



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXX - n. 22

**Publicato sul sito www.agcm.it
1 giugno 2020**

SOMMARIO

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA	5
AS1662 - SCHEMA DI DISEGNO DI LEGGE - DIVIETO DI PUBBLICIZZAZIONE PARASSITARIA (AMBUSH MARKETING)	5
AS1663 - COMUNE DI SAN BENEDETTO DEL TRONTO (AP) – GESTIONE DEL SERVIZIO DI ILLUMINAZIONE PUBBLICA	9
AS1664 –CONVENZIONI CORIPET - GESTIONE DEI RIFIUTI IN PET	11
AS1665 - MISURE ALTERNATIVE AL RIMBORSO IN CASO DI ANNULLAMENTO DI PACCHETTI TURISTICI CAUSA EMERGENZA COVID 19	15
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	21
PS11752 - VOVA-VENDITA ON LINE PRODOTTI EMERGENZA SANITARIA <i>Provvedimento n. 28247</i>	21
VARIE	27
CONTRIBUTO ALL'ONERE DERIVANTE DAL FUNZIONAMENTO DELL'AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO PER L'ANNO 2020 <i>Provvedimento n. 28248</i>	27

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

AS1662 - SCHEMA DI DISEGNO DI LEGGE - DIVIETO DI PUBBLICIZZAZIONE PARASSITARIA (AMBUSH MARKETING)

Roma, 16 ottobre 2019

Ministero della Giustizia
Gabinetto del Ministro

In data 20 settembre 2019 è pervenuta una richiesta di parere tecnico da parte del Ministero della Giustizia relativo allo schema di disegno di legge recante disciplina del divieto di pubblicizzazione parassitaria (*ambush marketing*) che individua nell'Autorità il soggetto investito dei poteri di accertamento della violazione e di irrogazione delle relative sanzioni.

In particolare, l'articolo 1, comma 1, rubricato "*divieto di pubblicizzazione parassitaria*", contiene una clausola generale dove vengono individuati gli elementi costitutivi dell'illecito. Più nello specifico, la condotta deve: *i*) essere realizzata in occasione di eventi sportivi o fieristici di rilevanza nazionale o internazionale, ovvero dello spettacolo cui partecipano artisti di fama internazionale o nazionale; *ii*) non essere autorizzata dai soggetti organizzatori; *iii*) avere la finalità di ricavare un vantaggio economico o concorrenziale.

Al secondo comma dello stesso articolo vengono individuate, in sintesi, quattro condotte che costituiscono attività di pubblicizzazione parassitaria vietata ai sensi del primo comma, quali: "*a*) la creazione di una associazione indiretta fra un marchio o altro segno distintivo e uno degli eventi di cui al comma 1 tale da generare confusione sull'identità degli sponsor ufficiali; *b*) la dichiarazione nella propria pubblicità di essere sponsor ufficiale di un evento di cui al comma 1 del quale altro marchio è sponsor; *c*) la promozione del proprio marchio od altro segno distintivo tramite qualunque azione idonea ad attirare l'attenzione del pubblico, non autorizzata dall'organizzatore, che sia posta in essere durante uno degli eventi di cui al comma 1, o in luoghi attigui a quello in cui l'evento medesimo si tiene; *d*) la vendita e commercializzazione di prodotti o di servizi contraddistinti anche in parte con il logo di un evento di cui al comma 1 o con altri segni distintivi idonei ad ingenerare confusione con il logo medesimo o ad ingenerare un'associazione indiretta o con la sua organizzazione".

L'articolo 3 attribuisce all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato la competenza ad accertare la sussistenza della violazione e a irrogare le sanzioni ivi stabilite, disciplinando altresì il relativo procedimento.

Tanto premesso, l'Autorità, nella sua adunanza dell'8 ottobre 2019, ha deliberato di rendere le seguenti osservazioni, ai sensi dell'articolo 22, della legge 10 ottobre 1990, n. 287.

In via preliminare, si ricorda che, con la pratica dell'*ambush marketing*, un operatore (c.d. *ambusher*) mira ad associare indebitamente i propri prodotti a un particolare evento rilevante (sportivo o di altro tipo) traendone un vantaggio economico o di visibilità, senza tuttavia sopportare i costi derivanti dalla conclusione di un contratto di *sponsorship* con l'organizzatore dell'evento stesso.

In occasione di grandi eventi, l'organizzatore è solito riconoscere agli *sponsor* ufficiali dell'evento l'esclusività nella promozione dei propri prodotti, precludendo ad ogni altro concorrente la possibilità di associarsi ai vantaggi commerciali legati alla visibilità e alla notorietà dell'evento. Tali clausole di esclusiva, oltre a permettere la raccolta di risorse derivanti dallo sfruttamento dell'immagine dell'evento, possono trovare una giustificazione concorrenziale nella misura in cui, in loro assenza, potrebbero venire a mancare le risorse necessarie per lo svolgimento stesso dell'evento.

D'altro canto, occorre tener presente che le clausole di esclusiva rappresentano rilevanti barriere all'esercizio dell'attività economica degli operatori del mercato e non devono tradursi in ingiustificate restrizioni alla libertà d'impresa. Per questo motivo, sono considerate restrizioni concorrenziali quelle esclusive che non sono giustificate in termini di ampiezza, durata e, più in generale, di proporzionalità rispetto alla tutela degli investimenti realizzati. Dunque, le clausole di esclusiva possono rientrare nei divieti di intese restrittive della concorrenza o di abusi di posizione dominante laddove siano idonee a causare effetti sostanziali di esclusione/preclusione dal mercato rilevante e non siano indispensabili per la tutela degli investimenti, oppure laddove non siano indispensabili per la tutela di quegli investimenti senza i quali lo stesso evento non avrebbe luogo. Pertanto, sotto il profilo della tutela della concorrenza, l'Autorità sottolinea l'esigenza di una corretta definizione da parte delle imprese del perimetro dell'esclusiva, il quale deve essere proporzionato in termini di ampiezza e durata. Ciò consentirebbe, peraltro, di limitare il manifestarsi di forme di pubblicità parassitaria.

Ciò posto, le fattispecie di illecito, così come delineate nel disegno di legge in esame, appaiono suscettibili di integrare forme di pubblicità ingannevole (ai sensi del D.lgs. 2 agosto 2007 n. 145 recante la disciplina della pubblicità ingannevole e comparativa *business to business* che, secondo quanto previsto dall'articolo 1, "*ha lo scopo di tutelare i professionisti dalla pubblicità ingannevole e dalle sue conseguenze sleali e di stabilire le condizioni di liceità della pubblicità comparativa*") nonché le fattispecie delle pratiche commerciali scorrette descritte dagli articoli 18 ss. del Codice del Consumo.

Difatti, qualsiasi attività di promozione non autorizzata dai soggetti organizzatori di un evento che, in modo diretto o indiretto, mediante dichiarazioni o attività di vendita o commercializzazione, sia idonea a generare confusione nel pubblico tra i prodotti, le attività o i segni distintivi del professionista e lo *sponsor* ufficiale o l'organizzatore dell'evento, appare suscettibile di integrare una forma di pubblicità vietata dalle suddette normative rispetto alla quale l'Autorità dispone di strumenti di accertamento e sanzionatori analoghi a quelli previsti nel disegno di legge.

Si consideri, in particolare, che informazioni non rispondenti al vero veicolate al pubblico da professionisti nell'ambito di attività commerciali in merito alla titolarità di marchi, segni distintivi, qualità del professionista, autorizzazioni di vario genere, come quelle contemplate dall'articolo 1, comma 2, del disegno di legge, possono integrare azioni ingannevoli ai sensi dell'articolo 21 del Codice del Consumo, disciplina che, come noto, tutela non solo la libera scelta dei consumatori ma anche, indirettamente, l'interesse delle imprese, ovvero configurare forme di comparazione illecita idonee a ledere i concorrenti, ai sensi dell'articolo 4 del D.Lgs. n. 145/2007.

Del resto, accanto ai poteri di *public enforcement* attribuiti all'Autorità, sul piano del *private enforcement*, lo stesso articolo 27, al comma 15, del Codice del Consumo fa salva *“la giurisdizione del giudice ordinario in materia di atti di concorrenza sleale, a norma dell'articolo 2598 del codice civile, nonché, per quanto concerne la pubblicità comparativa, in materia di atti compiuti in violazione della disciplina sul diritto d'autore protetto dalla legge 22 aprile 1941, n. 633, e successive modificazioni, e dei marchi d'impresa protetto a norma del decreto legislativo 10 febbraio 2005, n. 30, e successive modificazioni, nonché delle denominazioni di origine riconosciute e protette in Italia e di altri segni distintivi di imprese, beni e servizi concorrenti”*.

A fronte degli elementi illustrati, con riferimento alla richiesta di parere di cui sopra, l'Autorità sottolinea l'idoneità del vigente quadro normativo a contrastare il fenomeno dell'*ambush marketing*. Peraltro, l'introduzione di una ulteriore disciplina in materia, oltre che non necessaria, potrebbe sortire effetti contrari a quelli auspicati, in termini di certezza del diritto – per le evidenti sovrapposizioni con la normativa vigente – e di irragionevole disparità di trattamento tra fattispecie analoghe.

Fermo restando quanto appena evidenziato, qualora il legislatore ritenga di dover comunque adottare una disciplina in materia di *ambush marketing*, l'Autorità intende svolgere le seguenti considerazioni in merito allo schema di disegno di legge oggetto di parere.

Sotto il profilo sostanziale, in considerazione dell'esigenza di definire l'ambito di applicazione della disciplina in esame in rapporto con le discipline di rango europeo di competenza dell'Autorità in materia di concorrenza e di tutela del consumatore, sarebbe opportuno l'inserimento, all'articolo 3 del disegno di legge, di un comma 11 contenente una clausola del seguente tenore: *“Resta impregiudicata l'applicazione da parte dell'Autorità della disciplina in materia di pratiche commerciali scorrette di cui agli articoli 18 e ss. del Codice del Consumo e di pubblicità ingannevole e comparativa illecita contenuta nel D.lgs. n. 145/2007, nonché della normativa a tutela della concorrenza e del mercato”*.

Inoltre, al fine di evitare che la disciplina risulti applicabile anche a episodi dal minimo impatto concorrenziale – e che ben potrebbero essere contrastati con altri strumenti di enforcement – si ritiene necessario circoscrivere la definizione di pubblicizzazione parassitaria a quelle attività finalizzate a ricavare un vantaggio economico o concorrenziale quantomeno *“significativo”* (prevedendo una sorta di *de minimis*).

In quest'ottica, si propone di modificare l'articolo 1, comma 1, del disegno di legge in esame nel senso di stabilire che *“Sono vietate le attività di pubblicizzazione parassitaria (“ambush marketing”) poste in essere in occasione di eventi sportivi, o fieristici di rilevanza nazionale o internazionale, nonché in occasione di eventi dello spettacolo cui partecipano artisti di fama internazionale o nazionale, non autorizzate dai soggetti organizzatori ed aventi la finalità di ricavare un significativo vantaggio economico o concorrenziale”*.

Quanto all'ambito temporale di applicazione si evidenzia che la durata indicata all'articolo 2, comma 1, dello schema di disegno di legge, oltre a determinare una eccessiva restrizione della libertà d'impresa, appare sproporzionata rispetto all'interesse che si intende tutelare dovendo essere piuttosto definita tenendo conto, caso per caso, delle caratteristiche dell'evento.

Sotto il profilo procedurale, al fine di evitare difficoltà interpretative e di coordinamento sarebbe auspicabile richiamare, al terzo comma dell'articolo 3 del disegno di legge, il contenuto dell'articolo 8 del D.lgs. n. 145/2007, anziché introdurre una ulteriore procedura che differisce, almeno in parte, dalle procedure adottate dall'Autorità in applicazione delle suddette discipline. L'attuale testo dell'articolo 3 della bozza, infatti, non prevede la decisione con impegni, né la facoltà per l'Autorità di ordinare al professionista di fornire prova dell'esattezza materiale dei dati di fatto connessi alla condotta.

Quanto al regime sanzionatorio, al fine garantire che la sanzione possa essere graduata dall'Autorità in funzione della gravità dell'illecito, alla luce dei principi di personalità e proporzionalità, sarebbe auspicabile eliminare il minimo edittale attualmente previsto dall'articolo 3 del disegno di legge (pari a 500.000 euro).

Infine, stante l'ampia operatività della disciplina in esame e per garantirne un'immediata ed efficace applicazione, si rappresenta l'esigenza di dotare l'Autorità di ulteriori 20 unità di personale in pianta organica per l'eventuale espletamento dei nuovi compiti ad essa assegnati. Al riguardo, si ricorda che, dal 1° gennaio 2013, l'Autorità non grava sul bilancio dello Stato in quanto, ai sensi del comma 7-ter dell'articolo 10 della legge n. 287/1990, il fabbisogno dell'istituzione viene garantito tramite un contributo a carico delle società di capitale con fatturato superiore a cinquanta milioni di euro.

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

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

AS1663 - COMUNE DI SAN BENEDETTO DEL TRONTO (AP) – GESTIONE DEL SERVIZIO DI ILLUMINAZIONE PUBBLICA

Roma, 20 aprile 2020

Città di San Benedetto del Tronto
Settore Infrastrutture digitali
Servizi al cittadino, innovazione e
valorizzazione del territorio

L’Autorità, nella riunione del 16 aprile 2020, ai sensi dell’art. 22, legge n. 287/1990 ha svolto le seguenti osservazioni sulla questione prospettata dal Comune di San Benedetto del Tronto (AP) quanto ad alcune specifiche modalità di riqualificazione degli impianti e di gestione del servizio di pubblica illuminazione nello stesso Comune.

In particolare, codesto Comune ha chiesto all’Autorità di pronunciarsi sul seguente quesito: “*se, sempre che l’esame analitico del piano-economico finanziario redatto e presentato dall’attuale Concessionario del servizio¹ confermi la sostenibilità dello stesso e la convenienza per la pubblica amministrazione di darvi seguito nei termini richiesti, sia possibile e legittimo perseguire l’interesse pubblico alla riqualificazione degli impianti di pubblica illuminazione [accettando il progetto del Concessionario per lo svolgimento dei relativi lavori e] **concedendo una proroga decennale del contratto di servizio** o non sia invece necessario perseguire altre vie e procedure che non comportino di fatto un rinvio del confronto concorrenziale” (enfasi aggiunta).*

L’Autorità ritiene che, alla luce della necessità di rispettare i principi concorrenziali applicabili alla materia dell’affidamento dei servizi pubblici locali, categoria in cui rientra il servizio interessato di illuminazione pubblica comunale, la scelta amministrativa prospettata da codesto Comune non risulti percorribile.

L’Autorità osserva, infatti, che dalla sottoscrizione dell’accordo proposto dal Gestore conseguirebbe in favore di quest’ultimo, in deroga alla regola dell’evidenza pubblica, non solo un affidamento diretto di interventi di riqualificazione della rete di illuminazione pubblica comunale non già previsti nel Capitolato Speciale Tecnico e nel contratto attualmente in essere ma, soprattutto, una *prorogatio de facto* della gestione dell’intero servizio. Proroga accordata, peraltro, con molto anticipo rispetto alla prevista scadenza (sette anni prima), sottraendo quindi l’affidamento del servizio a qualsiasi

¹ L’attuale gestore del servizio è stato individuato a seguito di gara, indetta nel 2010 ai sensi dell’art. 55, del D.lgs. n.°163/2006, vigente *ratione temporis*) e per la durata di quindici anni (il relativo contratto scade ad aprile 2027).

confronto competitivo e inibendo, altresì, all'Amministrazione l'eventuale attivazione della corrispondente Convenzione CONSIP.

In senso contrario a quanto argomentato, non può valere il richiamo formulato dal Gestore alla possibilità di proroga prevista dall'art. 143, comma 8, del D.lgs. n. 163/2006 (vigente *ratione temporis*) che impone, nel solo caso delle concessioni di lavori, la revisione "*anche tramite la proroga del termine di scadenza della concessione*", del piano economico finanziario quando il suo equilibrio economico sia stato alterato da accadimenti successivi alla stipula del contratto di concessione.

Ed invero l'art. 143, comma 8, D.lgs. n. 163/2006 non è applicabile al caso di specie, non essendo il rapporto in essere tra il Comune e il Gestore del servizio di illuminazione pubblica riconducibile alla categoria della concessione di lavori, né per il suo oggetto, né per la sua natura, trattandosi viceversa di un appalto di servizi. Infatti, oggetto principale dell'affidamento è il servizio di gestione dell'illuminazione pubblica e semaforica comunale rispetto al quale le attività connesse alla manutenzione sono a questo strumentali. Inoltre, la controprestazione per il gestore è il corrispettivo che riceve dal Comune sotto forma di canone e non già gli utili conseguibili dallo sfruttamento economico della gestione del servizio.

L'Autorità, in conclusione, ritiene che per il perseguimento dell'interesse pubblico alla riqualificazione della rete di illuminazione pubblica sia necessario assumere iniziative diverse dall'accordo prefigurato che, segnatamente, non implicino né affidamenti diretti degli ulteriori interventi - peraltro in violazione delle stesse previsioni della *lex specialis* e del contratto di concessione - né comportino, di fatto, un rinvio del confronto concorrenziale relativamente all'affidamento del servizio di illuminazione pubblica comunale nel suo insieme, il quale è già caratterizzato per una durata particolarmente lunga, se confrontata con quella di regola prevista dalle corrispondenti Convenzioni CONSIP succedutesi nel tempo.

L'Autorità ricorda, infine, la possibilità di esercitare i poteri di cui all'art. 21-*bis*, della legge n. 287/1990 "*contro gli atti amministrativi generali, i regolamenti e i provvedimenti di qualsiasi amministrazione pubblica che violino le norme a tutela della concorrenza e del mercato*".

Il presente parere sarà pubblicato sul Bollettino di cui all'articolo 26 della legge n. 287/1990, salvo che non vengano rappresentate, entro trenta giorni dalla ricezione della presente comunicazione, eventuali ragioni ostantive alla pubblicazione.

per IL PRESIDENTE
il Componente anziano
Gabriella Muscolo

AS1664 –CONVENZIONI CORIPET - GESTIONE DEI RIFIUTI IN PET

Roma, 23 aprile 2020

Città Metropolitana Torino

Con riferimento alla richiesta di parere di Codesto Ente locale relativa alla possibilità, a valle dell'adozione del provvedimento cautelare n. 27961, deliberato dall'Autorità il 29 ottobre 2019, per i «*Consorzi di Bacino del territorio della provincia di Torino o [a]i loro delegati*» oltre al convenzionamento con CORIPET «*di collocare sul mercato, previa separazione dei flussi, la frazione di contenitori per liquidi in PET, essendo stato eliminato l'obbligo del cosiddetto «tutto o niente» contenuto nell'Allegato Tecnico Plastica all'Accordo ANCI-CONAI nonché, più in particolare, «se sia consentito per l'intera quantità di contenitori per liquidi in PET intercettati nella raccolta differenziata del circuito pubblico, il convenzionamento esclusivo con CORIPET» da parte dei Consorzi di Bacino del territorio della provincia di Torino, l'Autorità, nella riunione del 22 aprile 2020, ha inteso formulare le seguenti osservazioni ai sensi dell'articolo 22 della legge n. 287/90.*

Occorre preliminarmente ricordare che, con il citato provvedimento cautelare del 29 ottobre scorso, l'Autorità ha imposto a COREPLA di «*[...] modificare i contratti stipulati con ANCI e/o con i convenzionati, inserendo nel secondo paragrafo dell'art. 3 dell'Allegato tecnico imballaggi in plastica – Accordo ANCI-COREPLA, dopo le parole «rifiuti di imballaggio in plastica di competenza di COREPLA» la precisazione «(fatta dunque eccezione per tutti i rifiuti di imballaggi in plastica di competenza di sistemi autonomi riconosciuti ancorché in via provvisoria)»*».

In tal modo, l'Autorità ha inteso imporre a COREPLA di modificare la condotta che, nel pretendere l'applicabilità della clausola di esclusiva (cd. «*tutto o niente*») contenuta negli accordi summenzionati anche successivamente al riconoscimento provvisorio ad aprile 2018 del consorzio CORIPET, impediva a quest'ultimo di operare, inibendogli l'acquisizione, ai fini della successiva gestione, della quota parte dei rifiuti da imballaggi in PET raccolti tramite la RDU (raccolta differenziata urbana), riconducibili ai prodotti immessi al consumo dai propri consorziati, negando quindi al nuovo entrante il diritto a subentrare nella gestione dei materiali di propria spettanza perfino dopo che, a partire dal gennaio 2019, i suoi consorziati avevano cessato di corrispondere a CONAI il contributo ambientale, iniziando a versarlo al nuovo consorzio cui avevano aderito.

Sotto tale profilo, quindi, il provvedimento cautelare dell'Autorità esibisce una portata specifica, limitandosi ad affermare l'inapplicabilità della cd. clausola «*tutto o niente*» contenuta nell'Allegato Tecnico ANCI/COREPLA ai rifiuti di imballaggi in plastica di competenza di altri sistemi autonomi riconosciuti ancorché in via provvisoria; ciò in quanto la specifica misura contenuta nel provvedimento è finalizzata esclusivamente a riconoscere che parte dei volumi, già oggetto degli

esistenti accordi tra ANCI e COREPLA, dopo il riconoscimento di CORIPET (e a maggior ragione successivamente alla sospensione del pagamento del CAC da parte dei suoi aderenti) non rientra più nel perimetro dei volumi di rifiuti che il COREPLA ha titolarità a gestire, risultando invece nella disponibilità di CORIPET (per la parte riconducibile all'immesso al consumo dei suoi consorziati) per essere da questo gestita. Il provvedimento considera altresì che tale circostanza varrà *pro futuro* per eventuali ulteriori sistemi autonomi che dovessero essere riconosciuti nel periodo di applicazione dell'Allegato Tecnico ANCI/COREPLA.

Tanto premesso, è evidente che la misura cautelare in questione nulla dispone in relazione ai volumi di rifiuti in PET riconducibili all'immesso al consumo dei consorziati COREPLA (ossia tutta la restante parte rispetto a quella spettante a CORIPET) sui quali vige la competenza dei convenzionati (in termini di disponibilità del materiale raccolto) e del consorzio di filiera (nei limiti di quanto pattuito con i primi) e si applicano, allo stato, le clausole concordate da COREPLA con ANCI e con i convenzionati per il quinquennio 2015-2019 (in regime di proroga).

Più in generale, l'Autorità osserva che gli stessi principi di funzionamento dei sistemi di *compliance* all'EPR (*Extended Producer Responsibility*) non contemplano la possibilità per i gestori della raccolta di conferire a un consorzio i rifiuti da RDU imputabili ai consorziati di un diverso consorzio; ciò in quanto per ciascun consorzio la quota di immesso al consumo dei propri aderenti rappresenta il limite massimo di materiale che detto consorzio può essere chiamato a gestire in regime convenzionale, ossia avvalendosi dei contributi ambientali versati dai produttori associati (su cui grava l'EPR). L'obbligo di *compliance* all'EPR pone in capo ai produttori (*ex art. 221 del D. Lgs. n. 152/06, cd. Testo Unico dell'Ambiente o TUA*) la scelta del consorzio cui aderire (cui versare il contributo ambientale), al quale soltanto, quindi, il gestore può cedere in regime di convenzionamento la RDU per la quota parte di sua spettanza, calcolata sulla base della quota percentuale dell'immesso al consumo dei consorziati rispettivi sul totale.

In altre parole il gestore della raccolta, ove decida di finanziare il maggior onere della raccolta differenziata mediante convenzionamento con consorzi di assolvimento degli obblighi di EPR, non può decidere di conferire in regime convenzionale a un consorzio la quota di rifiuti attribuibile ad un altro, perché il primo non sarebbe legittimato a effettuare la gestione di materiali non riconducibili ai propri consorziati.

A ciò si aggiunga, peraltro, che le condizioni economiche di convenzionamento di ogni consorzio con le gestioni locali (e, a monte, con ANCI nella definizione dell'accordo quadro) tengono conto del contributo ambientale versato dai produttori consorziati. Le medesime condizioni economiche (a meno di non operare una gestione in perdita), quindi, non potrebbero essere offerte per i volumi imputabili ai produttori non consorziati in assenza del contributo economico da parte di questi ultimi. In definitiva, le condizioni economiche convenzionalmente pattuite con ANCI/convenzionati e garantite dal finanziamento dei produttori consorziati sono applicabili per ogni consorzio solo sulla quota parte di rifiuti riconducibili ai propri consorziati.

Per altro verso, come sottolinea codesto Comune, in base al "*principio di sussidiarietà*" dei sistemi consortili, che da sempre ha caratterizzato i rapporti tra il sistema di filiera (CONAI/COREPLA) e ANCI/convenzionati, il gestore della raccolta urbana non è obbligato ad aderire al sistema consortile. Il gestore può infatti scegliere, in alternativa, di sostenere "*in proprio*" i costi di raccolta, selezione e organizzazione delle aste e di incassare il ricavato dalla vendita dei materiali, rinunciando al corrispettivo per i maggiori costi della raccolta differenziata che i consorzi, attingendo ai

finanziamenti derivanti dai contributi pagati dai loro associati, sono tenuti a versare a fronte della consegna dei materiali¹.

In questo contesto, va però osservato che l'ampiezza della gestione in proprio della RDU della plastica può essere condizionata anche dagli accordi raggiunti tra ANCI/convenzionati e i consorzi esistenti tenuti a ritirare i rifiuti raccolti (perché riconducibili ai propri consorziati) versando il corrispettivo previsto dal TUA. In particolare ad oggi, come visto, per quanto riguarda i rifiuti riconducibili ai consorziati COREPLA, sulla base dell'accordo ANCI/COREPLA e dei contratti COREPLA/convenzionati, ai gestori/Comuni è riconosciuta esclusivamente l'opzione tra aderire al convenzionamento, conferendo a COREPLA l'intera raccolta urbana della plastica che non sia di competenza di consorzi diversi da COREPLA, o non aderire al convenzionamento e, quindi, gestire in autonomia la totalità della raccolta urbana non riferibile a consorzi diversi da COREPLA.

In conclusione, nel rispondere ai quesiti formulati da codesto Ente locale, l'Autorità precisa, in primo luogo, che la portata del provvedimento cautelare adottato il 29 ottobre 2019, in quanto circoscritta a consentire l'accesso al mercato dell'avvio a riciclo e recupero dei rifiuti in plastica da parte di sistemi autonomi che abbiano ottenuto il riconoscimento ministeriale all'operatività, anche soltanto in via provvisoria (come ne caso di CORIPET), non si estende all'eliminazione *tout court* della clausola cd. "tutto o niente" contenuta nell'Accordo Quadro ANCI/COREPLA che, allo stato, risulta tuttora vigente con riguardo ai rifiuti di spettanza di COREPLA.

In secondo luogo, l'Autorità osserva che ogni consorzio di avvio a riciclo e recupero dei rifiuti da imballaggio, in adempimento agli obblighi di *EPR* gravanti sui produttori aderenti (art. 221 del TUA), risulta legittimato a gestire, in regime convenzionale, i *sol*i volumi dei propri consorziati, in ragione dell'incarico e dei contributi dagli stessi ricevuti, e che dal rispetto di detto principio discendono alcuni vincoli alle scelte dei gestori in materia di convenzionamento con gli stessi consorzi.

In terzo luogo, l'Autorità osserva che, fatta salva la possibilità per ciascun gestore di scegliere tra il conferimento in regime convenzionale (alle condizioni e nei limiti contrattualmente pattuiti) al consorzio cui i rifiuti sono riconducibili e la gestione in proprio dei rifiuti raccolti, rinunciando al corrispettivo per i maggiori oneri della raccolta differenziata, la corretta delimitazione dell'ampiezza di questa seconda opzione può essere condizionata, come appare nel caso di specie con riferimento ai rifiuti di spettanza dei consorziati COREPLA, dagli accordi contrattuali assunti con il sistema consortile.

¹ Alle gestioni locali è riconosciuto un corrispettivo per i maggiori costi della RDU commisurato alla quantità e qualità dei rifiuti conferiti. Cfr. Art. 221, co. 2 del Testo Unico Ambientale (D.lgs. n. 152/06): "[...] il corrispettivo per i maggiori oneri relativi alla raccolta differenziata dei rifiuti di imballaggio conferiti al servizio pubblico per i quali l'Autorità d'ambito richiede al Consorzio nazionale imballaggi o per esso ai soggetti di cui al comma 3 di procedere al ritiro".

Il presente parere sarà pubblicato sul Bollettino di cui all'articolo 26 della legge n. 287/90, salvo che vengano rappresentate, entro 30 giorni dal ricevimento della presente comunicazione, eventuali ragioni ostative alla pubblicazione, precisandone i motivi.

per IL PRESIDENTE
il Componente anziano
Gabriella Muscolo

AS1665 - MISURE ALTERNATIVE AL RIMBORSO IN CASO DI ANNULLAMENTO DI PACCHETTI TURISTICI CAUSA EMERGENZA COVID 19

Roma, 28 maggio 2020

Presidente del Senato della Repubblica
Presidente della Camera dei Deputati
Presidente del Consiglio dei Ministri

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella propria riunione del 27 maggio 2020, ha inteso formulare le osservazioni che seguono in merito alle criticità della disciplina d'emergenza di cui all'art. 88-*bis* del decreto legge 17 marzo 2020, n. 18, convertito con modifiche dall'art. 1, comma 1, della legge 24 aprile 2020, n. 27.

1. Le norme straordinarie in materia di rimborso di titoli di viaggio e pacchetti turistici

Il decreto legge del 2 marzo 2020, n. 9, emanato in ragione della necessità, tra l'altro, di contenere gli effetti negativi che l'emergenza epidemiologica da Covid 19 “*sul tessuto socio-economico nazionale*”, prevedeva all'art. 28 disposizioni straordinarie in materia di rimborso dei titoli di viaggio e di pacchetti turistici, individuando le situazioni di sopravvenuta impossibilità della prestazione ai sensi e per gli effetti dell'art. 1463 del Codice civile. Con specifico riferimento ai titoli di viaggio e ai pacchetti turistici era anche previsto che l'organizzatore potesse offrire al viaggiatore che esercitava il diritto di recesso, in alternativa al rimborso, un *voucher* da utilizzare entro un anno dalla sua emissione.

L'articolo 1, comma 2, della legge 24 aprile 2020, n. 27, ha abrogato il citato decreto legge n. 9/2020, facendone salvi gli effetti prodotti e i rapporti giuridici sorti. La medesima legge ha introdotto nel corpo del decreto legge n. 18 del 2020 l'art. 88-*bis*, rubricato “*Rimborso di titoli di viaggio, di soggiorno e di pacchetti turistici*”, che ribadisce e dettaglia le previsioni del predetto art. 28, esplicitando la possibilità di emettere un *voucher* in luogo del rimborso anche per il caso in cui sia il vettore o l'organizzatore di pacchetti turistici a recedere dal contratto.

In particolare, il predetto articolo art. 88-*bis*, in vigore dal 30 aprile 2020, afferma che “*Ai sensi e per gli effetti dell'articolo 1463 del codice civile, ricorre la sopravvenuta impossibilità della prestazione dovuta in relazione ai contratti di trasporto aereo, ferroviario, marittimo, nelle acque interne o terrestre, ai contratti di soggiorno e ai contratti di pacchetto turistico*” stipulati da soggetti impossibilitati a viaggiare per i motivi collegati all'emergenza sanitaria, ivi dettagliati (comma 1).

Per quanto attiene ai titoli di viaggio, nei confronti dei soggetti che comunicano il ricorrere dei casi di cui al comma 1 (sopravvenuta impossibilità della fruizione della prestazione acquistata), il Vettore

procede al rimborso del corrispettivo versato “ovvero all'emissione di un voucher di pari importo da utilizzare entro un anno” (comma 2).

I medesimi soggetti, per quanto attiene ai pacchetti turistici, “possono esercitare, ai sensi dell'articolo 41 del codice di cui al decreto legislativo 23 maggio 2011, n. 79, il diritto di recesso dai contratti di pacchetto turistico [...]. In tali casi l'organizzatore, in alternativa al rimborso previsto dall'articolo 41, commi 4 e 6, del codice di cui al decreto legislativo 23 maggio 2011, n. 79, può offrire al viaggiatore un pacchetto sostitutivo di qualità equivalente o superiore o inferiore con restituzione della differenza di prezzo oppure può procedere al rimborso o, altrimenti, può emettere, anche per il tramite dell'agenzia venditrice, un voucher, da utilizzare entro un anno dalla sua emissione, di importo pari al rimborso spettante. In deroga all'articolo 41, comma 6, del decreto legislativo 23 maggio 2011, n. 79, il rimborso è corrisposto e il voucher è emesso appena ricevuti i rimborsi o i voucher dai singoli fornitori di servizi e comunque non oltre sessanta giorni dalla data prevista di inizio del viaggio” (comma 6).

Come sopra anticipato, è disciplinata l'ipotesi in cui il diritto di recesso sia esercitato dal Vettore “quando le prestazioni non possono essere eseguite in ragione di provvedimenti adottati dalle autorità nazionali, internazionali o di Stati esteri, a causa dell'emergenza epidemiologica da COVID-19. In tali casi, il vettore ne dà tempestiva comunicazione all'acquirente e, entro i successivi trenta giorni, procede al rimborso del corrispettivo versato per il titolo di viaggio oppure all'emissione di un voucher di pari importo da utilizzare entro un anno dall'emissione” (comma 4).

Il successivo comma 7 disciplina espressamente anche il caso in cui sia il *tour operator* a cancellare il viaggio, prevedendo che “Gli organizzatori di pacchetti turistici possono esercitare, ai sensi dell'articolo 41, comma 5, lettera b), del codice di cui al decreto legislativo 23 maggio 2011, n. 79, il diritto di recesso dai contratti stipulati con i soggetti di cui al comma 1, dai contratti di pacchetto turistico aventi come destinazione Stati esteri ove sia impedito o vietato lo sbarco, l'approdo o l'arrivo in ragione dell'emergenza epidemiologica da COVID-19, e comunque quando l'esecuzione del contratto è impedita, in tutto o in parte, da provvedimenti adottati a causa di tale emergenza dalle autorità nazionali, internazionali o di Stati esteri. In tali casi l'organizzatore, in alternativa al rimborso previsto dall'articolo 41, commi 5 e 6, del decreto legislativo 23 maggio 2011, n. 79, può offrire al viaggiatore un pacchetto sostitutivo di qualità equivalente o superiore o inferiore con restituzione della differenza di prezzo oppure può procedere al rimborso o, altrimenti, può emettere, anche per il tramite dell'agenzia venditrice, un voucher, da utilizzare entro un anno dalla sua emissione, di importo pari al rimborso spettante. In deroga all'articolo 41, comma 6, del decreto legislativo 23 maggio 2011, n. 79, il rimborso è corrisposto e il voucher è emesso appena ricevuti i rimborsi o i voucher dai singoli fornitori di servizi e comunque non oltre sessanta giorni dalla data prevista di inizio del viaggio”.

È inoltre previsto che le predette disposizioni si applicano anche nel caso in cui “il titolo di viaggio o il soggiorno o il pacchetto turistico siano stati acquistati o prenotati per il tramite di un'agenzia di viaggio o di un portale di prenotazione, anche in deroga alle condizioni pattuite” (comma 10).

Il comma 11 estende la portata della deroga anche al di fuori dei casi previsti dai commi da 1 a 7, stabilendo che “per tutti i rapporti inerenti ai contratti di cui al presente articolo e instaurati con effetto dall'11 marzo 2020 al 30 settembre 2020 nell'intero territorio nazionale, anche per le prestazioni da rendere all'estero e per le prestazioni in favore di contraenti provenienti dall'estero, quando le prestazioni non siano rese a causa degli effetti derivanti dallo stato di emergenza

epidemiologica da COVID-19, la controprestazione già ricevuta può essere restituita mediante un voucher di pari importo valido per un anno dall'emissione”.

Il legislatore ha infine previsto che il voucher emesso dal professionista “*assolve i correlativi obblighi di rimborso e non richiede alcuna forma di accettazione da parte del destinatario*” (comma 12).

2. La disciplina eurounitaria e la posizione della Commissione Europea in materia di rimborsi e voucher

Le norme straordinarie introdotte in materia di rimborsi di titoli di viaggio, di soggiorno e di pacchetti turistici contengono disposizioni in deroga alla normativa eurounitaria.

In particolare, l'art. 41 del decreto legislativo 23 maggio 2011, n. 79 (Codice del Turismo), che recepisce nell'ordinamento interno l'articolo 12 della Direttiva (UE) 2015/2302¹, di armonizzazione massima, in materia di pacchetti turistici, prevede che “*in caso di circostanze inevitabili e straordinarie verificatesi nel luogo di destinazione o nelle sue immediate vicinanze e che hanno un'incidenza sostanziale sull'esecuzione del pacchetto o sul trasporto di passeggeri verso la destinazione, il viaggiatore ha diritto di recedere dal contratto, (...) e al rimborso integrale dei pagamenti effettuati per il pacchetto*” (comma 4). Il comma 5 stabilisce che “*L'organizzatore può recedere dal contratto di pacchetto turistico e offrire il rimborso integrale dei pagamenti effettuati per il pacchetto*”, ma non è tenuto ad un indennizzo supplementare se non è in grado di eseguire il pacchetto in ragione di circostanze inevitabili e straordinarie.

Parimenti, a tutela dei consumatori nei vari settori del trasporto passeggeri (aereo, ferroviario, marittimo, stradale) sono stati emanati Regolamenti Comunitari che disciplinano i diritti dei viaggiatori in caso di cancellazione del viaggio²; in tale caso, è previsto che il professionista debba garantire ai passeggeri la scelta immediata tra il rimborso in denaro o modalità alternative per la restituzione del costo integrale del biglietto, incluso un *buono* sostitutivo. È ivi sempre precisato che il rimborso mediante buono è possibile, tuttavia, solo se il passeggero accetta³.

Il 13 maggio 2020 la Commissione ha pubblicato una Raccomandazione “*relativa ai buoni offerti a passeggeri e viaggiatori come alternativa al rimborso per pacchetti turistici e servizi di trasporto annullati nel contesto della pandemia di Covid-19*”⁴.

¹ Direttiva (UE) 2015/2302 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 novembre 2015, relativa ai pacchetti turistici e ai servizi turistici collegati.

² Regolamento (CE) n. 261/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 febbraio 2004, *che istituisce regole comuni in materia di compensazione ed assistenza ai passeggeri in caso di negato imbarco, di cancellazione del volo o di ritardo prolungato e che abroga il regolamento (CEE) n. 295/91*; Regolamento (CE) n. 1371/2007 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 23 ottobre 2007, *relativo ai diritti e agli obblighi dei passeggeri nel trasporto ferroviario*; Regolamento (UE) n. 1177/2010 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 24 novembre 2010, *relativo ai diritti dei passeggeri che viaggiano via mare e per vie navigabili interne e che modifica il regolamento (CE) n. 2006/2004*; Regolamento (UE) n. 181/2011 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 16 febbraio 2011, *relativo ai diritti dei passeggeri nel trasporto effettuato con autobus e che modifica il regolamento (CE) n. 2006/2004*.

³ Articolo 7, paragrafo 3, del regolamento (CE) n. 261/2004; articolo 16, paragrafo 1, lettera a), e art. 17, paragrafo 2, del regolamento (CE) n. 1371/2007; articolo 18, paragrafo 1, lettera b) e paragrafo 3, del regolamento (UE) n. 1177/2010; articolo 19, paragrafo 1, lett. b) e paragrafo 5, del regolamento (UE) n. 181/2011.

⁴ Disponibile sul sito https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2020.151.01.0010.01.ITA&toc=OJ:L:2020:151:TOC

In tale documento la Commissione, dopo aver rappresentato le gravi perdite del settore dei viaggi e del turismo derivanti dal fatto che le richieste di rimborso presentate dai viaggiatori a causa delle cancellazioni superano di gran lunga il livello delle nuove prenotazioni, ribadisce il diritto dei viaggiatori – come sancito sia dai predetti Regolamenti dell’Unione sia dalla Direttiva (UE) 2015/2302 - di ottenere il rimborso integrale dei pagamenti effettuati per le prestazioni annullate “*a causa di circostanze inevitabili e straordinarie*”. La Commissione specifica, inoltre, che “*In tale contesto, l’organizzatore può offrire al viaggiatore un rimborso sotto forma di buono. Tale possibilità non priva tuttavia i viaggiatori del diritto al rimborso in denaro*”⁵.

Nel riaffermare il principio del diritto al rimborso per il consumatore, la Commissione non manca tuttavia di evidenziare che qualora gli organizzatori o i vettori diventassero insolventi, vi è il rischio che molti viaggiatori e passeggeri non ricevano alcun rimborso, in quanto i loro crediti nei confronti degli organizzatori e dei vettori non sono tutelati⁶. Analogo problema sorge anche nei rapporti tra imprese, nel caso in cui gli organizzatori ricevano un buono per i servizi prepagati dai vettori, che successivamente potrebbero diventare insolventi. In tale contesto, la Commissione sottolinea che “*Rendere i buoni più attraenti, come alternativa al rimborso in denaro, ne aumenterebbe l’accettazione da parte dei passeggeri e dei viaggiatori. Ciò contribuirebbe ad attenuare i problemi di liquidità dei vettori e degli organizzatori e potrebbe portare in ultima analisi a una migliore tutela degli interessi dei passeggeri e dei viaggiatori*”⁷. La Commissione precisa, altresì, che “*A tal fine, occorre prevedere una protezione per i buoni in caso di insolvenza del vettore o dell’organizzatore. Tale protezione può essere istituita dal settore privato o da quello pubblico, e deve essere sufficientemente efficace e solida*”⁸.

Inoltre, la Commissione individua una serie di caratteristiche che i buoni emessi dovrebbero avere, tra le quali un periodo di validità minimo di dodici mesi, la possibilità di effettuare il viaggio anche successivamente alla scadenza se la prenotazione è stata effettuata nel periodo di validità, una disciplina dei rimborsi in caso di mancato utilizzo, la possibilità di utilizzare il voucher per tutti i servizi di trasporto o pacchetto turistico offerti dal professionista, la trasferibilità a terzi, la possibilità di prenotare un pacchetto equivalente senza aggravati economici.

3. Conclusioni

Il decreto legge 17 marzo 2020, n. 18, convertito con modifiche dall’art. 1, comma 1 della legge 24 aprile 2020, n. 27, all’art. 88-*bis* introduce un elenco dettagliato delle circostanze eccezionali e situazioni soggettive collegate al Covid-19 che consentono l’esercizio del diritto di recesso del consumatore e del Vettore/Organizzatore dai contratti di viaggio/pacchetto turistico per impossibilità sopravvenuta, prevedendo anche l’emissione di un *voucher* o di un pacchetto sostitutivo in alternativa al rimborso, senza la necessità di un’apposita accettazione da parte del consumatore.

Tale disciplina si pone in contrasto con la disciplina eurounitaria vigente e con la posizione assunta dalla Commissione europea.

⁵ Cfr Considerando n. 8 e n. 9 della Raccomandazione.

⁶ Cfr. Considerando n. 14 della Raccomandazione.

⁷ Cfr. Considerando n. 15 della Raccomandazione.

⁸ Cfr. Considerando n. 16 della Raccomandazione.

E invero, la Direttiva (EU) 2015/2302 in materia di pacchetti turistici prevede, in caso di cancellazioni per circostanze inevitabili e straordinarie, il diritto del consumatore ad ottenere il rimborso di quanto pagato. Tale disciplina è stata integralmente trasfusa nel decreto legislativo 23 maggio 2011, n. 79 (Codice del Turismo) e, segnatamente, nell'art. 41 dello stesso Codice. Il regime di armonizzazione massima che caratterizza la predetta Direttiva preclude agli Stati membri non solo di mantenere, ma anche di adottare disposizioni divergenti.

Parimenti, i Regolamenti dell'Unione europea che, a tutela dei passeggeri, in caso di cancellazione del trasporto da parte del Vettore stabiliscono espressamente il diritto del consumatore ad esercitare una scelta immediata tra rimborso in denaro del costo del biglietto o modalità alternative e l'eventuale corresponsione del *voucher* è assoggettata a espressa accettazione da parte del passeggero. Pertanto, l'art. 88-*bis* sembra porsi in contrasto con la Direttiva (UE) n. 2015/2302 e con l'esigenza di armonizzazione massima voluta dal legislatore europeo, nella misura in cui priva il consumatore del diritto ad ottenere il rimborso in deroga a quanto previsto dall'art. 41 del Codice del Turismo. Analogamente, la citata norma nazionale non appare in linea con le prescrizioni a tutela dei diritti dei passeggeri in caso di cancellazione dei servizi di trasporto contenute nei Regolamenti comunitari di applicazione diretta. Soprattutto, vengono negate le garanzie spettanti ai viaggiatori in merito all'immediato diritto di scelta tra il rimborso in denaro e la corresponsione di un *voucher* sostitutivo.

Nella propria raccomandazione, anche la Commissione ha ribadito che la direttiva (UE) n. 2015/2302, nel disciplinare la possibilità per consumatori e per il *tour operator* di cancellare il viaggio, garantisce ai consumatori il diritto ad ottenere il rimborso in denaro di quanto pagato. Pertanto, secondo la Commissione, in tali ipotesi, il professionista può offrire un buono, “*a condizione che i viaggiatori non siano privati del diritto al rimborso in denaro*”⁹.

Analogha soluzione viene ribadita anche con riferimento ai regolamenti (CE) n. 261/20046, (CE) n. 1371/20077, (UE) n. 1177/20108 e (UE) n. 181/20119 del Parlamento europeo e del Consiglio che stabiliscono i diritti dei passeggeri in caso di cancellazioni. In base alla legislazione europea, in caso di cancellazione da parte del vettore, questo deve offrire ai passeggeri la possibilità di scegliere tra rimborso e trasporto alternativo. Tuttavia, poiché il trasporto alternativo è difficilmente applicabile nelle circostanze attuali, la scelta di fatto è principalmente tra le varie possibilità di rimborso, potendo lo stesso essere effettuato in denaro o sotto forma di buono. Anche in tal caso la Commissione fa presente che “*Il rimborso mediante buono è possibile tuttavia solo se il passeggero accetta*”¹⁰.

La Commissione, tuttavia, ha altresì rilevato l'esigenza di tenere presente l'esistenza di un problema di liquidità, poiché, qualora gli organizzatori o i vettori diventassero insolventi, vi è il rischio che molti viaggiatori e passeggeri non ricevano alcun rimborso, in quanto i loro crediti nei confronti degli organizzatori e dei vettori non sono tutelati. Lo stesso problema, in effetti, può sorgere anche nel rapporto tra imprese, in cui gli organizzatori ricevono per i servizi prepagati un buono come rimborso dai vettori, che successivamente potrebbero diventare insolventi.

A tal fine, la Commissione individua le caratteristiche raccomandate per i buoni, affinché questi possano essere considerati da parte dei passeggeri e dei viaggiatori come una valida e affidabile

⁹ Cfr. Considerando 9 e 10 della Raccomandazione citata.

¹⁰ Cfr. Considerando 8 della Raccomandazione citata.

alternativa al rimborso in denaro. Ciò, secondo la Commissione, “*contribuirebbe ad attenuare i problemi di liquidità dei vettori e degli organizzatori e potrebbe portare in ultima analisi a una migliore tutela degli interessi dei passeggeri e dei viaggiatori*” (cfr. considerando n. 15). A tal fine, la Commissione fa presente che, oltre a dover essere prevista una copertura assicurativa dei *voucher* per il possibile fallimento del *tour operator* o del vettore, i buoni dovrebbero presentare determinate caratteristiche, tra cui il diritto del consumatore al rimborso in denaro se alla scadenza del *voucher* non avrà usufruito dello stesso.

Alla luce di quanto sopra esposto, si evidenzia la necessità di adeguare l’art. 88-*bis* del decreto legge n. 18/2020 alle disposizioni eurounitarie sopra richiamate.

In tal senso, in un’ottica di contemperamento tra i diritti dei consumatori e l’esigenza di far fronte alla situazione di crisi di liquidità in cui versano molti professionisti del settore, i *voucher* potrebbero essere accompagnati da garanzie e strumenti volti a renderli più appetibili e affidabili per i consumatori, quale, ad esempio, la possibilità riconosciuta a questi ultimi di chiedere il rimborso del *voucher* laddove non intendano usufruirne entro il termine annuale dall’emissione del buono stesso. Dovrebbe altresì essere previsto che il rimborso avvenga senza ritardo e, comunque, entro il termine di 14 giorni dalla richiesta del consumatore.

Si suggerisce, inoltre, in linea con quanto indicato dalla Commissione nelle sue Raccomandazioni, che, per ridurre l’incentivo dei consumatori a chiedere il rimborso, siano previste forme di garanzia pubbliche che mettano i consumatori detentori dei *voucher* al riparo dalle conseguenze negative cui andrebbero incontro in caso di insolvenza dei professionisti, in modo da assicurare loro che, al termine della validità del *voucher*, potranno ottenere con certezza il rimborso di quanto a suo tempo versato.

In conclusione, sulla base delle considerazioni fin qui svolte, si ritiene che la novella introdotta dall’art. 88-*bis* del decreto legge n. 18 del 2020, il cui contrasto con le disposizioni eurounitarie precedentemente richiamate appare indiscutibile, si presti difficilmente ad interpretazioni costituzionalmente e comunitariamente orientate. Pertanto, si rappresenta che, a fronte del permanere del decritto contrasto, in presenza di condotte in cui al consumatore viene negato il diritto al rimborso e offerto unicamente il *voucher*, l’Autorità, nell’esercizio dei compiti ad essa spettanti a tutela dei diritti dei consumatori, interverrà per assicurare la corretta applicazione della normativa di fonte comunitaria disapplicando la normativa nazionale con essa contrastante.

per IL PRESIDENTE
il Componente anziano
Gabriella Muscolo

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

PS11752 - VOVA-VENDITA ON LINE PRODOTTI EMERGENZA SANITARIA

Provvedimento n. 28247

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 20 maggio 2020;

SENTITO il Relatore Prof. Michele Ainis;

VISTA la Parte II, Titolo III, e la parte III, 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 n. 25411 del 1° aprile 2015;

VISTI gli atti del procedimento;

VISTA la comunicazione di avvio del procedimento PS11752 del 27 aprile 2020, volto a verificare l'esistenza di pratiche commerciali scorrette, il mancato rispetto di specifici obblighi informativi nei contratti a distanza nonché della disciplina in tema di garanzia legale di conformità e del diritto di recesso, in violazione degli articoli 20, 21, comma 1, lettera *b*) e comma 3, 23, comma 1, lettera *s*), 25, comma 1, lettera *c*) e 49, comma 1, lettere *b*), *c*), *h*) e *n*), 52 e 54 del Codice del Consumo, posti in essere dalla società ZC (FR) Limited attraverso il sito *web vova.com/it*;

CONSIDERATO quanto segue:

I. FATTO

1. Sulla base delle informazioni acquisite d'ufficio nei giorni 22 e 23 aprile 2020¹, è emerso che taluni comportamenti realizzati dalla società ZC (FR) Limited, responsabile della piattaforma *online www.vova.com/it*, potrebbero integrare fattispecie rilevanti ai sensi del Codice del Consumo.

2. I comportamenti oggetto di contestazione come “*pratiche commerciali*” consistono nelle attività di promozione e vendita di prodotti per la prevenzione del contagio dal *Virus SARS-CoV-2 (Coronavirus, Covid-19)*, svolte da venditori terzi sulla piattaforma riconducibile alla società ZC (FR) Limited (di seguito, anche, VOVA o Professionista), attraverso il sito *web vova.com/it* (in seguito, anche solo “il Sito”).

3. In particolare, impostando come parametro di ricerca la parola chiave “*corona virus*” o il sinonimo tecnico “*COVID-19*” o ancora la locuzione “*coronavirus test kit*”, è risultato che il Professionista diffonde comunicazioni pubblicitarie che invitano:

i) all'acquisto *online* di mascherine chirurgiche e dispositivi di protezione individuale (in particolare, mascherine di categoria FFP2, FFP3, KN95) ai quali sono associati, anche attraverso l'utilizzo di immagini, chiari riferimenti alle loro presunte proprietà di prevenzione e contrasto al

¹ Cfr. verbale di acquisizione agli atti del 23 aprile 2020.

coronavirus (ad. es. *Coronavirus Flu Mask, Mask Antivirus, Virus Goodbye MASKS*, ecc.) e, in alcuni casi, vengono descritte caratteristiche qualitative e tecniche dei prodotti che, verosimilmente, sono prive delle certificazioni vantate oppure è omessa l'indicazione delle certificazioni prescritte che appaiono non supportare i *claims* pubblicitari (ad. es. “*2/6pcs KN95 Soft Face Mouth Mask Corona virus Respiratore medico KN95 N95 PM2.5 Maschere chirurgiche monouso antipolvere con protezione anti virus*”).

ii) all'acquisto *online* di prodotti sanitari e/o parasanitari, in particolare i *kit test* per autodiagnosi (“*Novel Coronavirus Test Kit*” – “*2019-nCoV IgG-IgM Combo Test Rapid Kit*”; “*10PCS 9 Test Kit One Step Test per 2019-nCoV IgM/IgG Anti Body Privacy Virus Covid-19 Test per l'uomo*”), le cui specifiche fanno espresso riferimento alla possibilità di rilevare gli anticorpi del nuovo *coronavirus* nel sangue umano, nel siero o nel plasma - nonostante precise indicazioni delle autorità sanitarie circa la non attendibilità degli stessi² - che risultano in grado di ingannare e di porre in pericolo la salute dei consumatori.

4. Pertanto, sulla base delle informazioni acquisite in atti, in data 27 aprile 2020, è stato avviato il procedimento istruttorio PS11752, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo, nonché ai sensi dell'art. 6 del Regolamento, nei confronti della società ZC (FR) Limited (VOVA) al fine di verificare, tra le altre cose³, l'esistenza delle sopra descritte pratiche commerciali scorrette ai sensi degli articoli 20, 21, comma 1, lettera *b*), e comma 3, 23, comma 1, lettera *s*), e 25, comma 1, lettera *c*), del Codice del Consumo.

5. Parti del procedimento sono: in qualità di professionista, la società ZC (FR) Limited, responsabile del sito *web vova.com/it* e, a seguito di inoltro di apposita istanza di partecipazione al procedimento PS11752, pervenuta in data 6 maggio 2020 e accolta in data 13 maggio 2020, l'associazione di consumatori CODICI, Centro per i Diritti del Cittadino.

6. Con la comunicazione di avvio del procedimento istruttorio, il Professionista è stato invitato, ai sensi dell'art. 8, comma 2, del Regolamento, a presentare memorie scritte e documenti entro il 4 maggio 2020, ossia entro 7 giorni dalla data di protocollo dell'atto di avvio, al fine della valutazione dei presupposti per la sospensione provvisoria delle pratiche commerciali, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo.

7. La comunicazione di avvio del procedimento risulta essere stata recapitata all'indirizzo *e-mail* presente sul sito di VOVA (*service@vova.com*) - con allegata traduzione in lingua inglese - in data 27 aprile 2020 e nuovamente inoltrata il 4 maggio 2020⁴, nonché consegnata, in data 6 maggio

² Sulla reale efficacia di tale tipologia di test diagnostici, si richiama quanto precisato dal Comitato Tecnico-scientifico del Ministero della Salute, in un comunicato del 19 marzo u.s., relativamente al fatto che l'approccio diagnostico standard rimane quello basato sulla ricerca dell'RNA nel tampone rino-faringeo e che “non esiste alcun test basato sull'identificazione di anticorpi (sia di tipo IgM che IgG) diretti verso SARS-CoV-2 validato per la diagnosi rapida di contagio virale o di COVID-19”. Cfr.

https://www.federfarma.it/getattachment/Edicola/FiloDiretto/Filodiretto/marzo2020/2179/CTS_3_19_03_TEST.pdf.aspx.

³ Come riportato in premessa, con l'atto di avvio è stato contestato al Professionista anche il mancato rispetto della disciplina in tema di informazioni precontrattuali per il consumatore e il diritto di recesso nei contratti a distanza, in presunta violazione degli articoli 49, comma 1, lettere *b*), *c*), *h*) e *n*), 52 e 54 del medesimo Codice del Consumo.

⁴ Alla prima trasmissione il Professionista ha risposto, sempre dall'indirizzo *e-mail* *service@vova.com*, affermando di non avere compreso l'oggetto della comunicazione (“*I'm sorry for the trouble, but I'm a bit confused with your concern. Is this related to a certain order? For me to better assist you, kindly elaborate it more? We would be very glad to help you out*”) e, dopo il successivo inoltro del 4 maggio 2020, in cui veniva anche richiesto di indicare un numero telefonico di contatto, VOVA si limitava a rispondere che “*Thank you for contacting us. We have received the pdf, but could I know what can I do for you? Please feel free to contact us if you need any assistance*”, senza ulteriori specificazioni.

2020⁵, tramite posta raccomandata all'indirizzo geografico inglese presente nel medesimo sito alla sezione *chi siamo*⁶.

8. Alla data odierna, decorsi ben oltre 7 giorni dal ricevimento della predetta comunicazione, VOVA non ha prodotto alcuna memoria difensiva con riferimento al procedimento cautelare.

9. Nuove rilevazioni effettuate sul Sito nel mese di maggio 2020 appaiono confermare la persistenza delle condotte sopra descritte, attesa la continua diffusione *online* di comunicazioni promozionali relative alla vendita di mascherine e *test kit* ai quali sono attribuite presunte proprietà di protezione/contrasto o capacità di autodiagnosi con riguardo al *coronavirus*. (vedi, a titolo esemplificativo, la successiva Immagine n. 1).

Immagine n. 1 - rilevata in data 13 maggio 2020



III. VALUTAZIONI

10. Gli elementi sopra descritti inducono a ritenere sussistenti, *prima facie*, le condotte contestate al Professionista in violazione degli artt. 20, 21, comma 1, lettera b), e comma 3, 23, comma 1, lettera s), e 25, comma 1, lettera c), del Codice del Consumo.

11. Sulla base di quanto sopra esposto, sotto il profilo del *fumus boni iuris*, risulta che il Professionista adotti modalità di promozione e vendita dei prodotti in esame che appaiono scorrette, in quanto contrarie alla diligenza professionale, ingannevoli e aggressive.

12. I *claim* relativi all'asserita efficacia di numerosi prodotti in termini di protezione/contrasto o di autodiagnosi nei confronti del *virus* COVID-19, appaiono in grado di ingannare i consumatori circa le effettive caratteristiche e l'efficacia dei singoli prodotti per fronteggiare realmente la diffusione del *coronavirus*, inducendoli all'acquisto di prodotti che appaiono sprovvisti di validazione da parte

⁵ Come rilevato sul sito di Poste Italiane S.p.A. alla pagina *web* <https://www.poste.it/cerca/index.html#/>

⁶ Cfr <https://www.vova.com/it/about-us.html>.

delle autorità sanitarie nazionali così come privi di certificazioni, in violazione degli articoli 20, 21, comma 1, lettera *b*), e 23, comma 1, lettera *s*), del Codice del Consumo.

13. Inoltre, nella misura in cui i prodotti offerti in vendita *online* dal Professionista non hanno le specifiche caratteristiche preventive/protettive o diagnostiche pubblicizzate, i comportamenti posti in essere attraverso il sito di VOVA potrebbero risultare in grado di porre in pericolo la salute dei consumatori, ingenerando in essi l'erroneo convincimento che l'impiego delle mascherine consenta di porsi al riparo totale dal *virus* e che l'uso del *kit* permetta di rilevare effettivamente il contagio, inducendoli a trascurare le normali regole di prudenza e vigilanza, in violazione dell'art. 21, comma 3, del Codice del Consumo.

14. In aggiunta ai profili di ingannevolezza sopra rilevati, le modalità promozionali adottate dal Professionista, attraverso il riferimento alle proprietà preventive delle mascherine e all'efficacia diagnostica dei *test* in relazione al *coronavirus*, appaiono anche aggressive ai sensi dell'art. 25, comma 1, lettera *c*), del Codice del Consumo, in quanto sfruttano indebitamente la situazione di grave emergenza sanitaria in corso, risultando idonee a influenzare la decisione dei consumatori relativamente ai prodotti pubblicizzati, in un momento in cui la loro capacità di valutazione risulta già alterata dallo stato di allarme sanitario dovuto alla diffusione del *virus* e al conseguente rischio di mortalità.

15. In sostanza, le condotte poste in essere da VOVA nella promozione e commercializzazione *online* dei predetti prodotti appaiono in grado di falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio, inducendolo ad effettuare scelte commerciali che non avrebbero altrimenti preso, quali l'acquisto dei prodotti reclamizzati sulla base di un'ingannevole e ambigua rappresentazione della realtà che sfrutta la situazione di emergenza sanitaria esistente e appare suscettibile di porre in pericolo la salute e sicurezza dei consumatori.

16. Sotto il profilo del *periculum in mora*, vale osservare che l'offerta dei prodotti in questione, con le modalità sopra indicate, risulta tuttora presente sul sito *internet* www.vova.com/it; ebbene, tali condotte presentano un alto grado di offensività, potendo raggiungere un elevato numero di consumatori che, a causa delle affermazioni utilizzate e della convinzione in essi generata circa le specifiche caratteristiche e l'efficacia preventiva e diagnostica dei prodotti pubblicizzati, possono essere indotti all'acquisto immediato degli stessi e perfino a trascurare le normali regole di prudenza e vigilanza.

17. Si rileva, nello specifico, l'urgenza dell'intervento data la gravità delle pratiche commerciali in esame che, facendo leva sulla diffusione del COVID-19, sfruttano la tragica pandemia in atto per orientare i consumatori all'acquisto dei prodotti reclamizzati.

CONSIDERATO che, alla luce delle suesposte considerazioni, sussistono le esigenze di estrema gravità e urgenza del provvedimento cautelare dell'Autorità ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo e dell'art. 8, comma 1, del Regolamento, consistenti:

- i) nell'attualità delle condotte contestate;
- ii) nel coinvolgimento della generalità dei consumatori in ragione della esponenziale diffusione del COVID-19;
- iii) nello sfruttamento della tragica pandemia in atto per orientare i consumatori all'acquisto;

RITENUTO, pertanto, che dall'esame degli atti del procedimento, emergano elementi tali da avvalorare la necessità di provvedere con particolare urgenza, al fine di impedire che le pratiche

commerciali sopra descritte - consistenti nell'indurre i consumatori, per il tramite del sito *web www.vova.com/it*, ad acquistare *online* i prodotti pubblicizzati sul falso presupposto della loro valenza preventiva o diagnostica e del possesso di specifiche caratteristiche qualitative e tecniche - continuino ad essere poste in essere nelle more dello svolgimento del procedimento di merito;

RITENUTO, dunque, che sussistano i presupposti per l'adozione di misure cautelari provvisorie ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo e dell'art. 8, comma 1, del Regolamento nei confronti del Professionista con riferimento al sito *web www.vova.com/it*;

DISPONE

ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo e dell'art. 8, comma 1, del Regolamento, che la società ZC (FR) Limited:

- a) sospenda provvisoriamente ogni messaggio pubblicitario che, in relazione alla commercializzazione e alla vendita - attraverso il sito *internet www.vova.com/it* - di dispositivi medici, in particolare le maschere filtranti, contenga qualsiasi riferimento alla caratteristica di protezione *e/o* di contrasto nei confronti del *virus* COVID-19 (c.d. *Corona Virus*);
- b) sospenda immediatamente la promozione e vendita -attraverso il sito *internet www.vova.com/it*- dei presunti *test kit* per la autodiagnosi del *coronavirus*, le cui specifiche facciano espresso riferimento alla possibilità di rilevare rapidamente il *virus*;
- c) comunichi all'Autorità l'avvenuta esecuzione del presente provvedimento di sospensione e le relative modalità entro 7 giorni dal ricevimento del presente provvedimento, inviando una relazione dettagliata nella quale vengano illustrate le misure adottate in ottemperanza a quanto disposto *sub a) e b)*;

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'art. 135, comma 1, lettera *b)*, del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di comunicazione 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

Roberto Rustichelli

VARIE

CONTRIBUTO ALL'ONERE DERIVANTE DAL FUNZIONAMENTO DELL'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO PER L'ANNO 2020

Provvedimento n. 28248

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 10 marzo 2020;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO il comma 7-ter, dell'art. 10 della legge n. 287/90, introdotto dal comma 1 dell'art. 5-bis del D.L. 24 gennaio 2012, n. 1, nel testo integrato dalla legge di conversione 24 marzo 2012, n. 27, il quale stabilisce che all'onere derivante dal funzionamento dell'Autorità 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, fermi restando i criteri stabiliti dal comma 2 dell'articolo 16 della legge n. 287/90 e che la soglia massima di contribuzione a carico di ciascuna impresa non può essere superiore a cento volte la misura minima;

VISTO in particolare il comma 7-quater dell'art. 10 della legge n. 287/90, introdotto dal comma 1 dell'art. 5-bis, D.L. 24 gennaio 2012, n. 1, nel testo integrato dalla legge di conversione 24 marzo 2012, n. 27, il quale stabilisce che, a decorrere dall'anno 2014, il contributo è versato, entro il 31 luglio di ogni anno, direttamente all'Autorità con le modalità determinate dall'Autorità medesima con propria deliberazione. Eventuali variazioni della misura e delle modalità di contribuzione possono essere adottate dall'Autorità medesima con propria deliberazione, nel limite massimo dello 0,5 per mille del fatturato risultante dal bilancio approvato precedentemente all'adozione della delibera, ferma restando la soglia massima di contribuzione di cui al comma 7-ter;

CONSIDERATO che, in sede di prima applicazione per l'anno 2013, il contributo agli oneri di funzionamento dell'Autorità è stato pari allo 0,08 per mille del fatturato risultante dall'ultimo bilancio approvato dalle società di capitale, con ricavi totali superiori a 50 milioni di euro, fermi restando i criteri stabiliti dal comma 2 dell'articolo 16 della legge n. 287/90;

VISTE le proprie delibere n. 24352 del 9 maggio 2013, confermata in data 22 gennaio 2014, n. 25293 del 28 gennaio 2015, e n. 25876 del 24 febbraio 2016, con le quali l'Autorità, al fine di limitare quanto più possibile gli oneri a carico delle imprese, ha operato una riduzione del contributo per gli anni 2014, 2015 e 2016 dello 0,02 per mille rispetto all'aliquota disposta dalla legge, fissandolo nella misura dello 0,06 per mille del fatturato risultante dall'ultimo bilancio approvato dalle società di capitale con ricavi totali superiori a 50 milioni di euro, fermi restando i criteri stabiliti dal comma 2 dell'art. 16 della legge n. 287/90;

CONSIDERATO che la misura del contributo per gli anni 2014, 2015 e 2016 ha subito una sostanziale e significativa riduzione, pari al 25%, rispetto all'aliquota fissata dalla legge per l'anno 2013;

VISTA la propria delibera n. 26420 del 1° marzo 2017, con la quale l'Autorità ha ridotto la percentuale del contributo allo 0,059‰ del fatturato risultante dall'ultimo bilancio approvato dalle società di capitale con ricavi totali superiori a 50 milioni di euro, fermi restando i criteri stabiliti dal comma 2 dell'art. 16 della legge n. 287/90;

VISTA la propria delibera n. 26922 del 10 gennaio 2018, con la quale l'Autorità ha ridotto la percentuale del contributo allo 0,055‰ del fatturato risultante dall'ultimo bilancio approvato dalle società di capitale con ricavi totali superiori a 50 milioni di euro, fermi restando i criteri stabiliti dal comma 2 dell'art. 16 della legge n. 287/90;

VISTA la propria delibera n. n. 27580 del 7 marzo 2019, con la quale l'Autorità ha confermato la percentuale del contributo allo 0,055‰ del fatturato risultante dall'ultimo bilancio approvato dalle società di capitale con ricavi totali superiori a 50 milioni di euro, fermi restando i criteri stabiliti dal comma 2 dell'art. 16 della legge n. 287/90;

CONSIDERATE le esigenze di spesa di funzionamento dell'Autorità, che consentono di mantenere l'aliquota per il calcolo del contributo agli oneri di funzionamento dell'Autorità, per l'anno 2020, allo 0,055 per mille del fatturato risultante dall'ultimo bilancio approvato dalle società di capitale con ricavi totali superiori a 50 milioni di euro, fermi restando i criteri stabiliti dal comma 2 dell'art. 16 della legge n. 287/90;

RITENUTO di dover adottare la delibera prevista dall'art. 10, comma 7-*quater*, della legge n. 287/90, al fine di individuare la misura del contributo dovuto per l'anno 2020;

DELIBERA

1. di confermare per l'anno 2020, ai sensi dell'art. 10, comma 7-*quater* della legge n. 287/90, la riduzione del contributo dello 0,025 per mille rispetto all'aliquota disposta dalla legge, fissandolo nella misura dello 0,055 per mille del fatturato risultante dall'ultimo bilancio approvato, alla data della presente delibera, dalle società di capitale con ricavi totali superiori a 50 milioni di euro, fermi restando i criteri stabiliti dal comma 2 dell'art. 16 della legge n. 287/90.

2. che la soglia massima di contribuzione a carico di ciascuna impresa non può essere superiore a cento volte la misura minima e, quindi, non superiore a 275.000,00 euro.

La presente delibera verrà pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana, sul Bollettino e sul sito internet dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

Filippo Arena

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

*Autorità garante
della concorrenza e del mercato*

Bollettino Settimanale
Anno XXX- N. 22 - 2020

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
