statutarie contestate

49. Priva di pregio appare anche l'obiezione di Parte in ordine all'assenza di nesso causale tra il mancato utilizzo dell'app Mytaxi da parte dei tassisti e le clausole statutarie contestate, laddove il

³⁴ In tal senso, cfr. caso C-250/92 Gøttrup-Klim, sentenza Corte di Giustizia 15 dicembre 1994 e conclusioni AG Tesouro del 16 giugno 1994, in cui il giudice ha riconosciuto che "...una disposizione statutaria di una cooperativa d'acquisto, che limiti la possibilità per i suoi aderenti di partecipare ad altre forme di cooperazione concorrenti e che, in tal modo, li dissuada dal rifornirsi altrove, può avere taluni effetti negativi sulla concorrenza. Ne consegue che, per sfuggire al divieto sancito dall'art. 85, n. 1, del Trattato, le limitazioni imposte dagli statuti delle cooperative di consumo ai loro soci devono limitarsi a quanto è necessario per assicurare il buon funzionamento della cooperativa e rafforzare il suo potere contrattuale nei confronti dei produttori".

modesto tasso di attività di Mytaxi deriverebbe dalle politiche di convenzionamento non competitive applicate dalla stessa.

50. Al riguardo, si osserva in primo luogo che un sistema basato su piattaforme aperte e piattaforme chiuse appare idoneo a stimolare la concorrenza, con numerosi vantaggi sia dal lato dei tassisti che dei consumatori.

51. Dal lato dei tassisti, la concorrenza tra piattaforme aperte e piattaforme chiuse: *i)* tende ad ottimizzare l'impiego della capacità produttiva all'interno del turno di servizio, consentendo di eliminare i tempi di inattività di un tassista; *ii)* determina effetti sia in termini di riduzione delle quote di accesso e dei canoni mensili dei radiotaxi sia in termini di diversificazione e miglioramento dei servizi offerti ai propri soci; *iii)* stimolando politiche promozionali nei confronti del consumatore finale (sconti rispetto alla tariffa regolamentata praticati direttamente dai tassisti ma anche sconti a carico della piattaforma), può riverberarsi in una crescita della domanda di taxi in termini assoluti, grazie alla possibilità di raggiungere fasce di popolazione con preferenze o abitudini diverse (consumatori che non usano il taxi perché troppo caro o che non utilizzano i mezzi tradizionali di procacciamento, come i giovani).

52. Dal lato dei consumatori, la concorrenza tra piattaforme aperte e piattaforme chiuse riduce i casi di utenza insoddisfatta, con un miglioramento della qualità del servizio in termini tanto di riduzione dei tempi di attesa che del prezzo della corsa (non solo per le sopra citate possibili politiche promozionali, ma anche perché il costo complessivo della corsa risente del periodo di tempo intercorrente tra l'accettazione della chiamata e l'arrivo presso il cliente).

53. Vi è dunque un evidente interesse sia da parte dei tassisti che dei consumatori a un sistema basato anche su piattaforme aperte, con la conseguenza che il mancato utilizzo dell'app di Mytaxi trova la sua unica causa nelle modalità con cui vengono applicate le clausole statutarie di non concorrenza.

c) L'adozione di una misura cautelare

54. Con riferimento alle condotte poste in essere da Taxi Torino, l'Autorità ritiene che nel caso di specie ricorrano i presupposti per l'adozione di una misura cautelare ai sensi dell'articolo 14-bis della legge n. 287/90, il quale prevede che: *“Nei casi di urgenza dovuta al rischio di un danno grave e irreparabile per la concorrenza, l'Autorità può, d'ufficio, ove constati ad un sommario esame la sussistenza di un'infrazione, deliberare l'adozione di misure cautelari”*.

c.1) Sul fumus boni iuris

55. Quanto al *fumus boni iuris*, si osserva che le considerazioni sopra svolte evidenziano ampiamente la probabilità della sussistenza delle condotte abusive poste in essere da Taxi Torino e del loro effetto lesivo sulla concorrenza³⁵. Infatti, risultano confermate, per un verso, la posizione di assoluta dominanza di Taxi Torino nel mercato rilevante, per l'altro, la strategia escludente e dunque abusiva della cooperativa.

³⁵ La disciplina dei poteri cautelari dell'Autorità richiede che, ad un esame sommario, sussista la semplice probabilità di un'infrazione, che è diversa e inferiore rispetto alla probabilità richiesta ai fini dell'accertamento. Cfr. la Comunicazione relativa all'applicazione dell'articolo 14-bis della legge n. 287/90 del 14 dicembre 2006, di cui ai provvedimenti dell'Autorità n. 26940 del 17 gennaio 2018 nel caso A516 Gara affidamento servizi TPL Bolzano, in Boll. n. 3/2018; n. 26075 del 15 giugno 2016 nel caso A495 Gara TPL Padova, in Boll. n. 22/2016; n. 20472 del 18 novembre 2009 nel caso A417 T-Link/Grandi Navi Veloci, in Boll. n. 46/2009; n. 17071 del 19 luglio 2007 nel caso A390- Enel Distribuzione, in Boll. n. 28/2007.

56. I documenti acquisiti nel corso dell'istruttoria sono idonei a corroborare la probabilità della sussistenza delle condotte abusive di Taxi Torino in quanto dimostrano che Taxi Torino, sin dal luglio del 2017, fortemente preoccupata per l'utilizzo da parte di alcuni soci dei servizi di Mytaxi, ha adottato specifiche iniziative volte a prevenire e scongiurare l'utilizzo simultaneo da parte dei propri soci di servizi di intermediazione della domanda offerti da altre piattaforme.

57. In particolare, la notizia dell'imminente lancio ufficiale dell'app Mytaxi a settembre 2017 ha indotto la Cooperativa ad indire un'assemblea straordinaria - tenutasi il 3 agosto 2017 - nel corso della quale è stato deliberato l'inserimento della lettera f) nell'art. 14.2, con il precipuo obiettivo di impedire l'ingresso di operatori innovativi come Mytaxi.

58. Taxi Torino ha inoltre provveduto ad applicare tempestivamente la suddetta clausola, arrivando a commissionare a un'agenzia investigativa un'indagine volta a verificare l'utilizzo da parte dei propri soci dei servizi offerti da Mytaxi, sia immediatamente prima del lancio della nuova *app* che almeno durante tutto il semestre successivo. Proprio sulla base dei riscontri dell'agenzia, supportati da prove fotografiche e ricevute delle corse effettuate dai tassisti "infedeli", la Cooperativa ha deliberato l'immediata esclusione di tre tassisti nel 2017 e di altri tre nel 2018.

c.1) Sul periculum in mora

59. Sulla sussistenza del *periculum in mora*, si rileva che Taxi Torino appare aver messo in atto comportamenti idonei a determinare il rischio di un danno grave e irreparabile alla concorrenza nel mercato rilevante. In particolare, le esclusioni del settembre 2017 e del maggio 2018, attraverso il loro valore segnaletico nei confronti della totalità dei tassisti torinesi, hanno fatto sì che la clausola di cui all'art. 14.2, lettera f) dispieghi - e continui a dispiegare - un significativo effetto restrittivo della concorrenza, producendo una grave alterazione delle dinamiche competitive, in danno della concorrenza e dei consumatori.

60. Le tempestive e ripetute espulsioni, infatti, per il potente effetto deterrente causato dal forte rischio di perdita delle economie di rete derivante al tassista dalla fuoriuscita dalla Cooperativa, hanno determinato uno stretto nesso causale tra il mancato utilizzo dell'app Mytaxi da parte dei tassisti e le clausole statutarie contestate.

61. Nella misura in cui le clausole statutarie di non concorrenza interessano circa il 90% dei tassisti attivi nel Comune di Torino, questo effetto deterrente ha rappresentato e continua a rappresentare un insormontabile ostacolo all'accesso nel mercato rilevante per le piattaforme concorrenti di Taxi Torino.

62. Infine, i dati emersi nel corso dell'istruttoria e riportati nella parte in Fatto, dimostrano non solo che un numero sempre crescente di tassisti, pur registrandosi a Mytaxi, di fatto non utilizza l'app, ma anche che il numero dei tassisti che utilizzano l'app almeno una volta per turno (gli "attivi") sia assolutamente basso, talvolta prossimo allo zero, come nel mese di febbraio 2018. A tale proposito, dai dati prodotti in corso di procedura risulta che, a seguito delle condotte abusive di Taxi Torino, il numero dei tassisti attivi con Mytaxi non ha mai superato, dal momento del lancio ufficiale dell'app, l'1% del totale delle licenze presenti a Torino.

63. Il rischio di un danno grave e irreparabile alla concorrenza, comprovato dai dati in atti, appare destinato ad aggravarsi nelle more della decisione di merito (attualmente prevista per il 31 ottobre 2019), in quanto i tassisti continueranno nei fatti a non aderire o comunque a non utilizzare i servizi di Mytaxi a causa dell'uso intimidatorio e ritorsivo della clausola di cui all'art. 14.2, lettera

f), effettuato da Taxi Torino. Inoltre, gli utenti finali, per acquisire i servizi taxi, avranno a disposizione nei fatti un'offerta unica nel mercato rilevante.

64. In conclusione, l'introduzione della clausola di cui all'art. 14.2, lettera f) dello Statuto e le esclusioni decretate da Taxi Torino sulla base di tale clausola letterahanno ostacolato (e stanno ostacolando) il lancio e lo sviluppo dell'app di Mytaxi nel Comune di Torino, impedendo a quest'ultima di acquisire una base di tassisti in grado di fornire alla piattaforma una capacità (in termini di corse/turno) compatibile con un scala di attività coerente con il proprio modello di *business* di piattaforma aperta, così da poter esercitare una pressione concorrenziale effettiva nei confronti dell'incumbent.

65. Dette condotte hanno quindi impedito ai consumatori finali del servizio taxi a Torino di trarre i vantaggi dalla concorrenza tra piattaforme chiuse (come le centrali radiotaxi) e piattaforme aperte (come ad esempio la app di Mytaxi) nel mercato rilevante, vantaggi misurabili in termini di riduzione della domanda insoddisfatta e di miglioramento qualitativo e quantitativo del servizio.

RITENUTO, pertanto, che, alla luce delle considerazioni esposte, le condotte descritte poste in essere da Società Cooperativa Taxi Torino appaiono, a una delibazione sommaria propria della fase cautelare, suscettibili di configurare un abuso di posizione dominante in violazione dell'articolo 102 del TFUE e dell'art. 3 della legge n. 287/90;

RITENUTO, inoltre, che, dall'esame degli atti del procedimento emergono, a una prima delibazione, elementi tali da avvalorare la necessità di provvedere con particolare urgenza al fine di impedire che le condotte di Società Cooperativa Taxi Torino, consistenti nell'applicazione della clausola di cui all'art. 14.2, lettera f) dello Statuto sopra descritta, proseguano nelle more della decisione di merito, pregiudicando ulteriormente e, dunque, irreparabilmente, la concorrenza nel mercato rilevante;

RITENUTO che sussistono i presupposti per l'adozione di misure cautelari ai sensi dell'articolo 14-bis della legge n. 287/90, nei confronti di Società Cooperativa Taxi Torino;

DELIBERA

a) di adottare la misura cautelare di cui all'articolo 14-bis della legge n. 287/90 nei confronti di Società Cooperativa Taxi Torino, consistente nell'ordinare alla società di sospendere l'applicazione della clausola di cui all'art. 14.2, lettera f) dello Statuto nelle more della decisione di merito;

b) che entro 15 giorni dalla notifica del presente provvedimento, la Società Cooperativa Taxi Torino deve inviare una relazione dettagliata sull'attività svolta per ottemperare alla presente delibera.

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 il termine di sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della

Repubblica, ai sensi dell'articolo 8, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE *ff.*
Gabriella Muscolo

1806 - AFFIDAMENTO APPALTI PER ATTIVITÀ ANTINCENDIO BOSCHIVO*Provvedimento n. 27436*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 29 novembre 2018;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

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

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

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la propria delibera adottata in data 14 marzo 2017, con la quale è stata avviata, ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, un'istruttoria nei confronti delle società Babcock Mission Critical Services Italia S.p.A. (già Inaer Aviation Italia S.p.A.), Airgreen S.r.l., Elifriulia S.r.l., Heliwest S.r.l., Eliossola S.r.l., Elitellina S.r.l., Star Work Sky S.a.s. e dell'Associazione Elicotteristica Italiana (AEI) per accertare l'esistenza di un'intesa restrittiva della concorrenza in violazione dell'articolo 101 del TFUE, avente ad oggetto la limitazione del reciproco confronto concorrenziale ai fini dell'aggiudicazione di procedure di gara per l'affidamento dei servizi di elisoccorso (HEMS) e anti-incendio boschivo (AIB), nonché per l'affidamento degli altri servizi di lavoro e trasporto aereo mediante elicottero. Tale condotta collusiva e spartitoria risulterebbe essere stata posta in essere anche nell'ambito e per il tramite dell'AEI, di cui tutti gli operatori Parti del procedimento risultano essere soci;

VISTA la propria delibera adottata in data 19 luglio 2017, con la quale il Procedimento è stato esteso, oggettivamente, alla condotta relativa alla fissazione, nell'ambito dell'Associazione Elicotteristica Italiana, dei prezzi concernenti l'attività di trasporto aereo e di lavoro aereo (attraverso l'approvazione annuale di un apposito "prezziario") e, soggettivamente, alle società Air Corporate S.r.l., Babcock Mission Critical Services International SA e AIRI S.r.l.;

VISTA la propria delibera dell'11 luglio 2018 con cui è stato prorogato al 31 gennaio 2019 il termine di conclusione del procedimento;

VISTA la Comunicazione delle Risultanze Istruttorie, inviata alle Parti il 15 novembre 2018;

VISTE le richieste delle società Eliossola S.r.l., Babcock Mission Critical Services Italia S.p.A., Associazione Elicotteristica Italiana, Air Corporate S.r.l., Airgreen S.r.l., Elitellina S.r.l., Heliwest S.r.l., Babcock Mission Critical Services International S.A., Star Work Sky S.a.s. e Elifriulia S.r.l., pervenute tra il 19 e il 22 novembre 2018, di proroga del termine infra-procedimentale di chiusura della fase istruttoria al fine del pieno esercizio del proprio diritto di difesa motivate, in particolare, sulla base della complessità del procedimento istruttorio che riguarda un numero significativo di gare svoltesi in un ampio arco temporale, della numerosità degli addebiti mossi e della mole dei documenti agli atti del fascicolo;

VISTA inoltre la richiesta di proroga del termine di deposito della memoria finale pervenuta dal terzo interveniente Elilombarda S.r.l.;

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

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

RITENUTA, pertanto, necessaria una proroga del termine di conclusione del procedimento, attualmente fissato al 31 gennaio 2019;

DELIBERA

di prorogare al 15 febbraio 2019 il termine di conclusione del procedimento.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE *f.f.*
Gabriella Muscolo

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

C12194 - CRÉDIT AGRICOLE ASSURANCES/GLOBAL ASSICURAZIONI

Provvedimento n. 27435

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 29 novembre 2018;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

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

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione da parte di Crédit Agricole Assurances S.A., pervenuta in data 4 ottobre 2018;

VISTO il parere dell'IVASS, pervenuto in data 5 novembre 2018, a seguito della richiesta ai sensi dell'articolo 20, comma 4, della legge n.287/90;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Crédit Agricole Assurances S.A. (nel seguito, anche 'CAA') è una società di diritto francese controllata da Crédit Agricole S.A., *holding* dell'omonimo gruppo Crédit Agricole S.A. (nel seguito, anche 'Gruppo CA') attivo a livello europeo nel settore bancario ed assicurativo.

CAA è attiva nel settore assicurativo nei comparti *i*) risparmio, investimenti e previdenza complementare, *ii*) rami danni, *iii*) rami vita e salute.

I prodotti del Gruppo CA sono distribuiti attraverso il canale bancario e, in assenza di una propria rete di sportelli bancari, attraverso dei partenariati con società esterne al Gruppo.

Il fatturato realizzato in Italia dal Gruppo CA nel 2017, calcolato ai sensi dell'art. 16, comma 2, della Legge n. 287/90, è stato pari a circa [5-6]¹ miliardi di euro.

2. Global Assicurazioni S.p.A. (nel seguito, anche 'Global') è un'agenzia assicurativa plurimandataria controllata dal gruppo Credito Valtellinese (nel seguito, anche 'Gruppo Creval'). Global svolge attività di gestione di polizze assicurative standardizzate a favore della clientela 'individui e famiglie' nei seguenti settori: *i*) vita e investimento; *ii*) danni; *iii*) RC Auto e *iv*) previdenza complementare.

Global, che distribuisce prodotti assicurativi operando sulla clientela diretta oppure avvalendosi di reti bancarie, colloca e/o gestisce attualmente i prodotti assicurativi delle seguenti società: gruppo

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

Allianz, gruppo Aviva, gruppo AXA Italia, gruppo Cattolica, gruppo Eurovita, gruppo Generali, gruppo Ri-Fin, gruppo Unipol e Gruppo Zurich Italia.

Il fatturato realizzato in Italia da Global nel 2017, calcolato ai sensi dell'art. 16 della Legge n. 287/90, è stato pari a circa [30-100] milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione notificata (nel seguito, anche 'Operazione') consiste nell'acquisizione da parte di CAA del controllo esclusivo della società Global attraverso l'acquisto del 100% delle azioni detenute in Global dal Gruppo Creval, previa scissione delle attività svolte da Global nei settori diversi dall'assicurazione vita. Pertanto, in virtù della scissione societaria della *target*, CAA acquisterà il controllo esclusivo delle sole attività assicurative afferenti al ramo vita di Global.

4. L'Operazione prevede altresì un accordo di distribuzione esclusiva, di durata pari a [omissis], dei prodotti del ramo vita di CAA, mediati da Global, da parte del Gruppo Creval.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della stessa legge (come modificato dall'articolo 1, comma 177, della legge 4 agosto 2017, n. 124, in vigore dal 29 agosto 2017), in quanto il fatturato totale, calcolato ai sensi dell'art. 16, della legge n. 287/90, realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 495 milioni di euro, e il fatturato realizzato individualmente, a livello nazionale, da almeno due di esse è superiore a 30 milioni di euro.

6. L'accordo di distribuzione esclusiva sopra richiamato non costituisce una restrizione accessoria alla presente Operazione, in quanto non direttamente connesso e non necessario alla realizzazione della medesima².

IV. IL PARERE DELL'IVASS

7. Con parere pervenuto in data 5 novembre 2018, l'IVASS non ha evidenziato nell'operazione la sussistenza di elementi idonei ad alterare l'assetto concorrenziale nei mercati assicurativi.

V. VALUTAZIONI

8. L'operazione interessa i mercati del settore assicurativo e comporta l'acquisizione da parte di CAA delle attività di Global nel settore assicurativo vita.

Con riferimento ai mercati assicurativi, 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

² Si veda la Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (2005/C-56/03), pubblicata in GUCE del 5 marzo 2005, paragrafo 34.

sull'obiettivo di copertura assicurativa espresso dalla domanda di ogni singolo ramo. Inoltre, i singoli mercati assicurativi danni e vita si distinguono tra fase produttiva, avente dimensione geografica nazionale, e fase distributiva, che si caratterizza per la sua dimensione locale, in prima approssimazione provinciale, come da prassi consolidata dell'Autorità.

9. La presente Operazione concerne esclusivamente la fase distributiva dei prodotti assicurativi vita, in quanto la *target* non è attiva nella fase della produzione di tali prodotti. Con riguardo ai mercati distributivi delle polizze vita, dopo un'attività di *screening* preliminare, basata sull'analisi della struttura dell'offerta negli ambiti geografici individuati sulla base dei confini amministrativi delle aree interessate dall'Operazione e sull'assetto competitivo dei mercati coinvolti, non sono emerse criticità concorrenziali tali da rendere necessaria una differente e più ristretta definizione della dimensione geografica di tali mercati.

10. Nello specifico, con riguardo alla distribuzione di prodotti assicurativi afferenti ai rami vita I, III, IV, V e VI, l'entità *post-merger*, alla luce dei dati IVASS relativi al 2017, risulta caratterizzata da quote di mercato superiori al 20% nelle sole province di La Spezia – [40-45%], Parma – [35-40%], Piacenza – [20-35%], Pordenone – [25-30%], dove le quote di mercato riconducibili alla *target* sono ampiamente inferiori all'1% e, nello specifico, [*inferiore all'1%*] a La Spezia, Parma e Pordenone e pari allo [*inferiore all'1%*] a Piacenza.

Global è caratterizzata da quote di mercato inferiori al 5% in tutte le province in cui è attiva, ad esclusione della provincia di Sondrio dove detiene una quota di mercato pari a circa il [15-20%]; in tale provincia la quota di mercato riconducibile a CAA è ampiamente inferiore all'1%.

11. Nei mercati considerati, inoltre, sono presenti numerosi e importanti operatori concorrenti. Pertanto, nei mercati della distribuzione di prodotti assicurativi, si ritiene che l'operazione non sollevi preoccupazioni ai sensi della normativa sul controllo delle concentrazioni, in quanto inidonea a modificare in modo significativo l'assetto concorrenziale in alcuno dei mercati rilevanti analizzati.

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

RITENUTO, inoltre, che l'accordo di distribuzione esclusiva sopra richiamato non costituisce oggetto della presente delibera in quanto non accessorio alla concentrazione in esame e che l'Autorità, pertanto, si riserva di valutare, laddove ne sussistano i presupposti, il suddetto accordo;

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 ed al Ministro dello Sviluppo Economico.

IL SEGRETARIO GENERALE

Filippo Arena

IL PRESIDENTE *f.f.*

Gabriella Muscolo

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

IP302 - DPI-DIAMOND PRIVATE INVESTMENT-DIAMANTI DA INVESTIMENTO

Provvedimento n. 27423

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 20 novembre 2018;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

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

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

VISTA la legge 24 novembre 1981, n. 689;

VISTA la propria delibera n. 26758 del 20 settembre 2017, con la quale l'Autorità ha accertato la scorrettezza delle pratiche commerciali consistenti, da un lato, nella diffusione – attraverso il proprio sito Internet e la documentazione messa a disposizione dei consumatori e dei funzionari bancari presso le filiali delle banche convenzionate – di informazioni ingannevoli ed omissive in merito al prezzo, alle caratteristiche e alla convenienza dell'acquisto dei diamanti c.d. "da investimento" e, dall'altro, nella predisposizione di condizioni di compravendita che violavano i diritti dei consumatori relativi al diritto di ripensamento, sia limitandone le modalità di esercizio – ridotte all'invio di una raccomandata, da anticipare via email al professionista – sia omettendo di allegare il modulo per il recesso, poste in essere quantomeno dall'inizio del 2011, da Diamond Private Investment (di seguito "DPI");

VISTA la propria delibera n. 27233 del 13 giugno 2018, con la quale l'Autorità ha contestato a DPI la violazione dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, per non avere ottemperato alla suddetta delibera n. 26758 del 20 settembre 2017;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

I. PREMESSA

Con provvedimento n. 26758 del 20 settembre 2017, notificato in data 30 ottobre 2017, l'Autorità ha deliberato che:

a) la pratica consistente nella diffusione – attraverso il proprio sito Internet e la documentazione messa a disposizione dei consumatori e dei funzionari bancari presso le filiali delle banche convenzionate – di informazioni ingannevoli ed omissive in merito al prezzo, alle caratteristiche e alla convenienza dell'acquisto dei diamanti c.d. "da investimento" costituisce una pratica

commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20 e 21, comma 1, lettere *b)*, *c)*, *d)* e *f)*, nonché 23, comma 1, lettera *t)*, del Codice del Consumo;

b) la pratica consistente nella predisposizione di condizioni di compravendita che violavano i diritti dei consumatori relativi al diritto di ripensamento, sia limitandone le modalità di esercizio – ridotte all’invio di una raccomandata, da anticipare via email al professionista – sia omettendo di allegare il modulo per il recesso, costituiva violazione degli artt. 49, 50, 52 e 54 del Codice del Consumo.

Alla luce di tali considerazioni, l’Autorità ha vietato l’ulteriore diffusione delle pratiche commerciali sopra menzionate.

In sede di relazione di ottemperanza, comunicata in data 28 dicembre 2017, come integrata in data 23 febbraio 2018 e nuovamente integrata in data 16 maggio 2018, il professionista trasmetteva il nuovo materiale informativo predisposto per l’attività di vendita e comunicava di aver sospeso l’attività di vendita dei diamanti da investimento tramite tutti i canali, compreso quello bancario a partire dall’adozione del provvedimento conclusivo del procedimento PS10678.

Nonostante la sospensione dell’attività di vendita e la mancata certezza circa la ripresa dell’attività da parte del professionista, l’Autorità ha quindi esaminato il materiale informativo predisposto e trasmesso alla stessa da DPI, che, nella fattispecie è apparso insufficiente a rimuovere i profili di scorrettezza già contestati.

Infatti, sulla base delle informazioni acquisite d’ufficio dall’Autorità ed in particolare, sulla base dalla documentazione fornita dal professionista nell’ambito di tale relazione di ottemperanza, è emerso che il professionista non ha posto in essere tutte le misure necessarie per fornire ai consumatori potenzialmente interessati all’acquisto dei diamanti da investimento informazioni corrette ed esaustive. In particolare, il materiale pubblicitario cartaceo (*leaflet*) e presente sul sito del professionista, sebbene parzialmente modificato, continuava a presentare i diamanti da investimento come “bene rifugio per eccellenza”, senza sottolineare immediatamente i rischi di liquidabilità e di perdite in conto capitale. Tali rischi venivano infatti solo sommariamente descritti nell’Informativa alla Clientela, disponibile in un’apposita sezione del sito, mentre tale rinvio all’Informativa non appariva sufficiente a controbilanciare l’effetto “aggancio” del *leaflet* e del sito internet che non facevano alcun riferimento a suddetti rischi. Inoltre, la *Brochure*, che i funzionari di banca mettono a disposizione dei consumatori, restava ingannevole ed omissiva nella misura in cui, pur non facendo riferimento espresso ai diamanti da investimento come “bene rifugio”, ometteva di chiarire che in caso di rivendita, il consumatore poteva incorrere in perdite in conto e che i tempi di rivendita potevano essere molto lunghi, in ragione della ricerca dell’acquirente.

In conclusione, la documentazione predisposta da DPI per informare i consumatori appariva complessivamente insufficiente ad assicurare una corretta informazione circa i rischi derivanti da tale forma di impiego del risparmio e circa l’incertezza dei rendimenti prospettati.

Pertanto, con provvedimento del 13 giugno 2018, n. 27233, l’Autorità ha contestato a DPI di aver violato la delibera del 20 settembre 2017, n. 26758.

II. LE ARGOMENTAZIONI DELLA PARTE

Il provvedimento di contestazione dell’inottemperanza di cui alla citata delibera del 13 giugno 2018 è stato comunicato al professionista in data 26 giugno 2018.

Quest'ultimo, con comunicazione pervenuta in data 26 luglio 2018, ha, in primo luogo, sostenuto che fossero insussistenti i requisiti per l'avvio del procedimento in quanto DPI non svolgeva da tempo alcuna attività commerciale e che era probabile che tale attività sarebbe del tutto cessata. In particolare, dal 30 ottobre 2017, DPI non avrebbe più effettuato alcuna transazione e il materiale informativo trasmesso in sede di relazione di ottemperanza non sarebbe stato diffuso ai consumatori, né alle banche, ma sarebbe stato trasmesso esclusivamente all'Autorità ai fini della valutazione della conformità di tali documenti alla delibera del 20 settembre 2017.

In secondo luogo, DPI ha illustrato le ragioni per le quali riteneva che le misure proposte con la relazione di ottemperanza del 16 maggio 2018 costituissero una idonea forma di ottemperanza alla suddetta delibera. In particolare, il *leaflet*, contenente un messaggio per natura sintetico, da una parte, dovrebbe leggersi necessariamente congiuntamente all'Informativa alla Clientela, che informa correttamente i consumatori in merito ai rischi di liquidabilità dell'investimento nei diamanti in oggetto; dall'altra, con l'espressione "bene rifugio" non vanterebbe una presunta certezza di rivendita e di guadagno ma solo la possibilità di preservare ricchezza reale nel tempo. Inoltre, il sito Internet sarebbe stato modificato correttamente e sufficientemente prevedendo una sezione facilmente accessibile dedicata espressamente ai rischi di perdite e di esito negativo dell'eventuale rivendita. Peraltro, l'Informativa alla Clientela sarebbe assolutamente sufficiente a controbilanciare l'effetto "aggancio" del *leaflet* e del sito Internet, agli occhi di un consumatore mediamente avveduto. Infine, la *Brochure*, che includerebbe peraltro i riferimenti alle fonti terze da cui vengono dedotte le elaborazioni circa l'andamento dei valori dei diamanti, avrebbe finalità esclusivamente interna alle banche e non sarebbe destinata al pubblico.

Nell'audizione tenutasi il 13 settembre 2018, il professionista ha precisato di aver cessato ogni attività di vendita in Italia dei diamanti da investimento a far data dal provvedimento conclusivo del procedimento PS10678 e di non avere intenzione di riprenderla nemmeno in futuro ed ha altresì rilevato che il materiale informativo inoltrato all'Autorità non è stato mai diffuso all'esterno, né alle banche né presso i consumatori. Tale dichiarazione è stata successivamente formalizzata nella lettera depositata il 20 settembre 2018.

III. VALUTAZIONI

Alla luce delle risultanze istruttorie, si osserva che la circostanza che tale materiale non sia stato mai diffuso unitamente alla circostanza comunicata in via definitiva dal professionista nel corso del procedimento d'inottemperanza relativa alla sua intenzione di non svolgere più attività commerciale in Italia permettono di escludere, nel caso in esame, la reiterazione della pratica commerciale scorretta già accertata.

Alla luce di quanto su esposto, si ritiene che il comportamento posto in essere dal professionista non costituisce inottemperanza alla delibera del 20 settembre 2017, n. 26758.

Tutto ciò premesso e considerato;

DELIBERA

che non sussistono i presupposti per l'irrogazione della sanzione ai sensi dell'articolo 27, comma 12, del Codice del Consumo.

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'art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE *f.f.*
Gabriella Muscolo

PS11133 - EASY MARKET-LOL TRAVEL

Provvedimento n. 27441

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 29 novembre 2018;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

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

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

VISTA la propria delibera dell'8 agosto 2018, con la 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;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Easy Market S.p.A. (di seguito anche Easy Market) in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, comma 1, lettera b), del Codice del Consumo. La società è un'agenzia di viaggi *online* appartenente al gruppo Hotelbeds, che offre attraverso il sito *www.lol.travel/it* la possibilità di effettuare la ricerca e il confronto di voli, hotel e altri servizi turistici disponibili sul mercato, nonché di procedere all'acquisto degli stessi.

Il bilancio relativo all'esercizio 2017 presenta ricavi pari a 43 milioni di euro¹.

II. LE CONDOTTE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

2. Il procedimento concerne le seguenti due distinte condotte poste in essere da Easy Market nell'ambito dell'offerta di servizi turistici attraverso il proprio sito *www.lol.travel/it*:

a) applicazione di un supplemento di prezzo in relazione alla tipologia di carta di pagamento utilizzata per l'acquisto di voli (credit card surcharge), reso noto solo alla fine del processo di acquisto. Infatti, al termine del processo di acquisto, successivamente alla scelta della tipologia di carta di pagamento, il sistema ricalcola il prezzo incrementandolo con le spese dovute a titolo di "*costi di gestione*";

b) assistenza telefonica a tariffazione maggiorata invece che a tariffa base per i servizi post vendita relativi a hotel o voli.

¹ Cfr. doc. 15 di cui all'indice del fascicolo.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

3. In relazione alle condotte sopra descritte, in data 9 maggio 2018 è stato comunicato alla Parte l'avvio del procedimento istruttorio n. PS11133 per possibile violazione degli artt. 20, comma 2, 21, 22, 62 e 64 del Codice del Consumo. In tale sede, veniva in particolare ipotizzato che:

a) la condotta descritta al punto II lettera a) del presente provvedimento potesse integrare una pratica commerciale scorretta in violazione degli articoli 20, comma 2, 21 e 22 del Codice del Consumo, in quanto il prezzo effettivo del servizio offerto poteva non essere inclusivo sin dalle prime fasi dell'offerta di tutte le voci di costo non evitabili che lo componevano; inoltre, la medesima condotta avrebbe potuto integrare anche una violazione dell'art. 62 del Codice del Consumo dal momento che il professionista avrebbe imposto ai consumatori spese ulteriori per l'acquisto dei servizi turistici direttamente collegate alla carta di credito utilizzata dal consumatore per il pagamento;

b) la condotta descritta al punto II lettera b) del presente provvedimento potesse integrare una violazione dell'art. 64 del Codice del Consumo, in quanto il professionista avrebbe previsto una linea di assistenza telefonica per i contratti conclusi con costi di utilizzo eccedenti quelli di una chiamata verso un numero fisso geografico o verso un numero di cellulare *standard*.

4. In data 21 maggio 2018 la Parte ha esercitato il diritto di accesso agli atti del procedimento.

5. Il successivo 8 giugno Easy Market ha risposto alla richiesta di informazioni effettuata contestualmente all'avvio del procedimento e ha presentato memorie difensive. Il 18 giugno 2018 si è svolta l'audizione richiesta dalla Parte. Ulteriori informazioni sono state fornite in data 21 giugno, 5 luglio, 15 luglio e 18 luglio 2018.

6. In data 21 giugno 2018, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, il professionista ha presentato impegni, integrati con comunicazione del 25 luglio 2018, volti a rimuovere i profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di contestazione. La proposta di impegni aveva ad oggetto la cessazione della condotta relativa all'applicazione di un sovrapprezzo e una maggiore trasparenza informativa con riguardo al numero di assistenza post vendita a tariffa base.

7. Gli impegni presentati sono stati rigettati dall'Autorità nella sua adunanza dell'8 agosto 2018; tale decisione è stata comunicata al professionista in data 9 agosto 2018. L'Autorità, ha ritenuto che gli impegni presentati fossero relativi a condotte che, ove accertate, avrebbero potuto integrare fattispecie di pratiche commerciali "*manifestamente scorrette e gravi*", per le quali l'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo non può trovare applicazione, con particolare riferimento alla previsione di una commissione aggiuntiva rispetto al costo servizio inizialmente prospettato.

8. In data 27 settembre 2018 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

9. Il Professionista ha depositato una memoria conclusiva in data 16 ottobre 2018.

10. In data 23 ottobre 2018 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.

2) *Le evidenze acquisite*

a) **applicazione di un supplemento di prezzo per l'acquisto di voli aerei**

11. Il professionista ha applicato ai consumatori un supplemento di prezzo di circa 3 euro, reso noto solo alla fine del processo di acquisto, in relazione al pagamento di voli aerei con talune carte di credito. Più precisamente, l'importo prospettato inizialmente ad esito dell'interrogazione relativa a uno specifico volo aereo non era quello finale richiesto al consumatore. Infatti, nella fase conclusiva del processo di acquisto e solo successivamente alla scelta della tipologia di carta di pagamento, il sistema ricalcolava il prezzo incrementandolo con le spese dovute a titolo di "*costi di gestione*". Tale incremento era riservato a chi sceglieva di pagare con talune carte di pagamento, mentre non veniva applicato in corrispondenza di un determinata carta di pagamento. Ai pagamenti con questa ultima carta sono riconducibili un numero non esiguo di transazioni².

12. A partire dal 10 maggio 2018 il professionista ha azzerato i descritti "*costi di gestione*" per ogni tipologia di carta di pagamento, cosicché il prezzo visualizzato nella fase iniziale del processo di prenotazione, a partire da tale data, rimane invariato per qualunque modalità di pagamento prescelta dal consumatore. Inoltre, a partire dal 18 luglio 2018, ha eliminato la voce stessa "*costi di gestione*" dalla maschera finale del processo di acquisto³.

b) **numero telefonico di assistenza post vendita a tariffa base**

13. Il professionista, sul proprio sito *www.lol.travel/it* nella sezione "*Contatti*", fino alla data del 29 giugno 2018, metteva a disposizione della propria clientela solo un numero di telefono a regime tariffario speciale. Infatti, sul sito si leggeva: "*Vuoi un preventivo per il tuo prossimo viaggio o vuoi parlare con il nostro servizio clienti? Contatta telefonicamente il nostro Servizio Clienti al numero: 89 30 390(*) (.....). Puoi anche scriverci al hotel@lol.travel o voli@lol.travel*". Veniva quindi specificato, in calce alla pagina, che la chiamata "*(...) da rete fissa ha un costo di 0,80 € al minuto, IVA inclusa con 0,10 € di scatto alla risposta. Rete mobile: per chiamate da cellulari il costo dipende dall'operatore telefonico*"⁴.

14. Sulla base delle informazioni trasmesse dal professionista, è emerso che ai consumatori che avevano effettuato una prenotazione di hotel e di voli veniva inviata una email di conferma, nella quale era presente l'indicazione, in calce e con caratteri molto piccoli, che gli stessi potevano avvalersi, per il servizio di assistenza post vendita, di un numero telefonico a tariffa base oppure di un numero a tariffazione maggiorata, senza, tuttavia, l'indicazione del relativo costo superiore a quello della tariffa base: "*Per assistenza dedicata, scrivi a hotel@lol.travel Ricorda: il tuo codice identificativo per questo ordine è (xxxx). Chiama lo 0039 0541 753354 oppure 89 30390 (.....). Per chi chiama dall'estero: +39 0541 19 900 25*"⁵.

15. A partire dal 29 giugno 2018, il professionista, nella sezione "*Contatti*" del sito *www.lol.travel/it*, ha diversificato le indicazioni per i due tipi di assistenza, prevendita e post-vendita, inserendo, in particolare, il numero telefonico a tariffa base dedicato all'assistenza post vendita, con la seguente dicitura: "*Vuoi parlare con il nostro Servizio Clienti? Devi essere in*

² Cfr. doc. 11 e doc. 27 di cui all'indice del fascicolo.

³ Cfr. doc. 19 di cui all'indice del fascicolo.

⁴ Cfr. doc. 4 di cui all'indice del fascicolo.

⁵ Cfr. doc. 11, doc. 15 e doc. 27 di cui all'indice del fascicolo.

possesso di un codice di prenotazione e contattare telefonicamente il nostro Servizio Clienti al numero n.+39 0541 753354 al costo di una chiamata verso un numero fisso. (...) Vuoi un preventivo per il tuo prossimo viaggio? Contatta telefonicamente il nostro Servizio Clienti al numero: 89 30 390().*

(.....)”. In corrispondenza dell’asterisco, in calce alla pagina, con caratteri piccoli, viene specificato “*Costi delle chiamate: Rete fissa: la chiamata da rete fissa ha un costo di 0,80 € al minuto, IVA inclusa con 0,10 € di scatto alla risposta. Rete mobile: per chiamate da cellulari il costo dipende dall’operatore telefonico”⁶.

16. A partire dal 10 ottobre 2018, la Parte ha ulteriormente modificato la sezione “*Contatti*” del proprio sito internet, inserendo l’indicazione dei costi della linea telefonica a pagamento per i servizi prevendita immediatamente dopo le informazioni relative al numero di telefono⁷.

3) Le argomentazioni difensive del professionista

17. Rispetto all’applicazione di un supplemento di prezzo, Easy Market ha evidenziato che la condotta contestata non sarebbe idonea a condizionare in modo significativo le scelte di acquisto del consumatore. Ciò in quanto i costi di gestione sono prospettati in modo trasparente, sono di importo contenuto e non sono previsti per una quota consistente delle transazioni, ovvero quelle effettuate tramite una carta di credito molto diffusa. Inoltre, la condotta appare di modesta gravità rispetto ad analoghe fattispecie contestate dall’Autorità in propri provvedimenti adottati nei confronti di agenzie turistiche on line, sia in termini di entità dei costi di gestione sia con riguardo all’ampiezza di diffusione presso i consumatori della carta di pagamento esente da tali costi.

18. Rispetto alla condotta relativa alla mancata previsione di un numero di telefono a tariffazione ordinaria per l’assistenza post vendita, la Parte evidenzia che tale servizio telefonico non è mai stato fornito con tariffazione maggiorata, avendo messo sempre a disposizione del consumatore un numero geografico a tariffa base, in coerenza con quanto disposto dall’art. 64 del Codice del Consumo. Tale numero era comunicato tramite l’email di conferma della prenotazione e successivamente è stato inserito anche sul sito internet *www.lol.travel/it* nella sezione “*Contatti*”.

Easy Market ritiene che fossero rappresentati in modo pienamente trasparente per il consumatore sia il numero di assistenza post vendita a tariffa base 0541 753354 presente nell’email di conferma della prenotazione inviata al consumatore, sia il costo del numero di telefono del servizio di assistenza prevendita 89 30 390 presente sul sito internet sin dall’avvio del procedimento. A riprova di tale circostanza, il professionista evidenzia che non sono mai pervenute segnalazioni in merito.

Inoltre, la Parte contesta l’illegittimità della circostanza che solo in sede di comunicazione di chiusura del termine istruttorio sono stati mossi rilievi relativi alla scarsa trasparenza dell’indicazione sul sito internet tramite un asterisco dei costi del numero di telefono per l’assistenza prevendita, nonché all’inadeguatezza delle informazioni relative al numero a tariffa base inserite nelle email di conferma della prenotazione, con l’effetto di limitare il proprio diritto di difesa.

⁶ Cfr. doc. 15 e doc. 18 di cui all’indice del fascicolo.

⁷ Cfr. doc. 27 di cui all’indice del fascicolo.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

19. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo internet, in data 23 ottobre 2018 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

20. Con parere pervenuto in data 20 novembre 2018, la suddetta Autorità ha ritenuto che il mezzo *internet* sia uno strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale oggetto del procedimento, considerato che tale mezzo è in grado di offrire velocemente all'utente una vasta sequenza di potenziali informazioni atte ad incidere sul suo comportamento.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

21. Il procedimento concerne due distinte condotte poste in essere da Easy Market S.p.A., che riguardano comportamenti rilevanti ai sensi della disciplina relativa ai diritti dei consumatori nei contratti. Tali condotte risultano singolarmente e autonomamente valutabili, in quanto le stesse sono tra loro indipendenti e realizzabili in assenza delle altre, riguardando servizi differenti, nonché momenti diversi del rapporto contrattuale.

In particolare, le condotte oggetto del procedimento consistono:

- a) nell'aver applicato un supplemento di prezzo in relazione alla tipologia di carta di pagamento utilizzata per l'acquisto di voli (credit card surcharge);
- b) nell'aver omesso di rendere effettivamente disponibile ai consumatori per l'assistenza post vendita un'utenza telefonica a "tariffa base".

a) La condotta in violazione dell'articolo 62 del Codice del Consumo

22. L'importo prospettato ad esito dell'interrogazione relativa a uno specifico volo aereo non era quello finale richiesto al consumatore. Infatti, solo dopo la selezione del mezzo di pagamento, nella fase conclusiva del processo di acquisto, a seguito dell'apertura di numerose pagine internet, il sistema ricalcolava il prezzo incrementandolo in alcuni casi con le spese dovute a titolo di "*costi di gestione*", che ammontavano a circa 3 euro per numerose carte di pagamento. A partire dal 10 maggio 2018, il professionista ha azzerato tale costo supplementare e dal 18 luglio 2018 è intervenuto sulla struttura del processo di acquisto del proprio sito *internet*, realizzando il risultato per cui il prezzo proposto per il servizio non è più modificabile in funzione del mezzo di pagamento prescelto dal consumatore.

23. La condotta tenuta dal professionista fino al 18 luglio 2018 configura una violazione dell'articolo 62 del Codice del Consumo, dal momento che rispetto al prezzo visualizzato inizialmente venivano applicate maggiorazioni collegate esclusivamente e in modo diretto alla scelta di utilizzo di specifici strumenti di pagamento.

24. Il professionista sostiene la liceità della propria condotta, in quanto il supplemento di prezzo era indicato in maniera trasparente, era di entità modesta e non veniva applicato per tutte le carte di credito.

Al riguardo si evidenzia che l'applicazione di supplementi per l'uso di uno specifico strumento di pagamento costituisce una violazione dell'art. 62 del Codice del Consumo, il quale stabilisce che i

venditori di beni e servizi ai consumatori finali “*non possono imporre ai consumatori, in relazione all'uso di determinati strumenti di pagamento, spese per l'uso di detti strumenti*”.

Il divieto generalizzato per il beneficiario di un pagamento di imporre al pagatore spese aggiuntive, rispetto al costo del bene o del servizio, in relazione all'utilizzo di strumenti di pagamento è stato ribadito nella direttiva (UE) 2015/2366 relativa ai servizi di pagamento nel mercato interno (c.d. “PSD2”), recepita dal Decreto Legislativo 15 dicembre 2017, n. 218.

In applicazione di tali norme, i venditori di beni e servizi al dettaglio non possono dunque applicare supplementi sul prezzo dei beni o servizi venduti nei confronti di coloro che utilizzino, per effettuare i propri pagamenti, strumenti quali ad esempio carte di credito o di debito, qualsiasi sia l'emittente della carta.

b) La condotta in violazione dell'articolo 64 del Codice del Consumo

25. Nella sezione “*Contatti*” presente sul sito del professionista *www.lol.travel/it* era indicato in via esclusiva un numero a tariffazione maggiorata per l'assistenza clienti. Solo nelle comunicazioni di conferma della prenotazione inviate ai consumatori che avevano effettuato una prenotazione di hotel e di voli, era fornito un numero a tariffa base (ovvero, con costi di utilizzo non eccedenti quelli di una chiamata verso un numero fisso geografico o verso un numero di cellulare *standard*). Tale informazione era presente in calce alle descritte comunicazioni, indicata con caratteri molto piccoli, in concomitanza con un numero a tariffazione maggiorata senza l'indicazione del relativo costo.

A partire dal 29 giugno 2018, il professionista ha reso disponibile per i consumatori un numero di assistenza post vendita a tariffa base nella sezione “*Contatti*” del sito *www.lol.travel/it*, rendendolo visibile insieme al numero di assistenza prevendita a pagamento e rinviando ai relativi costi attraverso un asterisco posto in fondo alla medesima pagina. L'informativa al consumatore circa l'onerosità della numerazione per i servizi di prevendita non risultava quindi pienamente soddisfacente, ostacolando in ultima analisi la effettiva fruibilità del numero a tariffa base utilizzabile per ottenere informazioni relative al contratto concluso.

A partire dal 10 ottobre 2018, ad esito dell'indicazione sul sito internet dei costi della linea telefonica a pagamento per i servizi prevendita immediatamente dopo il numero 8930390, il consumatore è stato messo effettivamente nella condizione di conoscere in modo immediato ed efficace la natura dei due differenti numeri presenti sul sito del professionista, essendo anche edotto in modo inequivocabile dei relativi differenti costi.

26. Pertanto, sino al 10 ottobre 2018, il professionista non ha reso effettivamente fruibile ai propri clienti una linea di assistenza telefonica con costi di utilizzo non eccedenti quelli di una chiamata verso un numero fisso geografico o verso un numero di cellulare *standard*. La contestuale presenza di due numerazioni, infatti, una delle quali a pagamento e senza immediata indicazione dei relativi costi, poteva indurre i consumatori ad avvalersi della linea a tariffazione maggiorata per i servizi post-vendita. Tale condotta appare integrare una violazione dell'art. 64 del Codice del Consumo.

27. Non appaiono, pertanto, fondate le argomentazioni del professionista con riguardo alla circostanza che le condotte in esame non costituiscono una violazione dell'art. 64 del Codice del Consumo, in quanto la Parte, pur avendo predisposto una linea telefonica a tariffa base, ha adottato una condotta inadeguata in merito alle modalità con le quali il relativo numero è stato reso disponibile ai consumatori, rendendolo, di fatto, non fruibile.

Inoltre, risulta infondata la contestazione relativa all'ampiezza delle censure oggetto della comunicazione di chiusura del termine istruttorio.

Giova rammentare che, per costante orientamento giurisprudenziale, ai fini della legittimità del procedimento, è sufficiente che l'atto di avvio contenga *“una specificazione dei fatti e del contesto normativo tale da consentire al professionista (che si suppone edotto del quadro giuridico in cui opera) di rendersi conto della violazione di norme ulteriori in quanto fondatamente ipotizzabile sulla scorta di quanto contestato; essendo peraltro possibile che soltanto all'esito dell'istruttoria complessa dei procedimenti di cui si tratta risultino puntualizzate definitivamente tutte le norme in effetti violate...”* (così, da ultimo, Cons. Stato, sez. VI, 14 giugno 2017, n. 2918).

Nel caso in esame, sin dalla comunicazione di avvio risultava che l'indicazione di un numero telefonico a tariffa base per l'assistenza post vendita avrebbe costituito un preciso elemento di approfondimento istruttorio e, coerentemente, il professionista, infatti, è stato chiamato a specificare le modalità di presentazione del numero a tariffa base, sicché anche su questo elemento, la parte è stata posta nelle condizioni di comprendere il senso delle contestazioni formulate e rappresentare la propria posizione difensiva in maniera esaustiva.

Nella comunicazione di chiusura del termine istruttorio, in particolare, è stata esplicitata e sviluppata la contestazione già formulata nella comunicazione di avvio del procedimento, alla luce degli elementi fattuali emersi nel corso del medesimo, nonché delle modifiche intervenute nelle condotte del professionista.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

28. 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.

29. In caso di procedimento che abbia ad oggetto una pluralità di illeciti amministrativi accertati, la giurisprudenza ha avuto modo di chiarire come in presenza di una pluralità di condotte dotate di autonomia strutturale e funzionale, ascritte alla responsabilità dei professionisti, si applica il criterio del cumulo materiale delle sanzioni, in luogo del cumulo giuridico (cfr. tra le altre, Consiglio di Stato, Sezione VI, sentenza n. 209 del 19 gennaio 2012).

30. 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.

31. Con riguardo alla gravità delle violazioni, si tiene conto della dimensione economica di Easy Market S.p.A. il cui fatturato realizzato nel 2017 risulta pari a circa 43 milioni di euro. Tale circostanza deve essere valutata ai fini della quantificazione della sanzione, in quanto rileva sia sotto il profilo dell'importanza del professionista nel settore, sia con riguardo alla sua rilevante incidenza sul mercato. Infine, si tiene conto della pervasività del mezzo di comunicazione utilizzato, ovvero internet, in grado di raggiungere un numero considerevole di consumatori che effettuano compravendita online di servizi.

a) La condotta in violazione dell'articolo 62 del Codice del Consumo

32. Con riguardo alla gravità della violazione, occorre tener conto oltre che degli elementi sopra descritti, dell'elevato grado di offensività della condotta riferita all'applicazione di sovrapprezzi in relazione all'utilizzo di determinati strumenti di pagamento.

33. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere dal 1 maggio 2017⁸ al 18 luglio 2018⁹.

34. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Easy Market S.p.A. nella misura 100.000 € (centomila euro).

b) Le condotta in violazione dell'articolo 64 del Codice del Consumo

35. Con riguardo alla gravità della violazione, occorre tener conto, oltre che degli elementi sopra descritti, anche della circostanza che il professionista ha ostacolato il diritto dei consumatori alla fruizione di una numerazione a tariffa base per l'assistenza post vendita.

36. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere dall'aprile 2018¹⁰ sino al mese di ottobre 2018¹¹.

37. Sulla base di tali elementi si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Easy Market S.p.A. nella misura di 50.000 € (cinquantamila euro).

RITENUTO, pertanto, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la condotta descritta al **punto II lettera a)** del presente provvedimento, consistente nell'aver applicato un supplemento di prezzo in relazione alla tipologia di carta di pagamento utilizzata per l'acquisto di voli, integra una violazione dell'articolo 62 del Codice del Consumo;

RITENUTO, inoltre, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la condotta descritta al **punto II, lettera b)**, del presente provvedimento, consistente nell'aver messo a disposizione dei consumatori per l'assistenza post vendita un'utenza telefonica a tariffazione maggiorata e non a "tariffa base", integra una violazione dell'articolo 64 del Codice del Consumo

DELIBERA

a) che la condotta descritta al punto II, lettera a) del presente provvedimento, posta in essere da Easy Market S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una violazione dell'art. 62 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) che la condotta descritta al punto II, lettera b) del presente provvedimento, posta in essere da Easy Market S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una violazione dell'art. 64 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

⁸ Cfr. doc. 11 di cui all'indice del fascicolo.

⁹ Cfr. doc. 19 di cui all'indice del fascicolo.

¹⁰ Cfr. doc. 4 di cui all'indice del fascicolo.

¹¹ Cfr. doc. 27 di cui all'indice del fascicolo.

c) che con riferimento alla condotta descritta al punto II, lettera a) del presente provvedimento sia irrogata a Easy Market S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di 100.000 € (centomila euro);

d) che con riferimento alla condotta descritta al punto II, lettera b) del presente provvedimento sia irrogata a Easy Market S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di 50.000 € (cinquantamila euro);

Le sanzioni amministrative irrogate devono essere pagate entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando i codici tributo indicati nell'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997.

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

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

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'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
Filippo Arena

IL PRESIDENTE *f.f.*
Gabriella Muscolo

PS11175 - ZUAMI-VENDITA ON LINE

Provvedimento n. 27447

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 6 dicembre 2018;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

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

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

VISTI gli atti del procedimento;

VISTA la comunicazione di avvio del procedimento PS11175 del 14 novembre 2018, volto a verificare l'esistenza di pratiche commerciali scorrette in violazione degli articoli 20, 21, comma 1, lettere *b*), *c*) e *d*), 22, 24, 25, 49, comma 1, lettere *b*), *c*), *e*), *h*), *n*) e *v*), 52, 54, 56 e 66bis del Codice del Consumo, da parte della società Zuami S.r.l.s. (di seguito anche Zuami o professionista), P.I. 08786421217;

CONSIDERATO quanto segue:

I. FATTO

1. Sulla base delle segnalazioni pervenute in Autorità, a partire dal mese di maggio 2018, e di alcune informazioni acquisite d'ufficio ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo, la società Zuami S.r.l.s. starebbe realizzando, attraverso il sito zuami.it, una pratica commerciale scorretta consistente nell'offerta ai consumatori di beni tecnologici ad un prezzo particolarmente conveniente quando, in realtà, con il pagamento della somma inizialmente richiesta (prenotazione/anticipo) essi entrano in meccanismo contrattuale nel quale l'ottenimento del bene è condizionato da prestazioni ulteriori - complesse e aleatorie -, e dove vengono opposti ai consumatori ostacoli di varia natura rispetto all'esercizio di taluni diritti contrattuali.

2. In particolare, è risultato che il professionista pubblichi *on line* le offerte di beni tecnologici e, accanto alla tradizionale vendita a prezzo di listino, ne promuova una particolare basata sul fatto che l'acquirente possa accedere a sconti rilevanti sul prezzo di listino prenotando il bene desiderato¹ e attendendo che altri consumatori - almeno due - facciano una prenotazione per un importo uguale o superiore alla prima. Pertanto la prenotazione da parte di altri consumatori e la loro contestuale iscrizione nella c.d. lista rappresenta la condizione indispensabile per ottenere il bene al prezzo scontato.

¹ Una volta effettuata la prenotazione, il consumatore - trascorsi i 14 giorni previsti per il ripensamento - non potrà più uscire dal sistema se non utilizzando le modalità descritte nei paragrafi che seguono.

3. Dagli accertamenti preistruttori effettuati e dalle segnalazioni ricevute emergerebbe che il meccanismo descritto in realtà non consentirebbe ai consumatori – o lo consentirebbe molto difficilmente – l’acquisto del bene.
4. Inoltre, il professionista avrebbe opposto ingiustificati ostacoli al diritto di recesso che sarebbe possibile solamente entro 14 giorni dalla prenotazione. Spirato tale termine, anche in presenza di un notevole lasso di tempo trascorso, l’unica modalità di uscita dal sistema sarebbe rappresentata dall’acquisto a un prezzo al di sopra di quello di mercato.²
5. Infine, la modalità di presentazione dell’offerta di beni *on line* non presenta le informazioni normativamente previste per le vendite a distanza.
6. Sulla base delle evidenze acquisite in atti, in data 14 novembre 2018 è stato avviato il procedimento istruttorio PS11175, ai sensi dell’art. 27, comma 3, del Codice del Consumo, e dell’art. 6 del Regolamento, volto a verificare l’esistenza di pratiche commerciali scorrette in violazione degli articoli 20, 21, comma 1, lettere *b)*, *c)* e *d)*, 22, 24, 25, 49, comma 1, lettere *b)*, *c)*, *e)*, *h)*, *n)* e *v)*, 52, 54, 56 e 66bis del Codice del Consumo.
7. Contestualmente alla comunicazione di avvio, il professionista è stato invitato, ai sensi dell’art. 8, comma 2, del Regolamento, a presentare memorie scritte e documenti entro 10 giorni dal suo ricevimento, al fine della valutazione dei presupposti per la sospensione provvisoria della pratica, ai sensi dell’art. 27, comma 3, del Codice del Consumo.
8. Il professionista non ha trasmesso scritti difensivi nel termine di cui al punto precedente.

II. VALUTAZIONI

9. Sotto il profilo del *fumus boni iuris*, gli elementi sopra descritti inducono a ritenere sussistente *prima facie* la pratica commerciale descritta, in violazione degli articoli 21, 22, 24, 25 del Codice del Consumo, in ragione della possibile idoneità della condotta richiamata a ingannare e/o condizionare indebitamente la libertà di scelta del consumatore medio in relazione all’acquisto *on line* di beni tecnologici.
10. La condotta in questione si caratterizza in primo luogo per una grave forma di ingannevolezza direttamente riconducibile alla circostanza che non si tratta propriamente della vendita di prodotti immediatamente disponibili ad un prezzo scontato, ma dell’ingresso in un particolare meccanismo contrattuale. In particolare, non risulta adeguatamente chiarita la differenza che corre tra il prezzo di offerta/prenotazione e il “prezzo pieno” inducendo quindi il consumatore a scegliere di procedere con la prenotazione sulla base di una prospettazione gravemente incompleta ed omissiva, che non gli permette di comprendere le “peculiari” condizioni ed i vincoli a cui si sottopone.
11. Emerge inoltre che la peculiare declinazione del meccanismo di offerta operata dal professionista, astrattamente riconducibile al modello *buy and share*, non costituisce una corretta forma di vendita di beni ma uno schema in grado di attrarre un numero sempre crescente di prenotazioni e di versamenti da parte di consumatori.
12. Il consumatore, infatti, attratto dal rilevante sconto offerto da Zuami, procede a versare una somma a titolo di prenotazione per ottenere il bene e deve attivarsi per trovare almeno altri due consumatori che versino, a loro volta, un importo simile o attendere che si aggiunga qualcuno alla “lista” organizzata e gestita dal professionista.

² Cfr. segnalazione prot.54314 del 18 luglio 2018.

13. La vendita di beni è quindi condizionata dall'inserimento nel sistema di un numero crescente di consumatori ed è in grado di funzionare solo a condizione della sua continua e rapida espansione con l'adesione di un numero sempre crescente di consumatori, a condizioni del tutto particolari ed aleatorie che ne evidenziano *prima facie* la natura gravemente scorretta, in grado di condizionare indebitamente coloro che vi hanno aderito.

14. Il consumatore che effettua la prenotazione infatti non solo non acquista il bene, ma non può uscire dal sistema né esercitare il diritto di recesso, se non nei 14 giorni dalla prenotazione, dal momento che le somme versate a titolo di prenotazione vengono utilizzate per il completamento degli acquisti di coloro che si trovano al vertice della lista.

15. Pertanto, le evidenze indicano che è precluso il normale esercizio dei diritti dei consumatori – specificamente la risoluzione del contratto o il diritto di recesso – in quanto ciò metterebbe in seria crisi il sistema di vendita del professionista, circostanza che da un lato conferma il suo non corretto funzionamento e dall'altro evidenzia i rischi per una parte – non marginale - dei consumatori che hanno aderito al sistema Zuami.

16. Il professionista, peraltro, non si discosta da altri operatori *e-commerce* destinatari di precedenti interventi dell'Autorità: la prima fase di promozione è dedicata ad acquisire credito reputazionale attraverso il rapido scorrimento della lista e la conseguente consegna dei beni prenotati. Dopo che un numero rilevante di soggetti hanno aderito al "sistema" e versato l'importo richiesto, lo scorrimento della lista rallenta progressivamente fino ad arrestarsi e, a questo punto, il professionista impedisce ai consumatori che lo chiedano di uscire dal sistema ed essere rimborsati di quanto originariamente versato.

17. Si rileva pertanto che il sito *internet* in esame risulta omissivo e idoneo ad indurre i consumatori ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non prenderebbero, quale quella di procedere ad un versamento per l'acquisto di prodotti quando in realtà si tratta di una mera prenotazione per entrare in uno schema di vendita di prodotti che vengono difficilmente consegnati; successivamente risulta particolarmente difficile e complesso il recupero degli importi pagati.

18. Sotto il profilo del *periculum in mora*, vale osservare che la condotta sopra descritta è caratterizzata da un elevato grado di offensività in quanto il sito *zuami.it* risulta ancora attivo e come tale idoneo, nelle more del procedimento, anche in considerazione della crescita esponenziale delle vendite *on-line* e delle caratteristiche dell'offerta pubblicizzata dal professionista, a raggiungere un elevato numero di consumatori che potrebbero decidere di prenotare i prodotti e procedere al contestuale pagamento dell'importo richiesto, senza riuscire a beneficiare dei vantaggi promessi e, successivamente, non poter recuperare gli importi pagati.

RITENUTO, pertanto, che dall'esame degli atti del procedimento emergono elementi tali da avvalorare la necessità di provvedere con particolare urgenza al fine di impedire che la pratica commerciale sopra descritta, consistente nell'indurre i consumatori a entrare nel sistema Zuami versando ingenti somme di denaro senza poi riuscire ad ottenere il bene e - successivamente - il rimborso di quanto versato, continui ad essere posta in essere nelle more del procedimento di merito;

DISPONE

ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo e dell'art. 8, comma 1, del Regolamento, che la società Zuami S.r.l.s. entro tre giorni dalla comunicazione del presente provvedimento:

- a) sospenda ogni attività diretta alla vendita di beni ad un prezzo particolarmente scontato attraverso il pagamento di una somma quale "prenotazione" del bene e condizionata alla successiva adesione di altri consumatori che effettuino analogo versamento/prenotazione o al successivo movimento della c.d. lista;
- b) sospenda ogni attività diretta alla vendita, attraverso il sito *internet* <http://www.zuami.it>, mediante di prodotti presentati come disponibili che non risultino pronti per la consegna;
- c) comunichi all'Autorità l'avvenuta esecuzione del presente provvedimento di sospensione e le relative modalità entro cinque giorni dal ricevimento del presente provvedimento, inviando una relazione dettagliata nella quale vengano illustrate le misure adottate.

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

Il presente provvedimento sarà comunicato 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 comunicazione 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'articolo 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di comunicazione del provvedimento stesso.

Si ricorda che, ai sensi dell'art. 8, comma 4, del Regolamento, la presente decisione di sospensione deve essere immediatamente eseguita a cura del professionista e che il ricorso avverso il provvedimento di sospensione dell'Autorità non sospende l'esecuzione dello stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE *ff.*
Gabriella Muscolo

PS11211 - GLADIATORI ROMA/BAZAZA.IT-LISTAPRO.IT-VENDITA ON LINE

Provvedimento n. 27448

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 6 dicembre 2018;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

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

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

VISTI gli atti del procedimento;

VISTA la comunicazione di avvio del procedimento PS11211 del 14 novembre 2018, volto a verificare l'esistenza di pratiche commerciali scorrette in violazione degli articoli 20, 21, comma 1, lettere *b*), *c*) e *d*), 22, 24, 25, 49, comma 1, lettere *c*), *e*), *h*), *n*) e *v*), 52, 54 e 56 e 66bis del Codice del Consumo, da parte della società Gladiatori Roma S.r.l.s. P.I. 12940581007 (di seguito anche Gladiatori o professionista);

VISTA la delibera dell'Autorità del 14 dicembre 2018, con cui sono state autorizzate ispezioni, ai sensi dell'art. 27, commi 2 e 3, del Codice del Consumo, presso le sedi della società Gladiatori Roma S.r.l.s.;

CONSIDERATO quanto segue:

I. FATTO

1. Sulla base delle segnalazioni pervenute in Autorità, a partire dal mese di aprile 2018 e di alcune informazioni acquisite d'ufficio ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo, la società Gladiatori Roma S.r.l.s. starebbe realizzando, attraverso il sito listapro.it, una pratica commerciale scorretta consistente nell'offerta ai consumatori di beni tecnologici ad un prezzo particolarmente conveniente quando, in realtà, con il pagamento della somma inizialmente richiesta (prenotazione/anticipo) essi entrano in un meccanismo contrattuale nel quale l'ottenimento del bene è condizionato da prestazioni ulteriori – complesse e aleatorie – e dove vengono opposti ai consumatori ostacoli di varia natura rispetto all'esercizio di taluni diritti contrattuali.

2. Dagli elementi acquisiti risulta che il professionista offriva (bazaza.it) ed offre (listapro.it), secondo modalità e meccanismi analoghi, prodotti tecnologici a prezzi estremamente convenienti grazie all'applicazione di sconti elevatissimi.

3. Gli accertamenti preistruttori hanno consentito di verificare che il professionista ha utilizzato la medesima struttura di vendita sia per il sito listapro.it¹ che per bazaza.it² che attualmente risulta

¹ Cfr. verbale acquisizione atti del 30 ottobre 2018.

² Cfr. verbale acquisizione atti del 28 agosto 2018.

off-line. Pertanto, essendo i contenuti analoghi, saranno descritti soltanto quelli del sito attualmente in funzione.

4. Nella *homepage* del sito si indica la possibilità di ottenere la merce pagando prezzi ridotti grazie a rilevanti sconti rispetto al prezzo di listino del bene proposto in vendita.

5. Solo dopo l'accesso nella scheda del prodotto, il consumatore viene informato circa le particolari condizioni che deve seguire per ottenere il bene al prezzo scontato, ossia registrarsi al sito in modo da poter entrare nell'unica lista gestita dalla società e procedere alla prenotazione attraverso il versamento di una somma a titolo di prenotazione. Il consumatore, quindi, non compra il bene al prezzo scontato, ma può prenotarlo versando il prezzo ridotto rispetto a quello di listino.

6. Il professionista, conseguentemente, prevede la possibilità per il consumatore di ottenere beni a prezzi scontati mediante l'inserimento in una non meglio identificata lista di cui non è in alcun modo chiaro il funzionamento, così come non è chiaro che altre persone vengano abbinate in modo da compensare la somma richiesta ed ottenere finalmente la merce al prezzo scontato. Al contempo, è stabilito che il 15% della somma versata a titolo di prenotazione sia destinata a costituire la base della somma necessaria a raggiungere quanto necessario all'acquisto del bene, mentre il restante 85% andrà a "compensare" il primo consumatore iscritto nella lista.

7. Dagli accertamenti preistruttori effettuati e dalle segnalazioni ricevute emergerebbe che il meccanismo descritto in realtà non consentirebbe ai consumatori – o lo consentirebbe molto difficilmente – l'acquisto del bene.

8. Inoltre, il professionista avrebbe opposto ingiustificati ostacoli al diritto di recesso che sarebbe possibile solamente entro 14 giorni dalla prenotazione. Spirato tale termine, anche in presenza di un notevole lasso di tempo trascorso, l'unica modalità di uscita dal sistema sarebbe rappresentata dall'acquisto a un prezzo al di sopra di quello di mercato.

9. Infine, la modalità di presentazione dell'offerta di beni *on line* non presenta le informazioni normativamente previste per le vendite a distanza.

10. Sulla base delle informazioni acquisite in atti, in data 14 novembre 2018 è stato avviato il procedimento istruttorio PS11211, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo, e dell'art. 6 del Regolamento, volto a verificare l'esistenza di pratiche commerciali scorrette in violazione degli articoli 20, 21, comma 1, lettere *b)*, *c)* e *d)*, 22, 24, 25, 49, comma 1, lettere *c)*, *e)*, *h)*, *n)* e *v)*, 52, 54 e 56 e 66bis del Codice del Consumo.

11. Contestualmente alla comunicazione di avvio, il professionista è stato invitato, ai sensi dell'art. 8, comma 2, del Regolamento, a presentare memorie scritte e documenti entro 10 giorni dal suo ricevimento, al fine della valutazione dei presupposti per la sospensione provvisoria della pratica, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo.

12. Il professionista non ha trasmesso scritti difensivi nel termine di cui al punto precedente.

L'accertamento ispettivo

13. In data 16 novembre 2018 si sono svolti accertamenti ispettivi nei confronti del Professionista presso la sede legale risultante dalla visura camerale.

14. Le verifiche effettuate hanno consentito di verificare che, in realtà, il legale rappresentante della società è residente a Londra e che la sede indicata presso la Camera di Commercio di Roma corrisponde a quella di un commercialista domiciliatario il quale ha dichiarato che l'unico incarico

conferito dal professionista sarebbe quello legato alla domiciliazione legale, peraltro limitata alla sola corrispondenza ed alcune attività minori³.

15. Il medesimo domiciliatario ha inoltre dichiarato di essere stato il legale rappresentante della società dal 27-6-2014 al 6-7-2017 esercente attività didattica sportiva. Successivamente la società è stata acquisita da un cittadino polacco che, in data 22 giugno 2018, ha ceduto la società all'attuale titolare che risulta essere attualmente legale rappresentante ed unico socio.

16. È anche emerso che la sede operativa della società fosse presso un ufficio sito in località Casal Palocco (Roma) il cui proprietario ha dichiarato di aver locato al legale rappresentante della società una stanza di un ufficio sito in via Pindaro, 98 che tuttavia non è mai stata utilizzata.

17. Nessuno dei soggetti interpellati, nonostante i rapporti contrattuali intercorrenti, è stato in grado di fornire un recapito telefonico dell'attuale legale rappresentante. Pertanto, non è stato possibile procedere ad ulteriori accertamenti circa lo svolgimento dell'attività di *e-commerce*.

II. VALUTAZIONI

18. Sotto il profilo del *fumus boni iuris*, gli elementi sopra descritti inducono a ritenere sussistente *prima facie* la pratica commerciale descritta, in violazione degli articoli 21, 22, 24, 25 del Codice del Consumo, in ragione della possibile idoneità della condotta richiamata a ingannare e/o condizionare indebitamente la libertà di scelta del consumatore medio in relazione all'acquisto *on line* di beni tecnologici.

19. La condotta in questione si caratterizza in primo luogo per una grave forma di ingannevolezza direttamente riconducibile alla circostanza che non si tratta propriamente della vendita di prodotti immediatamente disponibili ad un prezzo scontato, ma dell'ingresso in un particolare meccanismo contrattuale. In particolare, non risulta adeguatamente chiarita la differenza che corre tra il prezzo di offerta/prenotazione e il "prezzo pieno" inducendo quindi il consumatore a scegliere di procedere con la prenotazione sulla base di una prospettazione gravemente incompleta ed omissiva, che non gli permette di comprendere le "peculiari" condizioni ed i vincoli a cui si sottopone.

20. Emerge inoltre che la peculiare declinazione del meccanismo di offerta operata dal professionista, astrattamente riconducibile al modello *buy and share*, non costituisce una corretta forma di vendita di beni ma uno schema in grado di attrarre un numero sempre crescente di prenotazioni e di versamenti da parte di consumatori.

21. Il consumatore, infatti, attratto dal rilevante sconto offerto da Gladiatori, procede a versare una somma a titolo di prenotazione per ottenere il bene e deve attivarsi per trovare almeno altri due consumatori che versino, a loro volta, un importo simile o attendere che si aggiunga qualcuno alla "lista" organizzata e gestita dal professionista.

22. La vendita di beni è quindi condizionata dall'inserimento nel sistema di un numero crescente di consumatori ed è in grado di funzionare solo a condizione della sua continua e rapida espansione con l'adesione di un numero sempre crescente di consumatori, a condizioni del tutto particolari ed aleatorie che ne evidenziano *prima facie* la natura gravemente scorretta, in grado di condizionare indebitamente coloro che vi hanno aderito.

³ Cfr. Verbale ispettivo del 16 novembre 2018. Il domiciliatario ha inoltre fatto presente che la Polizia Postale e l'Agenzia delle Dogane hanno svolto analoghe attività in ragione del rapporto di domiciliazione che risulta agli atti camerati.

23. Il consumatore che effettua la prenotazione infatti non solo non acquista il bene, ma non può uscire dal sistema né esercitare il diritto di recesso, se non nei 14 giorni dalla prenotazione, dal momento che le somme versate a titolo di prenotazione vengono utilizzate per il completamento degli acquisti di coloro che si trovano al vertice della lista.

24. Pertanto, le evidenze indicano che è precluso il normale esercizio dei diritti dei consumatori – specificamente la risoluzione del contratto o il diritto di recesso – in quanto ciò metterebbe in seria crisi il sistema di vendita del professionista, circostanza che da un lato conferma il suo non corretto funzionamento e dall’altro evidenzia i rischi per una parte – non marginale - dei consumatori che hanno aderito al sistema Gladiatori Roma.

25. Dopo che un numero rilevante di soggetti hanno aderito al “sistema” e versato l’importo richiesto, lo scorrimento della lista rallenta progressivamente fino ad arrestarsi e, a questo punto, il professionista impedisce ai consumatori che lo chiedano di uscire dal sistema ed essere rimborsati di quanto originariamente versato.

26. Si rileva pertanto che il sito *internet* in esame risulta omissivo e idoneo ad indurre i consumatori ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non prenderebbero, quale quella di procedere ad un versamento per l’acquisto di prodotti quando in realtà si tratta di una mera prenotazione per entrare in uno schema di vendita di prodotti che vengono difficilmente consegnati; successivamente risulta particolarmente difficile e complesso il recupero degli importi pagati.

27. Sotto il profilo del *periculum in mora*, vale osservare che la condotta sopra descritta è caratterizzata da un elevato grado di offensività in quanto il sito *listapro.it* risulta ancora attivo e come tale idoneo, nelle more del procedimento, anche in considerazione della crescita esponenziale delle vendite *on-line* e delle caratteristiche dell’offerta pubblicizzata dal professionista, a raggiungere un elevato numero di consumatori che potrebbero decidere di prenotare i prodotti e procedere al contestuale pagamento dell’importo richiesto, senza riuscire a beneficiare dei vantaggi promessi e successivamente non poter recuperare gli importi pagati.

RITENUTO, pertanto, che dall’esame degli atti del procedimento emergono elementi tali da avvalorare la necessità di provvedere con particolare urgenza al fine di impedire che la pratica commerciale sopra descritta, consistente nell’indurre i consumatori a entrare nel sistema Gladiatori Roma versando ingenti somme di denaro senza poi riuscire ad ottenere il bene e - successivamente - il rimborso di quanto versato, continui ad essere posta in essere nelle more del procedimento di merito;

DISPONE

ai sensi dell’art. 27, comma 3, del Codice del Consumo e dell’art. 8, comma 1, del Regolamento, che la società Gladiatori Roma S.r.l.s. entro tre giorni dalla comunicazione del presente provvedimento:

a) sospenda ogni attività diretta alla vendita di beni ad un prezzo particolarmente scontato attraverso il pagamento di una somma quale “prenotazione” del bene e condizionata alla successiva adesione di altri consumatori che effettuino analogo versamento/prenotazione o al successivo movimento della c.d. lista;

- b) sospenda ogni attività diretta alla vendita, attraverso il sito *internet* <http://www.listapro.it>, mediante l'addebito anticipato di corrispettivi per prodotti che non risultino pronti per la consegna;
- c) comunichi all'Autorità l'avvenuta esecuzione del presente provvedimento di sospensione e le relative modalità entro cinque giorni dal ricevimento del presente provvedimento, inviando una relazione dettagliata nella quale vengano illustrate le misure adottate.

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

Il presente provvedimento sarà comunicato 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 comunicazione 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'articolo 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di comunicazione del provvedimento stesso.

Si ricorda che, ai sensi dell'art. 8, comma 4, del Regolamento, la presente decisione di sospensione deve essere immediatamente eseguita a cura del professionista e che il ricorso avverso il provvedimento di sospensione dell'Autorità non sospende l'esecuzione dello stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE *f.f.*
Gabriella Muscolo

PS11262 - SHOPBUY-VENDITA ON LINE*Provvedimento n. 27449*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 6 dicembre 2018;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

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

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

VISTI gli atti del procedimento;

VISTA la comunicazione di avvio del procedimento PS11262 del 14 novembre 2018, volto a verificare l'esistenza di pratiche commerciali scorrette in violazione degli articoli 20, 21, comma 1, lettere *b*), *c*) e *d*), 22, 24, 25, 49, comma 1, lettere *e*), *h*), *n*) e *v*), 52, 54 e 56 e 66bis del Codice del Consumo, da parte della società La società SHOP BUY S.r.l.s. P.I. 5511860875 (di seguito anche *ShopBuy* o professionista);

VISTA la delibera dell'Autorità del 14 dicembre 2018, con cui sono state autorizzate ispezioni, ai sensi dell'art. 27, commi 2 e 3, del Codice del Consumo, presso le sedi della società SHOP BUY S.r.l.s.;

CONSIDERATO quanto segue:

I. FATTO

1. Sulla base delle segnalazioni pervenute in Autorità, a partire dal mese di luglio 2018, e di alcune informazioni acquisite d'ufficio ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo, la società SHOP BUY S.r.l.s. starebbe realizzando, attraverso il sito *shopbuy.it*, una pratica commerciale scorretta consistente nell'offerta ai consumatori di beni tecnologici ad un prezzo particolarmente conveniente quando, in realtà, con il pagamento della somma inizialmente richiesta (prenotazione/anticipo) essi entrano in meccanismo contrattuale nel quale l'ottenimento del bene è condizionato da prestazioni ulteriori - complesse e aleatorie - e dove vengono opposti ai consumatori ostacoli di varia natura rispetto all'esercizio di taluni diritti contrattuali.

2. In particolare, è risultato che il professionista pubblici *on line* le offerte di beni tecnologici e, accanto alla tradizionale vendita a prezzo di listino, ne promuova una particolare basata sul fatto che l'acquirente possa accedere a sconti rilevanti sul prezzo di listino prenotando il bene desiderato e attendendo che altri consumatori - almeno due - facciano una prenotazione per un importo uguale o superiore alla prima. Pertanto la prenotazione da parte di altri consumatori e la loro contestuale iscrizione nella c.d. lista rappresenta la condizione indispensabile per ottenere il bene al prezzo scontato.

3. Dagli accertamenti preistruttori effettuati e dalle segnalazioni ricevute emergerebbe che il meccanismo descritto in realtà non consentirebbe ai consumatori – o lo consentirebbe molto difficilmente – l’acquisto del bene.
4. Inoltre, il professionista avrebbe opposto ingiustificati ostacoli al diritto di recesso che sarebbe possibile solamente entro 14 giorni dalla prenotazione. Spirato tale termine, anche in presenza di un notevole lasso di tempo trascorso, l’unica modalità di uscita dal sistema sarebbe rappresentata dall’acquisto a un prezzo al di sopra di quello di mercato.
5. Infine, la modalità di presentazione dell’offerta di beni *on line* non presenta le informazioni normativamente previste per le vendite a distanza.
6. Sulla base delle informazioni acquisite in atti, in data 14 novembre 2018 è stato avviato il procedimento istruttorio PS11262, ai sensi dell’art. 27, comma 3, del Codice del Consumo, e dell’art. 6 del Regolamento, volto a verificare l’esistenza di pratiche commerciali scorrette in violazione degli articoli 20, 21, comma 1, lettere *b)*, *c)* e *d)*, 22, 24, 25, 49, comma 1, lettere *e)*, *h)*, *n)* e *v)*, 52, 54 e 56 e 66bis del Codice del Consumo.
7. Contestualmente alla comunicazione di avvio, il professionista è stato invitato, ai sensi dell’art. 8, comma 2, del Regolamento, a presentare memorie scritte e documenti entro 10 giorni dal suo ricevimento, al fine della valutazione dei presupposti per la sospensione provvisoria della pratica, ai sensi dell’art. 27, comma 3, del Codice del Consumo.
8. Il professionista non ha trasmesso scritti difensivi nel termine di cui al punto precedente.

L’accertamento

9. In data 21 novembre 2018, presso la sede della Tenenza della Guardia di Finanza di Camerino, sono state acquisite informazioni da una persona fisica risultante il legale rappresentante e unico socio della società da visura camerale. In realtà è stato accertato che la persona fisica in questione aveva perfezionato la cessione della società ad un cittadino rumeno nel corso della settimana precedente.
10. Il dichiarante ha affermato che, all’atto della cessione, erano presenti nella banca dati della società Shop Buy S.r.l.s. circa 50 prenotazioni di consumatori che hanno versato quota parte della somma necessaria alla prenotazione di un prodotto in base al sistema di condivisione degli acquisti della società. In un secondo momento, il medesimo dichiaratamente ha, invece, precisato di non essere in grado di ricostruire e quantificare quante fossero le prenotazioni nel momento in cui ha ceduto l’attività.
11. Al riguardo ha evidenziato che i pagamenti effettuati dai consumatori sarebbero affluiti sul proprio conto corrente postale ed utilizzati per le sue necessità e, pertanto, non sarebbero stati trasferiti al suo avente causa che, al momento, sarebbe l’unico a poter accedere al sistema di gestione del sito e alle liste di consumatori che hanno effettuato le prenotazioni.
12. Al fine di attestare quanto sopra dichiarato e chiarire meglio la ricostruzione dei fatti, l’esponente ha chiesto di essere accompagnato presso l’ufficio postale di Fiuminata (MC) presso il quale è stato possibile verificare che risulta attualmente presente sul portale della società il riferimento bancario del suo fondatore e pertanto, attualmente le somme versate dai consumatori confluiscono direttamente su un conto corrente in sua esclusiva disponibilità.

II. VALUTAZIONI

13. Sotto il profilo del *fumus boni iuris*, gli elementi sopra descritti inducono a ritenere sussistente *prima facie* la pratica commerciale descritta, in violazione degli articoli 21, 22, 24, 25 del Codice del Consumo, in ragione della possibile idoneità della condotta richiamata a ingannare e/o condizionare indebitamente la libertà di scelta del consumatore medio in relazione all'acquisto *on line* di beni tecnologici.

14. La condotta in questione si caratterizza in primo luogo per una grave forma di ingannevolezza direttamente riconducibile alla circostanza che non si tratta propriamente della vendita di prodotti immediatamente disponibili ad un prezzo scontato, ma dell'ingresso in un particolare meccanismo contrattuale. In particolare, non risulta adeguatamente chiarita la differenza che corre tra il prezzo di offerta/prenotazione e il "prezzo pieno" inducendo quindi il consumatore a scegliere di procedere con la prenotazione sulla base di un prospettazione gravemente incompleta ed omissiva, che non gli permette di comprendere le "peculiari" condizioni ed i vincoli a cui si sottopone.

15. Emerge inoltre che la peculiare declinazione del meccanismo di offerta operata dal professionista, astrattamente riconducibile al modello *buy and share*, non costituisce una corretta forma di vendita di beni ma uno schema in grado di attrarre un numero sempre crescente di prenotazioni e di versamenti da parte di consumatori.

16. Il consumatore, infatti, attratto dal rilevante sconto offerto da *ShopBuy*, procede a versare una somma a titolo di prenotazione per ottenere il bene e deve attivarsi per trovare almeno altri due consumatori che versino, a loro volta, un importo simile o attendere che si aggiunga qualcuno alla "lista" organizzata e gestita dal professionista.

17. La vendita di beni è quindi condizionata dall'inserimento nel sistema di un numero crescente di consumatori ed è in grado di funzionare solo a condizione della sua continua e rapida espansione con l'adesione di un numero sempre crescente di consumatori, a condizioni del tutto particolari ed aleatorie che ne evidenziano *prima facie* la natura gravemente scorretta, in grado di condizionare indebitamente coloro che vi hanno aderito.

18. Il consumatore che effettua la prenotazione infatti non solo non acquista il bene, ma non può uscire dal sistema né esercitare il diritto di recesso, se non nei 14 giorni dalla prenotazione, dal momento che le somme versate a titolo di prenotazione vengono utilizzate per il completamento degli acquisti di coloro che si trovano al vertice della lista.

19. Pertanto, le evidenze indicano che è precluso il normale esercizio dei diritti dei consumatori - specificamente la risoluzione del contratto o il diritto di recesso - in quanto metterebbe in seria crisi il sistema di vendita del professionista, circostanza che da un lato conferma il suo non corretto funzionamento e dall'altro evidenzia i rischi per una parte - non marginale - dei consumatori che hanno aderito al sistema *ShopBuy*.

20. Dopo che un numero rilevante di soggetti hanno aderito al "sistema" e versato l'importo richiesto, lo scorrimento della lista rallenta progressivamente fino ad arrestarsi e, a questo punto, il professionista impedisce ai consumatori che lo chiedono di uscire dal sistema ed essere rimborsati di quanto originariamente versato.

21. Si rileva pertanto che il sito *internet* in esame risulta omissivo e idoneo ad indurre i consumatori ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non prenderebbero, quale quella di procedere ad effettuare un versamento per l'acquisto di prodotti quando in realtà si tratta

di una mera prenotazione per entrare in uno schema di vendita di prodotti che vengono difficilmente consegnati; successivamente risulta particolarmente difficile e complesso il recupero degli importi pagati.

22. Sotto il profilo del *periculum in mora*, vale osservare che la condotta sopra descritta è caratterizzata da un elevato grado di offensività in quanto il sito *shopbuy.it* risulta ancora attivo e come tale idoneo, nelle more del procedimento, anche in considerazione della crescita esponenziale delle vendite *on-line* e delle caratteristiche dell'offerta pubblicizzata dal professionista, a raggiungere un elevato numero di consumatori che potrebbero decidere di prenotare i prodotti e procedere al contestuale pagamento dell'importo richiesto, senza riuscire a beneficiare dei vantaggi promessi e, successivamente, non poter recuperare gli importi pagati.

RITENUTO, pertanto, che dall'esame degli atti del procedimento emergono elementi tali da avvalorare la necessità di provvedere con particolare urgenza al fine di impedire che la pratica commerciale sopra descritta, consistente nell'indurre i consumatori a entrare nel sistema *ShopBuy* versando ingenti somme di denaro senza poi riuscire ad ottenere il bene e - successivamente - il rimborso di quanto versato, continui ad essere posta in essere nelle more del procedimento di merito;

DISPONE

ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo e dell'art. 8, comma 1, del Regolamento, che la società SHOP BUY S.r.l.s. entro tre giorni dalla comunicazione del presente provvedimento:

- a) sospenda ogni attività diretta alla vendita di beni ad un prezzo particolarmente scontato attraverso il pagamento di una somma quale "prenotazione" del bene e condizionata alla successiva adesione di altri consumatori che effettuino analogo versamento/prenotazione o al successivo movimento della c.d. lista;
- b) sospenda ogni attività diretta alla vendita, attraverso il sito *internet http://www.shopbuy.it*, mediante l'addebito anticipato di corrispettivi per prodotti che non risultino pronti per la consegna;
- c) comunichi all'Autorità l'avvenuta esecuzione del presente provvedimento di sospensione e le relative modalità entro cinque giorni dal ricevimento del presente provvedimento, inviando una relazione dettagliata nella quale vengano illustrate le misure adottate.

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

Il presente provvedimento sarà comunicato 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 comunicazione 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'articolo 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di comunicazione del provvedimento stesso.

Si ricorda che, ai sensi dell'art. 8, comma 4, del Regolamento, la presente decisione di sospensione deve essere immediatamente eseguita a cura del professionista e che il ricorso avverso il provvedimento di sospensione dell'Autorità non sospende l'esecuzione dello stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE *f.f.*
Gabriella Muscolo

PS11283 - IBALO.IT-BUY AD SHARE

Provvedimento n. 27450

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 6 dicembre 2018;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

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

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

VISTI gli atti del procedimento;

VISTA la comunicazione di avvio del procedimento PS11283 del 14 novembre 2018, volto a verificare l'esistenza di pratiche commerciali scorrette in violazione degli articoli 20, 21, lettere *b*), *c*) e *d*), 22, 24, 25 e 56 del Codice del Consumo, da parte della società IBALO S.r.l.s. P.I. 08755851212 (di seguito anche Ibalò o professionista);

CONSIDERATO quanto segue:

I. FATTO

1. Sulla base delle segnalazioni pervenute in Autorità, a partire dal mese di febbraio 2018 e di alcune informazioni acquisite d'ufficio ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo, la società Ibalò S.r.l.s., attraverso il sito *ibalo.it*, starebbe realizzando una pratica commerciale scorretta consistente nell'offerta ai consumatori di beni tecnologici ad un prezzo particolarmente conveniente quando, in realtà, con il pagamento della somma inizialmente richiesta (prenotazione/anticipo) essi entrano in un meccanismo contrattuale nel quale l'ottenimento del bene è condizionato da prestazioni ulteriori - complesse e aleatorie - e dove vengono opposti ai consumatori ostacoli di varia natura rispetto all'esercizio di taluni diritti contrattuali.

2. In particolare, è risultato che il professionista pubblichi *on line* le offerte di beni tecnologici e, accanto alla tradizionale vendita a prezzo di listino, ne promuova una particolare basata sul fatto che l'acquirente possa accedere a sconti rilevanti sul prezzo di listino prenotando il bene desiderato¹ e attendendo che altri consumatori - almeno due - facciano una prenotazione per un importo uguale o superiore alla prima. Pertanto la prenotazione da parte di altri consumatori e la loro contestuale iscrizione nella c.d. lista rappresenta la condizione indispensabile per ottenere il bene al prezzo scontato.

3. Dagli accertamenti preistruttori effettuati e dalle segnalazioni ricevute emergerebbe che il meccanismo descritto in realtà non consentirebbe ai consumatori - o lo consentirebbe molto difficilmente - l'acquisto del bene.

¹ Una volta effettuata la prenotazione, il consumatore - trascorsi i 14 giorni previsti per il ripensamento - non potrà più uscire dal sistema se non utilizzando le modalità descritte nei paragrafi che seguono.

4. Inoltre, il professionista avrebbe opposto ingiustificati ostacoli al diritto di recesso che sarebbe possibile solamente entro 14 giorni dalla prenotazione. Spirato tale termine, anche in presenza di un notevole lasso di tempo trascorso, l'unica modalità di uscita dal sistema sarebbe rappresentata dall'acquisto a un prezzo al di sopra di quello di mercato.
5. Sulla base delle informazioni acquisite in atti, in data 14 novembre 2018 è stato avviato il procedimento istruttorio PS11283, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo, e dell'art. 6 del Regolamento, volto a verificare l'esistenza di pratiche commerciali scorrette in violazione degli articoli 20, 21, lettere b), c) e d), 22, 24, 25 e 56 del Codice del Consumo.
6. Contestualmente alla comunicazione di avvio, il professionista è stato invitato, ai sensi dell'art. 8, comma 2, del Regolamento, a presentare memorie scritte e documenti entro 10 giorni dal suo ricevimento, al fine della valutazione dei presupposti per la sospensione provvisoria della pratica, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo.
7. Il professionista non ha trasmesso scritti difensivi nel termine di cui al punto precedente.

II. VALUTAZIONI

8. Sotto il profilo del *fumus boni iuris*, gli elementi sopra descritti inducono a ritenere sussistenti *prima facie* la pratica commerciale descritta, in violazione degli articoli 21, 22, 24, 25 del Codice del Consumo, in ragione della possibile idoneità della condotta richiamata a ingannare e/o condizionare indebitamente la libertà di scelta del consumatore medio in relazione all'acquisto *on line* di beni tecnologici.
9. La condotta in questione si caratterizza in primo luogo per una grave forma di ingannevolezza direttamente riconducibile alla circostanza che non si tratta propriamente della vendita di prodotti immediatamente disponibili ad un prezzo scontato, ma dell'ingresso in un particolare meccanismo contrattuale. In particolare, non risulta adeguatamente chiarita la differenza che corre tra il prezzo di offerta/prenotazione e il "prezzo pieno" inducendo quindi il consumatore a scegliere di procedere con la prenotazione sulla base di una prospettazione gravemente incompleta ed omissiva, che non gli permette di comprendere le "peculiari" condizioni ed i vincoli a cui si sottopone.
10. Emerge inoltre che la peculiare declinazione del meccanismo di offerta operata dal professionista, astrattamente riconducibile al modello *buy and share*, non costituisce una corretta forma di vendita di beni ma uno schema in grado di attrarre un numero sempre crescente di prenotazioni e di versamenti da parte di consumatori.
11. Il consumatore, infatti, attratto dal rilevante sconto offerto da Ibalò, procede a versare una somma a titolo di prenotazione per ottenere il bene e deve attivarsi per trovare almeno altri due consumatori che versino, a loro volta, un importo simile o attendere che si aggiunga qualcuno alla "lista" organizzata e gestita dal professionista.
12. La vendita di beni è quindi condizionata dall'inserimento nel sistema di un numero crescente di consumatori ed è in grado di funzionare solo a condizione della sua continua e rapida espansione con l'adesione di un numero sempre crescente di consumatori, a condizioni del tutto particolari ed aleatorie che ne evidenziano *prima facie* la natura gravemente scorretta, in grado di condizionare indebitamente coloro che vi hanno aderito.

13. Il consumatore che effettua la prenotazione infatti non solo non acquista il bene, ma non può uscire dal sistema né esercitare il diritto di recesso, se non nei 14 giorni dalla prenotazione, dal momento che le somme versate a titolo di prenotazione vengono utilizzate per il completamento degli acquisti di coloro che si trovano al vertice della lista.

14. Pertanto, le evidenze indicano che è precluso il normale esercizio dei diritti dei consumatori - specificamente la risoluzione del contratto o il diritto di recesso - in quanto ciò metterebbe in seria crisi il sistema di vendita del professionista, circostanza che da un lato conferma il suo non corretto funzionamento e dall'altro evidenzia i rischi per una parte - non marginale - dei consumatori che hanno aderito al sistema Ibalò.

15. Dopo che un numero rilevante di soggetti, hanno aderito al "sistema" e versato l'importo richiesto, lo scorrimento della lista rallenta progressivamente fino ad arrestarsi e, a questo punto, il professionista impedisce ai consumatori che lo chiedano di uscire dal sistema ed essere rimborsati di quanto originariamente versato.

16. Si rileva pertanto che il sito *internet* in esame risulta omissivo e idoneo ad indurre i consumatori ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non prenderebbero, quale quella di procedere ad un versamento per l'acquisto di prodotti quando in realtà si tratta di una mera prenotazione per entrare in uno schema di prodotti di vendita che vengono difficilmente consegnati; successivamente risulta particolarmente difficile e complesso il recupero degli importi pagati.

17. Sotto il profilo del *periculum in mora*, vale osservare che la condotta sopra descritta è caratterizzata da un elevato grado di offensività in quanto il sito *ibalo.it* risulta ancora attivo e come tale idoneo, nelle more del procedimento, anche in considerazione della crescita esponenziale delle vendite *on-line* e delle caratteristiche dell'offerta pubblicizzata dal professionista, a raggiungere un elevato numero di consumatori che potrebbero decidere di prenotare i prodotti e procedere al contestuale pagamento dell'importo richiesto, senza riuscire a beneficiare dei vantaggi promessi e, successivamente, non poter recuperare gli importi pagati.

RITENUTO, pertanto, che dall'esame degli atti del procedimento emergono elementi tali da avvalorare la necessità di provvedere con particolare urgenza al fine di impedire che la pratica commerciale sopra descritta, consistente nell'indurre i consumatori a entrare nel sistema Ibalò versando ingenti somme di denaro senza poi riuscire ad ottenere il bene e - successivamente - il rimborso di quanto versato, continui ad essere posta in essere nelle more del procedimento di merito;

DISPONE

ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo e dell'art. 8, comma 1, del Regolamento, che la società Ibalò S.r.l.s. entro tre giorni dalla comunicazione del presente provvedimento:

a) sospenda ogni attività diretta alla vendita di beni ad un prezzo particolarmente scontato attraverso il pagamento di una somma quale "prenotazione" del bene e condizionata alla successiva adesione di altri consumatori che effettuino analogo versamento/prenotazione o al successivo movimento della c.d. lista;

- b) sospenda ogni attività diretta alla vendita, attraverso il sito *internet* <http://www.ibalo.it>, mediante l'addebito anticipato di corrispettivi per prodotti che non risultino pronti per la consegna;
- c) comunichi all'Autorità l'avvenuta esecuzione del presente provvedimento di sospensione e le relative modalità entro cinque giorni dal ricevimento del presente provvedimento, inviando una relazione dettagliata nella quale vengano illustrate le misure adottate.

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

Il presente provvedimento sarà comunicato 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 comunicazione 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'articolo 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di comunicazione del provvedimento stesso.

Si ricorda che, ai sensi dell'art. 8, comma 4, del Regolamento, la presente decisione di sospensione deve essere immediatamente eseguita a cura del professionista e che il ricorso avverso il provvedimento di sospensione dell'Autorità non sospende l'esecuzione dello stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE *ff.*
Gabriella Muscolo

CONFLITTO DI INTERESSI

SI1049 - DARIO GALLI - VICE MINISTRO PER LO SVILUPPO ECONOMICO – PROVVEDIMENTO DI PROROGA DEL TERMINE DI CONCLUSIONE DEL PROCEDIMENTO ISTRUTTORIO

Provvedimento n. 27444

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 6 dicembre 2018;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la legge 20 luglio 2004, n. 215;

VISTO il Regolamento sul conflitto di interessi, adottato con delibera AGCM 16 novembre 2004, n. 13779, come da ultimo modificato con delibera AGCM 18 maggio 2016, n. 26042 (di seguito, "*Regolamento*");

VISTA la delibera 25 settembre 2018 con la quale l'Autorità ha disposto l'avvio del procedimento ai sensi dell'articolo 6 della legge 20 luglio 2004, n. 215 e dell'articolo 8 del Regolamento, nei confronti dell'On. dott. Dario Galli, per presunta violazione dell'articolo 2, comma 1, lettera a) della legge 20 luglio 2004, n. 215 e dell'art. 13, comma 3 del decreto legge 13 agosto 2011, n. 138, convertito dalla legge 14 settembre 2011, n. 148, con riferimento alla carica di Sindaco del Comune di Tradate, nonché dell'articolo 2, comma 1, lettera c) della legge 20 luglio 2004, n. 215, con riferimento alla carica di componente del consiglio di amministrazione nella società Ticino Plast S.r.l. (C.F. 03067390124) e alla carica di Presidente del consiglio di amministrazione nella società Ticino Holding S.r.l. (C.F. 01492520125);

VISTA la memoria difensiva depositata dall'On. dott. Dario Galli in data 26 novembre 2018 e la contestuale istanza di proroga del termine di conclusione del procedimento;

CONSIDERATA la necessità di valutare gli esiti del riferito processo di riorganizzazione societaria avente ad oggetto le società Ticino Plast S.r.l. e Ticino Holding S.r.l.;

RITENUTO, pertanto, necessario procedere ad una proroga del termine di conclusione del procedimento;

DELIBERA

che il termine di conclusione del procedimento avviato in data 25 settembre 2018 ai sensi dell'articolo 6 della legge 20 luglio 2004, n. 215 e dell'articolo 8 del Regolamento, nei confronti dell'On. dott. Dario Galli, per presunta violazione dell'articolo 2, comma 1, lettera a) della legge 20 luglio 2004, n. 215 e dell'art. 13, comma 3 del decreto legge 13 agosto 2011, n. 138, convertito dalla legge 14 settembre 2011, n. 148, nonché dell'articolo 2, comma 1, lettera c) della legge 20 luglio 2004, n. 215, è prorogato al 15 febbraio 2019.

La presente delibera sarà comunicata al soggetto interessato e pubblicata nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

Filippo Arena

IL PRESIDENTE *f.f.*

Gabriella Muscolo

VARIE

BILANCIO DI PREVISIONE PER L'ANNO FINANZIARIO 2019 E PLURIENNALE 2019-2021

Provvedimento n. 27445

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

VISTO il comma 7 dell'articolo 10 della legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO il Regolamento concernente la disciplina dell'autonomia contabile dell'Autorità pubblicato nell'Edizione Speciale del Bollettino - supplemento al n. 40/2015 del 9 novembre 2015, e in particolare l'art. 17;

VISTO il comma 1 dell'articolo 5-bis, del d.l. 24 gennaio 2012, n. 1, nel testo integrato dalla legge di conversione 24 marzo 2012, n. 27, che ha aggiunto il comma 7-ter all'art. 10 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, ai sensi del quale all'onere derivante dal funzionamento dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato 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;

VISTA la delibera dell'Autorità del 10 gennaio 2018 che per l'anno 2018, ha ridotto dello 0,025 per mille, il contributo previsto dal comma 7-ter all'art. 10 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, fissandolo nella misura dello 0,055 per mille del fatturato risultante dall'ultimo bilancio approvato dalle società di capitale alla data della medesima delibera, con ricavi totali superiori a 50 milioni di euro;

VISTO quanto disposto dall'art. 1, comma 321, della legge 27 dicembre 2013, n. 147 recante "Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato" (Legge di Stabilità 2014);

VISTO il progetto di bilancio di previsione 2019 e pluriennale 2019-2021 redatto dalla Direzione Generale Amministrazione – Direzione Bilancio e Ragioneria e presentato dal Segretario Generale;

VISTA la relazione del Collegio dei revisori dei conti di cui al verbale n. 199 del 20 novembre 2018 con la quale è stato espresso parere favorevole all'approvazione del progetto di bilancio di previsione per l'anno 2019 e pluriennale 2019-2021;

SU PROPOSTA del Segretario Generale;

DELIBERA

1. di approvare il bilancio di previsione per l'anno 2019 e il bilancio pluriennale per il triennio 2019-2021 nella versione allegata facente parte integrante della presente delibera;
2. di pubblicare la presente delibera e lo schema del bilancio di previsione per l'anno 2019 nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana e sul sito istituzionale dell'Autorità.

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE *f.f.*
Gabriella Muscolo

*Autorità garante
della concorrenza e del mercato*

Bollettino Settimanale
Anno XXVIII- N. 47 - 2018

Coordinamento redazionale

Giulia Antenucci

Redazione

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

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

Realizzazione grafica

Area Strategic Design
