



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXXI - n. 16

**Publicato sul sito www.agcm.it
19 aprile 2021**

SOMMARIO

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE	5
I835 - MERCATO DEI CONTATORI D'ACQUA	
<i>Provvedimento n. 28592</i>	5
OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	7
C12357 - PHOENIX TOWER INTERNATIONAL HOLDCO/TOWERTEL	
<i>Provvedimento n. 28621</i>	7
C12360 - 2I RETE GAS/INFRASTRUTTURE DISTRIBUZIONE GAS	
<i>Provvedimento n. 28622</i>	16
C12367 - MOWGLI-JAKALA HOLDING/JAKALA	
<i>Provvedimento n. 28623</i>	44
C12354 - TELECOM ITALIA/RAMI DI AZIENDA BT ITALIA	
<i>Provvedimento n. 29627</i>	48
ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA	63
AS1733 - COMUNE DI MANDURIA (TA) - PROROGA DELLE CONCESSIONI DEMANIALI	
MARITTIME CON FINALITÀ TURISTICO-RICREATIVE	63
AS1734 - AFFIDAMENTO DEI SERVIZI PUBBLICI POSTALI DA PARTE DI ACQUA PUBBLICA	
SABINA	68
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	70
PS11824 - TROTEC-PURIFICATORE ANTICOVID	
<i>Provvedimento n. 28618</i>	70
PS11785 - POLTRONESOFÀ-OFFERTE DIVERSE	
<i>Provvedimento n. 29626</i>	80

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

I835 - MERCATO DEI CONTATORI D'ACQUA

Provvedimento n. 28592

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 23 febbraio 2021;

SENTITO il Relatore, Dottoressa Gabriella Muscolo;

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

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

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

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

VISTO il proprio provvedimento del 29 ottobre 2019, n. 27963, con cui è stata avviata un'istruttoria, ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, nei confronti delle società G2 Misuratori S.r.l., Itron Italia S.p.A., Maddalena S.p.A. e WaterTech S.p.A.;

VISTO il proprio provvedimento del 10 giugno 2020, n. 28260, con cui l'istruttoria è stata estesa soggettivamente nei confronti delle società Sensus Italia S.r.l. a Socio Unico, Sensus Metering Systems (LuxCo 3) Sàrl, ARAD Ltd e Itron Inc.;

VISTI tutti gli atti del procedimento;

CONSIDERATE la complessità della fattispecie oggetto di analisi e la sopraggiunta esigenza di svolgere ulteriori approfondimenti istruttori che hanno reso necessaria l'acquisizione agli atti di documentazione aggiuntiva attraverso l'interazione con una pluralità di soggetti, nonché la necessità di procedere ad una compiuta analisi dell'intera mole di evidenze raccolte;

CONSIDERATA la necessità di garantire alle Parti il più ampio esercizio dei diritti di difesa e del contraddittorio;

RITENUTO, pertanto, necessario differire il termine di conclusione del procedimento, attualmente fissato al 23 marzo 2021;

DELIBERA

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Filippo Arena

per IL PRESIDENTE

il Componente

Michele Ainis

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

C12357 - PHOENIX TOWER INTERNATIONAL HOLDCO/TOWERTEL

Provvedimento n. 28621

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 marzo 2021;

SENTITO il Relatore Professor Michele Aini;

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

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione delle società Phoenix Tower International Holdco, LLC, pervenuta in data 26 gennaio 2021;

VISTA la richiesta di informazioni, inviata in data 10 febbraio 2021, con conseguente interruzione dei termini ai sensi dell'articolo 5, comma 3, del D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTE le informazioni aggiuntive inviate dalla società Phoenix Tower International Holdco, LLC e pervenute in data 16 febbraio 2021;

VISTO il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni pervenuto in data 24 marzo 2021;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Phoenix Tower International Holdco, LLC (di seguito "Phoenix" o "PTI") è una società di diritto statunitense controllata da Phoenix Tower US Holdings L.P., società *holding* del gruppo PTI (di seguito "Gruppo PTI"). Il Gruppo PTI è un gruppo privato attivo nel settore delle infrastrutture per il settore *wireless*, che attualmente detiene e gestisce un portafoglio di circa 9.000 torri, 986 km di fibra ottica, nonché altre infrastrutture per il settore *wireless* e siti correlati in 16 paesi siti negli Stati Uniti, Sud America e Unione Europea (Francia e Irlanda). Il Gruppo PTI non è attualmente attivo in Italia. L'azionista di controllo di Phoenix è Blackstone PTI Fund L.P., fondo statunitense gestito e/o assistito da società affiliate di The Blackstone Group Inc. (di seguito "Blackstone"). Nessuna delle società in portafoglio di Blackstone è attiva nel settore delle telecomunicazioni in Italia.

Nel 2019, Blackstone ha realizzato un fatturato totale a livello mondiale di circa [70-80] *miliardi di euro, di cui circa [20-30] generati in Europa e circa [504-1.000] milioni di euro generati in Italia.

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

2. Towertel S.p.A. (di seguito, “Towertel” o “la *target*”) è una società interamente controllata da EI Towers S.p.A. (di seguito, “EI Towers”), la quale è a sua volta controllata in ultima istanza da F2i – Terzo Fondo per le Infrastrutture (di seguito “Terzo Fondo F2i”). Il Terzo Fondo F2i è un fondo di investimento alternativo mobiliare riservato di tipo chiuso, istituito e gestito da F2i SGR S.p.A. (di seguito “F2i SGR”). La *target* è attiva nella fornitura di servizi infrastrutturali integrati agli operatori del settore delle telecomunicazioni esclusivamente in Italia. Alla data del *closing*, Towertel gestirà un portafoglio di circa [2.500-5.000] siti per la fornitura di servizi di ospitalità di infrastrutture passive, distribuiti su tutto il territorio nazionale. Circa [0-2.500] dei siti Towertel offrono anche servizi di ospitalità agli operatori radiotelevisivi e rappresentano siti “ibridi”, che ospitano principalmente operatori di telecomunicazione e, in misura secondaria, anche operatori radiotelevisivi.

Nel 2019, Towertel ha realizzato in Italia un fatturato pari a circa [31-100] milioni di euro, di cui circa [31-100] milioni di euro da contratti con operatori della telefonia mobile e *tower companies*.

II. DESCRIZIONE DELL’OPERAZIONE

3. L’operazione consiste nell’acquisizione, da parte di Phoenix, tramite una società controllata in via esclusiva, dell’intero capitale sociale di Towertel¹.

4. In data 23 dicembre 2020, EI Towers, Phoenix e Phoenix Towers International Development, LLC (di seguito, “PTID”) hanno stipulato un contratto di compravendita, ai sensi del quale PTID acquisirà l’intero capitale sociale di Towertel da EI Towers. Tuttavia, in attuazione del diritto di PTID di designare una delle società da essa direttamente o indirettamente controllate come acquirente, l’operazione di concentrazione sarà eseguita attraverso JV NewCo, una società italiana che verrà costituita prima del *closing*. Il capitale sociale di JV NewCo sarà detenuto da PTI TopCo (con una quota pari all’[80-90%]), società interamente controllata da PTI di prossima costituzione, e da F2i TLC 2 S.p.A. ([10-20%], di seguito “TLC2”). Entro la data del perfezionamento dell’operazione, PTI TopCo e TLC2 sottoscriveranno un patto parasociale nella loro veste di azionisti di JV NewCo.

5. Ai sensi del patto parasociale, TLC2 deterrà esclusivamente diritti a tutela della sua partecipazione di minoranza, mentre Phoenix eserciterà un’influenza determinante su JV NewCo, dal momento che sarà in grado di decidere autonomamente su tutte le questioni di importanza strategica per JV NewCo.

6. In particolare, il Patto Parasociale prevede quanto segue:

- [omissis].

7. Al perfezionamento dell’Operazione, pertanto, Phoenix eserciterà il controllo esclusivo su JV NewCo, indirettamente attraverso PTI TopCo. Ai sensi del patto parasociale, JV NewCo e Towertel verranno successivamente fuse attraverso una fusione inversa, con Towertel come entità superstite. Pertanto, al completamento dell’Operazione, PTI TopCo sarà direttamente titolare di una partecipazione di controllo in Towertel.

8. Per quanto riguarda il portafoglio di siti di infrastrutture passive della *target*, l’Operazione comporterà quanto segue:

¹ L’operazione di concentrazione è altresì soggetta alla c.d. normativa Golden Power di cui al decreto-legge 15 marzo 2012, n. 21, come convertito in legge e successivamente modificato, da parte della Presidenza del Consiglio dei Ministri.

- Phoenix acquisirà il controllo di [0-2.500] siti di proprietà, posseduti e/o gestiti da Towertel (di seguito anche indicati come “*TW Sites*”) e offrirà servizi di ospitalità a terzi conduttori (anche definiti quali “*tenants*”) con un *focus* specifico sul settore delle telecomunicazioni;

- Towertel ed EI Towers stipuleranno un *Marketing Agreement* (di seguito anche “*MA*”) che [omissis].

9. Inoltre, [omissis].

10. Le Parti ritengono che tali disposizioni siano direttamente connesse e necessarie all’operazione per le seguenti ragioni:

a) il *Marketing Agreement* costituirebbe parte integrante dell’operazione in quanto consente a Phoenix di conseguire l’intero valore delle attività trasferite: in assenza delle previsioni del *Marketing Agreement*, Phoenix/Towertel perderebbe l’accesso [omissis] e le relazioni commerciali preesistenti con gli operatori di telecomunicazioni/conduttori di tali siti verrebbero interrotte;

b) l’ambito di applicazione materiale e geografico delle disposizioni è limitato alle attività svolte dalla *target* e all’area in cui essa è attiva e riguarda solo gli accordi con gli operatori di telecomunicazioni in Italia;

c) la durata delle clausole rilevanti sarebbe in linea con la *ratio* delle singole clausole e dell’intera Operazione, nonché con la prassi del settore. Gli accordi contrattuali nei settori in questione sono normalmente di lungo periodo; coerentemente, la previsione di un accordo di esclusiva di lungo periodo è necessaria e giustificata per preservare l’avviamento di Towertel. Allo stesso modo, gli accordi di cooperazione tra gli operatori del settore sono la norma del settore per estrarre il pieno valore dalle infrastrutture di telecomunicazione;

d) queste disposizioni rispecchierebbero la logica dell’operazione, in quanto consentono a EI Towers e Towertel di concentrarsi sui rispettivi *core business*, vale a dire la fornitura di servizi di ospitalità, manutenzione e servizi a valore aggiunto agli operatori televisivi e radio FM/DAB (EI Towers) e la fornitura di servizi di ospitalità agli operatori/affittuari di telecomunicazioni (Towertel). [omissis]. Tuttavia, il *Marketing Agreement* consente a Towertel di avere accesso a porzioni di tali siti al fine di preservare le relazioni commerciali preesistenti e/o crearne di nuove esclusivamente nel settore delle telecomunicazioni.

11. Infine, [omissis].

III. QUALIFICAZIONE DELL’OPERAZIONE

12. L’operazione comunicata, in quanto finalizzata all’acquisizione del controllo esclusivo di un’impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell’articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/90. Essa rientra nell’ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all’articolo 1 del Regolamento (CE) n. 139/04, ed è soggetta all’obbligo di comunicazione preventiva disposto dall’articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto, al momento della notifica, il fatturato totale realizzato a livello nazionale dall’insieme delle imprese interessate è superiore alla soglia di 504 milioni di euro e il fatturato totale realizzato individualmente a livello nazionale da almeno due delle imprese interessate è superiore a 31 milioni di euro.

13. Il *Marketing Agreement* sopra descritto non costituisce una restrizione accessoria all’operazione di concentrazione.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il settore delle infrastrutture passive delle telecomunicazioni

14. In ragione delle attività svolte da Towertel, la concentrazione in oggetto interessa il settore delle infrastrutture dedicate all'ospitalità di impianti di diffusione di telecomunicazione, costituite da infrastrutture verticali (torri, pali, tralicci) idonee a ospitare le antenne degli operatori di rete e da fabbricati attrezzati per l'ospitalità degli apparati trasmettenti.

15. Le infrastrutture passive di telecomunicazione comprendono le strutture su cui vengono installate le apparecchiature elettroniche di telecomunicazione. Tali *asset* includono tutti gli elementi necessari per una cella (mobile o *wireless*), eccetto le apparecchiature elettroniche di telecomunicazione (le c.d. "infrastrutture attive"), e comprendono torri, *rooftops* e altri *asset* infrastrutturali, quali, ad esempio, opere civili, pali, piloni, tralicci, recinzioni, ripari, scaffalature di servizio, fondazioni, batterie, impianti elettrici e di condizionamento, – in alcuni casi – contratti di fornitura di energia elettrica, condotti e sistemi di sicurezza sulle strutture, luci di segnalazione degli aeromobili, sistemi di protezione contro i fulmini, terreni in locazione e immobili di proprietà.

16. L'offerta di servizi di ospitalità comprende la messa a disposizione dello spazio sull'infrastruttura passiva, per il quale i clienti pagano un canone al fornitore. Gli operatori di rete mobile (MNO) installano sulle infrastrutture passive apparecchiature *Radio Access Network* (RAN) come antenne, radio e unità in banda base sulle torri per la trasmissione di segnali mobili. L'insieme dell'infrastruttura passiva e delle reti attive consente al MNO di fornire servizi vocali e di trasmissione dati. La figura 1 che segue descrive i rapporti di filiera all'interno di settore.

Figura 1: Le relazioni verticali nel settore delle telecomunicazioni.



Fonte: le Parti.

17. Le infrastrutture passive sono state originariamente costruite per uso in autoproduzione (utilizzo *captive*, ossia vendite infra-gruppo di servizi di ospitalità generate dall'auto-provvigionamento degli MNO presso le società che gestiscono le proprie infrastrutture) da parte degli operatori di rete per i propri MNO ma si è progressivamente sviluppata un'offerta indipendente di servizi di ospitalità a terzi (offerta *non captive*, ovvero vendite generate da servizi offerti a operatori di telecomunicazione terzi). Storicamente, e fino circa a tre anni fa, tre principali *tower*

companies operavano a livello nazionale (anche sotto forma di mere divisioni interne), possedute o controllate da un MNO:

- INWIT S.p.A. (di seguito “INWIT”), completamente controllata da TIM S.p.A. (di seguito “TIM”);
- la divisione interna di Vodafone, che gestiva i siti di proprietà di Vodafone Italia S.p.A.;
- la divisione interna di Wind Tre S.p.A., che dal 2019 è diventata CK Hutchinson Networks Italia S.p.A. (di seguito anche indicata “CKHNI”), anch’essa coinvolta in una operazione di concentrazione².

18. Anche l’operatore MNO Iliad svolgeva un’attività limitata come *tower company*. Nel 2019, Iliad ha venduto la sua attività di infrastrutture passive al gruppo spagnolo facente capo a Cellnex Telecom S.A., che opera in Italia tramite la società Cellnex Italia S.p.A. (di seguito “Cellnex”)³. Nel 2020, TIM e Vodafone hanno fuso le proprie attività di *tower company* in INWIT⁴, creando così la più grande *tower company* in Italia, con finalità principalmente *captive* ad uso dei rispettivi operatori MNO.

19. Ancorché in maniera residuale rispetto all’attività principale di trasmissione televisiva, anche EI Towers, tramite Towertel, e Rai Way S.p.A. offrono servizi di infrastruttura passiva mobile.

20. Con specifico riguardo ai servizi di natura *non captive*, la Commissione Europea (di seguito, la “Commissione”) ha recentemente rilevato che, ad esito dell’esternalizzazione a terzi della gestione di siti precedentemente utilizzati per servizi *captive*, gli operatori MNO stipulano contratti di lungo termine di durata compresa tra i 6 e i 15 anni, eventualmente rinnovabili per la medesima durata, con le *tower companies* indipendenti⁵. In questo contesto, inoltre, al fine di mantenere un certo grado di controllo sull’input di rete chiave costituito dal sito, l’MNO, quando cede il proprio ramo di azienda in possesso delle infrastrutture passive, solitamente si riserva un trattamento preferenziale di accesso sulle stesse o diritti di veto sull’asset⁶.

21. Quanto alla capacità produttiva del settore nazionale rilevano le limitazioni imposte dalla regolazione ambientale in termini di massimali di emissione di onde elettromagnetiche da parte dei singoli impianti. Sotto il profilo regolamentare, infatti, esistono vincoli attinenti ai limiti dei campi elettromagnetici (di seguito “EMF”). La normativa italiana EMF (20 V/m⁷ o 6 V/m a seconda dei punti di misura previsti dalla legge), più severa rispetto a quella prevista a livello europeo, si applica

² V. C12358 – Acquisizione da parte di Cellnex Italia S.p.A. di CK Hutchinson Networks Italia S.p.A. nella sezione degli “Avvisi al Mercato”.

³ V. Autorité de la concurrence, Décision n° 19-DCC-169 du 30 août 2019 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Iliad 7 par la société Cellnex France Groupe. L’operazione non è stata notificata all’Autorità.

⁴ V. Commissione Europea, Decisione del 6 marzo 2020, Caso M.9674 — Vodafone Italia/TIM/INWIT JV.

⁵ V. Commissione Europea, Decisione del 6 marzo 2020, Caso M.9674 — Vodafone Italia/TIM/INWIT JV, paragrafo 42: “The supply of hospitality services on sites include the rental of the space on the passive infrastructure, for which the customers pay the supplier a hosting fee. Normally the provision of these services is regulated by framework contracts of long duration (between 6 and 15 years) and the possibility of automatic renewal at the first expiration. The framework agreements are then supplemented by specific hosting agreements for relevant sites so that such relationships are governed by both the terms of the relevant overarching framework agreement and the specific hosting agreements pertaining to the relevant sites in question”.

⁶ V. Commissione Europea, decisione M.9674 – Vodafone Italia/TIM/INWIT JV del 6 marzo 2020, para 43: “A specific type of framework agreements are the “anchor tenant arrangements”. These are usually the result of the outsourcing of the management of previously captive sites to a third party. In this context, in order to keep some degree of control over the key network input constituted by the site, the customer usually reserves some preferential treatment or veto rights over the asset”.

⁷ Volt su metro (V/m) è una delle unità di misura del campo elettrico/elettromagnetico.

indipendentemente dal tipo di utilizzo delle antenne e può determinare una limitazione del numero di operatori di telefonia mobile ospitati su ciascun sito, aggiungendo, pertanto, una possibile limitazione di capacità a quelle già eventualmente risultante dalla presenza di operatori storici sul sito. In aggiunta, determinati limiti esistono anche in virtù del quadro normativo locale o regionale (o in virtù della sua interpretazione) che talvolta ostacola gli attori del mercato nell'estendere la propria presenza in determinate aree, come altresì rilevato in passato dall'Autorità⁸.

22. Ulteriori limitazioni della capacità produttiva derivano dalle peculiarità strutturali di numerose città italiane – caratterizzate dalla presenza di centri storici e borghi antichi – presso i quali non è consentita l'installazione di impianti di notevoli dimensioni o di elevata potenza, in virtù dei vincoli ambientali e paesaggistici imposti dalla legislazione e regolazione nazionale e locale⁹. Per questo motivo, sulle medesime infrastrutture passive è possibile la co-locazione di apparati di infrastrutture attive di diversi MNO (il c.d. *co-siting*), specialmente in comuni aventi popolazione inferiore ai 35.000 abitanti¹⁰.

I mercati rilevanti

23. In merito alla definizione dei mercati rilevanti è necessario ricordare che, secondo gli orientamenti dell'Autorità¹¹, si ritiene che, sotto il profilo merceologico, il mercato delle infrastrutture per le telecomunicazioni mobili risulta distinto dal mercato delle infrastrutture destinate all'ospitalità di altre tipologie di apparati e, in particolare, dai mercati delle infrastrutture per la radiodiffusione televisiva e delle infrastrutture per la radiodiffusione sonora.

24. Infatti, risulta necessario considerare le peculiari caratteristiche del segnale trasmissivo ai fini dell'individuazione dei siti e delle infrastrutture idonee a ospitare gli apparati trasmissivi. In particolare, la trasmissione del segnale attraverso rete cellulare mobile è caratterizzata da bidirezionalità e bassa potenza ed è pertanto necessario utilizzare un numero elevato di siti collocati in prevalenza nelle aree ad alta densità abitativa. Al contrario, il segnale televisivo è di tipo direzionale, quindi risulta necessario considerare l'orientamento delle antenne di ricezione. I segnali radiomobili e radiofonici sono di tipo omni-direzionale e, dunque, non rileva il loro posizionamento, bensì la prossimità con gli apparati riceventi. Le differenze tecniche che si riscontrano nei segnali di tipo radiofonico, televisivo e radiomobile comportano la necessità di utilizzare infrastrutture differenti, che possono ritenersi sostituibili solo marginalmente.

⁸ V. *ex multis*: AS1551 – Ostacoli nell'installazione di impianti di telecomunicazione mobile e *broadband wireless access* e allo sviluppo delle reti di telecomunicazione in tecnologie 5G in Boll. 49/2018 del 21 dicembre 2018; AS1691 – Ostacoli all'installazione di impianti di telecomunicazione in tecnologia wireless 5G in Boll. 33/2020 del 6 agosto 2020.

⁹ Commissione Europea, Decisione del 6 marzo 2020, Caso M.9674 – Vodafone Italia/TIM/INWIT JV, paragrafo 40: “[d]ue to the architectonic configuration of Italian cities, with several historical buildings, often space on sites is limited or the use for telecommunications purposes is restricted”.

¹⁰ V. Commissione Europea, Decisione del 6 marzo 2020, Caso M.9674 – Vodafone Italia/TIM/INWIT JV, paragrafo 65: “In Italy, all MNOs are engaged in some level of passive sharing or co-location of sites. In particular, since 2007, the Parties [TIM e Vodafone Italia] have a number of passive sharing arrangements, mainly in municipalities with a population of up to 35 000 inhabitants (and in certain cases up to 50 000 inhabitants)”.

¹¹ Cfr. provv. n. 23117 del 14 dicembre 2011, C11205 – Elettronica Industriale/Digital Multimedia Technologies; provv. n. 25452 del 30 aprile 2015, C11987 – EI Towers/Rai Way; provv. n. 25359 del 10 marzo 2015, C12179 – F2i S.G.R./EI Towers. provv. n. 27315 del 13 settembre 2018.

25. Per quanto concerne i precedenti eurounitari, la Commissione ha recentemente analizzato il mercato merceologico in oggetto nella decisione INWIT¹², relativa alla *joint venture* tra TIM e Vodafone Italia per la gestione e l'utilizzo delle infrastrutture di INWIT.

26. In relazione al mercato merceologico delle infrastrutture per le telecomunicazioni mobili, la Commissione, sebbene abbia lasciato aperta la definizione merceologica del mercato, ha considerato una possibile distinzione tra l'offerta di servizi di ospitalità su macro-siti e micro-siti¹³. Con riguardo a tali segmenti, la Commissione ha considerato un'ulteriore distinzione tra vendite *non captive* e vendite *captive*, senza tuttavia individuare mercati distinti su tale base. Infine, l'analisi quantitativa svolta ha analizzato anche i segmenti dei servizi offerti su macro-siti in aree caratterizzate da un numero superiore (o inferiore) ai 35.000 abitanti¹⁴.

27. In relazione alla possibilità di distinguere ulteriori segmenti sulla base della tipologia dei clienti, la Commissione ha lasciato aperta la definizione del mercato, considerando sia (i) un mercato generale per i servizi di ospitalità su macro-siti a clienti diversi dalle emittenti televisive e radiofoniche, sia (ii) mercati distinti per i servizi di ospitalità su macro-siti a: (a) MNO, (b) operatori *Fixed Wireless Access* ("FWA") e (c) altri operatori di telecomunicazioni.

28. Dal punto di vista geografico, la prassi consolidata nazionale ed eurounitaria considera i mercati rilevanti di estensione nazionale. Infatti, tali attività sono disciplinate da regimi normativi nazionali e le infrastrutture di Towertel oggetto di acquisizione sono dislocate nell'intero territorio nazionale, andando a soddisfare la domanda di ospitalità nazionale e locale. Tuttavia, sempre nella decisione relativa al caso INWIT, la Commissione Europea, anche sulla base delle osservazioni pervenute da terze parti, ha altresì considerato la posizione delle parti in aree geografiche locali, in particolare a livello municipale¹⁵.

¹² Cfr. Decisione della Commissione Europea del 6 marzo 2020, COMP/M.9674 – Vodafone Italia/TIM/INWIT JV.

¹³ V. Commissione Europea, decisione M.9674 – Vodafone Italia/TIM/INWIT JV del 6 marzo 2020, paragrafi 37 e 38: i macro-siti includono due tipi di siti che differiscono a seconda della superficie soggetta all'installazione, ovvero le "ground based towers" che sono collocati su terreni, e le "rooftop towers" che sono presenti sulle sommità di edifici, mentre i micro-siti includono le cc.dd. *small cells* e *distributed antenna systems*, utilizzate in modo complementare ai macro-siti per garantire una copertura affidabile negli edifici e nelle aree urbane densamente popolate. Da un punto di vista tecnico, i macro-siti sono utilizzati per ottenere una copertura omogenea, la distribuzione di *small cells* viene invece utilizzata per affrontare specifiche esigenze di capacità all'interno di un'area limitata, spesso un luogo pubblico (all'aperto o al chiuso) o in zone particolarmente affollate (v. paragrafo 77).

¹⁴ V. Commissione Europea, decisione M.9674 – Vodafone Italia/TIM/INWIT JV del 6 marzo 2020, Table 11-13 e para. 153: "Based on the market reconstruction, the Commission notes that affected markets would arise in relation to the supply of hospitality services to MNOs under any possible market reconstruction, with the exclusion of the market reconstruction that excludes captive sales and sales of the Parties to each other at national level and in the areas with more than 35 000 inhabitants. In the same market reconstruction which excludes captive sales and sales of the Parties to each other in areas with less than 35 000 inhabitants, the Parties' combined market shares would be below the 25% threshold set out at paragraph 18 of the Horizontal Merger Guidelines at which a concentration may be presumed to be compatible with the internal market. With the exception of a few years, in all other market reconstructions, the Parties' combined market shares are above 40% and in several years also above the 50% threshold set out at paragraph 17 of the Horizontal Merger Guidelines at which a dominant market position may be considered to exist".

¹⁵ Cfr. Decisione della Commissione Europea del 6 marzo 2020, COMP/M.9674 – Vodafone Italia/TIM/Inwit JV, paragrafo 160: "Thus, based on the third party' submission, in 3 400 cities the Parties' combined market shares would be above 50% and in 1 400 [...] the Parties' combined market shares would be above 60%. More in detail, based on the third party submission the situation in the Italian cities with more than 50 000 inhabitants where the Joint Venture will have a market share above 50% and the HHI will be over 3000 postTransaction would be the one illustrated in the following table".

Gli effetti dell'operazione

29. L'operazione di concentrazione in esame, consistente nell'acquisizione, da parte di Phoenix, in via indiretta, del controllo esclusivo di Towertel interessa il mercato delle infrastrutture passive di telecomunicazioni, di dimensione geografica nazionale, in ragione delle attività svolte dalla società *target*.

30. Con riferimento al *Marketing Agreement* tra le Parti (v. *supra*), esso – in virtù della tipologia di accordo, delle clausole contenute e della durata prevista – non può essere considerato quale restrizione accessoria alla concentrazione in quanto conferisce a Towertel uno *status* di acquirente privilegiato¹⁶.

31. In relazione agli effetti dell'operazione di concentrazione, si rileva, in primo luogo, che non sussistono sovrapposizioni tra le attività delle società di portafoglio di Blackstone e della Towertel, in quanto nessuna delle società di portafoglio di Blackstone è attiva nel settore delle telecomunicazioni in Italia. Ciò vale anche per Phoenix, la quale è attiva nella fornitura di servizi di ospitalità su siti di infrastrutture passive, ma non in Italia. Di conseguenza, l'operazione non appare suscettibile di modificare la struttura del mercato e le relative condizioni concorrenziali, in quanto si limita a sostituire l'attuale soggetto controllante di Towertel, ossia EI Towers, con Phoenix.

32. In secondo luogo, la presenza delle Parti nel mercato rilevante delle infrastrutture di telecomunicazioni passive a livello nazionale è poco significativa, indipendentemente dalla definizione di mercato merceologico adottata. Infatti Towertel è stimata detenere quote di mercato pari a circa il [5-10%], ben inferiori a quelle di operatori maggiormente strutturati a livello nazionale, sia in termini di siti nella propria disposizione che per ciò che concerne la varietà e ampiezza della clientela, quali INWIT, Cellnex Italia e CKHNI.

33. Per queste ragioni, l'operazione di concentrazione non appare suscettibile di determinare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nei mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza.

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

34. In data 23 febbraio 2021 è stato richiesto all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (di seguito "AGCOM"), ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249, di esprimere un parere relativamente all'operazione di concentrazione in oggetto.

35. In data 24 marzo 2021 è pervenuto il parere richiesto. L'AGCOM ha, in primo luogo, segnalato che le proprie competenze non afferiscono specificamente ai mercati delle infrastrutture passive di radiocomunicazioni, ossia alle mere attività di costruzione, installazione e gestione delle infrastrutture (siti e impianti), nonché ai relativi servizi di ospitalità degli impianti di diffusione degli operatori di rete e per telecomunicazioni radiomobili e ai servizi accessori offerti dalle *tower company*. Tali società, infatti, non essendo qualificabili come operatori di rete ai sensi dell'articolo 2, lettera d), del Decreto Legislativo 31 luglio 2005, n. 177, non sono iscritte al Registro degli Operatori della Comunicazione (ROC) tenuto dall'AGCOM.

¹⁶ V. Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (2005/C 56/03), paragrafo 34 "Sia gli obblighi di fornitura che quelli di acquisto che prevedono quantitativi fissi, corredati eventualmente da una clausola di variazione, sono considerati direttamente connessi alla realizzazione della concentrazione e ad essa necessari. Tuttavia, gli obblighi che comportano quantitativi illimitati o l'esclusiva o che conferiscono uno status di fornitore o acquirente privilegiato, non sono necessari alla realizzazione della concentrazione".

36. L'AGCOM ha, poi, ricordato come sia stato reso parere positivo in occasione dello schema di provvedimento dell'Autorità relativo all'autorizzazione dell'operazione di concentrazione (C12179) consistente nell'acquisizione del controllo esclusivo della società EI Towers S.p.A. da parte della società F2i S.G.R. S.p.A., operazione riguardante i medesimi mercati rilevanti. Quanto al caso in oggetto, l'AGCOM ha evidenziato che, mediante l'operazione di concentrazione, si realizza l'uscita di EI Towers dal capitale di Towertel e la sua sostituzione con un soggetto non attivo nel mercato italiano.

37. Per quanto concerne l'individuazione dei mercati rilevanti, l'AGCOM ha rilevato che essa appare condivisibile e conforme ai precedenti casi *antitrust* e al proprio orientamento.

38. Alla luce di ciò, l'AGCOM ha espresso, per i profili di competenza, parere positivo in relazione alla acquisizione di Towertel da parte di Phoenix.

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, altresì, che il *Marketing Agreement* sopra descritto non costituisce oggetto della presente delibera, poiché non costituisce una restrizione accessoria all'operazione di concentrazione in esame.

DELIBERA

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

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

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

IL VICE SEGRETARIO GENERALE
Serena Stella

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

C12360 - 2I RETE GAS/INFRASTRUTTURE DISTRIBUZIONE GAS

Provvedimento n. 28622

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 marzo 2021;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTA la Legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

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

VISTA la comunicazione della società 2i Rete Gas S.p.A., pervenuta il 10 febbraio 2021;

VISTA la propria delibera del 23 febbraio 2021, con cui è stata avviata un'istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990, nei confronti delle società 2i Rete Gas S.p.A. e Infrastrutture Distribuzione Gas S.p.A.;

VISTA la comunicazione delle risultanze istruttorie, inviata alle Parti il 23 marzo 2021;

VISTE le memorie conclusive e le comunicazioni pervenute da parte di 2i Rete Gas S.p.A., nelle date 16 e 26 marzo 2021 e la comunicazione di IDG, pervenuta il 26 marzo 2021;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue;

I. LE PARTI

1. 2i Rete Gas S.p.A. (di seguito anche "2iRG" o anche "2I Rete Gas") è una società attiva, con l'omonimo gruppo costituito insieme alle sue controllate, nella gestione del servizio di distribuzione di gas naturale per usi civili e industriali e, in misura minore, di GPL sull'intero territorio nazionale. In particolare, con riferimento all'attività di distribuzione di gas naturale, 2iRG risulta concessionaria del servizio di distribuzione di gas in oltre 2.100 comuni italiani. 2iRG ha realizzato nel 2019 un fatturato mondiale pari a oltre [1-2]* miliardi di euro, realizzato interamente in Italia.

2. Infrastrutture Distribuzione Gas S.p.A. (di seguito anche "IDG") è una società del gruppo Edison, attiva principalmente nella gestione del servizio di distribuzione di gas naturale. In particolare, in tale settore, IDG opera in 5 regioni (Abruzzo, Emilia-Romagna, Lombardia, Veneto e Lazio) e circa 60 comuni. Il fatturato mondiale realizzato da IDG nel 2019 è pari a circa [31-100] milioni di euro, realizzati interamente in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione di concentrazione notificata (nel seguito anche "l'operazione" o "la concentrazione") consiste nella acquisizione del controllo esclusivo di IDG da parte di 2iRG, mediante l'acquisto, da parte di quest'ultima, del 100% delle quote del capitale sociale della prima.

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

4. L'operazione è accompagnata da un accordo quadro di servizi transitori (nel seguito anche AST), tra IDG, Edison ed Edison Stoccaggio S.p.A¹, ai sensi del quale queste ultime continueranno a fornire per un periodo transitorio dalla data del *closing* - [omissis] - una serie di servizi di natura tecnica, informatica e amministrativa in favore di IDG, funzionali a garantire la continuità delle operazioni di quest'ultima.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento (CE) n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della stessa legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 504 milioni di euro e il fatturato totale realizzato individualmente in Italia nell'ultimo esercizio da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 31 milioni di euro.

6. Le previsioni contenute nell'AST che si accompagna all'operazione possono essere considerate direttamente connesse alla stessa e pertanto si qualificano come restrizioni accessorie all'operazione².

IV. L'AVVIO DEL PROCEDIMENTO E L'ATTIVITÀ ISTRUTTORIA

7. A seguito della notifica dell'operazione di concentrazione, l'Autorità ha avviato, in data 23 febbraio 2021, un'istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 4, della legge n. 287/90, nei confronti delle società 2I Rete Gas e IDG (nel seguito anche congiuntamente "le Parti"), ritenendo che l'operazione fosse suscettibile di determinare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nei mercati delle gare future relative al servizio di distribuzione di gas naturale nei seguenti quattro Ambiti Territoriali Minimi (nel seguito anche "ATEM"): Como 2, Pavia 3, Rovigo e Roma 4.

8. Il 26 febbraio 2021, al fine di acquisire elementi utili per la valutazione della concentrazione, è stata inviata una richiesta di informazioni ai principali operatori attivi nel settore della distribuzione del gas negli ATEM oggetto di avvio e in quelli limitrofi nonché ai principali operatori a livello nazionale (c.d. *market test*)³ che hanno tutti fornito riscontro⁴.

9. Nel corso del procedimento, la società 2I Rete Gas ha esercitato il diritto di accesso, nelle date 2 e del 10 marzo 2021⁵.

¹ Il coinvolgimento di Edison Stoccaggio è previsto solo limitatamente a talune attività di IT.

² Cfr. Commissione Europea, *Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni* (2005/C 56/03), par. 32-35.

³ Cfr., doc. da 4 a 21 compresi.

⁴ Cfr., docc. 6, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 15, 16, 17, 18, 19 e 27.1 (documento di sintesi delle risposte ai quesiti nn. 3, 4 e 5 del c.d. *market test*). Sebbene una delle imprese destinatarie della richiesta non abbia risposto, la stessa è risultata appartenere ad un gruppo la cui capogruppo, invece, ha inviato le informazioni richieste.

⁵ Cfr., docc. 7 e 30.

La società è stata inoltre sentita in audizione in data 12 marzo 2021⁶ ed ha depositato una memoria difensiva in data 16 marzo 2021⁷.

A seguito della ricezione della Comunicazione delle risultanze istruttorie (di seguito anche “CRI”), infine, 2I Rete Gas ha presentato un’ulteriore memoria difensiva in data 26 marzo 2021⁸.

V. LE RISULTANZE ISTRUTTORIE

V.1. Il contesto e le caratteristiche dell’operazione

10. L’operazione in esame riflette la strategia del gruppo Edison di dismettere l’attività di distribuzione del gas in Italia, svolta tramite la società IDG.

[*Omissis*].

11. In ragione dell’operatività delle Parti coinvolte nell’operazione, essa interessa diversi mercati nel settore della distribuzione del gas naturale e, segnatamente:

- a) i mercati della distribuzione di gas naturale nelle relative aree di concessione;
- b) i mercati delle gare d’ambito per l’affidamento delle concessioni di distribuzione di gas naturale.

12. Con riferimento al mercato della distribuzione di gas naturale nelle relative aree di concessione, trattandosi di un servizio svolto in regime di monopolio legale, l’operazione determina la mera sostituzione di un operatore con un altro e, dunque, non è stata ritenuta problematica.

13. Con riferimento, invece, ai mercati delle gare future per l’aggiudicazione delle concessioni di distribuzione del gas naturale negli ATEM in cui le Parti sono presenti in termini di punti di riconsegna del gas serviti (di seguito anche “PDR”), in coerenza con analoghe precedenti operazioni di concentrazione⁹, sono state individuate possibili criticità concorrenziali che hanno determinato l’avvio del procedimento.

V.2. I mercati rilevanti

14. Il servizio di distribuzione di gas naturale consiste nello svolgimento di varie attività connesse alla gestione della rete locale di trasporto del gas a bassa pressione, quali: la manutenzione e il potenziamento degli impianti, la gestione del pronto intervento, il bilanciamento fisico e commerciale, la lettura, gestione e aggiornamento dei contatori installati, nonché la realizzazione delle prestazioni tecniche e degli accertamenti sulla sicurezza degli impianti dei clienti finali. Questo servizio è svolto, per legge, in regime di monopolio legale sulla base di una concessione e, pertanto, l’unica forma di concorrenza possibile in questa attività è quella relativa alla partecipazione alle gare d’ambito per l’affidamento delle concessioni venute a scadenza (cd. concorrenza *per* il mercato)¹⁰.

⁶ Cfr., doc. 32.

⁷ Cfr., doc.33.

⁸ Cfr. doc. 41.

⁹ Cfr., C11878 - *Italgas - Acegas-APS/Isontina Reti GI*, provvedimento n. 24320 del 17 aprile 2013, in Bollettino n. 17/2013; C11990 - *SEL- Società Elettrica Altoatesina/Azienda Energetica*, provvedimento n. 25550 del 15 luglio 2015, in Bollettino n. 26/2015; C12044 - *A2A/Linea Group Holding*, provvedimento n. 26012 del 18 maggio 2016, in Bollettino n. 17/2016; C12125 - *2iReteGas/Nedgia*, provvedimento n. 26957 del 25 gennaio 2018, in Bollettino n. 4/2018; C12258 - *Ascopiave/Rami di azienda di AcegasApsAmga*, provvedimento n. 27989 del 19 novembre 2019 in Bollettino n. 47/2019; C12294 - *A2A/Ambiente Energia Brianza*, provvedimento n. 28406, del 20 ottobre 2020, in Bollettino n. 45/2020.

¹⁰ L’assegnazione tramite gara della concessione per il servizio di distribuzione di gas naturale è stata prevista dal Legislatore già a partire dal D. Lgs. n. 164/2000, recante “Attuazione della direttiva n. 98/30/CE recante norme comuni per il mercato interno del gas naturale, a norma dell’articolo 41 della legge 17 maggio 1999, n. 144”, in G.U.R.I. del 20

15. In virtù del quadro normativo vigente e come già affermato in numerosi precedenti dell’Autorità¹¹ - ciascuna delle future gare d’ATEM rappresenta un mercato distinto. Sono interessati dall’operazione i mercati relativi alle future gare per l’aggiudicazione della concessione del servizio di distribuzione del gas naturale negli ATEM di appartenenza dei comuni nei quali le Parti, e principalmente la società acquisita, svolgono attualmente il ruolo di gestori uscenti. È relativamente a tali gare, infatti, che il grado di concorrenza attesa è suscettibile di essere inciso dall’operazione stessa.

16. In coerenza con tale impostazione, 2I Rete Gas ha fornito una stima della percentuale dei punti di riconsegna del gas (PDR) attualmente gestiti dalle Parti, con riferimento agli ATEM in cui risulta attiva la società acquisenda¹² e nei quali, pertanto, si potrebbero verificare sovrapposizioni tra le Parti. Tra questi, nel provvedimento di avvio l’Autorità ha ritenuto necessario un approfondimento istruttorio per gli ATEM di Como 2, Pavia 3, Roma 4 e Rovigo, atteso che l’operazione è stata giudicata suscettibile di determinare effetti potenzialmente pregiudizievoli per la contendibilità degli stessi in sede di gara. Nel presente provvedimento i mercati rilevanti sono dunque rappresentati dalle future gare relative a tali ATEM.

17. Le tabelle che seguono riportano le quote, in termini di PDR, detenute dai principali operatori (ossia le imprese con una percentuale pari ad almeno il 5% dei PDR) all’interno degli ATEM oggetto di istruttoria.

Tabella 1 - ATEM di Como 2

<i>Impresa di distribuzione</i>	<i>Quota di PDR</i>
<i>2iRG</i>	[70-75%]
<i>IDG</i>	[1-5%]
<i>Multiutility del Nord S.p.A.</i>	[15-20%]

Fonte: Stime della Parte notificante e dati MISE

giugno 2000, n. 142). Successivamente, il D.L. n. 159/2007, ha affidato al Ministero dello Sviluppo Economico (MISE) il compito di definire degli ATEM per lo svolgimento delle gare e l’affidamento del servizio di distribuzione del gas naturale e di individuare dei criteri di gara e di valutazione delle offerte. Di conseguenza, nel corso del 2011, il MISE ha individuato 177 ATEM, di cui ha definito i relativi confini territoriali, provvedendo altresì a delineare il quadro di regole di riferimento per lo svolgimento delle gare, individuando in particolare i criteri di indizione della procedura di gara e di determinazione dell’offerta, nonché le date limite entro le quali gli ATEM erano tenuti ad effettuare gli adempimenti necessari per bandire la gara (D.M. n. 226/2011, cd. Decreto Criteri). Il calendario per l’indizione delle gare d’ATEM, inizialmente predisposto dal Decreto Criteri, è stato più volte modificato e prorogato da successivi interventi normativi. La Legge n. 124/2017 (c.d. Legge sulla concorrenza) ha inteso sia accelerare lo svolgimento delle gare d’ambito, incaricando l’ARERA di semplificare l’iter procedurale di verifica della procedura di gara, che favorire la massima partecipazione alle stesse, aumentando le possibilità per gli operatori di ricorrere all’istituto del raggruppamento temporanee di impresa (c.d. RTI).

¹¹ Cfr. provvedimenti C12044 - A2A/LGH, e C12125 - 2i Rete Gas/Nedgia, cit.

¹² Si tratta degli ATEM di Como 1, Como 2, Ferrara, l’Aquila 2, l’Aquila 3, Monza-Brianza 1, Padova 1, Pavia 3, Roma 4, Rovigo, Teramo, Varese 3, Vicenza 1 e Vicenza 3.

Tabella 2 - ATEM di Pavia 3

<i>Impresa di distribuzione</i>	<i>Quota di PDR</i>
2iRG	[70-75%]
IDG	[5-10%]
Condotte Nord S.p.A.	[15-20%]

Fonte: Stime della Parte notificante e dati MISE

Tabella 3 - ATEM di Roma 4

<i>Impresa di distribuzione</i>	<i>Quota di PDR</i>
2iRG	[40-45%]
IDG	[20-25%]
Italgas Reti S.p.A.	[30-35%]

Fonte: Stime della Parte notificante e dati MISE

Tabella 4 - ATEM di Rovigo

<i>Impresa di distribuzione</i>	<i>Quota di PDR</i>
2iRG	[30-35%]
IDG	[10-15%]
AP Reti Gas S.p.A.	[35-40%]
Italgas Reti S.p.A.	[15-20%]

Fonte: Stime della Parte notificante e dati MISE

V.3. Le contestazioni in sede di avvio

18. Nella propria prassi applicativa, l'Autorità ha stimato il grado di concorrenza attesa nelle future gare d'ATEM (e l'incidenza sullo stesso delle operazioni di concentrazione oggetto di valutazione) partendo da un'analisi degli incentivi a partecipare alle gare d'ATEM rivelati dagli operatori. Secondo le informazioni raccolte dall'Autorità nel corso delle passate istruttorie, per queste gare le imprese del settore attribuiscono una notevole importanza al ruolo di gestore uscente, vale a dire di gestore di almeno alcune delle concessioni comunali riunite nell'ATEM per il quale viene effettuata la gara¹³. In particolare, i principali *driver* che sono risultati in grado di condizionare l'interesse di un'impresa a partecipare alla gara di un ATEM sono: a) la propria presenza pregressa

¹³ Dalle istruttorie condotte di recente dall'Autorità su tali mercati (cfr., da ultimo, C12044- A2A/Linea Group Holding, C12125 - 2i Rete Gas/Nedgia e C12294 - A2A/Ambiente Energia Brianza, cit.) è emerso con chiarezza che la grande maggioranza degli operatori considera l'essere presenti in un ATEM un vantaggio capace di condizionare le strategie delle imprese nella partecipazione alle gare sia in positivo (inducendole a concentrarsi sulle gare d'ATEM nei quali esse sono già presenti) sia in negativo (inducendole a ritenere scarsamente contendibili gli ATEM nei quali è presente un forte gestore uscente e, quindi, a non prevedere la partecipazione alle relative gare). L'importanza della presenza, e della consistenza di tale presenza, nell'ATEM, è legata non solo alle consuete asimmetrie informative che insorgono in sede di gara tra gestori uscenti e aspiranti nuovi entranti ma anche al fatto che essa genera una barriera finanziaria rappresentata dall'obbligo, per il vincitore della gara, di rimborsare il cd. VIR (valore residuo degli investimenti) ai gestori uscenti. Lo sforzo finanziario richiesto all'operatore vincitore della gara ovviamente si riduce all'aumentare dei PDR da questo serviti nell'ATEM.

nell'ATEM; *b*) il grado di contendibilità percepita per l'ATEM (in prima approssimazione dipendente dalla percentuale detenuta dal principale gestore uscente sul totale dei PDR dell'ATEM); nonché *c*) alcune caratteristiche di ciascun ipotetico concorrente, quali la sua eventuale presenza nell'area geografica circostante o, più in generale, la sua dimensione (e capacità finanziaria).

19. Ciò posto, l'Autorità, nei propri interventi, ha individuato due possibili effetti restrittivi sulle future gare d'ATEM di una concentrazione tra imprese della distribuzione di gas naturale: *a*) la modifica della struttura attesa del mercato con scomparsa di un potenziale partecipante alla gara e conseguente rafforzamento dell'entità *post-merger*, effetto particolarmente probabile quando l'operazione riconduca sotto il medesimo centro decisionale due operatori dotati ciascuno di una significativa presenza pregressa nell'ATEM e *b*) la riduzione nel livello percepito di contendibilità dell'ATEM, con conseguente rinuncia di terzi alla partecipazione alla gara. Tale secondo effetto risulta possibile quando l'operazione, pur non eliminando un potenziale concorrente, rafforza significativamente la posizione dell'incumbent quale principale gestore uscente dell'ATEM.

20. Alla luce della prassi applicativa, nonché della configurazione delle gestioni esistenti negli ATEM nei quali sono attualmente presenti le Parti, in sede di avvio di istruttoria, l'Autorità ha individuato possibili criticità dell'operazione, suscettibili di comportare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante, con riferimento ai mercati futuri di quattro gare d'ATEM (Roma 4, Rovigo, Como 2 e Pavia 3).

21. Con specifico riferimento all'ATEM di Roma 4, l'Autorità ha rilevato come l'operazione fosse suscettibile di ricondurre a un unico centro decisionale due importanti operatori attualmente presenti nel suddetto ATEM - peraltro, con posizioni piuttosto simmetriche - i quali, in assenza della concentrazione, sarebbero stati, con ogni verosimiglianza, due dei tre principali contendenti per l'aggiudicazione della relativa gara. A seguito dell'operazione, la presenza congiunta delle Parti in termini di PDR in tale ATEM risulterebbe, peraltro, superiore al [65-70%], determinando la costituzione di un operatore con una posizione di vantaggio tale da scoraggiare la partecipazione alla gara anche di potenziali terzi concorrenti, riducendo quindi significativamente la sua contendibilità.

22. Con riguardo all'ATEM di Rovigo, nel provvedimento di avvio l'Autorità ha considerato che la società acquisita, pur servendo attualmente una percentuale non particolarmente elevata di PDR (pari al [10-15%] del totale) avrebbe potuto considerare con interesse la partecipazione alla gara, a causa della struttura relativamente equilibrata dell'ATEM, nel quale sono presenti altri tre operatori con quote significative (oltre a 2iRG anche AP Reti Gas S.p.A. e Italgas Reti S.p.A.), ma nessuno predominante (infatti il principale di essi non raggiunge il [35-40%] del totale dei PDR). L'Autorità ha dunque avviato il procedimento per verificare se l'operazione comportasse la scomparsa di un potenziale partecipante alla gara e con essa una sostanziale riduzione della concorrenza attesa sul mercato futuro della gara per questo ATEM.

23. Con riguardo, infine, agli ATEM di Como 2 e Pavia 3, in ciascuno dei quali l'acquirente detiene una presenza pregressa molto forte (superiore al [70-75%] del totale dei PDR) e l'acquisita una molto ridotta ma non insignificante quota (inferiore al [1-5%] nell'ATEM di Como 2 e pari al [5-10%] nell'ATEM di Pavia 3), nel provvedimento di avvio l'Autorità, pur riconoscendo che l'operazione non avrebbe comportato direttamente la scomparsa di un potenziale concorrente alle relative gare d'ATEM, ha ipotizzato che la stessa avrebbe potuto però rafforzare il già importante *incumbent* 2iRG, creando un disincentivo alla partecipazione alle relative gare per operatori terzi.

V.4. Gli approfondimenti istruttori

1. Il cd. market test sull'impatto concorrenziale dell'operazione e i suoi esiti

24. In data 26 febbraio 2021, è stata inviata una richiesta di informazioni (cd. *market test*) a 13 società attive nel settore (individuate in ragione della presenza negli ATEM oggetto di istruttoria o negli ATEM limitrofi o, comunque, in ragione delle caratteristiche e della dimensione aziendale)¹⁴. L'obiettivo di tale attività è stato, in primo luogo, quello di verificare se siano tuttora valide le valutazioni degli operatori in merito agli elementi presi in considerazione al momento di elaborare la strategia di partecipazione alle gare d'ATEM espresse in precedenti procedimenti istruttori, acquisendo, in caso contrario, le eventuali nuove posizioni delle imprese del settore. In secondo luogo, il *market test* ha inteso acquisire le intenzioni degli operatori con riferimento ai quattro ATEM oggetto dell'istruttoria¹⁵.

25. Le risposte delle imprese del settore al *market test* hanno innanzitutto confermato che viene tuttora riconosciuta una notevole importanza strategica al ruolo di gestore uscente nei comuni appartenenti all'ATEM, sia con riferimento all'incentivo derivante dall'essere gestori uscenti in un numero significativo dei comuni dell'ATEM, sia con riferimento al disincentivo derivante dalla presenza, in un ATEM, di un *incumbent* avente una parte preponderante delle attuali concessioni di distribuzione del gas naturale¹⁶.

26. In particolare, con riguardo ai criteri che guidano la selezione degli ATEM nei quali presentare le proprie candidature, delle dodici imprese che hanno risposto alla richiesta di informazioni, sei hanno dichiarato che il principale criterio è quello della presenza pregressa nell'ATEM¹⁷ e altre tre hanno affermato di considerare una pluralità di criteri che includono anche la presenza pregressa¹⁸.

¹⁴ Come anticipato, solo 12 delle 13 società hanno fornito un riscontro, ma la società che non ha risposto fa comunque parte di un gruppo societario che ha evaso la richiesta di informazioni.

¹⁵ Oggetto del questionario sono stati, precisamente, i seguenti aspetti:

1. la valutazione della rilevanza comparativa assegnata dagli operatori del settore ai seguenti elementi fattuali ai fini di assumere la decisione di partecipazione o meno a una gara d'ATEM: a) presenza pregressa nell'ATEM con una percentuale significativa di PDR (*i.e.* superiore al 50% del totale) o comunque con una presenza rilevante; b) assenza nell'ATEM di un gestore uscente con una percentuale nell'ordine o superiore al 70-80% del totale dei PDR; c) significativa o prevalente presenza pregressa negli ATEM confinanti o limitrofi (*i.e.* non confinanti ma vicini) a quello oggetto di gara; d) altri elementi ritenuti costituire, in relazione alla specifica gara, vantaggi competitivi o barriere alla partecipazione (ad esempio, barriere finanziarie, organizzative, e così via);
2. l'individuazione di interventi idonei a superare il possibile disincentivo alla partecipazione a gare d'ATEM caratterizzate dalla presenza pregressa di un gestore uscente con una percentuale significativa (*i.e.* superiore al 50%) o prevalente (*i.e.* del 70/80% o superiore);
3. i fattori che guidano le decisioni delle imprese in relazione alla partecipazione alle gare d'ATEM, nonché le gare sulle quali intendano concentrare le proprie attenzioni, precisando se vi rientrino anche quelle oggetto di istruttoria e, nel caso, se l'operazione di concentrazione in esame possa eliminare l'interesse a parteciparvi;
4. se, a parere degli intervistati, vi siano altri operatori diversi da quelli attualmente attivi nella distribuzione del gas naturale in Italia interessati a partecipare con offerte competitive a tali gare.

¹⁶ Le risposte al *market test*, sul punto, confermano pertanto la posizione assunta dall'Autorità nei propri precedenti (Cfr., *ex multis*, C12125 – 21 Rete Gas/Nedgia e C12294 – A2A/Ambiente Energia Brianza, cit).

¹⁷ Cfr., docc. 6, 8, 9, 12, 16 e 17, come sintetizzati nel doc. 27.1. Di queste, una ha affermato che la presenza pregressa deve essere superiore al 50% dei PDR, mentre un'altra di esse guarda anche alle possibili sinergie dovute all'eventuale svolgimento di attività diverse dalla distribuzione del gas naturale nei territori dell'ATEM.

¹⁸ Oltre a questa sono stati menzionati la gestione di altri servizi nell'ATEM, la contiguità dello stesso con altre aree gestite, il grado di frammentazione dell'ATEM e l'entità della propria presenza o di quella dei concorrenti sul territorio, il numero di procedura concorsuali in corso, l'attenzione a una logica di portafoglio. Cfr., docc. 11, 18 e 19, come sintetizzati nel doc. 27.1.

Due società invece hanno dichiarato di valutare la contendibilità dell'ATEM¹⁹ e solo una non ha fornito alcuna risposta, affermando, più in generale, di non aver ancora definito la propria strategia di partecipazione alle gare²⁰.

27. Nello stesso senso vanno le risposte al quesito relativo alle zone geografiche nelle quali si concentra l'interesse dell'impresa alla partecipazione alle future gare di ATEM, posto che delle dodici imprese rispondenti, ben nove hanno rappresentato di essere interessate a partecipare alle gare negli ATEM in cui risultano già presenti²¹. Al contrario, solo due imprese hanno dichiarato di voler partecipare alle gare d'ATEM in tutto il territorio nazionale²²; di queste, una ritiene di dover prima verificare la compatibilità di una partecipazione con le date di pubblicazione dei bandi e l'altra ritiene di poter presentare la propria candidatura nei soli territori in cui non vi siano forti concentrazioni di mercato. Un'ultima impresa, come detto, ha infine affermato di non aver ancora definito la propria strategia di partecipazione alle gare²³.

28. La forte presenza progressiva di un concorrente in un ATEM costituisce, per gli intervistati, un ostacolo alla partecipazione ad una gara, con specifico riferimento alla barriera di natura finanziaria creata dall'obbligo legale, per i nuovi entranti, di corrispondere al gestore uscente il valore residuo della rete di distribuzione²⁴ e alle asimmetrie informative esistenti tra soggetto *incumbent* e *newcomer*²⁵. Tra i fattori suscettibili di scoraggiare la partecipazione alle gare d'ATEM, tuttavia, il *market test* suggerisce anche fattori di carattere generale come lo squilibrio creato dalla presenza degli operatori di dimensioni maggiori che possono disporre sia di più consistenti risorse finanziarie (legate ad un credito più favorevole), sia di margini economici (derivanti dalla possibilità di utilizzare le risorse non impiegate in ATEM ampiamente controllati)²⁶ o le incertezze derivanti dalla normativa e regolazione di settore, considerata molto complessa e discriminatoria²⁷.

29. Circa la possibile presenza di operatori stranieri interessati alla partecipazione alle gare d'ATEM, dal *market test* non emergono indizi univoci dai quali si possa dedurre che gli operatori del settore si aspettino l'arrivo di offerte concrete alle gare da parte di soggetti esteri o comunque diversi da quelli che già svolgono l'attività di distribuzione, in ciò confermando quanto emergeva

¹⁹ Cfr., doc. 14 e 15, come sintetizzati nel doc. 27.1.

²⁰ Cfr., doc. 10, come sintetizzato nel doc. 27.1.

²¹ Cfr., docc. 6, 8, 9, 12, 14, 16, 17, 18 e 19, come sintetizzati nel doc. 27.1. Cinque di esse hanno affermato di essere interessate anche ad ATEM limitrofi (cfr. docc. 9, 14, 16, 17 e 18, come sintetizzati nel doc. 27.1) e una non esclude *a priori* la possibilità di partecipare a gare anche in altri territori (cfr. doc. 19, come sintetizzato nel doc. 27.1).

²² Cfr. docc. 11 e 15, come sintetizzati nel doc. 27.1.

²³ Cfr., doc. 10, come sintetizzato nel doc. 27.1.

²⁴ Cfr., doc. 11.

²⁵ Cfr., doc. 14.

²⁶ Cfr., doc. 14.

²⁷ Cfr., docc. 11 e 18. Per superare il disincentivo derivante dalla presenza significativa o prevalente di un gestore *incumbent*, alcune società hanno richiamato le nuove disposizioni in materia di partecipazione in ATI (cfr. docc. 6, 14 e 15); altre la necessità di elidere le barriere informative, finanziarie ed organizzative di cui godono i gestori uscenti (cfr. docc. 10, 15, 18 e 19) e altre ancora delle misure strutturali idonee ad incidere sulle condizioni di mercato così da permettere la crescita di operatori in grado di confrontarsi con i *player* di mercato (cfr. doc. 15).

dai *market test* svolti in precedenti procedimenti istruttori²⁸. Buona parte degli operatori intervistati, peraltro, non ha fornito alcun riscontro al quesito²⁹.

30. Le richieste di informazioni contenute nel *market test* erano altresì volte a verificare l'interesse specifico degli operatori per gli ATEM oggetto di istruttoria e l'impatto su quest'ultimo dell'operazione, in termini di incidenza sugli incentivi a partecipare alle future gare per l'affidamento del servizio di distribuzione del gas negli ATEM oggetto di istruttoria. Nel seguito si illustrano sinteticamente, per ciascun ATEM, gli esiti del *market test* a questo riguardo³⁰.

ATEM Rovigo

31. In merito all'interesse a partecipare alla gara per l'ATEM di Rovigo prima dell'operazione (*pre-merger*), delle dodici imprese che hanno risposto alla richiesta di informazioni, quattro hanno affermato di essere interessate e altre tre invece di non aver ancora deciso in merito alla partecipazione a tale gara, avendo una di esse riservato una verifica all'uscita del bando. Delle rimanenti, quattro hanno dichiarato di non essere interessate e una quinta non ha risposto con precisione.

32. Con riferimento all'incidenza dell'operazione sull'interesse a partecipare alla gara d'ATEM di Rovigo, cinque imprese su dodici hanno risposto che l'operazione non influenza i loro incentivi a partecipare o non partecipare alla medesima, altre due hanno risposto nello stesso senso ma hanno altresì specificato che l'operazione comporta comunque una riduzione della concorrenza. Altre tre imprese hanno risposto che l'operazione modificherebbe la loro decisione, ma in due casi basando la risposta su presupposti fattuali imprecisi, e due non hanno risposto con precisione sul punto. In particolare, delle quattro imprese che si erano dichiarate interessate a partecipare prima dell'operazione, tre hanno affermato che la stessa le induce a cambiare decisione, ma una di queste sostiene di farlo perché l'entità *post-merger* arriverebbe a detenere più del 50% del totale dei PDR dell'ATEM, mentre invece la percentuale congiunta delle Parti non arriva a raggiungere il [40-45%], e un'altra afferma che il motivo è che l'incumbent arriverebbe a superare il 20% del totale dei PDR, soglia che in effetti è superata già prima del *merger* dalla sola 2iRG. Nessuna delle tre imprese che hanno affermato di non aver ancora deciso se partecipare o meno alla gara ha invece dichiarato che l'operazione avrà qualche influenza su tale decisione.

ATEM Como 2

33. In merito all'interesse *pre-merger* nell'ATEM, sei delle dodici imprese che hanno risposto alla richiesta di informazioni, hanno affermato di non essere interessate all'ATEM di Como 2, una di queste perché la posizione di 2iRG è troppo forte già prima dell'operazione. Tre affermano invece di essere interessate a partecipare, altre due rispondono di non aver ancora definito la propria strategia di partecipazione alle gare e un'ultima impresa non risponde con precisione alla domanda con riferimento a questo ATEM.

34. Con riferimento all'incidenza dell'operazione sull'interesse a partecipare alla gara d'ATEM di Como 2, delle tre imprese che hanno dichiarato il loro interesse a partecipare alla gara per questo

²⁸ Cfr., *ex multis*, provvedimento C-12135, 2iRete Gas/Nedgia, cit.

²⁹ Cfr., docc. 6, 8, 10, 12, 14, 16 e 19.

³⁰ Cfr., doc. 27.1.

ATEM solo una afferma che l'operazione rappresenta un disincentivo perché rafforza l'incumbent, mentre le altre due dichiarano che la stessa non incide sui loro incentivi a partecipare alla gara, pur osservando in un caso che l'operazione ha effetti negativi sulla concorrenza e nell'altro che sarebbero opportune misure comportamentali.

Per sei altre imprese l'operazione non influenza in alcun modo le loro strategie rispetto alla decisione di partecipare o meno alla gara, mentre le rimanenti non rispondono con precisione o non hanno effettuato valutazioni specifiche sull'ATEM.

ATEM Pavia 3

35. In merito all'interesse *pre-merger* nell'ATEM, quattro delle dodici imprese che hanno riscontrato la richiesta di informazioni, hanno manifestato un proprio interesse a partecipare a questa gara, una delle quali precisando però che si tratta di un interesse non prioritario. Altre cinque hanno invece affermato di non essere interessate, una di queste perché 2iRG detiene, anche prima dell'operazione, una posizione troppo forte. Due altre imprese affermano di non aver ancora deciso sulle proprie strategie di partecipazione alle gare e una, infine, non risponde con precisione alla domanda.

36. Con riferimento all'incidenza dell'operazione sull'interesse a partecipare alla gara d'ATEM di Pavia 3, delle quattro imprese dichiaratesi interessate a partecipare alla gara, due sostengono che l'operazione incide negativamente sui loro incentivi a partecipare e le altre due, invece, dichiarano che non cambieranno le loro intenzioni, pur osservando in un caso che la stessa ha effetti negativi sulla concorrenza e nell'altro che sarebbero opportune misure comportamentali. Altre cinque imprese affermano che l'operazione non ha alcuna incidenza sulla loro decisione di partecipare o meno alla gara, due non rispondono con precisione con riferimento a questo ATEM e l'ultima, infine, dichiara di non aver ancora effettuato le necessarie valutazioni circa la partecipazione o meno alla gara per questo ATEM.

ATEM Roma 4

37. In merito all'interesse *pre-merger* nell'ATEM, solo due imprese tra le dodici intervistate che hanno fornito una risposta si sono dichiarate interessate a partecipare alla gara per questo ATEM, mentre sette hanno affermato, al contrario, di non essere interessate. Altre due imprese hanno sostenuto di dover ancora definire le loro strategie di partecipazione alle gare e una non ha risposto con precisione alla domanda con riferimento a questo ATEM.

38. Con riferimento all'incidenza dell'operazione sull'interesse a partecipare alla gara d'ATEM di Roma 4, delle due imprese dichiaratesi interessate a partecipare alla gara, una, pur osservando che l'operazione riduce la concorrenza, ha affermato che la stessa non modifica i suoi incentivi alla partecipazione alla gara, mentre l'altra sostiene che l'operazione è per essa fortemente disincentivante. Anche l'impresa che non aveva risposto con precisione alla domanda sulla sua intenzione di partecipare alla gara afferma però di ritenere che l'operazione crei un consolidamento di posizione dominante tale da pregiudicare la concorrenza nella gara e disincentivare la partecipazione. Sette imprese hanno affermato invece che l'operazione non incide in alcun modo sulle loro intenzioni in merito a questa gara; un'altra non ha risposto sul punto e un'ultima impresa, infine, ha affermato di non aver effettuato valutazioni specifiche in merito a questo ATEM.

2. Documentazione prodotta dalle Parti

39. In allegato al verbale dell'audizione del 12 marzo 2021, 2IRG ha prodotto uno stralcio del piano industriale di IDG per il periodo 2020-2023, approvato il 6 febbraio 2020, consistente in un'unica *slide* [omissis].

40. In allegato alla comunicazione del 26 marzo 2021 (e dunque dopo il ricevimento della Comunicazione delle Risultanze Istruttorie) la Parte ha prodotto una nuova versione dello stralcio dal medesimo piano strategico di IDG, nel quale la *slide* già allegata al verbale del 12 marzo è preceduta da due ulteriori *slides*, [omissis].

VI. LE ARGOMENTAZIONI DELLE PARTI

41. Nel corso dell'istruttoria, 2I Rete Gas ha sostenuto, in sede di audizione del 12 marzo 2021³¹ e nelle due memorie scritte del 16 e 26 marzo 2021³², che l'operazione, a suo giudizio, non sarebbe suscettibile di determinare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nei mercati futuri delle gare relative alla concessione del servizio di distribuzione del gas degli ATEM di Rovigo, Como 2, Pavia 3 e Roma 4. Più specificamente, 2I Rete Gas afferma che la concentrazione non comporterebbe né l'eliminazione di potenziali probabili concorrenti né un effetto disincentivante alla partecipazione alle gare d'ATEM di soggetti terzi a causa del rafforzamento della posizione del gestore uscente. Del resto, secondo 2I Rete Gas, gli esiti del *market test* avrebbero evidenziato l'interesse sia di operatori radicati sul territorio che di eventuali operatori stranieri a partecipare alle gare d'ATEM.

42. Con specifico riferimento agli effetti della concentrazione nell'ATEM di Rovigo, 2I Rete Gas ha depositato in atti uno stralcio del piano industriale di IDG per il periodo 2020-2023, approvato il 6 febbraio 2020, dal quale emergerebbe che [omissis]. Nella memoria del 26 marzo, 2I Rete Gas ha ribadito la piena validità del documento ad attestare gli intendimenti strategici di IDG, ancorché nella forma di stralcio da un più ampio piano industriale³³.

43. Ad ogni buon conto, le conclusioni tratte in merito all'assenza di effetti dell'operazione sulla gara per l'ATEM di Rovigo sarebbero confermate dal fatto che l'acquisita ha una presenza assolutamente minoritaria in tale ATEM, e, per effetto dell'operazione, la percentuale di PDR *post merger* di 2I Rete Gas risulterebbe comunque inferiore alla soglia critica considerata oggetto di attenzione da parte dell'Autorità nei numerosi precedenti. Inoltre, tanto nell'ATEM in esame quanto in quelli limitrofi vi sono numerosi e qualificati operatori concorrenti, con quote di mercato significative, quali AP Reti Gas S.p.A. e Italgas Reti S.p.A. (nell'ATEM di Rovigo), Inrete Distribuzione Gas S.p.A. e Gigas Rete S.r.l. (negli ATEM limitrofi). Ne consegue che non sarebbe possibile imputare all'operazione effetti disincentivanti alla partecipazione di terzi alla futura gara d'ATEM.

44. Con riguardo agli ATEM di Como 2 e Pavia 3, 2I Rete Gas ha rappresentato che la concentrazione determina un incremento marginale della già elevata percentuale di PDR detenuta

³¹ Cfr., doc. 32.

³² Cfr., doc. 33 e 39. La memoria del 26 marzo si concentra esclusivamente sulla risposta agli argomenti sollevati nella CRI con riferimento alle conseguenze attese dell'operazione sul mercato della futura gara per l'ATEM Roma 4.

³³ Come anticipato, in questa stessa occasione 2I Rete Gas ha presentato una versione del documento leggermente più ampia, stralciando tre slides anziché solo una come fatto in precedenza (cfr. doc. 39).

pre-merger da 2I Rete Gas in ciascuno di essi (superiore al [70-75%] del totale dei PDR). Pertanto, richiamando i precedenti dell'Autorità in proposito, la Società ha affermato che non appare possibile ipotizzare un effetto disincentivante alla partecipazione di altri concorrenti alle gare dei due predetti ATEM quale esito specifico della realizzazione dell'operazione in esame.

45. L'assenza di effetti disincentivanti alla partecipazione di terzi alle gare nei citati ATEM va apprezzata, secondo 2I Rete Gas, anche e soprattutto alla luce delle principali variabili ritenute rilevanti, in sede di avvio di istruttoria, per la futura competizione e cioè, oltre alla presenza pregressa nell'ATEM o in uno o più ATEM limitrofi a quello oggetto di allocazione, anche le caratteristiche di ipotetici concorrenti in termini di dimensioni e capacità finanziaria degli stessi e le strategie di gara.

46. Sul punto, 2I Rete Gas ricorda, nella sua memoria, che sia gli ATEM in parola, quanto quelli limitrofi, si caratterizzano per la presenza di importanti e qualificati operatori concorrenti, quali Condotte Nord S.p.A., Italgas Reti S.p.A., Multiutility del Nord S.p.A., Erogasmet S.p.A., Reti Più S.p.A., alcuni dei quali di rilevanza nazionale e con capacità finanziaria comparabile a quella di 2I Rete Gas. Tali elementi portano a ritenere che detti soggetti ben potrebbero essere interessati a partecipare alle relative gare d'ATEM senza che tale interesse sia significativamente inciso dalle (limitate) conseguenze dell'operazione. Infatti, in entrambi gli ATEM, gli esiti del *market test* testimoniano che diversi concorrenti continuano a ritenere tali Ambiti - pur se caratterizzati da un elevato grado di concentrazione - contendibili nonostante l'operazione.

47. Con riferimento, infine, all'ATEM di Roma 4, 2I Rete Gas - replicando la tesi difensiva avanzata con riguardo all'ATEM di Rovigo e fondata sul documento stralciato dal piano strategico di IDG - ha sostenuto che IDG [*omissis*].

48. In secondo luogo, la Società ha rammentato la rilevanza significativa, tanto nell'ATEM di Roma 4, quanto negli ATEM limitrofi, della presenza di un operatore concorrente di assoluto rilievo, quale è la società Italgas Reti S.p.A., per il quale si deve ipotizzare che gli incentivi a partecipare alla futura gara d'ATEM restino immutati anche dopo l'operazione. Sotto un diverso profilo, anzi, l'aumento di PDR conseguito da 2I Rete Gas all'esito dell'operazione aumenterebbe il livello di contendibilità dell'ATEM in parola, rendendo la stessa 2I Rete Gas un concorrente più credibile rispetto al primo operatore nazionale. Lo scenario prospettato, secondo 2I Rete Gas, pare suffragato dagli esiti del *market test*, dal quale è emerso che due imprese hanno comunque manifestato interesse a partecipare a tale gara d'ATEM a prescindere dalla concentrazione. Ipotizzando che una delle due sia Italgas, operatore già presente nell'ATEM con una percentuale di un certo rilievo, se ne deve dedurre che l'altra possa essere un operatore non attivo sul territorio. Pertanto, anche per l'ATEM di Roma 4, è ragionevole ipotizzare che l'aggregazione non produca effetti anticoncorrenziali non essendo la stessa idonea a disincentivare eventuali operatori concorrenti dal partecipare alla gara relativa all'affidamento del servizio di distribuzione del gas nel citato ATEM.

49. Tuttavia, in merito alle conseguenze dell'operazione sul mercato della futura gara per l'ATEM Roma 4, già in sede di audizione del 12 marzo e nella memoria del 16 marzo, 2I Rete Gas, pur sostenendo che l'operazione non causerebbe alcuna criticità concorrenziale con riferimento a tale ATEM, si era dichiarata disponibile ad adottare misure comportamentali, sul presupposto che le stesse fossero idonee a "*superare l'asserito effetto disincentivante dell'operazione*". Inoltre, nella memoria del 16 marzo, la Società si è altresì dichiarata disponibile, laddove l'Autorità avesse

ritenuto necessarie misure strutturali dismissive per la sterilizzazione degli effetti anticoncorrenziali dell'operazione, a presentare impegni in tal senso.

50. Infine, nella memoria depositata in data 26 marzo 2021, in seguito al ricevimento della CRI, 2I Rete Gas, pur continuando a contestare l'esistenza di effetti restrittivi dell'operazione relativamente alla futura gara per l'ATEM di Roma 4³⁴, ha presentato dettagliate misure dismissive, ritenute dalla Parte complessivamente idonee a dirimere le criticità concorrenziali evidenziate con riguardo a tale ATEM.

VII. EFFETTI DELL'OPERAZIONE

VII.1. Premessa

51. Come più volte affermato dall'Autorità nei propri precedenti, le gare d'ATEM sono caratterizzate dall'esistenza di incentivi o disincentivi specifici, legati soprattutto all'importanza del ruolo rivestito dal gestore uscente, in grado di incidere in misura anche drastica sul panorama dei partecipanti attesi, rendendo potenzialmente critica la struttura del mercato sotto il profilo concorrenziale. In questo contesto, i soggetti attivi nel territorio di un ATEM, che detengono quote di rilievo sul totale dei PDR, saranno degli importanti gestori uscenti e dunque dei partecipanti attesi alla gara di particolare rilievo, il cui numero è cruciale per definire il livello di concorrenza sul mercato rappresentato dalla futura gara per l'ATEM medesimo. Per questo motivo, nella prassi applicativa dell'Autorità, le operazioni in seguito alle quali due soggetti presenti con quote importanti sul totale dei PDR in un medesimo ATEM venivano ricondotti sotto un medesimo controllo sono state costantemente oggetto di intervento con l'imposizione, in numerosi casi, di misure strutturali³⁵ o addirittura del divieto³⁶.

52. In questo contesto, il provvedimento di avvio ipotizzava, come anticipato, che l'operazione potesse avere effetti restrittivi della concorrenza sui mercati delle future gare per l'aggiudicazione del servizio di distribuzione del gas negli ATEM di Rovigo, Pavia 3, Como 2 e Roma 4. Segnatamente, si rappresentava che l'operazione fosse suscettibile di modificare la struttura dell'offerta attraverso la riduzione significativa del numero dei partecipanti attesi alla gara (per gli ATEM di Rovigo e di Roma 4) e/o di ridurre sensibilmente il grado di contendibilità dell'ATEM percepito dai terzi eventualmente interessati, con conseguente contrazione del numero dei partecipanti attesi alla gara (per gli ATEM di Como 2, Pavia 3 e Roma 4).

53. Come si illustrerà nel dettaglio, le risultanze istruttorie consentono di concludere che, per gli ATEM Como 2, Pavia 3 e Rovigo non sono confermate le preoccupazioni concorrenziali espresse in sede di avvio dell'istruttoria. Viceversa, per il solo ATEM di Roma 4 è emerso che l'operazione genera gravi criticità concorrenziali.

VII.2. Gli effetti sulle gare per gli ATEM Como 2 e Pavia 3

54. Con riferimento ai due mercati delle future gare per gli ATEM di Como 2 e Pavia 3, dall'esame degli elementi raccolti nel corso dell'istruttoria emerge che la concentrazione notificata non è idonea a produrre gli effetti restrittivi della concorrenza ipotizzati nel provvedimento di avvio, consistenti

³⁴ Cfr., doc. 39.

³⁵ Cfr. C11990 - SEL- Società Elettrica Altoatesina/Azienda Energetica e C12125 - 2iReteGas/Nedgia, cit.

³⁶ Cfr. C11878 - Italgas - Acegas-APS/Isontina Reti GI, cit.

in una sensibile riduzione del grado di contendibilità dell'ATEM percepito dai terzi eventualmente interessati, con conseguente contrazione del numero dei partecipanti attesi alla gara.

55. Già prima dell'operazione, tali due ATEM erano caratterizzati dalla presenza predominante di una delle Parti (la società acquirente 2I Rete Gas con una percentuale, in termini di PDR gestiti, superiore al [70-75%] in ciascuno degli ATEM). Al tempo stesso, nei medesimi ATEM, l'apporto dell'operazione alla percentuale di PDR detenuta dall'entità *post-merger* è ridotto. In questo contesto, il *market test* ha confermato che, come già accertato in casi simili analizzati in passato dall'Autorità³⁷, la presenza molto elevata già detenuta da una delle Parti *pre-merger* e il limitato incremento della percentuale di PDR dovuto alla concentrazione fanno sì che le condizioni reali e percepite di contendibilità dell'ATEM non siano influenzate dall'operazione stessa (non siano cioè *merger specific*).

56. In particolare, tra tutti gli operatori che hanno evaso la richiesta dell'Autorità, solo uno ha dichiarato che l'operazione può incidere sulla sua decisione di partecipare (o non partecipare) alla gara per l'ATEM Como 2 e solo due a quella per l'ATEM Pavia 3. Si tratta di numeri molto bassi³⁸, che testimoniano come in casi simili le imprese, di norma, decidono anche prima dell'operazione di non partecipare alla gara a causa della elevata presenza pregressa dell'incumbent oppure, al contrario, se si dichiarano comunque intenzionate a partecipare alla gara, è perché assumono tale decisione a prescindere dall'elevato livello di presenza dell'incumbent, con la conseguenza che il lieve incremento di quest'ultimo risulta di fatto ininfluenza rispetto alle loro strategie di partecipazione alla gara.

57. Per questi motivi, si può concludere che l'operazione non è in grado di incidere negativamente in maniera significativa sulla concorrenza attesa alle gare per gli ATEM Como 2 e Pavia 3.

VII.3. Gli effetti sulla gara per l'ATEM di Rovigo

58. Parimenti, anche per la gara relativa all'ATEM di Rovigo l'istruttoria svolta induce a concludere che la concentrazione notificata non è idonea a produrre gli effetti restrittivi della concorrenza ipotizzati nel provvedimento di avvio, consistenti in una modifica della struttura dell'offerta che comporta la riduzione significativa del numero dei partecipanti attesi alla gara.

59. A tale conclusione, tuttavia, non contribuisce in alcun modo il documento prodotto dalla Parte in allegato al verbale dell'audizione del 12 marzo 2021, ovvero uno stralcio da un piano strategico di IDG approvato nel febbraio del 2020 [*omissis*]. Il documento, infatti, è del tutto privo di valenza probatoria, [*omissis*].

60. In ogni caso, come detto, gli altri elementi raccolti nel corso dell'istruttoria non consentono comunque di concludere che, a causa dell'operazione, il numero di partecipanti attesi alla gara per l'ATEM di Rovigo sarà significativamente ridotto e quindi la concorrenza in sede di gara incisa dall'operazione.

61. In tal senso, anche in ragione della struttura articolata dell'ATEM, nel quale manca un *incumbent* presente in maniera preponderante e dalle risposte al *market test*, si deduce un quadro

³⁷ Cfr. C12044 A2A/LGH, e C12125 2iReteGas/Nedgia, cit.

³⁸ Nel valutare tali esiti si consideri infatti che trattandosi di concorrenti che ben sanno quale sia il motivo della richiesta di informazioni inviata dall'Autorità, le imprese che rispondono al *market test* hanno un incentivo a fornire risposte opportunistiche al fine di avvantaggiarsi delle misure che l'Autorità potrebbe decidere di prendere a danno delle Parti. Se si sconta questo effetto, in pratica l'esito del *market test* può essere considerato univoco.

piuttosto vivace di partecipazione attesa a questa gara: infatti, oltre a 2iRG, ben altre quattro imprese si sono dichiarate interessate a presentare la propria offerta per questo ATEM e altre tre hanno affermato di non aver ancora preso una decisione definitiva. Inoltre, nei casi in cui la prospettata concentrazione viene indicata quale possibile motivazione di modifica dei predetti incentivi, a prescindere da eventuali risposte opportunistiche, in almeno due casi tale valutazione si basa su elementi fattuali errati, come illustrato nella sezione relativa ai risultati del *market test*. Pertanto, anche a prescindere [omissis] l'acquisizione di IDG da parte di 2iRG non appare idonea a ridurre significativamente il numero di partecipanti attesi alla gara, che risulta comunque sufficiente a garantire un adeguato livello di concorrenza su tale mercato.

62. Per questi motivi, l'operazione non è idonea ad incidere negativamente in maniera significativa sulla concorrenza attesa, anche con riguardo alla gara per l'ATEM di Rovigo.

VII.4. Gli effetti sulla gara per l'ATEM Roma 4

63. L'istruttoria condotta porta invece a conclusioni diverse da quelle che precedono, con riguardo agli effetti dell'operazione sul mercato futuro della gara d'ATEM di Roma 4, per la quale si evidenziano evidenti effetti restrittivi della concorrenza in sede di gara determinati dalla realizzazione dell'operazione.

64. Le evidenze in atti consentono di affermare - in piena coerenza con la prassi applicativa dell'Autorità³⁹ - che con riferimento all'ATEM Roma 4 l'operazione determina il ricongiungimento a un unico centro decisionale di due dei tre operatori attualmente attivi in esso, entrambi con una presenza in termini di percentuale sul totale dei PDR ([40-45%] 2iRG e [20-25%] IDG) tale da farne degli importanti gestori uscenti al momento della indizione della futura gara d'ATEM. In quanto tali, in assenza dell'operazione, le due società avrebbero potuto partecipare autonomamente alla gara per l'ATEM Roma 4. In altri termini, l'operazione determina, in primo luogo, un effetto strutturale significativo, consistente nell'eliminazione di uno dei tre concorrenti attesi alla gara con conseguente riduzione della competizione. In secondo luogo, l'operazione, riunendo nell'entità *post merger* più del [65-70%] dei PDR, è suscettibile di rafforzare il principale gestore uscente, già primario operatore a livello nazionale, e risulta pertanto idonea a scoraggiare la partecipazione di soggetti terzi, riducendo ulteriormente il livello di concorrenza sul mercato della futura gara d'ATEM.

65. L'istruttoria ha confermato le preoccupazioni sollevate nel provvedimento d'avvio in relazione agli effetti dell'operazione sul mercato della futura gara per l'ATEM Roma 4, in particolare con riferimento all'effetto strutturale di riduzione di un potenziale concorrente. Il *market test* ha dimostrato che il panorama dei concorrenti attesi alla gara è comunque molto ristretto, posto che soltanto due dei dodici soggetti intervistati hanno dichiarato di essere interessati a partecipare alla gara in assenza dell'operazione e uno di essi ha affermato che la realizzazione dell'operazione lo indurrebbe a cambiare idea. La riduzione da tre a due del numero di gestori uscenti che rappresentano, secondo la costante interpretazione dell'Autorità, dei qualificati partecipanti attesi alla gara, incide dunque in maniera severa sulla struttura del mercato, senza che sia emerso un diffuso

³⁹ Cfr., *ex multis*, C12125, 21 Rete Gas/Nedgia, cit.

interesse degli operatori del settore a tale gara, idoneo a compensare il predetto effetto⁴⁰. Peraltro, l'operazione stessa, causando un forte rafforzamento del gestore *incumbent*, può ridurre ulteriormente il già scarso interesse mostrato dalle imprese del settore per la gara d'ATEM Roma 4⁴¹.

66. In merito all'effetto strutturale dell'operazione, le Parti si sono limitate a contestarlo facendo nuovamente riferimento soltanto all'estratto del piano industriale di IDG dal quale emergerebbe che *[omissis]*. Tuttavia, come ampiamente illustrato in precedenza nella sezione dedicata agli effetti dell'operazione sul mercato della gara per l'ATEM di Rovigo, il documento in questione non soddisfa i requisiti minimi affinché possa essergli attribuito, nel caso di specie, un adeguato valore probatorio. *[Omissis]*.

67. D'altra parte, come già osservato dall'Autorità in un caso precedente relativo alla medesima 2iRG⁴², *[omissis]*. Infatti, una volta che la società cedente ha deciso di percorrere la strategia della cessione di un importante gestore uscente di un ATEM, quest'ultimo potrebbe ben essere rilevato da operatori o finanziatori terzi rispetto all'altro (o agli altri) soggetti già presenti in maniera importante nel medesimo ATEM. In una simile eventualità, sarebbe possibile mantenere tre gestori uscenti indipendenti, candidati accreditati per la partecipazione alla futura gara d'ATEM, preservando dunque la preesistente struttura del mercato della futura gara d'ATEM⁴³.

68. In conclusione, con riguardo all'ATEM Roma 4 - diversamente da quanto eccepito da 2I Rete Gas, da ultimo in data 26 marzo 2021 - la concentrazione determina, oltre ad un rafforzamento della *merger entity*, che deterrà una percentuale di PDR superiore al *[65-70%]* del totale e di gran lunga superiore a quella detenuta dal principale concorrente, anche e soprattutto una restrizione concorrenziale strutturale diretta e di primo piano, consistente nell'eliminazione di uno dei pochissimi concorrenti attesi alla gara e unico soggetto, oltre al terzo *incumbent* dell'ATEM (Italgas), a poter essere considerato un concorrente qualificato, in quanto gestore uscente per una parte rilevante (il *[20-25%]*) dei PDR dell'ATEM.

Conclusioni sugli effetti dell'operazione

69. L'operazione oggetto di istruttoria risulta, alla luce delle argomentazioni che precedono, suscettibile di rafforzare o costituire una posizione dominante sul mercato della futura gara per l'attribuzione del servizio di distribuzione di gas naturale nel solo ATEM di Roma 4. In particolare, in tale Ambito, la concentrazione produce il duplice effetto di rafforzare la posizione di gestore

⁴⁰ Contrariamente a quanto osservato, invece per l'ATEM di Rovigo, per il quale il numero dei soggetti interessati a partecipare evidenziato dal *market test* risultava ben più elevato, a fronte peraltro di una posizione ben meno rilevante detenuta, in termini di percentuale sul totale dei PDR dell'ATEM (circa il *[10-15%]*) in quel caso dal soggetto destinato a scomparire in seguito all'operazione.

⁴¹ In tal senso si sono espresse anche due società che hanno risposto al *market test*.

⁴² C12125, *2I Rete Gas/Nedgia*, cit.

⁴³ Il fatto che la fusione tra due dei tre gestori uscenti di un ATEM aventi dimensioni tra loro comparabili riduca in maniera significativa la concorrenza attesa sul mercato della futura gara è stato già accertato dall'Autorità nel citato caso C12125 condotto proprio nei confronti di 2iRG. In quella occasione il medesimo concetto venne ripreso anche nella misura dismissiva imposta a 2iRG con riferimento a ben due ATEM che si trovavano in condizioni simili a quella dell'ATEM Roma 4, nella quale fu stabilito chiaramente che "*l'acquirente [degli asset oggetto di dismissione] non potrà essere un operatore che [...] sia già presente direttamente o attraverso società controllate o collegate nell'ATEM in questione con un quota di PDR superiore al 10%*". Sempre in tale occasione, l'Autorità ha anche utilizzato, in contraddittorio con la Parte, il medesimo argomento relativo alla possibilità che, in assenza dell'operazione, gli asset della società acquisita avente una importante presenza nell'ATEM oggetto del procedimento avrebbero potuto essere acquisiti da un terzo.

uscite dell'ATEM dell'entità *post-merger* e di determinare un rilevante effetto strutturale consistente nella riduzione da tre a due del numero dei più accreditati potenziali partecipanti alla gara stessa. Per tali motivi, la concentrazione così come comunicata in data 10 febbraio 2021 non è suscettibile di essere autorizzata, ai sensi dell'art. 6, comma 2, della legge n. 287/90.

VIII LE MISURE CORRETTIVE, STRUTTURALI E COMPORTAMENTALI PROPOSTE DA 2I RETE GAS DOPO LA RICEZIONE DELLA COMUNICAZIONE DELLE RISULTANZE ISTRUTTORIE

70. Nella CRI, trasmessa alle parti a esito dei risultati del *market test* e dell'attività istruttoria condotta, sono stati evidenziati gli effetti pregiudizievoli per la concorrenza derivanti dall'operazione con riguardo al solo ATEM di Roma 4. Tali effetti, in casi precedenti, sono stati rimossi unicamente con l'adozione di misure di carattere strutturale⁴⁴, pena il divieto dell'operazione⁴⁵.

71. A seguito della ricezione della CRI, 2I Rete Gas ha presentato, in data 26 marzo 2021, con riguardo al solo ATEM di Roma 4, un pacchetto di misure cumulative, di natura dismissiva e comportamentale, nel seguito descritte⁴⁶:

- i) la dismissione⁴⁷ di almeno 27.500 PDR, scelti tra quelli di 2I Rete Gas o di IDG (nel seguito anche la "Dismissione");
- ii) la dilazione della rimanente quota di VIR di 2I Rete Gas e di IDG non oggetto di dismissione per un periodo massimo di 3 anni ovvero, in alternativa, il riconoscimento al gestore subentrante di un indennizzo;
- iii) la misura del *transitional service agreement* ("TSA"), ovvero di un contratto di servizi sulla restante quota di PDR detenuti da 2I Rete Gas e di IDG nell'ATEM Roma 4, non oggetto di dismissione;
- iv) la misura occupazionale sulla restante quota di PDR di 2I Rete Gas e di IDG, non oggetto di dismissione;
- v) la misura informativa sulla restante quota di PDR di 2I Rete Gas e di IDG, non oggetto di dismissione (le misure da ii) a v) sono indicate cumulativamente, nel seguito, anche come "misure comportamentali").

La Dismissione

72. La dismissione sarà effettuata con procedure di selezione trasparenti, competitive e adeguatamente pubblicizzate ed aperte ad operatori idonei e qualificati. In particolare, saranno ammessi a partecipare alla procedura operatori dotati di forza competitiva, redditizia ed attività in concorrenza con le Parti. Inoltre, al fine di garantire l'efficacia della misura in questione e quindi permettere la concreta nascita di un terzo operatore in grado di partecipare alla gara di ATEM di

⁴⁴ Cfr. C11990 - *SEL- Società Elettrica Altoatesina/Azienda Energetica*, e C12125 - *2iReteGas/Nedgia*, cit..

⁴⁵ Cfr. C11878 - *Italgas - Acegas-APS/Isontina Reti GI*, cit..

⁴⁶ Cfr., doc. 42.

⁴⁷ Oggetto di dismissione saranno le concessioni, gli impianti ed il personale preposto alla gestione di tali impianti nonché tutti gli attivi che contribuiscono alla loro attuale gestione.

Roma 4, è escluso espressamente che l'acquirente possa essere un operatore con una quota di PDR superiore al 10% dell'ATEM stesso.

73. La procedura dismissiva disegnata da 2I Rete Gas risulta così articolata:

a) la società pubblicherà (sul proprio sito *internet*, sui principali quotidiani specializzati di settore, su almeno un primario quotidiano nazionale e su un primario quotidiano economico finanziario internazionale) un avviso a presentare una manifestazione di interesse entro il termine di due mesi dalla notifica del provvedimento di chiusura del procedimento;

b) i soggetti interessati potranno presentare la propria manifestazione di interesse entro *[omissis]* dalla pubblicazione dell'avviso, successivamente accedere ad una *virtual data room* per acquisire le informazioni necessarie sugli *asset* oggetto di acquisizione e presentare un'offerta vincolante entro un termine di *[omissis]*;

c) entro 5 giorni dalla scadenza del termine di cui al punto precedente. 2I Rete Gas invierà copia delle offerte vincolanti ricevute all'Autorità che si potrà pronunciare entro i successivi 15 giorni sull'idoneità dei possibili acquirenti;

d) decorso il termine per le valutazioni rimesse all'Autorità, 2I avrà un termine di *[omissis]* per concludere l'accordo preliminare e avviare il processo di *handover*.

Qualora il *signing* della dismissione non avvenisse nei tempi indicati, 2I Rete Gas si impegna ad offrire le misure comportamentali sul totale dei PDR detenuti dalle Parti nell'ATEM Roma 4.

74. La cessione verrà effettuata ad un prezzo minimo pari *[omissis]*.

Qualora non venisse presentata, da parte di un acquirente idoneo, almeno un'offerta vincolante superiore o uguale a tale prezzo minimo, l'obbligo di 2I Rete Gas di dismettere gli *asset* perderebbe efficacia e dunque diventerebbero automaticamente efficaci le misure comportamentali.

La misura di dilazione VIR e la misura indennizzo

75. Con la misura di dilazione del VIR, 2I Rete Gas si impegna a consentire all'aggiudicatario della futura gara d'ATEM di corrispondere, nel caso in cui venga implementata la misura dismissiva, il pagamento di una porzione di VIR dell'ATEM - relativo ai PDR di 2I Rete Gas e ai PDR acquisiti da IDG non oggetto di dismissione ovvero, nel caso in cui non venga implementata la misura dismissiva, a tutti i PDR di 2I Rete Gas e di IDG acquisiti - in misura dilazionata, al termine di un periodo di 3 anni dalla data di effettivo subentro nella gestione. In particolare, il nuovo gestore sarebbe immesso nella disponibilità delle reti al momento dell'effettivo trasferimento della gestione e subentrerebbe da subito nella gestione di tutti gli impianti, percependo integralmente la corrispondente tariffa; l'effetto traslativo della proprietà delle reti e degli impianti oggetto di dilazione sarebbe subordinato all'integrale pagamento del VIR. In altre parole, per effetto della misura, il nuovo gestore entrerebbe nella disponibilità delle reti nello stesso momento in cui sarebbe normalmente subentrato ad esito dell'aggiudicazione, vale a dire al momento dell'effettivo *handover*, senza alcun vincolo per le attività di distribuzione e misura, anche in assenza di una immediata corresponsione integrale del VIR, di cui, in parte, si consentirebbe il pagamento dilazionato.

76. 2I Rete Gas ha specificato che la dilazione del pagamento del VIR sarebbe concessa a condizioni che la Parte giudica di per sé vantaggiose per un periodo di tre anni. In particolare, il tasso di interesse applicato sarebbe pari alla somma di Margine e Tasso Midswap di Riferimento, ovverosia 0,20% (20 punti base) + Tasso Midswap a dieci anni (EUSA10 CMPN Curncy),

prevedendo un tasso minimo dello 0%, pubblicato sulla pagina Bloomberg alla data di sottoscrizione del contratto, ad oggi pari complessivamente allo 0,02%, che sulla base delle *curve forward* del Tasso Midswap ad oggi disponibile potrebbe raggiungere un valore massimo non superiore allo 0,6%.

77. Nel caso in cui il gestore subentrante rinunci alla misura di dilazione del VIR, 2I Rete Gas gli riconoscerà la misura indennizzo. In particolare, al gestore subentrante spetterà un indennizzo pari al risultato del prodotto tra l'importo della dilazione rinunciata (il VIR) ed un tasso di interesse annuo pari alla somma di uno *spread* di 180 punti base (ossia 1,80%) ed il tasso Midswap a 10 anni a tale data (EUSA 10 CMPN Curncy) per un totale, calcolato ad oggi, pari a circa l'1,8%. Detta somma, ai tassi attuali sarebbe pari, su 3 anni di dilazione, a circa il 5,4% del VIR.

La misura TSA

78. Con tale misura 2I Rete Gas si impegna a sottoscrivere, con il gestore subentrante, un TSA della durata di dodici mesi funzionale ad agevolare il subentro nella gestione della rete da parte dell'aggiudicatario della gara. Un *term-sheet* contenente i corrispettivi e le principali condizioni contrattuali del TSA sarebbe reso pubblico in vista delle summenzionate gare, così da consentirne la valutazione da parte dei potenziali offerenti. Fermo restando il passaggio all'aggiudicatario della gestione della rete e del personale - con il connesso corredo di informazioni, dati e documenti - il TSA potrebbe includere attività collegate al *know-how* riferito alle concessioni messe a gara e relative, più specificamente, alle conoscenze e alle abilità necessarie per gestire il servizio in una determinata zona. Il TSA riguarderà l'insieme delle attività di supporto tecnico e di sistemi informativi inerenti il servizio di distribuzione del gas attraverso la rete, necessarie per consentire la più efficace migrazione del nuovo perimetro di PDR gestiti, nell'organizzazione del nuovo gestore, tra le quali, ad esempio: *a)* le attività funzionali a garantire la migrazione dei dati e dei processi per la presa in carico del servizio e della gestione degli impianti; *b)* le attività di supporto alla gestione, esercizio, manutenzione degli impianti e le operazioni fisiche di attivazione, disattivazione, sospensione e riattivazione; *c)* le attività di supporto alla gestione dei misuratori del gas naturale e dei dati di misura.

79. Il corrispettivo per il servizio, ad eccezione delle attività di migrazione che saranno fornite a titolo gratuito, dovrebbe fare riferimento ai prezzi di mercato e comunque non sarebbe superiore alla quota parte dei corrispettivi tariffari riconosciuti dall'ARERA, riconducibile in proporzione ai servizi effettivamente svolti nell'ambito delle attività di distribuzione, misura e di commercializzazione, laddove applicabili.

La misura occupazionale

80. La misura proposta prevede la auto-riduzione degli oneri di assunzione dei dipendenti del gestore uscente che per la clausola sociale compresa nei bandi dovrebbero essere assunti dal gestore entrante.

In particolare, ai sensi dell'articolo 2 del D.M. 21 aprile 2011⁴⁸, il personale addetto alla gestione degli impianti oggetto di gara e una quota parte del personale che svolge funzioni centrali di supporto

⁴⁸ Cfr. Decreto Ministeriale del 21 aprile 2011 del Ministro dello Sviluppo Economico e del Ministro del Lavoro e delle Politiche sociali, recante "Disposizioni per governare gli effetti sociali connessi ai nuovi affidamenti delle concessioni di distribuzione del gas".

all'attività di distribuzione e misura degli impianti stessi è soggetto al passaggio diretto e immediato al gestore subentrante, con la salvaguardia delle condizioni economiche individuali in godimento, con riguardo ai trattamenti fissi e continuativi e agli istituti legati all'anzianità di servizio. Qualora il numero complessivo di addetti comporti un numero di PDR gestiti per addetto inferiore al valore soglia di 1/1.500, il gestore uscente deve giustificarlo alla stazione appaltante sulla base di specificità locali.

81. La misura prevede l'impegno di 2I Rete Gas a consentire al gestore subentrante di assumere un numero di dipendenti del gestore uscente soggetti al passaggio diretto al nuovo gestore, anche in misura inferiore rispetto alla soglia di un dipendente ogni 1.500 PDR prevista dal DM e pari a un dipendente ogni 2.000 PDR, con facoltà inoltre di rinunciare al trasferimento di quei dipendenti indicati dal gestore uscente come correlati a funzioni centrali. I dipendenti identificati dal gestore uscente come soggetti al passaggio diretto, ma non richiesti dal gestore subentrante, resterebbero alle dipendenze del gestore uscente alle medesime condizioni economiche individuali in godimento, con riguardo ai trattamenti fissi e continuativi e agli istituti legati all'anzianità di servizio.

La misura informativa

82. 2iRG si è infine resa disponibile a fornire a tutti i potenziali offerenti dati relativi alle caratteristiche degli impianti ulteriori rispetto a quelli previsti dagli artt. 4 e 5, del D.M. 226/2011, la cui trasmissione alle Stazioni Appaltanti è obbligatoria.

Nello specifico, le misure di natura informativa aggiuntive presentate da 2iRG sono le seguenti: *i*) cartografie delle reti in formato elettronico secondo i tracciati e i formati previsti dal SINFI (Sistema Informativo Nazionale Federato delle Infrastrutture, Decreto MISE 11 maggio 2016); *ii*) integrazione delle informazioni cartografiche con anno di posa delle singole tubazioni; *iii*) messa a disposizione (in aggiunta alle informazioni già oggi fornite e limitate alla tipologia di impianto di riduzione - linea singola o linea doppia e alla potenzialità -) dell'elenco delle apparecchiature dei singoli impianti di riduzione (cabine primarie e secondarie); *iv*) curva storica di crescita dei clienti finali/PDR per quanto disponibile; *v*) elenco delle richieste di allacciamento alla rete gas non ancora evase o non evadibili alla data di emissione del bando o alla data più prossima alla stessa; *vi*) i dettagli relativi alle dispersioni con indicazione della parte di impianto su cui la dispersione è stata individuata (rete interrata, allaccio interrato, allaccio aereo, contatore e così via) e dell'anno in cui sono state rilevate nell'ultimo triennio; *vii*) l'andamento giornaliero delle portate orarie degli impianti di riduzione primari relativo al trimestre di consumo; *viii*) le schede di calcolo relative all'ultimo triennio disponibile dei valori del parametro Kt per lo stato di protezione catodica delle reti in acciaio; *ix*) le informazioni sullo stato delle campagne in corso di sostituzione dei misuratori elettronici, con indicazione della tecnologia (P-P/P-M).

Gli effetti sull'operazione delle misure presentate da 2i rete gas

83. Come ampiamente illustrato nelle sezioni che precedono, con riguardo all'ATEM di Roma 4, l'istruttoria ha permesso di concludere che l'operazione determina l'eliminazione di uno dei principali concorrenti capaci di contendersi l'aggiudicazione della gestione dell'ambito nella relativa gara. Rispetto a tale Ambito, pertanto, dei rimedi idonei a risolvere le criticità concorrenziali devono mirare in primo luogo a ricreare un soggetto che rappresenti un significativo gestore uscente e abbia quindi la potenzialità di partecipare efficacemente a tali gare, al pari dell'entità che, a causa della concentrazione, cessa di essere indipendente. In tal senso, le misure correttive dell'operazione

devono massimizzare la probabilità della presentazione di ulteriori offerte alla gara d'ATEM anche mediante la possibilità di un ingresso immediato di terzi nelle attuali gestioni mediante misure dismissive.

84. Nell'individuare delle adeguate misure dismissive nel caso di specie occorre tuttavia tener presente la peculiarità dei mercati interessati, analogamente a quanto fatto in passato dall'Autorità⁴⁹. Il caso in esame, infatti, interessa dei mercati futuri non ancora esistenti e l'obiettivo dichiarato di tali misure deve essere la capacità di assicurare un adeguato livello di concorrenza non nella corrente gestione dell'asset (che peraltro, di per sé, rappresenta un monopolio naturale), bensì nelle future gare d'ambito. A ciò si aggiunga un'altra peculiarità del settore, rappresentata dalla regolazione vigente, che garantisce alle imprese titolari di *asset* - e quindi anche ai futuri eventuali acquirenti delle concessioni cedute da 2iRG - di percepire con certezza dei cospicui *payoff* (il VIR, che in genere è anche più elevato della RAB tariffaria) in caso di mancata aggiudicazione o finanche di mancata partecipazione o totale disinteresse alla gara, ossia al mercato futuro nel quale l'Autorità è chiamata a tutelare la concorrenza.

85. Tali caratteristiche inducono a considerare la eventualità che gli *asset* oggetto di dismissione possano essere acquisiti da un soggetto che abbia, quantomeno nel medio termine, finalità unicamente speculative, nel senso che intenda attendere la celebrazione delle gare e incassare il VIR degli impianti (ricavandone un importo) piuttosto che porre in essere la complessa attività di partecipazione alle gare d'ambito; un soggetto siffatto, peraltro, data anche la certezza dell'incasso del VIR a seguito delle gare, avrebbe buon gioco a reperire i capitali per finanziare tale operazione speculativa. Nel caso in cui gli *asset* oggetto di cessione venissero acquistati da un operatore per realizzare dette finalità, verrebbe meno il principale obiettivo delle cessioni nel caso in esame, consistente nel ricostituire un potenziale partecipante alle gare.

86. Appare ragionevole ipotizzare che il rischio di una acquisizione speculativa sia maggiore nel caso in cui - a fronte del disinteresse di operatori disposti a investire nell'asset al fine di farne il punto di partenza per costruire una strategia di partecipazione alla gara e dunque disponibili ad offrire un prezzo di mercato - il prezzo di cessione scenda progressivamente fino ad arrivare in astratto a zero, come previsto nelle procedure *standard* di dismissione di *asset* nell'ambito delle operazioni di concentrazione. Per questo motivo, al decrescere del prezzo di cessione il rischio che la misura dismissiva non apporti alcun beneficio concorrenziale alle gare o ne apporti solo uno marginale⁵⁰, si accresce proporzionalmente, e la stessa misura può finire per risultare a un tempo sproporzionata e scarsamente efficace rispetto al proprio obiettivo concorrenziale.

87. Al fine di cogliere le opportunità offerte dalla misura dismissiva, che in presenza di un acquirente idoneo può risolvere in radice le restrizioni concorrenziali dell'operazione, e al tempo stesso porre il rimedio al riparo delle conseguenze negative derivanti dai rischi di acquisizioni speculative, per l'ATEM di Roma 4, la Parte ha proposto una misura articolata, composta, in prima analisi, da una cessione di *asset* condizionata al raggiungimento di un prezzo di riserva, integrata da articolate misure comportamentali sui PDR delle Parti non oggetto di dismissione. Qualora poi la

⁴⁹ Cfr. C12125, *21 Rete Gas/Nedgia*, cit.

⁵⁰ La cessione ad un soggetto che non parteciperà alla gara consentirebbe al più di evitare il rafforzamento della *merged entity* in termini di quota di PDR detenuti, senza avere però alcuna influenza sull'effetto strutturale dell'Operazione.

dismissione con prezzo di riserva non si dovesse realizzare, troverebbero applicazione le sole misure comportamentali sulla totalità dei PDR dell'ATEM di Roma 4 detenuti dalle Parti.

88. In particolare, in deroga rispetto alla normale procedura che prevede che la cessione degli *asset* avvenga senza la individuazione di un prezzo di riserva, la dismissione della quota di PDR dell'ATEM proposta da 2I Rete Gas avviene con la fissazione un prezzo di riserva, maggiore di zero, il cui ammontare, da un lato, appare ragionevole e proporzionato per consentire l'incentivazione del maggior numero possibile di offerte valide e, dall'altro, è definito in rapporto alla valorizzazione tariffaria.

Tale ammontare è stato fissato per il presente procedimento *[omissis]*. Al di sotto di tale prezzo, 2iRG si riserva di rifiutare l'offerta, impegnandosi, una volta accertata l'assenza di acquirenti disposti a pagare quantomeno il prezzo minimo prefissato, ad attuare misure comportamentali particolarmente rilevanti.

89. In altre parole, nello specifico contesto della presente operazione, il complesso delle misure comportamentali proposte deve essere letto in maniera unitaria come parte integrante dell'impegno dismissivo "atipico" disegnato nel caso di specie. I rimedi proposti sono infatti finalizzati a garantire un *set*, quanto più completo possibile, di misure destinate ad assicurare la maggior partecipazione possibile alla gara, a fronte dell'interesse di operatori potenzialmente con diverse caratteristiche.

90. Al fine di raggiungere il risultato descritto, si rileva che, con riferimento all'ATEM di Roma 4, 2iRG ha proposto di effettuare una cessione, con la modalità sopra rappresentata, di una parte dei PDR di tale Ambito di fatto corrispondente a quella oggetto di acquisizione⁵¹, circostanza che porrebbe fine a ogni criticità concorrenziale relativa a tale territorio e permetterebbe di ricreare, in capo all'acquirente del ramo di azienda così individuato, un soggetto capace di concorrere efficacemente per le gare in modo comparabile alle Parti nello scenario *pre-merger*.

91. 2iRG ha inoltre previsto, in aggiunta alla misura dismissiva, misure comportamentali da applicarsi sulla restante parte di PDR non oggetto di dismissione, che possono accrescere la concorrenza in gara sia facilitando il successo della misura dismissiva in quanto rendono più attraenti gli *asset* oggetto di dismissione, sia attraendo le offerte da parte di soggetti terzi, anche laddove oggi non siano presenti nell'ATEM. Si tratta, in particolare, di:

- (a) una misura di dilazione del VIR per una durata estesa a tre anni che, a scelta del beneficiario, potrebbe convertirsi in un indennizzo sul valore del VIR;
- (b) una misura contrattuale volta ad agevolare il subentro nella gestione della rete da parte dell'aggiudicatario della gara;
- (c) una misura occupazionale volta ad alleggerire gli oneri imposti dalla clausola sociale;
- (d) una misura informativa volta a condividere ulteriori informazioni utili ai potenziali partecipanti alla gara.

92. Inoltre, nel caso in cui la misura dismissiva dovesse rivelarsi inefficace per assenza di acquirenti interessati a pagare almeno il prezzo di riserva, 2I Rete Gas si impegna ad applicare le suddette misure comportamentali sul totale dei PDR detenuti dalle Parti nell'ATEM Roma 4. In tal modo verrebbe comunque accresciuta la attrattività dell'ATEM per potenziali operatori terzi attraverso la massimizzazione della portata delle misure comportamentali,

⁵¹ La misura proposta contempla la cessione di almeno 27.500 PDR, non necessariamente tra quelli oggi gestiti dalla società acquisita. Tale numero tuttavia approssima quello dei PDR attualmente gestiti da IDG nell'ATEM Roma 4.

93. Le misure proposte devono essere ritenute idonee a superare gli effetti restrittivi determinati dall'operazione in relazione alla gara futura per l'ATEM Roma 4. Esse prevedono infatti, in prima battuta, la dismissione di un numero di PDR corrispondente a quelli oggetto di acquisizione, adeguatamente disegnata per minimizzare il rischio di acquisizioni di natura speculativa che non porterebbero alla ricostituzione di un concorrente potenziale per la futura gara d'ATEM. In assenza delle condizioni di mercato idonee a raggiungere tale ultimo obiettivo, i correttivi proposti dalla Parte prevedono altresì l'attuazione di incisive misure comportamentali, che aumenteranno l'attrattività dell'ATEM e potranno dunque accrescere gli incentivi di operatori terzi a partecipare alla relativa gara.

IX. CONCLUSIONI

94. I rimedi proposti da 2iRG, nella forma sopra sintetizzata, risultano idonei a compensare gli effetti restrittivi della concorrenza dell'operazione comunicata, la quale, come risulta dall'istruttoria, avrebbe comportato la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sul mercato per la concessione del servizio di distribuzione del gas naturale nell'ATEM di Roma 4, al contempo rafforzando notevolmente la posizione dell'entità *post-merger* e determinando anche una grave modifica strutturale, consistente nella riduzione da tre a due del numero dei gestori uscenti che potrebbero rappresentare dei qualificati partecipanti alla gara d'ATEM.

95. I rimedi dismissivi presentati per l'ATEM di Roma 4, da leggere unitamente alle misure comportamentali proposte, risultano idonei ad elidere entrambi gli effetti anticoncorrenziali appurati in sede di istruttoria. La modalità integrata proposta per il rimedio dismissivo, con l'individuazione, in deroga alla procedura *standard*, di un prezzo minimo di riserva e la contestuale assunzione dell'obbligo di assumere misure comportamentali rafforzate in caso di fallimento della procedura di cessione appare necessaria ed adeguata nel caso di specie, date le peculiari caratteristiche dei mercati interessati (mercati futuri delle gare) e della regolazione del settore.

96. Tutto ciò considerato, si può concludere che, a condizione che vengano adottati i rimedi sopra descritti, l'operazione di concentrazione può essere autorizzata, ai sensi dell'articolo 6, comma 2, della legge n. 287/90.

RITENUTO che l'operazione in esame è suscettibile di determinare, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/1990, la creazione o il rafforzamento di una posizione dominante, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza nell'ATEM di Roma 4;

RITENUTO necessario prescrivere alla società 2i Rete Gas S.p.A., ai sensi dell'articolo 6, comma 2, della legge n. 287/1990, misure volte ad impedire tali conseguenze, eliminando gli effetti distorsivi causati dalla realizzazione della concentrazione in esame;

RITENUTO che l'operazione in esame è autorizzata subordinatamente alla piena ed effettiva esecuzione di tutte le misure prescritte nel presente provvedimento;

RITENUTO, altresì, che l'accordo di servizio (TSA) che si accompagna all'operazione può essere qualificato come accessorio alla concentrazione comunicata, nella misura in cui contiene restrizioni direttamente connesse alla realizzazione dell'operazione e ad essa necessarie;

DELIBERA

di autorizzare l'operazione di concentrazione comunicata, a condizione che 2i Rete Gas S.p.A. dia piena ed effettiva esecuzione alle seguenti misure, ai sensi dell'articolo 6, comma 2, della legge n. 287/1990:

A. Misure dismissive

- 1) 2i Rete Gas S.p.A. dovrà cedere il controllo, di fatto e di diritto, delle attività corrispondenti ad almeno 27.500 PDR all'interno dell'ATEM di Roma 4, ivi incluse le concessioni, gli impianti e il personale preposto a tali impianti e tutti gli attivi che contribuiscono alla loro attuale gestione o che sono necessari per garantirne la redditività e la competitività;
- 2) la cessione dovrà avvenire attraverso procedure trasparenti, competitive e adeguatamente pubblicizzate, aperte a operatori idonei e qualificati;
- 3) la cessione dovrà avvenire sulla base di un prezzo minimo non comunicato al mercato, pari al *[omissis]*;
- 4) 2i Rete Gas S.p.A. dovrà fornire informazioni sufficienti sulle attività oggetto di cessione, per permettere ai potenziali acquirenti di valutarne il valore e la presumibile capacità commerciale;
- 5) 2i Rete Gas S.p.A. dovrà preservare l'operatività economica, la commerciabilità e la competitività delle attività oggetto delle cessioni, conformemente alla buona pratica commerciale, nel periodo intercorrente tra la data di autorizzazione dell'Operazione e la piena validità ed efficacia della loro cessione;
- 6) 2i Rete Gas S.p.A. non potrà riacquisire il controllo delle attività cedute fino all'intervenuta aggiudicazione della relativa gara d'ambito;
- 7) 2i Rete Gas S.p.A. dovrà cedere le predette attività nell'ambito dell'ATEM Roma 4 a un unico soggetto, il quale dovrà soddisfare i seguenti requisiti:
 - i) essere indipendente, anche dal punto di vista economico e commerciale, da 2i Rete Gas S.p.A. e dalle imprese ad essa collegate, nonché dai soggetti posti ai vertici della sua catena di controllo;
 - ii) possedere i mezzi finanziari, la comprovata competenza pertinente, nonché l'incentivo e la capacità di mantenere e sviluppare le attività oggetto di cessione; in particolare, potranno essere ammessi alla procedura unicamente operatori in grado di mantenere e sviluppare l'attività ceduta come forza competitiva redditizia anche ai fini della partecipazione alle future gare d'ambito;
 - iii) l'acquisizione dell'attività ceduta da parte di un acquirente proposto non deve creare, a sua volta, restrizioni concorrenziali; al fine di garantire che la misura dismissiva sia idonea a «ricostituire un terzo soggetto in grado di partecipare alla gara», l'acquirente non potrà essere un operatore che, alla data della manifestazione di interesse di cui al punto 8-ii), sia già presente direttamente o attraverso società controllate o collegate nell'ATEM in questione con un percentuale di PDR superiore al 10%, e dovrà impegnarsi a non rivendere gli *asset* acquisiti a un soggetto con tali ultime caratteristiche fino all'intervenuta aggiudicazione della relativa gara d'ambito;
- 8) la cessione delle attività di cui ai punti precedenti dovrà avvenire con le seguenti modalità e tempistiche:
 - i) 2i Rete Gas S.p.A., entro un termine di due mesi dalla notifica del presente provvedimento, dovrà pubblicare un avviso per raccogliere le manifestazioni di interesse, che dovrà indicare tutti i termini della procedura, di cui ai successivi punti ii), iii) e iv). Tale avviso dovrà essere pubblicato, oltre che

sul sito *web* di 2i Rete Gas S.p.A., sui principali quotidiani specializzati di settore nonché su almeno un primario quotidiano nazionale e su un primario quotidiano economico-finanziario internazionale. Di tale pubblicazione dovrà essere data informativa all'Autorità entro i sette giorni successivi alla pubblicazione stessa, [omissis];

ii) i soggetti interessati dovranno presentare una prima manifestazione di interesse entro [omissis] dalla data di pubblicazione dell'avviso in tutte le modalità prescritte;

iii) i soggetti che abbiano trasmesso una prima manifestazione di interesse avranno facoltà di accedere a una *virtual data room*, contenente il *set* informativo degli *asset* oggetto di acquisizione e potranno effettuare un sopralluogo; essi avranno, quindi, un termine di [omissis], decorrente dal termine di cui al precedente punto *ii*), per presentare un'offerta vincolante;

iv) 2i Rete Gas S.p.A., entro 5 giorni dal termine di cui al precedente punto *iii*), dovrà inviare all'Autorità copia delle offerte vincolanti pervenute per la valutazione, entro i successivi quindici giorni, dell'idoneità dei possibili acquirenti;

v) decorso il termine di cui al precedente punto *iv*), la conclusione dell'accordo preliminare e l'avvio del processo di *handover* dovranno avvenire entro un termine di [omissis];

vi) allo scadere di tale termine, o nei casi in cui siano decorsi infruttuosamente i termini di cui ai precedenti punti *ii*) e *iii*) o, comunque, in caso di mancata individuazione di un acquirente idoneo, 2i Rete Gas S.p.A. dovrà presentare una relazione conclusiva sull'esito delle procedure di cessione all'Autorità e darne corrispondente informazione al mercato secondo le modalità di pubblicizzazione indicate al precedente punto *i*). In caso di insuccesso della misura dismissiva, la relazione all'Autorità e l'informazione al mercato dovrà, altresì, contenere l'impegno di 2i Rete Gas S.p.A. ad assumere, nell'ATEM o negli ATEM interessati dalla mancata dismissione, le misure comportamentali di cui al successivo punto B, relativamente al totale delle attività di 2I Rete Gas S.p.A. e Infrastrutture Distribuzione Gas S.p.A. nell'ATEM medesimo.

B. Misure comportamentali in caso di mancata dismissione per l'ATEM di Roma 4

1. 2i Rete Gas S.p.A. dovrà consentire al gestore aggiudicatario della gara d'ambito di beneficiare, per un periodo massimo di tre anni dalla data di effettivo subentro nella gestione del servizio, della dilazione del pagamento del VIR totale relativo a tutte le concessioni detenute nell'ATEM Roma 4 dalla stessa 2i Rete Gas S.p.A. e da IDG S.p.A., con l'applicazione di un tasso di interesse pari alla somma di Margine e Tasso Midswap di Riferimento, ovverosia 0,20% (20 punti base) + Tasso Midswap a dieci anni (EUSA10 CMPN Curncy) prevedendo un tasso minimo dello 0%, pubblicato sulla pagina Bloomberg alla data di sottoscrizione del contratto (cd. "misura della dilazione del VIR").

In alternativa alla descritta dilazione, 2i Rete Gas S.p.A. dovrà consentire al gestore aggiudicatario di tale gara d'ambito di beneficiare di un indennizzo, il cui valore è pari al risultato del prodotto tra l'importo della dilazione rinunciata (il VIR) e un tasso di interesse annuo pari alla somma di uno spread di 180 punti base (ossia 1,80%) e il Tasso Midswap a dieci anni a tale data (EUSA10 CMPN Curncy), per un totale, calcolato ad oggi, pari a circa l'1,8%. Tale somma, ai tassi attuali, sarebbe pari - sui trentasei mesi di dilazione - a circa il 5,4% del VIR.

2. 2i Rete Gas S.p.A. dovrà consentire al gestore aggiudicatario della gara per l'ATEM Roma 4 di stipulare, alle condizioni di mercato e comunque non superiori alla quota parte dei corrispettivi tariffari riconosciuti dall'ARERA per servizi analoghi, un contratto di servizi (*Transitional Service*

Agreement, di seguito “TSA”) della durata di un anno, finalizzato ad agevolare il subentro nella gestione della rete in tutte le concessioni detenute nell’ATEM Roma 4 dalla stessa 2i Rete Gas S.p.A. e da IDG S.p.A. (cd. “misura TSA”). A questo fine, 2i Rete Gas S.p.A. dovrà pubblicare (con le modalità previste al successivo punto 5), il *term-sheet* contenente i corrispettivi e le principali condizioni contrattuali del TSA, tra le quali sono incluse le attività collegate al *know-how* riferito alle concessioni messe a gara e relative, in particolare, alle conoscenze e alle abilità necessarie per gestire il servizio in una determinata zona, vale a dire concernenti l’insieme delle attività di supporto tecnico e di sistemi informativi inerenti il servizio di distribuzione del gas attraverso la rete, necessarie per consentire la più efficace migrazione del nuovo perimetro di PDR gestiti nell’organizzazione del nuovo gestore, ad esempio: le attività funzionali a garantire la migrazione dei dati e dei processi per la presa in carico del servizio e della gestione degli impianti; le attività di supporto alla gestione, esercizio, manutenzione degli impianti e le operazioni fisiche di attivazione, disattivazione, sospensione e riattivazione; le attività di supporto alla gestione dei misuratori del gas naturale e dei dati di misura; nell’ambito del TSA, la fornitura dei servizi di migrazione da parte di 2i Rete Gas S.p.A. avverrà a titolo gratuito;

3. 2i Rete Gas S.p.A. dovrà consentire al gestore aggiudicatario della gara, per l’ATEM Roma 4 e per tutte le concessioni detenute nell’ATEM Roma 4 dalla stessa 2i Rete Gas S.p.A. e da IDG S.p.A., di assumere un numero di dipendenti del gestore uscente, che ai sensi dell’articolo 2 del D.M. 21 aprile 2011 recante “*Disposizioni per governare gli effetti sociali connessi ai nuovi affidamenti delle concessioni di distribuzione del gas*”, sono obbligatoriamente soggetti al passaggio diretto al nuovo gestore (*i.e.* personale addetto alla gestione degli impianti oggetto di gara e una quota parte del personale che svolge funzioni centrali di supporto all’attività di distribuzione e misura degli impianti), in misura inferiore alla soglia di un dipendente ogni 1.500 PDR prevista dal richiamato D.M. e pari, invece, a un dipendente ogni 2.000 PDR, con facoltà, inoltre, di rinunciare al trasferimento di quei dipendenti indicati dal gestore uscente come correlati a funzioni centrali. 2i Rete Gas S.p.A. dovrà altresì garantire che i dipendenti identificati come soggetti al passaggio diretto, ma non richiesti dal gestore subentrante, resteranno alle sue dipendenze alle medesime condizioni economiche individuali in godimento, con riguardo ai trattamenti fissi e continuativi e agli istituti legati all’anzianità di servizio (cd. “misura occupazionale”);

4. 2i Rete Gas S.p.A., con riferimento all’ATEM di Roma 4 e per tutte le concessioni detenute nell’ATEM Roma 4 dalla stessa 2i Rete Gas S.p.A. e da IDG S.p.A., dovrà rendere disponibile, fatti salvi gli obblighi informativi di legge, al soggetto che ne faccia richiesta i dati e le informazioni nel seguito descritti: *i*) le cartografie delle reti in formato elettronico secondo i tracciati e i formati previsti dal SINFI (Sistema Informativo Nazionale Federato delle Infrastrutture); *ii*) l’integrazione delle informazioni cartografiche con anno di posa delle singole tubazioni; *iii*) l’elenco delle apparecchiature dei singoli impianti di riduzione (cabine primarie e secondarie), in aggiunta alle informazioni già oggi fornite e limitate alla tipologia di impianto di riduzione, linea singola o linea doppia e alla potenzialità; *iv*) la curva storica di crescita dei clienti finali/PDR per quanto disponibile; *v*) l’elenco delle richieste di allacciamento alla rete gas non ancora evase o non evadibili alla data di emissione del bando o alla data più prossima alla stessa; *vi*) i dettagli sulle dispersioni con indicazione della parte di impianto su cui la dispersione è stata individuata (ad esempio, rete interrata, allaccio interrato, allaccio aereo, contatore) e dell’anno in cui sono state rilevate nell’ultimo triennio; *vii*) l’andamento giornaliero delle portate orarie degli impianti di riduzione

primari relativo al trimestre di consumo; *viii*) le schede di calcolo relative all'ultimo triennio disponibile dei valori del parametro Kt per lo stato di protezione catodica delle reti in acciaio e *ix*) le informazioni sullo stato delle campagne in corso di sostituzione dei misuratori elettronici, con indicazione della tecnologia, P-P/P-M (cd. "misura informativa");

5. L'applicabilità delle suddette misure comportamentali (ivi incluso il *term-sheet* relativo alla misura del TSA di cui al punto 2) dovrà essere comunicata al mercato da 2i Rete Gas S.p.A. entro quindici giorni dalla data di pubblicazione in Gazzetta Ufficiale del bando di gara per l'aggiudicazione delle concessioni di distribuzione del gas naturale negli ATEM interessati da tali misure, con le forme di pubblicizzazione previste al punto A.-8)-i).

C. Misure comportamentali applicate alle attività delle Parti nell'ATEM di Roma 4 non oggetto della misura dismissiva

1. Con riferimento all'insieme delle attività delle Parti all'interno dell'ATEM di Roma 4, relative ai PDR non oggetto della misura dismissiva di cui al precedente punto A, 2i Rete Gas S.p.A. dovrà consentire al gestore aggiudicatario delle relative gare d'ambito di beneficiare, anche cumulativamente:

- i) della cd. misura della dilazione del VIR o, in alternativa alla dilazione, del riconoscimento al gestore subentrante di un indennizzo, a condizioni analoghe a quanto indicato al punto B.-1);
- ii) della cd. misura del TSA;
- iii) della cd. misura occupazionale;
- iv) della cd. misura informativa.

2. L'applicabilità delle suddette misure comportamentali (ivi incluso il *term-sheet* relativo alla cd. misura del TSA) dovrà essere comunicata al mercato da 2i Rete Gas S.p.A. entro quindici giorni dalla data di pubblicazione in Gazzetta Ufficiale del bando di gara per l'aggiudicazione delle concessioni di distribuzione del gas naturale nell'ATEM di Roma 4, con le forme di pubblicizzazione previste al punto A.-8)-i).

In aggiunta agli obblighi di cui al punto A.-8)-vi), 2i Rete Gas S.p.A. dovrà presentare una relazione dettagliata sull'ottemperanza alle misure di natura comportamentale di cui ai punti B e C entro il 31 dicembre di ogni anno fino alla aggiudicazione della gara d'ATEM di Roma 4 interessato dalle citate misure.

Le misure correttive prescritte entreranno in vigore dalla notifica del presente provvedimento di autorizzazione della concentrazione.

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, fatti salvi i maggiori termini di cui all'articolo 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della

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

IL VICE SEGRETARIO GENERALE

Serena Stella

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

C12367 - MOWGLI-JAKALA HOLDING/JAKALA

Provvedimento n. 28623

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 marzo 2021;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione delle società Mowgli S.p.A. e Jakala Holding S.p.A. pervenuta in data 16 marzo 2021;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Mowgli S.p.A. (di seguito Mowgli) è una società neo costituita ai fini della realizzazione dell'operazione in esame. Essa è interamente partecipata dal fondo ARDIAN Buyout Fund VII B, SLP gestito da Ardian France S.A. (di seguito Ardian France), società francese di gestione di fondi di *private equity*.

Nel 2019 Ardian France ha realizzato un fatturato complessivo, calcolato tenendo conto del fatturato delle società del suo *portfolio*, pari a circa [10 – 20]* miliardi di euro, di cui [10 – 20] miliardi nell'Unione europea e [2 – 3] miliardi in Italia.

2. Jakala Holding S.p.A. (di seguito JH) è una *holding* che detiene partecipazioni, tra l'altro, in Jakala S.p.A.

Il principale socio di JH è Akela S.r.l., che, a sua volta, è partecipata, al 46,7% da Matteo De Brabant (di seguito MDB)¹, il fondatore della società *target* Jakala S.p.A., che attualmente ricopre la carica di amministratore delegato di JH.

Il fatturato realizzato nel 2020 da JH è [inferiore a un milione di euro].

3. Jakala S.p.A. (di seguito Jakala) è una società che offre, anche tramite sue controllate, servizi di consulenza e marketing incentrati sull'utilizzo di soluzioni tecnologiche innovative e dati. L'attività di Jakala e delle sue controllate (di seguito Gruppo Jakala) si rivolge a grandi aziende attive in diversi settori merceologici.

Jakala è partecipata da JH, che detiene una quota pari al 42,98% del capitale, nonché da soci minori. Il fatturato realizzato nel 2020 dal gruppo di società che fa capo a Jakala è stato pari a [100 - 200] milioni di euro.

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

¹ MDB detiene direttamente una quota pari a 45% del capitale di JH ed una ulteriore quota, pari al 2,6%, indirettamente, per il tramite di una società (Cikai S.r.l.) soggetta al suo controllo.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

4. L'operazione si articola nelle seguenti fasi:

i. Mowgli acquisterà dagli attuali soci di Jakala - mediante un veicolo societario di diritto italiano appositamente costituito ai fini dell'operazione (BidCo) - le azioni rappresentative dell'intero capitale sociale di Jakala;

ii. alcuni degli attuali soci e dei manager di Jakala (tra cui JH) reinvestiranno parte del ricavato ottenuto, a seconda del caso, dalla vendita della propria partecipazione o dal riscatto da parte di Jakala degli strumenti finanziari partecipativi di cui sono titolari, entrando a far parte del capitale sociale di BidCo mediante sottoscrizione dell'aumento di capitale sociale di quest'ultima;

iii. ad esito delle transazioni sopra descritte, il capitale sociale di BidCo sarà ripartito tra Mowgli (che ne deterrà una quota compresa tra il 60% e il 69%), JH (che ne deterrà una quota compresa tra il 25% e il 28%), i manager e gli altri soci di Jakala che partecipano all'operazione;

iv. infine, a valle dell'esecuzione dell'operazione, BidCo, mediante fusione inversa con Jakala, darà vita alla società Jakala post-fusione.

5. Jakala post-fusione sarà soggetta al controllo congiunto di Mowgli e JH. Ciò in considerazione di quanto previsto dal Contratto di Co-investimento e Patto Parasociale (di seguito Patto Parasociale) sottoscritto dalle Parti in merito alla composizione ed ai *quorum* deliberativi del consiglio di amministrazione di Jakala post-fusione.

6. In particolare, il consiglio di amministrazione di Jakala post-fusione sarà composto di 9 membri, di cui:

- 5 designati da Mowgli,

- 3 designati da JH; tra questi vi sarà MDB che assumerà l'incarico di presidente esecutivo;

- un amministratore delegato, già individuato dalle Parti; il Patto Parasociale prevede altresì che, in caso di revoca di quest'ultimo, l'amministratore delegato di Jakala post-fusione sarà scelto da MDB tra i due candidati selezionati da Mowgli, qualora MDB sia ancora presidente della società, ovvero, qualora non lo sia più, sarà scelto da Mowgli tra i due candidati selezionati da MDB² (in quest'ultimo caso, l'amministratore delegato avrà anche le deleghe previste per l'incarico di presidente di Jakala post-fusione).

7. Inoltre il Patto Parasociale, nel prevedere che MDB rivesta l'incarico di presidente esecutivo di Jakala post-fusione per un iniziale periodo di tre anni rinnovabile per tutta la durata del Patto stesso, stabilisce che detto incarico non potrà essere revocato senza in consenso di JH (se non per giusta causa) e riconosce a MDB il potere di veto su diverse materie tra cui *budget* e *business plan*, nonché sulle decisioni di investimento il cui valore superi determinate soglie³.

² MDB ovvero di Mowgli effettueranno la selezione nell'ambito di una rosa di candidati individuati da una primaria società di *headhunting*.

³ A tale riguardo si osserva che le soglie, superate le quali le decisioni di investimento sono soggette al potere di veto di MDB, sono diversificate per il caso in cui MDB ricopra l'incarico di presidente esecutivo di Jakala post-fusione e per il caso in cui tale incarico sia cessato, risultando in particolare più elevate in tale ultima circostanza. Tale diversificazione è volta a ribadire l'attribuzione a MDB di un'influenza determinante in relazione agli investimenti di Jakala post-fusione fintanto che ne rivestirà l'incarico di presidente esecutivo. Infatti – secondo quanto indicato dalla Comunicazione consolidata della Commissione sui criteri di competenza giurisdizionale a norma del regolamento (CE) n. 139/2004 del Consiglio relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese - “[q]uando vi è un diritto di veto sugli investimenti, l'importanza di tale diritto dipende in primo luogo dall'entità degli investimenti che sono subordinati all'approvazione delle imprese madri[.] se l'autorizzazione delle imprese madri è richiesta solo per investimenti estremamente elevati, il diritto di veto può essere

8. In sintesi, l'articolazione delle previsioni del Patto Parasociale sopra richiamate delinea un quadro in cui JH sarà in grado di esercitare, attraverso MDB - uno degli amministratori che la rappresenta nel consiglio di amministrazione di Jakala post-fusione - e fintantoché questi ne rivestirà l'incarico di presidente esecutivo, un'influenza determinante in relazione alla definizione degli indirizzi strategici del Gruppo Jakala, grazie ai diritti di veto riconosciuti allo stesso MDB su materie quali (tra le altre) *budget, business plan* e investimenti.

Tale valutazione appare trovare riscontro nella previsione del Patto Parasociale secondo cui, in ragione del ruolo di MDB nel Gruppo Jakala, per tutta la durata del Patto stesso, Jakala post-fusione sarà *“il veicolo esclusivo di MDB e di JH per qualsivoglia attività relativa al business del gruppo Jakala”*.

9. Si rileva altresì che il Patto Parasociale prevede, in capo a JH e MDB, un obbligo di non concorrenza relativamente alle attività del Gruppo Jakala ed ai territori in cui operano le società del Gruppo. La durata del Patto di non concorrenza si estende per tutta la durata del Patto Parasociale - o, se antecedente, la data in cui JH cessi di detenere azioni di BidCo o di Jakala post-fusione - e in ogni caso per un periodo di 2 anni a seguito della cessione da parte di JH della propria partecipazione in Jakala post-fusione.

In particolare JH e MDB si impegnano a non:

- [omissis].

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

10. L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo congiunto di un'impresa, costituisce una concentrazione, ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/90. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1, del Regolamento CE 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 504 milioni di euro e il fatturato totale realizzato individualmente, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 31 milioni di euro.

11. Il Patto di non concorrenza sopra descritto può essere qualificato come accessorio alla concentrazione comunicata nella misura in cui contiene restrizioni direttamente connesse alla realizzazione dell'operazione e ad essa necessarie⁴.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

12. L'operazione interessa il settore dei servizi di marketing e comunicazione, nell'ambito del quale il Gruppo Jakala offre, a clienti attivi in diversi settori merceologici, servizi incentrati sull'utilizzo di soluzioni tecnologiche innovative e dati.

assimilato più alla normale tutela degli interessi degli azionisti di minoranza che ad un diritto che conferisce un potere di codeterminazione dell'indirizzo delle attività dell'impresa comune” (cfr. par. 71).

⁴ Si veda “Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (G.U.C.E. 2005/C-56/03 del 5 marzo 2005)”, par. 36.

13. La Commissione europea ha esaminato tale settore nell'ambito della valutazione di alcune operazioni di concentrazione, definendo, sotto il profilo merceologico, un mercato rilevante esteso ad una molteplicità di servizi (tra cui la pubblicità, la consulenza, la gestione di eventi, la comunicazione), senza ritenere necessario procedere ad una precisa segmentazione degli stessi, anche in considerazione della circostanza per cui il coinvolgimento di risorse digitali rende sempre più sfumata la distinzione tra le diverse attività coinvolte nell'erogazione del servizio⁵.

Sotto il profilo geografico la Commissione ha definito un mercato rilevante di ampiezza nazionale, pur rilevando “*una tendenza alla globalizzazione, in particolare modo in relazione a clienti di stampo internazionale*”⁶.

14. Anche nel caso in esame, non appare necessario addivenire a una puntuale definizione del mercato rilevante in quanto l'attività di nessuna delle imprese facenti capo a Ardian France presenta sovrapposizioni, né sotto il profilo merceologico né sotto quello geografico, con quella di Jakala.

15. L'operazione comunicata si risolve nella mera sostituzione di un operatore con un altro, né è suscettibile di produrre effetti verticali, dal momento che la stessa non dà luogo ad alcuna integrazione tra le attività di Jakala e delle imprese presenti nel *portfolio* di Ardian France.

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

DELIBERA

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

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

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

IL VICE SEGRETARIO GENERALE
Serena Stella

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

⁵ Cfr. Decisioni della Commissione del 25 gennaio 2005 nel caso M.3579 WPP/Grey e del 9 gennaio 2014 nel caso M. 7023 Publicis/Omnicom.

⁶ Cfr. M. 7023 Publicis/Omnicom, cit..

C12354 - TELECOM ITALIA/RAMI DI AZIENDA BT ITALIA*Provvedimento n. 29627*

L' AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 13 aprile 2021;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione della società Telecom Italia S.p.A., pervenuta in data 22 gennaio 2021;

VISTE le osservazioni pervenute, in data 1° febbraio 2021, da Colt Technologies Services S.p.A., Wind Tre S.p.A., Irideos S.p.A., e, in data 2 febbraio 2021, da Fastweb S.p.A. Vodafone Italia S.p.A. e dall'Associazione Italiana Internet Providers;

VISTE le richieste di informazioni inviate in data 11 febbraio 2021 a Colt Technologies Services S.p.A., Fastweb S.p.A., Irideos S.p.A., Tiscali Italia S.p.A., Vodafone Italia S.p.A. e Wind Tre S.p.A.;

VISTA la richiesta di informazioni inviata, in data 17 febbraio 2021, a Telecom Italia S.p.A. con conseguente interruzione dei termini ai sensi dell'articolo 5, comma 3, del D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTE le informazioni pervenute: in data 19 febbraio 2021, da Colt Technologies Services S.p.A., da Fastweb S.p.A. e Irideos S.p.A.; in data 22 febbraio 2021, da Wind Tre S.p.A.; Vodafone Italia S.p.A.; in data 1° marzo da Vodafone Italia S.p.A. e Tiscali Italia S.p.A.;

VISTE le informazioni pervenute, in data 19 marzo 2021, da Telecom Italia S.p.A.;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Telecom Italia S.p.A. (di seguito, anche "TIM") è la società capogruppo del Gruppo TIM, attivo in Italia e all'estero nel settore dell'Information & Communication Technology. In Italia, TIM fornisce, tra l'altro, servizi di telecomunicazione su rete fissa e mobile, sia a livello *wholesale* sia a livello *retail*. TIM detiene partecipazioni di controllo in Infrastrutture Wireless Italiane S.p.A. - INWIT, controllata congiuntamente con Vodafone Italia S.p.A., che opera nel settore delle infrastrutture passive per la telefonia mobile, il *broadcasting*, la radiofonia, altri servizi *wireless* e reti mobili private, nonché in Flash Fiber S.r.l., operante nella promozione e realizzazione di reti infrastrutturali a banda ultralarga in architettura FTTH, controllata congiuntamente con Fastweb S.p.A.¹.

¹ Al riguardo cfr. il procedimento I850 - ACCORDI FIBERCOP avviato dall'Autorità con delibera del 21 dicembre 2020 avente a oggetto il conferimento della rete secondaria di TIM nella società Fibercop.

Nel 2020, il Gruppo TIM ha sviluppato, a livello mondiale, 15,805 miliardi di Euro, di cui 12,905 miliardi di Euro realizzati in Italia².

2. BT Italia S.p.A. (“BT Italia”), controllata dalla società British Telecommunications Plc, è un operatore di telecomunicazioni fisso e mobile virtuale, principalmente attivo nell’erogazione di servizi di comunicazioni ad imprese e pubbliche amministrazioni. I tre rami di azienda oggetto della presente operazione sono attualmente parte di BT Italia e sono attivi nella fornitura di:

- i) servizi di telecomunicazione a pubbliche amministrazioni (“Ramo d’Azienda PA”);
- ii) servizi di telecomunicazione a piccole e medie imprese (“Ramo d’Azienda SMB”) e
- iii) servizi di *contact e call center* (il “Ramo d’Azienda Atlanet”).

Nel 2019, i tre rami oggetto di cessione (complessivamente, i Rami Target) hanno sviluppato, interamente in Italia, un fatturato pari a circa [31-100] * milioni di Euro³.

II. DESCRIZIONE DELL’OPERAZIONE

II.1 I Rami Target

3. Ai sensi del *Preliminary Business Transfer Agreement* (il “Contratto”), sottoscritto dalle Parti in data 9 dicembre 2020, l’Operazione prevede l’acquisizione da parte di TIM della proprietà dei Rami d’Azienda Target così individuati:

- i) il **Ramo PA**, impegnato nella progettazione, vendita, gestione e *contract management* di servizi di telecomunicazione a pubbliche amministrazioni centrali e locali in Italia. Il Ramo PA comprende sostanzialmente: i contratti in essere tra BT Italia e i relativi clienti, costituiti da pubbliche amministrazioni centrali e locali; i contratti con i fornitori; gli accordi relativi a raggruppamenti temporanei di imprese; i contratti di lavoro tra BT Italia e determinati dipendenti; i contratti con gli agenti; determinati *asset* materiali e immateriali (es. licenze *software*) utilizzati per svolgere l’attività. Il Ramo PA è prevalentemente attivo nei servizi di telecomunicazione su **rete fissa** (fonia e connettività), mentre non appaiono rilevare servizi di telecomunicazione su rete mobile. Il Ramo PA include quasi integralmente i servizi offerti da BT alla PA in Italia⁴;
- ii) il **Ramo SMB**, impegnato nella promozione, vendita e gestione di servizi di telecomunicazione principalmente su **rete fissa** a piccole e medie imprese in Italia. Il Ramo SMB comprende sostanzialmente i contratti con i clienti, costituiti da piccole e medie imprese; i contratti con i fornitori; i contratti di lavoro tra BT Italia ed i relativi dipendenti; i contratti con gli agenti; gli *asset* materiali e immateriali utilizzati per svolgere l’attività⁵.
- iii) **Ramo Atlanet**, che fornisce servizi di *contact e call center*, principalmente a supporto delle attività del Ramo d’Azienda SMB, tramite il *contact center* di Palermo. Il Ramo d’Azienda Atlanet

² Cfr. Relazione finanziaria annuale 2020 di Telecom Italia S.p.A.

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

³ Dal Formulario si evince che il Ramo PA è quello che genera il maggiore del fatturato (nel 2019, il Ramo PA ha un valore di €[31-100]Mln, mentre il Ramo SMB ha un valore di circa €[10-31]Mln).

⁴ Cfr. TIM, Informazioni pervenute in data 19 marzo 2021 (doc. 28).

⁵ L’elenco dei principali clienti SMB ceduti è contenuto nell’allegato F.4.3. (TIM, Comunicazione dell’Operazione, doc. 1).

è, secondo le Parti, un'attività da considerarsi sostanzialmente *captive*, in quanto dedicata ai clienti del Ramo d'Azienda SMB.

II.2 Le clausole di non concorrenza

4. Il Contratto prevede le clausole di seguito descritte, che le Parti qualificano come restrizioni accessorie all'operazione, finalizzate a preservare il valore dei clienti e degli *asset* ceduti. In sintesi, queste clausole, la cui portata è limitata al territorio italiano, consistono nell'obbligo in capo a BT: i) di non fornire servizi di telecomunicazione al dettaglio su rete fissa e mobile, ivi inclusi i servizi di connettività, e servizi IT in Italia a clienti rappresentati da pubblica amministrazione e piccole e medie imprese (sotto i 100 dipendenti), serviti negli ultimi 12 mesi prima della stipula del Contratto; ii) di non detenere partecipazioni superiori al 5% in società che svolgono tali attività, salvo le eccezioni concordate nel Contratto stesso.

L'obbligo di non concorrenza per i servizi di IT ha una durata di 2 anni, mentre l'obbligo di non concorrenza per i servizi di telecomunicazione su rete fissa e mobile, ha una durata di 5 anni, fatta salva la possibilità per BT di partecipare, dopo il secondo anno dal *closing* dell'Operazione, alle procedure di gara nelle quali BT Italia, da sola o congiuntamente con altri operatori non telco, risulti aggiudicataria di contratti per la fornitura di servizi multidisciplinari (compresi i servizi di telecomunicazione), a condizione che la quota riconducibile ai servizi di telecomunicazione non ecceda il 15% del valore complessivo del contratto aggiudicato.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

5. L'operazione comunicata costituisce una concentrazione, ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/90, in quanto comporta l'acquisizione di parti di un'impresa. Essa è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della legge n. 287/90, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 504 milioni di euro e in quanto il fatturato totale realizzato individualmente a livello nazionale da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 31 milioni di euro.

6. I patti di non concorrenza sopra descritti ai paragrafi II.2 saranno oggetto di approfondimento nel corso dell'istruttoria per valutarne l'accessorietà rispetto all'operazione notificata.

IV. LE INFORMAZIONI ACQUISITE

7. A seguito della comunicazione della presente operazione, l'Autorità ha acquisto le informazioni di seguito illustrate dai principali operatori di telecomunicazioni, ovvero Vodafone Italia S.p.A., Wind Tre S.p.A., Fastweb S.p.A., Tiscali S.p.A. Irideos S.p.A., Colt Technologies Services S.p.A. e dall'Associazione Italiana Internet Providers (AIIP). Inoltre, l'Autorità ha acquisto ulteriori informazioni da TIM a seguito dell'invio di un'apposta richiesta di informazioni *ex art. 5 comma 3 del d.P.R. 217/1998*.

IV.1 Il Ramo PA e il patto di non concorrenza

8. Il Ramo PA comprende “*sostanzialmente i contratti in essere tra BT Italia e i relativi clienti, i contratti con i fornitori, gli accordi relativi a raggruppamenti temporanei di imprese e i contratti di*

lavoro tra BT Italia e determinati dipendenti”⁶. In particolare, esso comprende circa 340 contratti stipulati all’esito di alcune importanti gare pubbliche e interessa numerose PA di rilevanza nazionale e locale⁷:

- 115 contratti esecutivi stipulati a seguito della seconda gara espletata da Consip per l’affidamento dei servizi di connettività del Sistema Pubblico di Connettività (c.d. gara SPC2), che hanno scadenza nel 2023 (compresi 36 contratti con Comuni);
- 1 contratto riconducibile alla gara SPC1, in proroga tecnica per 6 mesi;
- 4 contratti esecutivi stipulati a seguito della seconda gara espletata da Consip per la stipula di un accordo quadro *ex art. 54, comma 3, del d.lgs. n. 50/2016*, avente ad oggetto la progettazione della rete e l’erogazione dei servizi di connettività della Rete Internazionale della PA, nonché servizi di sicurezza, VoIP, comunicazione evoluta e servizi professionali (c.d. gara S-RIPA2), alcuni dei quali in scadenza nel 2024;
- 3 contratti esecutivi stipulati a seguito della gara espletata da Consip per la stipula di un accordo quadro con più operatori economici per l’aggiudicazione di appalti specifici aventi ad oggetto i servizi di telefonia fissa in favore delle PA (c.d. gara TF5), che hanno scadenza nel 2021;
- 47 contratti con altri clienti (inclusi Comuni, Fondazioni, Istituzioni, Aziende Sanitarie), con scadenza compresa tra il 2020 e il 2025.

I contratti sopra indicati rappresentano complessivamente oltre il 90% del valore dei contratti oggetto di trasferimento⁸.

9. Più nel dettaglio, la Tabella 1 che segue sintetizza alcune delle principali gare interessate dalla presente operazione, ovvero interessate da un subentro di TIM a BT nella gestione dei relativi clienti pubblici. Si noti che la base d’asta delle 3 gare sotto indicate è complessivamente pari a circa 3,5 miliardi di Euro e il valore complessivo dei contratti stipulati da BT in tali ambiti è pari a circa [100-504] milioni di Euro. Si noti, altresì, che in tutte e tre le gare sotto indicate, TIM ha partecipato ma non è risultata aggiudicataria.

⁶ Cfr. TIM, Comunicazione dell’operazione pervenuta in data 22 gennaio 2021 (**doc. 1**).

⁷ In particolare, il Ramo PA include: *i*) pubbliche amministrazioni centrali (ad es., Ministero della Giustizia, Ministero degli Affari Esteri, Ministero della Difesa, MIUR, MISE, Ministero delle Politiche Agricole, Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti, Presidenza del Consiglio dei Ministri, Protezione Civile, Comando Generale dell’Arma dei Carabinieri, Agenzia delle Dogane, Aeronautica Militare); *ii*) altri soggetti pubblici, imprese pubbliche e Amministrazioni Indipendenti (inclusi, ad es., Consap, Sogei, Fondazione Enasarco, RAI, Banca d’Italia, Ufficio Centrale Archivi Notarili, ARERA, AGCOM); *iii*) enti territoriali e loro articolazioni (inclusi, ad es., Comune di Milano; Lombardia Informatica – oggi ARIA; Regione Toscana, Città Metropolitana Roma Capitale; Arpa Lazio; Lazio Innova; altre Province e altri Comuni italiani); *iv*) Istituzioni e Aziende sanitarie (inclusi, ad es., ASST FBF Sacco; ASST Ovest Milanese; ASST Melegnano e Martesana, ASL Matera, Fondazione Policlinico Universitario Gemelli) (**doc. 1**).

⁸ Oltre a tali contratti, nei 348 contratti oggetto di trasferimento sono ricompresi oltre 160 contratti con Comuni di varia dimensione (cfr. **doc. 1**).

Tabella 1 – Principali gare interessate dalla cessione

Gara	Servizi Interessati	Base d'asta k€	Partecipazione TIM e BT	Anno aggiudicazione	n. contratti interessati	Valore compl. contratti BT €	Scad. contratti
Gara Consip SPC2	connettività	2.500.000	SI (Tim non aggiudicataria)	2015	121	[100-504] milioni	2021-2023
Gara Consip TF5	Fonia fissa	925.000	Si (Tim non aggiudicataria)	2017	4	[inferiore a 1] milione	2021
Gara Consip S-RIPA2	Rete internazionale e PA,	111.200	SI (Tim non aggiudicataria)	2019	3	[10-31] milioni	2020 (in fase di rinnovo) 2021 e 2024

Fonte: Informazioni pubbliche e informazioni pervenute da TIM doc. 1 e doc. 28.

10. Il patto di non concorrenza precedentemente descritto “*si applica a categorie generali di clienti*”, ovvero all’insieme “*delle amministrazioni pubbliche italiane*”; per tutto il periodo interessato dalla clausola di non concorrenza BT “*cesserà di essere operatore alternativo*”. Inoltre, per quanto riguarda la durata quinquennale del patto in relazione ai servizi di telecomunicazione al dettaglio su rete fissa e mobile, la stessa si giustifica, secondo TIM, “[*omissis*]”⁹.

IV.2 La posizione dei concorrenti

11. Le informazioni acquisite dagli operatori hanno fornito elementi sulla possibile specificità dell’offerta dei servizi di telefonia fissa e connettività alla PA rispetto alla clientela *business* privata. Irideos rileva, infatti, che “*la domanda della Pubblica Amministrazione riveste, poi, delle caratteristiche peculiari che ne determinano una certa autonomia rispetto al mondo delle imprese. Se, in linea generale, per quanto concerne gli aspetti tecnico-operativi dei servizi di telecomunicazione su rete fissa, le differenze tra i servizi offerti alle aziende e quelli offerti alla PA non risultano – a parità di dimensione e grado di evoluzione tecnologica del cliente – significativamente differenti, le dinamiche competitive dei due sotto-mercati presentano invece apprezzabili differenze. Tali differenze dipendono, in primo luogo, dagli specifici canali di approvvigionamento che le PA sono tenute ad impiegare, ovvero gare e procedure competitive assimilabili...*”¹⁰. Anche Colt ha confermato che la fornitura dei servizi alla PA presenta delle peculiarità rispetto alla restante clientela *business* in quanto richiede “*una struttura ad hoc, interna all’azienda, specializzata nella corretta gestione di tutte le procedure necessarie alla partecipazione alle procedure per l’aggiudicazione delle diverse forniture, aventi dimensione di volta in volta diversa*”¹¹. A ciò si aggiunga che, nei servizi per la PA, un fattore spesso determinante è la capillarità della rete, diversamente dall’offerta alla restante clientela *business*¹². In sintesi, i principali fattori

⁹ Cfr. TIM, Informazioni pervenute in data 19 marzo 2021 (doc. 28).

¹⁰ Irideos, Informazioni pervenute in data 19 febbraio 2021 (doc. 23).

¹¹ Colt, Informazioni pervenute in data 19 febbraio 2021 (doc. 22).

¹² Colt, Informazioni pervenute in data 19 febbraio 2021 (doc. 22), cfr. anche Fastweb, Informazioni pervenute in data 19 febbraio 2021 (doc. 21).

di differenziazione dell'offerta dei servizi alla PA rispetto all'offerta della clientela *business* privata appaiono consistere principalmente: i) nelle peculiari modalità di acquisizione di beni e servizi da parte della PA, disciplinate da un plesso normativo molto articolato e che condizionano significativamente l'attività degli operatori; ii) nella necessità, anche in conseguenza del regime giuridico, che l'operatore si doti di una struttura commerciale dedicata; iii) nella necessità di possedere un'elevata solidità finanziaria stante i requisiti di gara tipicamente richiesti (ad esempio, il versamento della cauzione) e i tempi particolarmente lunghi entro cui la PA versa i corrispettivi dovuti; iv) nello scarso margine di negoziazione rispetto alle caratteristiche tecniche richieste dalla PA¹³. Inoltre, gli operatori hanno rilevato una sostanziale omogeneità delle dinamiche concorrenziali su scala nazionale, senza distinzioni tra amministrazioni centrali (PAC) e locali (PAL)¹⁴.

12. Nell'offerta dei servizi di telecomunicazioni, gli operatori hanno distinto tra i servizi di telefonia fissa, per i quali la variabile concorrenziale principale è il prezzo, e i servizi di connettività ove il fattore competitivo di maggiore rilievo è rappresentato dall'infrastruttura proprietaria¹⁵; tuttavia, è stato osservato che, tradizionalmente, fino all'avvento del VoIp, i servizi di fonia e di connettività erano offerti separatamente alla PA, *“mentre attualmente il set minimo di servizi offerti comprende la fonia e la connettività internet (su rete FTTC o FTTH)... La fonia è oramai divenuta una commodity. Nel tempo è poi cresciuta significativamente la richiesta di banda per collegamenti internet trainati dall'utilizzo di strumenti di unified communication e dall'utilizzo del cloud”*¹⁶. Per contro, i servizi di telefonia fissa continuano ancora ad essere forniti separatamente da quelli di telefonia mobile¹⁷.

13. Gli operatori hanno altresì evidenziato l'esistenza di significative barriere all'entrata sia in relazione agli elevati investimenti infrastrutturali necessari, sia in relazione alle caratteristiche tipiche della domanda della PA che, da un lato, presenta *“un atteggiamento “conservatore” in seno alle Stazioni Appaltanti, le quali tendono spesso a replicare nei bandi le caratteristiche tecniche proprie dei servizi dagli operatori trend setter del mercato”*¹⁸ e, dall'altro, specie nelle gare delle PA nazionali e delle centrali regionali, prevedono richieste di garanzie e referenze che *“di fatto... escludono la possibilità di partecipazione da parte di operatori diversi da quelli di maggiore rilievo”*¹⁹. Secondo Irideos, le barriere all'ingresso sono *“elevate e correlate alla struttura del mercato, alla dimensione degli operatori ed alle infrastrutture proprietarie di cui dispongono”* e, pertanto, l'offerta dei servizi alla PA presenta un basso grado di dinamicità ed esigue possibilità di *“un ingresso effettivo in tale ambito da parte di nuovi operatori”*²⁰. L'offerta dei servizi di

¹³ Cfr. ad esempio, Vodafone, Informazioni fornite in data 1° marzo 2021 (**doc. 27**).

¹⁴ Cfr. ad esempio, Fastweb, Informazioni pervenute in data 19 febbraio 2021 (**doc. 21**), Vodafone, Informazioni fornite in data 1° marzo 2021 (**doc. 27**), TIM, Informazioni fornite in data 19 marzo 2021 (**doc. 28**).

¹⁵ Irideos, Informazioni pervenute in data 19 febbraio 2021 (**doc. 23**).

¹⁶ Irideos, Informazioni pervenute in data 19 febbraio 2021 (**doc. 23**).

¹⁷ Wind Tre, Informazioni pervenute in data 22 febbraio 2021 (**doc. 24**), e v. anche Fastweb, Informazioni pervenute in data 19 febbraio 2021 (**doc. 21**).

¹⁸ Irideos, Informazioni pervenute in data 19 febbraio 2021 (**doc. 23**).

¹⁹ Irideos, Informazioni pervenute in data 19 febbraio 2021 (**doc. 23**).

²⁰ Irideos, Informazioni pervenute in data 19 febbraio 2021 (**doc. 23**), cfr. anche Vodafone, Informazioni pervenute in data 1° marzo (**doc. 27**).

telecomunicazione alla PA si caratterizza, secondo questi operatori, per dinamiche competitive ristrette a pochi operatori, quali, in particolare, TIM, Fastweb, BT, Vodafone (nuovo entrante)²¹ e Irideos. Ciò anche in ragione della circostanza che, per la maggior parte degli operatori, il fatto di essere il fornitore uscente incide sulle dinamiche della gara espletata in sede di rinnovo, specie considerando gli investimenti iniziali necessari già sostenuti²².

14. In quest'ambito, gli operatori hanno richiamato il contesto dei mercati delle telecomunicazioni, anche diversi da quelli interessati dalla presente operazione, e la posizione sugli stessi detenuta da TIM, unico operatore verticalmente integrato, in posizione dominante sia nei mercati a monte *wholesale* che nei mercati a valle *retail*. Con specifico riferimento ai servizi alla PA, gli operatori hanno riscontrato che TIM gode ancora dei vantaggi di operatore storico di riferimento²³.

15. Ciò posto, tutti gli operatori si sono soffermati sui possibili effetti restrittivi della presente concentrazione sull'offerta dei servizi di telecomunicazioni alla PA.

Al riguardo, un operatore osserva che, attraverso l'acquisizione del Ramo PA di BT, TIM, che subentrerà nei contratti ceduti, *“andrebbe a completare il suo portafoglio di offerta nelle convenzioni nazionali con l'unico segmento ad oggi mancante, ovvero il “Sistema Pubblico di Connettività””*²⁴. Inoltre, con il subentro a BT in questa gara, TIM acquisirebbe *“la possibilità di contrattualizzare ulteriore clientela, beneficiando dell'integrazione verticale che la connota e di una rete di vendita molto capillare”*.

Fastweb, che è il principale concorrente di TIM nell'offerta dei servizi di telecomunicazione alla PA, si pone nello stesso solco delle osservazioni di Vodafone, osservando che TIM già assorbe un fatturato annuo nel segmento PA superiore ad un miliardo; l'operazione, ove autorizzata, *“avrebbe l'indubbio effetto di rafforzare la posizione di mercato di TIM nella misura in cui consentirebbe a quest'ultima di acquisire anche quelle (poche) forniture alle PA che sono state aggiudicate ad operatori concorrenti. Ci si riferisce, in primo luogo, alla gara SPC2 per l'affidamento dei servizi di connettività nell'ambito del Sistema Pubblico di Connettività (SPC) per le Pubbliche Amministrazioni, di cui BT Italia Spa è risultata aggiudicataria...”*²⁵; parimenti critico, secondo Fastweb, appare il subentro di TIM nella gara telefonia fissa TF5.

16. Wind Tre si pone nel solco delle osservazioni sopra illustrate e, in particolare, richiama l'impatto concorrenziale del subentro di TIM a BT nella gara Consip Connettività²⁶. Irideos, oltre a ricordare la dominanza di TIM nei mercati *retail* su rete fissa per PA e PMI, osserva che BT è *“il quarto operatore in assoluto... ma è il primo competitor se si considerano i soli player specializzati sul comparto business (appartengono a questa categoria operatori quali Colt ... e la stessa Irideos), essendo tutti gli operatori che precedono BT dei gestori c.d. generalisti (cioè attivi tanto sul*

²¹ Fastweb, Informazioni pervenute in data 19 febbraio 2021 (**doc. 21**).

²² Quasi tutti i concorrenti hanno rilevato questo profilo; in senso contrario si vedano le informazioni di TIM (**doc. 28**) e Tiscali (**doc. 26**).

²³ Fastweb, Informazioni pervenute in data 19 febbraio 2021 (**doc. 21**).

²⁴ Vodafone, Osservazioni pervenute in data 2 febbraio 2021 (**doc. 7**).

²⁵ Fastweb, Informazioni pervenute in data 2 febbraio 2021 (**doc. 9**), e cfr. anche Fastweb, Informazioni pervenute in data 19 febbraio 2021 (**doc. 21**).

²⁶ Wind, Osservazioni pervenute in data 1° febbraio 2021 (**doc. 5**).

segmento residenziale che su quello business)²⁷. Infine, tutti gli operatori richiamano le significative barriere all'entrata derivanti, tra l'altro, dalla necessità di elevati investimenti infrastrutturali; infatti, come rilevato da Colt, *“negli anni gli operatori alternativi focalizzati sul segmento business hanno investito e sviluppato infrastrutture proprietarie, sobbarcandosene gli altissimi costi fissi e i connessi rischi imprenditoriali di lungo periodo”*²⁸.

V. VALUTAZIONI

V. 1. I mercati interessati

17. La concentrazione in esame ha oggetto la cessione a TIM dei tre rami di azienda di BT Italia, denominati PA, SMB e Atlanet, attivi nell'offerta dei seguenti servizi: i servizi di telecomunicazione al dettaglio su rete fissa, i servizi di telecomunicazione al dettaglio su rete mobile, la rivendita ai clienti finali di prodotti *hardware* e *software*, i servizi di manutenzione di prodotti *hardware* e *software*, i servizi di *call center*.

18. Preliminarmente, ai fini della valutazione della presente operazione di concentrazione, si ritiene utile richiamare – in virtù del livello di integrazione verticale di TIM – il mercato dei servizi di accesso all'ingrosso alla rete fissa a banda larga e ultra-larga (nel seguito anche “mercato all'ingrosso”)²⁹. Tale mercato, di dimensione geografica nazionale, è definito dal punto di vista merceologico come il mercato dei servizi che permettono agli operatori di telecomunicazione di fornire servizi ai clienti finali tramite l'accesso alla rete locale fissa a banda larga e ultra-larga. In quest'ambito, TIM risulta essere l'unico operatore che detiene una rete in fibra ottica (nella sezione primaria) capillarmente diffusa, con copertura di almeno l'83% delle unità³⁰. Questo mercato si pone a monte rispetto a quello direttamente interessato dalla presente operazione, relativo ai servizi di telecomunicazione al dettaglio su rete fissa.

a) I mercati dei servizi di telecomunicazione al dettaglio su rete fissa

19. Sui servizi di telecomunicazione fissa erogati alla piccola e media clientela *business* e alla pubblica amministrazione, si osserva quanto segue. Secondo i precedenti dell'Autorità, i servizi di telecomunicazione al dettaglio su rete fissa, consistenti nei servizi di fonia e connettività a banda larga e ultra-larga, sono stati suddivisi tra clientela affari (non residenziale), da un lato, e clientela residenziale e SOHO (*small office home office*), dall'altro³¹. Infatti, per quanto concerne la tipologia di clientela, sebbene da un punto di vista funzionale i servizi alla clientela residenziale siano teoricamente analoghi a quelli offerti alla clientela *business*, le esigenze complessive in termini di

²⁷ Irideos, Osservazioni pervenute in data 1° febbraio 2021 (**doc. 6**).

²⁸ Colt, Osservazioni pervenute in data 1° febbraio 2021 (**doc. 4**).

²⁹ Cfr. Provvedimento AGCM n. 28162 del 25 febbraio 2020, caso A514 – Condotte fibra Telecom Italia, in Bollettino n. 10/2020; Provvedimento AGCM n. 27102 del 28 marzo 2018, caso I799 – Tim-Fastweb-Realizzazione rete in fibra, in Bollettino n. 13/2018.

³⁰ Cfr. Delibera AGCOM n. 333/20/CONS.

³¹ Si vedano, ad esempio, Provvedimento AGCM n. 27414 del 14 novembre 2018, caso C12184 – *Irideos/Clouditalia Telecomunicazioni*, in Bollettino n. 45/2018; Provvedimento AGCM n. 22685 del 4 agosto 2011, caso C11120 – *BT Italia/BT Eni Telecomunicazioni*, in Bollettino n. 32/2011. Si veda anche Provvedimento AGCM n. 13752 del 16 novembre 2004, caso A351 – *Comportamenti abusivi di Telecom Italia*, in Bollettino n. 47/2004 e Provvedimento n. 9472 del 27 aprile 2001, caso A285 – *Infostrada/Telecom Italia-Tecnologia ADSL*, in Bollettino n. 16-17/2001.

qualità del servizio e assistenza, nonché di modalità di selezione, differiscono sostanzialmente passando dall'una all'altra tipologia.

20. Pertanto, dal punto di vista merceologico, tipicamente si individua un mercato dei servizi al dettaglio di telecomunicazioni su rete fissa per la clientela affari.

Dal punto di vista della definizione merceologica del mercato, tuttavia, sebbene sia chiara e consolidata la differenza tra clientela residenziale e non residenziale, si ritiene che, anche alla luce delle informazioni acquisite dagli operatori precedentemente illustrate, debba essere in questa sede individuata un'ulteriore distinzione merceologica con riguardo alla clientela rappresentata dalla pubblica amministrazione, in considerazione, tra l'altro, della peculiarità della domanda, delle specificità in termini delle modalità di acquisizione dei fornitori e delle norme che regolano tali forniture.

21. Con riferimento al mercato geografico rilevante, si ritiene che – in entrambe le possibili configurazioni merceologiche – esso abbia dimensione nazionale, in considerazione della estensione geografica delle reti, delle caratteristiche regolamentari nazionali, nonché della sostanziale presenza dei medesimi operatori sull'intero territorio nazionale.

22. Con riferimento al mercato dei servizi al dettaglio di telecomunicazioni su rete fissa per la clientela affari, così come tradizionalmente definito, secondo i dati dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ("AGCOM")³², nel 2019 TIM detiene il 55,5% del volume di affari e BT Italia detiene una quota del 4,7%, mentre la quota ceduta da BT Italia, costituita dai rami SMB e PA, si attesterebbe a circa l'1-2% del volume di affari totale del mercato rilevato da AGCOM³³.

23. Considerando come distinto il mercato dei servizi al dettaglio di telecomunicazioni su rete fissa per la pubblica amministrazione, nella Tabella 2 seguente sono mostrate le quote di mercato in valore. TIM, nel corso del triennio 2018-2020 detiene una quota di mercato compresa tra il [45-50] % ed il [55-60] %, mentre, nello stesso periodo, il ramo di azienda PA di BT Italia oggetto di cessione rappresenta una quota compresa tra il [5-10]% e il [10-15]% del fatturato verso le pubbliche amministrazioni. Ad esito dell'operazione, quindi, la quota congiunta detenuta da TIM sarebbe pari al [55-60]%. Vale anche osservare che TIM è già aggiudicataria di importanti altre gare di rilievo nazionale relativi a servizi contigui a quelli qui in esame³⁴.

³² Cfr. Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, *Relazione annuale 2020 sull'attività svolta e sui programmi di lavoro*, pag. 112. Il volume d'affari per la clientela non residenziale è 6,4 miliardi di euro. Si fa presente che tali dati includono anche la piccolissima clientela affari e, pertanto, le quote di mercato congiunte possono essere superiori.

³³ Gli altri operatori detengono le seguenti quote di mercato in valore: Fastweb 19,6%, Vodafone 6,1%, Wind Tre 3,6%, Colt 2,3%, altri 8,1%.

³⁴ A titolo esemplificativo, si richiamano la gara per l'affidamento dei servizi di Telefonia Mobile per le Pubbliche Amministrazioni edizione 8; la gara per prodotti e servizi per la realizzazione, manutenzione e gestione di reti locali edizione 7 (LAN7); Gara per l'affidamento di Servizi Cloud Evoluti, SPC Cloud Lotto 1.

Tabella n. 2 – Fatturati e quote di mercato dei servizi al dettaglio di telecomunicazioni su rete fissa per la pubblica amministrazione³⁵

Operatore	Fatturati (Euro)			Quote di mercato in valore (%)		
	2018	2019	gen-giu 2020	2018	2019	gen-giu 2020
TIM	[100-504] milioni di euro	[100-504] milioni di euro	[100-504] milioni di euro	[55-60%]	[45-50%]	[45-50%]
BT	[31-100] milioni di euro	[31-100] milioni di euro	[31-100] milioni di euro	[5-10%]	[5-10%]	[10-15%]
Congiunto	[100-504] milioni di euro	[100-504] milioni di euro	[100-504] milioni di euro	[60-65%]	[55-60%]	[55-60%]
Fastweb	[100-504] milioni di euro	[100-504] milioni di euro	[100-504] milioni di euro	[25-30%]	[30-35%]	[30-35%]
Altri	[31-100] milioni di euro	[31-100] milioni di euro	[31-100] milioni di euro	[5-10%]	[5-10%]	[10-15%]
Totale	[504-700] milioni di euro	[504-700] milioni di euro	[100-504] milioni di euro	100%	100%	100%

24. Inoltre, con riferimento alle gare espletate da TIM e BT Italia, e in particolare alle procedure competitive che riguardavano servizi di telecomunicazione (fonia e connettività), secondo i dati forniti da TIM³⁶, sebbene BT partecipi ad un numero ridotto di gare, considerando il valore a base d'asta, BT e TIM hanno partecipato in concorrenza in un insieme di gare che rappresenta il 60-70% delle gare alle quali ha partecipato TIM³⁷.

b) Gli altri mercati interessati dalla presente operazione

25. Gli altri mercati interessati dalla presente operazione sono quelli relativi: *i)* ai servizi di telecomunicazione al dettaglio su rete mobile, *ii)* alla rivendita ai clienti finali di prodotti *hardware* e *software*, *iii)* ai servizi di manutenzione di prodotti *hardware* e *software* e *iv)* ai servizi di *call center*.

Alla luce delle posizioni detenute dalle parti, si ritiene opportuno lasciare aperta la definizione merceologica e geografica di tali mercati, in cui l'apporto incrementale dell'operazione, dovuto ai rami di azienda di BT, è marginale (solitamente inferiore all'1%). Inoltre, con riferimento ai mercati relativi, rispettivamente, alla rivendita di prodotti HW e SW e ai i servizi di manutenzione di HW e SW e di *call center*, TIM detiene quote inferiori al 20% e, dal lato dell'offerta, si osserva la presenza di un novero di imprese più ampio rispetto a quelle di telecomunicazioni e aventi il *core business* proprio nell'offerta di questa tipologia di servizi alla clientela finale.

³⁵ Cfr. Elaborazioni su dati dei documenti nn. 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28.

³⁶ Cfr. **doc. 28**.

³⁷ In particolare, TIM ha partecipato – per le gare classificate nei mercati indicati dalle parti, relativi, rispettivamente, ai servizi al dettaglio di telecomunicazione su rete fissa per la clientela d'affari e ai servizi al dettaglio di telecomunicazione su rete fissa per la PA (cfr. la Comunicazione dell'operazione, doc. 1, mercati M01 e M03)– ad oltre 60 procedure selettive per un valore in base d'asta di 4,988 miliardi di euro. BT ha partecipato – escludendo la RTI con TIM, a n. 3 gare per un valore in base d'asta di 3,325 miliardi di euro. TIM e BT hanno concorso ad un insieme di gare che rappresenta il 67% del valore totale delle gare. In tutti e tre i casi BT Italia è risultata aggiudicataria del lotto o dell'accordo quadro (elaborazioni AGCM su informazioni fornite dalle parti, cfr. **doc. 1 e doc. 28**).

V.2 I possibili effetti dell'operazione

a) I mercati dei servizi di telecomunicazione al dettaglio su rete fissa

26. Con la presente operazione, attraverso la cessione dei Rami Target e i patti di non concorrenza sopra descritti, TIM subentra a BT nell'offerta dei servizi di telefonia fissa e connettività alla PA; BT cesserà, dunque, di essere un concorrente effettivo rispetto a TIM anche in questo specifico ambito concorrenziale. Al riguardo, i possibili effetti concorrenziali dell'operazione che devono essere approfonditi nel corso della presente istruttoria sono nel seguito delineati.

27. In primo luogo, occorre evidenziare che TIM è l'unico operatore verticalmente integrato in possesso di una rete di accesso con copertura dell'intero mercato geografico nazionale. L'accesso alla rete locale che connette il cliente finale è un fattore produttivo necessario per potere operare nei mercati a valle dei servizi di telecomunicazione al dettaglio, per tutte le tipologie di clientela (residenziale/business ovvero, in quest'ultimo ambito, privata/PA). Per gli operatori che intendano predisporre un'offerta di servizi di telecomunicazione rivolta alla clientela finale, l'approvvigionamento di servizi di accesso alla rete locale è essenziale, nella misura in cui non è possibile servire la clientela finale senza disporre di un accesso alla rete locale. In questo mercato all'ingrosso, già precedentemente definito, TIM, in base ai precedenti dell'Autorità, detiene una posizione dominante³⁸, in quanto, quantomeno a livello nazionale, gli operatori alternativi dipendono, in ogni caso, dall'offerta *wholesale* di TIM per potere offrire i propri prodotti *retail* su tutto il territorio nazionale. In altri termini, TIM, in base ai precedenti dell'Autorità, detiene una posizione dominante nel mercato dei servizi di accesso all'ingrosso alla rete fissa a banda larga e ultra-larga, che è collocato a monte rispetto a quelli interessati dalla precedente operazione. A ciò si aggiunga che TIM, in quanto *ex incumbent*, è tuttora l'operatore storico di riferimento per numerose PA sia di rilievo nazionale che locale. Questi fattori incidono sulla valutazione dell'operazione in oggetto e devono essere tenuti presenti nell'analisi, di seguito richiamata, in merito ai mercati direttamente interessati dalla presente operazione.

28. Prendendo le mosse dal mercato dei servizi al dettaglio di telecomunicazioni su rete fissa per la clientela affari, si rileva che, alla luce delle quote di mercato precedentemente riportate, l'indice HHI passerebbe da 3.542 a 3.699 punti, con un incremento di 157 punti e ciò costituisce, come noto, un ulteriore indicatore della sussistenza di criticità concorrenziali³⁹. Pertanto, le richiamate peculiarità di TIM, la dominanza di quest'ultima nel mercato all'ingrosso a monte, le quote di mercato sopra illustrate (quota *combined* > al 55%) e le variazioni dell'indice HHI⁴⁰ inducono a ritenere che la presente operazione - portando all'eliminazione di BT, ovvero di uno dei concorrenti diretti di TIM nell'offerta dei servizi *business* - possa determinare il rischio di costituzione o rafforzamento di una posizione dominante.

³⁸ Cfr. Provvedimento AGCM n. 28162 del 25 febbraio 2020, caso A514 – Condotte fibra Telecom Italia, in Bollettino n. 10/2020.

³⁹ Cfr. la *Comunicazione della Commissione europea Orientamenti relativi alla valutazione delle concentrazioni orizzontali a norma del regolamento del Consiglio relativo al controllo delle concentrazioni* (2004/C 31/03), §20.

⁴⁰ Come sopra illustrato, nel caso di specie, il HHI *ante* operazione è superiore a 3500 e il delta derivante dall'operazione è superiore ai 150, indicatori chiari di possibili effetti restrittivi dell'operazione cfr. la *Comunicazione della Commissione europea Orientamenti relativi alla valutazione delle concentrazioni orizzontali a norma del regolamento del Consiglio relativo al controllo delle concentrazioni* (2004/C 31/03), §20.

29. Nello specifico mercato rilevante relativo ai servizi di telefonia fissa e connettività alla PA, i rischi concorrenziali appena paventati potrebbero essere confermati e ancora più avvalorati. In primo luogo, si evidenzia, infatti, che il Ramo PA consente a TIM di subentrare a BT nella gestione dei contratti precedentemente richiamati, derivanti da gare di primaria importanza per le quali TIM non era risultata originariamente aggiudicataria, ampliando e/o rafforzando la propria base di clientela con numerose PA.

30. Nel prospettato mercato dei servizi al dettaglio di telecomunicazione su rete fissa per la pubblica amministrazione, l'indice HHI del mercato nel 2019 aumenterebbe da 3.656 punti a 4.450 punti, con una variazione di 794 punti. Anche con riferimento al primo semestre 2020, l'indice HHI subirebbe una variazione dovuta alla concentrazione in esame di 1.081 punti (da 3.287 a 4.368 punti). L'indicatore HHI conferma, pertanto, le possibili criticità concorrenziali della presente operazione in entrambe le definizioni merceologiche dei mercati, che potrebbe tradursi in minori incentivi alla concorrenza sia sulle condizioni economiche che sugli aspetti qualitativi della rete e sull'innovazione tecnologica dei servizi erogati.

31. Inoltre, in questo specifico ambito competitivo, BT costituisce un primario concorrente di TIM, come evidenziato dalla circostanza che in oltre il 60%, in valore, delle gare relative ai servizi di fonia e connettività su rete fissa cui ha partecipato TIM, si riscontra anche la partecipazione di BT, risultando in alcuni casi aggiudicatario in luogo della stessa TIM. BT, pertanto, costituisce un concorrente in grado di esercitare una significativa pressione concorrenziale su TIM nella partecipazione di gare pubbliche di rilievo nazionale e locale. Al riguardo, nell'ambito degli operatori attivi nell'offerta dei servizi di telecomunicazione, si osserva che il primo concorrente di TIM è Fastweb con una quota di mercato, tuttavia, significativamente inferiore rispetto alla quota di TIM e che l'insieme degli altri concorrenti raggiunge complessivamente il 10% circa del mercato. Pertanto, tenendo conto del peculiare ambito competitivo, l'eliminazione di BT quale concorrente effettivo di TIM, e la contestuale acquisizione della quota di mercato di BT da parte di TIM, potrebbe avere effetti significativi sulle dinamiche concorrenziali dei mercati interessati. A ciò si aggiunga che, con riferimento ad alcuni dei clienti oggetto dell'operazione in esame, BT si è aggiudicata la gara da cui è scaturita poi la contrattualizzazione con le singole PA partecipando in R.T.I. con altri concorrenti; a titolo esemplificativo, nella gara TF5, BT è in R.T.I. con Vodafone, ovvero uno dei principali concorrenti della stessa TIM. Il quadro competitivo di riferimento potrebbe, pertanto, risultare ulteriormente indebolito dalla circostanza che la presente operazione determinerà il subentro di TIM anche nell'ambito di questi R.T.I..

32. Vale considerare anche che i mercati delle telecomunicazioni e, in particolare, il mercato qui delineato dei servizi di telefonia e connettività su rete fissa alla PA risentono di significative barriere all'entrata derivanti dagli elevati oneri tecnici e finanziari tipicamente richiesti per la partecipazione alle gare pubbliche. In quest'ambito, la disponibilità in capo a TIM dell'unica rete fissa distribuita capillarmente su tutto il territorio nazionale e la dominanza detenuta nei mercati a monte dei servizi di accesso *wholesale* alla rete telefonica, costituiscono un rilevante vantaggio competitivo rispetto ai concorrenti attuali e potenziali nell'offerta dei servizi al dettaglio. Tali concorrenti, infatti, in misura prevalente, devono acquistare per lo più dalla stessa TIM il bene essenziale, ovvero i servizi di accesso alla rete, per potere offrire a valle alla PA i servizi, di volta in volta, oggetto di gara.

Tale circostanza indebolisce la capacità dei concorrenti di esercitare un'effettiva pressione concorrenziale, come evidenziato dal permanere in capo a TIM di elevate quote di mercato, pur in

un contesto, quale quello dell'offerta dei servizi alle PA, in cui il plesso normativo dovrebbe favorire il confronto competitivo.

33. Oltre agli effetti orizzontali sopra delineati, la presente operazione appare idonea ad innescare effetti leva nell'ambito dello specifico mercato dei servizi di telecomunicazione offerti alle PA su rete fissa, accentuati dal meccanismo di funzionamento delle gare Consip, incentrate sugli accordi quadro. Come rilevato da quasi tutti i concorrenti, con specifico riferimento alla gara SPC2, l'operazione non solo consente a TIM di subentrare nella gestione di numerosi e importanti clienti pubblici di rilievo nazionale, ma porrà TIM nella posizione di poter ampliare ulteriormente la propria base clientela potendo contrattualizzare anche altre pubbliche amministrazioni. Infatti, attraverso la presente operazione, TIM entra nel novero, prima precluso non essendo risultata aggiudicataria, dei fornitori dei servizi di connettività oggetto della gara SPC2 e potrà, quindi, offrire i propri servizi anche alle c.d. amministrazioni facoltizzate; inoltre, anche le amministrazioni obbligate ad avvalersi dei fornitori inseriti nell'apposito albo possono, in presenza di talune condizioni, cambiare fornitore di riferimento e anche in quest'ambito TIM, una volta subentrato a BT, potrebbe ampliare l'offerta dei servizi alla PA.

Facendo leva sulla circostanza di essere l'unico operatore verticalmente integrato con una rete capillare sul territorio nazionale ed essendo l'operatore storico di riferimento per molte PA, TIM entrerebbe tra gli aggiudicatari della gara SPC2 per effetto della presente operazione e non in virtù di un processo concorrenziale basato sul merito.

34. La valutazione della presente operazione deve essere, inoltre, apprezzata in una prospettiva evolutiva, tenendo presente che, il processo di digitalizzazione e innovazione tecnologica del modo di operare della PA dovrebbe ricevere, nei prossimi cinque anni, un impulso decisivo e vedere il rinnovo di gare di prossima scadenza (ovvero quelle attraverso cui BT ha acquisito i clienti ceduti a TIM con la presente operazione). In questo contesto, l'attività di Agid e Consip, in sinergia con il plesso delle PA nazionali e locali, è finalizzata a garantire una profonda modernizzazione delle reti delle PA, che vede un momento essenziale nello svolgimento di importanti gare pubbliche per l'acquisizione dei beni e servizi necessari a garantire questa transizione tecnologica (ad esempio, servizi di connettività, servizi *cloud*, ecc.).

35. La presente concentrazione dovrà essere, quindi, valutata nell'ambito di questo scenario, analizzando i possibili vantaggi competitivi che TIM acquisisce nella prospettiva delle gare future; tra di queste vengono in rilievo, *in primis*, quelle che verranno verosimilmente bandite allo scadere delle gare SPC2, TF5 e S-RIPA 2, ovvero le tre più importanti gare di rilievo nazionale interessate dalla presente operazione.

Con riferimento a queste gare, infatti, TIM, attraverso la presente operazione, si porrà in sede di rinnovo come uno dei fornitori uscenti e questa circostanza potrebbe determinare un vantaggio concorrenziale rispetto ai concorrenti, in ragione dei costi di *setup* dei nuovi fornitori, dei costi di migrazione e dei costi amministrativi che un fornitore uscente non dovrebbe sopportare in caso di riaggiudicazione rispetto ai nuovi aggiudicatari. Con la concentrazione in esame, TIM amplierebbe questo vantaggio ad un numero significativo di amministrazioni, raggiungendo una copertura della domanda superiore al 55% in valore (Tabella 2 *supra*).

36. Inoltre, attraverso le clausole di non concorrenza sopra descritte, TIM avrà verosimilmente la garanzia di non subire la pressione concorrenziale di BT, che non potrà partecipare per i prossimi 5 anni a gare di siffatta natura. L'analisi prospettata in questa sede dovrà tenere in adeguato conto

anche le gare future in uno scenario più ampio di quello strettamente interessato dalla cessione del Ramo PA e valutato alla luce della dinamicità degli esiti delle procedure di gara. In conclusione, appare necessario approfondire, nel corso del presente procedimento, se la presente operazione possa essere suscettibile di produrre effetti restrittivi della concorrenza nello svolgimento delle gare future, essenziali per il processo di informatizzazione delle pubbliche amministrazioni, e di collocare TIM, già unico operatore verticalmente integrato, in una posizione di ulteriore vantaggio concorrenziale rispetto agli altri operatori, costituendo o rafforzando anche per questi profili la posizione dominante nel mercato interessato.

b) Gli altri mercati interessati dalla presente operazione

37. Con riferimento ai mercati relativi: *i)* ai servizi di telecomunicazione al dettaglio su rete mobile, *ii)* alla rivendita ai clienti finali di prodotti *hardware* e *software*, *iii)* ai servizi di manutenzione di prodotti *hardware* e *software* e *iv)* ai servizi di *call center* si osserva che, alla luce della quota detenuta da TIM, dell'apporto incrementale dell'operazione e dalla presenza di un contesto competitivo sufficientemente dinamico, si ritiene possibile evidenziare sin da ora che l'impatto dell'operazione non appare suscettibile di produrre effetti restrittivi della concorrenza.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame sia suscettibile di determinare, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sul mercato dei servizi al dettaglio di telecomunicazione su rete fissa per la clientela affari e/o sul mercato dei servizi al dettaglio di telecomunicazione su rete fissa per la pubblica amministrazione, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza in tali mercati;

DELIBERA

a) l'avvio dell'istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, nei confronti delle società Telecom Italia S.p.A. e BT Italia S.p.A.;

b) la fissazione del termine di giorni dieci, decorrente dalla data di notificazione del presente provvedimento, per l'esercizio da parte dei legali rappresentanti delle Parti, ovvero da persone da esse delegate, del diritto di essere sentiti, ai sensi dell'articolo 14, comma 1, della legge n. 287/90, precisando che la richiesta di audizione dovrà pervenire alla Direzione Comunicazioni della Direzione Generale per la Concorrenza di questa Autorità almeno tre giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;

c) che il responsabile del procedimento è la dott.ssa Gabriella Romano;

d) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione Comunicazioni della Direzione Generale per la Concorrenza di questa Autorità dai rappresentanti legali delle Parti, nonché dai soggetti aventi un interesse giuridicamente rilevante o da persona da essi delegata;

e) che il procedimento deve concludersi entro quarantacinque giorni decorrenti dalla data di delibera del presente provvedimento, fatti salvi i termini necessari per l'acquisizione del parere dell'Autorità

per le Garanzie nelle Comunicazioni ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Filippo Arena

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

AS1733 - COMUNE DI MANDURIA (TA) - PROROGA DELLE CONCESSIONI DEMANIALI MARITTIME CON FINALITÀ TURISTICO-RICREATIVE

Roma, 28 gennaio 2021

Comune di Manduria

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella sua riunione del 26 gennaio 2021, ha deliberato di esprimere il proprio parere, ai sensi dell'articolo 21-*bis* della legge 10 ottobre 1990, n. 287, con riferimento alla Deliberazione della Giunta Comunale del 19 novembre 2020, n. 27, avente ad oggetto "*Bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2019 e bilancio pluriennale per il triennio 2019-2021*", art. 1, commi 682, 683, 684 in combinato disposto con la Legge 17 luglio 2020, n. 77 di conversione in legge, con modificazioni, del Decreto-Legge 19 maggio 2020, n. 34 - Atto di indirizzo per l'applicazione dell'estensione ex lege della durata delle concessioni demaniali marittime vigenti".

In particolare, mediante la suddetta Deliberazione, il Comune di Manduria ha disposto l'attivazione del procedimento amministrativo per l'estensione della durata delle concessioni di beni del demanio marittimo con finalità turistico-ricreative in favore dei concessionari esistenti, sulla base di quanto previsto dall'articolo 1, commi 682, 683 e 684, della Legge n. 145/2018 (che ha disposto un nuovo termine di scadenza delle concessioni demaniali marittime con finalità turistico-ricreative alla data del 1° gennaio 2034), nonché dell'articolo 182, comma 2, del Decreto Legge 19 maggio 2020, n. 34, come convertito con Legge del 17 luglio 2020, n. 77, nella parte in cui tali norme si riferiscono, confermandolo, al meccanismo di proroga *ex lege* delle concessioni demaniali marittime.

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

Al riguardo, si evidenzia che gli articoli 49 e 56 del TFUE impongono agli Stati Membri l'abolizione delle restrizioni ingiustificate alle libertà di stabilimento e alla libera prestazione dei servizi, ossia

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

di tutte le misure che vietano, ostacolano o comunque sono idonee a comprimere l'esercizio di tali libertà. Secondo la Corte di Giustizia Europea, una normativa nazionale che consente la proroga automatica delle concessioni demaniali pubbliche in essere per attività turistico-ricreative deve considerarsi in violazione di dette disposizioni².

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

Come noto, gli Stati Membri sono tenuti a conformarsi ai richiamati principi europolitani e, ove la normativa interna non rispetti le disposizioni della Direttiva citata, contrastando di riflesso con i principi di libera circolazione e di libertà di stabilimento, se ne impone la relativa disapplicazione³. In tal senso, l'Autorità, in precedenti interventi di *advocacy*, si è più volte pronunciata sulla necessità di procedere agli affidamenti delle concessioni – tra cui quelle riguardanti i beni demaniali marittimi ed aventi finalità turistico-ricreative⁴ – mediante lo svolgimento di procedure ad evidenza pubblica. In particolare, è stato osservato che nei mercati in cui, in ragione delle specifiche caratteristiche oggettive delle attività tecniche, economiche e finanziarie, esiste un'esclusiva, o sono ammessi ad operare un numero limitato di soggetti, l'affidamento delle concessioni deve comunque avvenire mediante procedure concorsuali trasparenti e competitive, al fine di attenuare gli effetti distorsivi della concorrenza connessi alla posizione di privilegio attribuita al concessionario⁵.

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

³ Si ricorda, infatti, che, secondo la consolidata giurisprudenza europea, tutte le amministrazioni nazionali, nell'esercizio delle loro funzioni, sono tenute ad applicare le disposizioni del diritto europeo, disapplicando le norme nazionali ad esse non conformi. Cfr., *ex multis*, le sentenze pronunciate dalla Corte di Giustizia Europea nella causa 103/88, *Fratelli Costanzo c. Comune di Milano*, nonché nella causa C-224/97, *Ciola* e nella causa C-198/01, *Consorzio Industrie Fiammiferi (CIF) c. Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato*.

In tal senso, la Corte di Giustizia Europea ha ribadito, da ultimo nella sentenza del 4 dicembre 2018, caso C-378/17, che *“il principio del primato del diritto dell'Unione impone non solo agli organi giurisdizionali, ma anche a tutte le istituzioni dello Stato Membro di dare pieno effetto alle norme dell'Unione”* (par. 39) e ricorda che l'obbligo di disapplicare riguarda anche *“tutti gli organismi dello Stato, ivi comprese le autorità amministrative, incaricati di applicare, nell'ambito delle rispettive competenze, il diritto dell'Unione”* (par. 38). In proposito si vedano altresì, *ex multis*, le sentenze pronunciate dalla Corte di Giustizia Europea nella causa 106/77, *Amministrazione delle finanze dello Stato c. Simmenthal SpA*, nella causa C-119/05, *Lucchini*, nella causa C-614/14, *Ognyanov* e nelle cause riunite C-52/16 e C-113/16, *«SEGRO» Kft.*

⁴ Cfr. la segnalazione resa dall'Autorità in data 12 dicembre 2018 ai sensi degli articoli 21 e 22 della legge n. 287/1990 (AS1550 – *Concessioni e criticità concorrenziali*, in Bollettino n. 48/2018).

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

Con specifico riferimento alle procedure e ai provvedimenti di proroga delle concessioni già in essere⁶, l'Autorità ha più volte sottolineato⁷ che è nell'interesse del mercato effettuare un attento bilanciamento tra i benefici di breve periodo e i possibili costi che si potrebbero manifestare in un orizzonte temporale più ampio.

La concessione di proroghe in favore dei precedenti concessionari, infatti, rinvia ulteriormente il confronto competitivo per il mercato, così impedendo di cogliere i benefici che deriverebbero dalla periodica concorrenza per l'affidamento attraverso procedure ad evidenza pubblica. Quindi, eventuali proroghe degli affidamenti non dovrebbero comunque eccedere le reali esigenze delle Amministrazioni, per consentire quanto prima l'allocazione efficiente delle risorse pubbliche mediante procedure competitive.

Di conseguenza, l'Autorità ritiene che, per le ragioni sopra esposte, codesto Comune avrebbe dovuto disapplicare la normativa posta fondamento della Deliberazione della Giunta Comunale n. 27/2020 in questione per contrarietà della stessa ai principi ed alla disciplina eurounitaria sopra richiamata. Le disposizioni relative alla proroga delle concessioni demaniali marittime con finalità turistico-ricreative contenute nel provvedimento amministrativo in parola integrano, infatti, specifiche violazioni dei principi concorrenziali, nella misura in cui impediscono il confronto competitivo che dovrebbe essere garantito in sede di affidamento di servizi incidenti su risorse demaniali di carattere scarso, in un contesto di mercato nel quale le dinamiche concorrenziali sono già particolarmente affievolite a causa della lunga durata delle concessioni attualmente in essere.

In conclusione, la Deliberazione comunale *de qua* si pone in contrasto con gli articoli 49 e 56 del TFUE, in quanto appare suscettibile di limitare ingiustificatamente la libertà di stabilimento e la libera circolazione dei servizi nel mercato interno, nonché con le disposizioni normative eurounitarie in materia di affidamenti pubblici, con particolare riferimento all'articolo 12 della cosiddetta Direttiva Servizi.

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

⁷ Cfr., tra le altre, la segnalazione resa dall'Autorità in data 1° luglio 2020, ai sensi dell'articolo 21 della legge n. 287/1990, AS1684 – *Osservazioni in merito alle disposizioni contenute nel Decreto Rilancio*, in Bollettino n. 28/2020. Si vedano, inoltre, le segnalazioni AS 135 – *Proroghe delle concessioni autostradali*, in Bollettino n. 19/98; AS491 – *Disposizioni sul rilascio delle concessioni di beni demaniali e sull'esercizio diretto delle funzioni amministrative in materia di demanio marittimo*, in Bollettino n. 46/2008; AS1114 – *Regime concessorio presente nel porto di Livorno*, in Bollettino n. 12/2014; AS1137 – *Proposte di riforma concorrenziale ai fini della legge annuale per il mercato e la concorrenza anno 2014*, in Bollettino n. 27/2014.

Ai sensi dell'articolo 21-*bis*, comma 2, della legge n. 287/1990, il Comune di Manduria dovrà pertanto comunicare all'Autorità, entro il termine di 60 giorni dalla ricezione del presente parere, le iniziative adottate per rimuovere le violazioni della concorrenza sopra esposte. Laddove entro il suddetto termine tali iniziative non dovessero risultare conformi ai principi concorrenziali sopra espressi, l'Autorità potrà presentare ricorso entro i successivi trenta giorni.

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

Comunicato in merito al mancato adeguamento del Comune di Manduria al parere motivato espresso dall'Autorità, ex articolo 21-bis della legge n. 287/1990, avverso la Deliberazione di Giunta Comunale del 19 novembre 2020, n. 27, avente ad oggetto la proroga automatica, senza gara pubblica, della validità temporale delle concessioni demaniali marittime con finalità turistico-ricreative in essere, in particolare in esecuzione delle disposizioni legislative per l'estensione della scadenza alla data del 31 dicembre 2033 (legge n. 145/2018, articolo 1 commi 682, 683 e 684).

Nella propria riunione del 26 gennaio 2021, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ha deliberato di inviare un parere motivato ai sensi dell'articolo 21-*bis* della legge 10 ottobre 1990, n. 287, pubblicato in calce alla presente comunicazione, in merito al contenuto della Deliberazione di Giunta Comunale del 19 novembre 2020, n. 27, adottata dal Comune di Manduria e avente ad oggetto la proroga automatica al 31 dicembre 2033 della validità temporale delle concessioni demaniali marittime con finalità turistico-ricreative insistenti sul territorio comunale.

In particolare, con la citata Deliberazione di Giunta il Comune di Manduria ha disposto la proroga automatica senza gara della scadenza delle concessioni demaniali marittime con finalità turistico-ricreative, dando applicazione alla citata normativa nazionale che, ponendosi in contrasto con il diritto euro-unitario, e in particolare con gli articoli 49 e 56 del TFUE e con i principi di concorrenza ed evidenza pubblica negli affidamenti, avrebbe dovuto essere disapplicata.

A seguito del ricevimento di detto parere motivato, il Comune di Manduria, con comunicazione del 4 marzo 2021, ha informato l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato di ritenere legittimo il proprio operato, in particolare in quanto l'estensione della durata delle concessioni demaniali marittime con finalità turistico-ricettive in favore dei concessionari in essere è stata realizzata sulla base di quanto previsto dalla vigente normativa nazionale (con specifico riferimento alla Legge di Bilancio per il 2019, ossia al citato articolo 1, commi 682, 683 e 684, della legge n. 145/2018, nonché al cosiddetto Decreto Rilancio, ossia all'articolo 182, comma 2, del D.L. n. 34/2020, convertito con legge n. 77/2020).

Preso atto del mancato adeguamento dell'Amministrazione al parere motivato, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella propria riunione del 16 marzo 2021, ha così disposto di

impugnare dinanzi al Tribunale Amministrativo Regionale per la Puglia la Deliberazione di Giunta Comunale del 19 novembre 2020, n. 27, adottata dal Comune di Manduria e concernente la proroga automatica delle concessioni demaniali marittime ad uso turistico-ricreativo.

AS1734 - AFFIDAMENTO DEI SERVIZI PUBBLICI POSTALI DA PARTE DI ACQUA PUBBLICA SABINA

Roma, 9 aprile 2021

Acqua Pubblica Sabina S.p.A.

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella propria riunione del 30 marzo 2021, ha deliberato di adottare una segnalazione, ai sensi dell'art. 21 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, avente ad oggetto l'avviso pubblico del 23 luglio 2018 relativo alla procedura negoziata indetta da Acqua Pubblica Sabina (di seguito, anche AP Sabina) per l'affidamento dei "Servizi di stampa, imbustamento e recapito fatture consumi, solleciti di pagamento e altre comunicazioni agli utenti". In particolare, il suddetto avviso¹ è suscettibile di porsi in potenziale conflitto con i principi di libera concorrenza, parità di trattamento e non discriminazione tra operatori economici, nella misura in cui non prevede sufficienti motivazioni in ordine all'omessa suddivisione dell'appalto in più lotti funzionali, traducendosi in un ostacolo ingiustificato alla partecipazione degli operatori economici interessati alla procedura di gara.

In questo modo, tale procedura si pone, dunque, in contrasto con il disposto di cui all'art. 51, comma 1, del d.lgs. 18 aprile 2016, n. 50 recante Codice dei contratti pubblici (di seguito, anche CCP) secondo cui: "1. *Nel rispetto della disciplina comunitaria in materia di appalti pubblici, sia nei settori ordinari che nei settori speciali, al fine di favorire l'accesso delle microimprese, piccole e medie imprese, le stazioni appaltanti suddividono gli appalti in lotti funzionali di cui all'articolo 3, comma 1, lettera qq), ovvero in lotti prestazionali di cui all'articolo 3, comma 1, lettera gggg), in conformità alle categorie o specializzazioni nel settore dei lavori, servizi e forniture. Le stazioni appaltanti motivano la mancata suddivisione dell'appalto in lotti nel bando di gara o nella lettera di invito e nella relazione unica di cui agli articoli 99 e 139*".

In sostanza, la definizione di un unico lotto funzionale è suscettibile di limitare in maniera ingiustificata la concorrenza per il mercato in relazione all'affidamento dei servizi postali di stampa, imbustamento e recapito. Infatti, da un punto di vista merceologico, l'accorpamento (*bundling*) di servizi afferenti a diverse fasi della lavorazione dei plichi da spedire via posta, si pone in contrasto con la finalità, propria della normativa euro-unionale relativa alle procedure ad evidenza pubblica, di favorire il più ampio accesso degli operatori economici al mercato delle commesse pubbliche, a

¹ In particolare, nella Sezione I dell'avviso pubblico, AP Sabina afferma che la mancata suddivisione in lotti deriva dal fatto che "da un lato, l'importo posto a base di gara e i connessi requisiti di partecipazione consentono l'accesso alla procedura da parte delle PMI, secondo le definizioni delle stesse contenute nella normativa vigente; dall'altro, la tipologia e la particolare rilevanza strategica delle prestazioni oggetto di affidamento richiedono che i servizi siano svolti unitariamente da un unico operatore, per rendere quanto più omogenea e coerente possibile l'attività svolta nei confronti dell'utenza".

prescindere dalla dimensione dell'impresa e dalla realizzazione di scelte strategiche di tipo strutturale. La previsione di un unico lotto funzionale, invero, ostacola in maniera ingiustificata la partecipazione delle imprese di dimensioni minori, non integrate verticalmente su tutta la filiera e non attive, se non limitatamente, nella erogazione dei servizi di recapito.

Inoltre, l'art. 51, comma 1, CCP, nel prevedere un obbligo generale di separazione in lotti a carico delle stazioni appaltanti, costituisce una specifica declinazione dei principi di concorrenza, non discriminazione, parità di trattamento, pubblicità e trasparenza, che informano la normativa europea e nazionale dell'evidenza pubblica e, come tale, costituisce una ulteriore espressione del *favor participationis*, insuscettibile di essere limitato in maniera ingiustificata.

A tale riguardo, si osserva, tuttavia, che, nel caso di specie, le ragioni addotte dalla stazione appaltante di coerenza e omogeneità dell'attività verso l'utenza, unitamente alla circostanza che il valore non elevato dell'affidamento consentirebbe di per sé la partecipazione delle PMI, non appaiono sufficienti a giustificare la mancata suddivisione in lotti dell'appalto.

Infatti, alla luce di quanto affermato dal legislatore europeo in materia di appalti pubblici, i motivi che consentono alle stazioni appaltanti di evitare di assolvere all'obbligo di suddivisione in lotti risultano essere speculari a quelli che sono posti a fondamento dell'unbundling, nella misura in cui devono essere parimenti tesi a soddisfare l'esigenza di salvaguardare il confronto concorrenziale, o comunque essere ad essa complementari, mirando, cioè, a salvaguardare la corretta esecuzione dell'appalto. Tali motivi, come detto, non sono stati adeguatamente adottati da AP Sabina per giustificare la mancata suddivisione in lotti, in quanto sembrano tendere unicamente al raggiungimento di obiettivi di coerenza e omogeneità nella realizzazione della propria attività verso l'utenza. Parimenti, il richiamo al valore dell'affidamento non appare costituire una adeguata motivazione che consenta alla stazione appaltante di non rispettare l'obbligo di suddivisione in lotti, posto che gli enti aggiudicatori non possono sostituirsi alle scelte di *policy* operate dal legislatore.

Pertanto, l'Autorità auspica che nei futuri bandi ed avvisi pubblici relativi alle procedure ad evidenza pubblica per l'affidamento dei servizi postali che verranno indette da Acqua Pubblica Sabina S.p.A. siano accolte le indicazioni fornite dall'Autorità, al fine di consentire il più ampio confronto competitivo possibile tra gli operatori economici potenzialmente interessati ad aggiudicarsi tali contratti d'appalto. In particolare, l'Autorità auspica che Acqua Pubblica Sabina S.p.A. assolva all'obbligo di suddivisione in lotti in conformità a quanto previsto dall'art. 51 del d.lgs. 18 aprile 2016, n. 50, sì da consentire, in ossequio al principio del *favor participationis*, anche agli operatori attivi unicamente nel mercato dei servizi di intermediazione per la posta massiva di partecipare alle procedure ad evidenza pubblica che verranno bandite in futuro.

La presente segnalazione verrà pubblicata sul Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

PS11824 - TROTEC-PURIFICATORE ANTICOVID

Provvedimento n. 28618

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 23 marzo 2021;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

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

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

VISTO il proprio provvedimento dell'8 luglio 2020 con il quale è stata deliberata l'adozione d'ufficio della misura cautelare, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo, nonché il provvedimento del 4 agosto 2020, con il quale è stato deliberato di non confermare la misura cautelare;

VISTO il proprio provvedimento del 27 ottobre 2020, con il quale, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento per garantire un adeguato contraddittorio con la Parte;

VISTO il proprio provvedimento del 12 gennaio 2021, con il quale, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta l'ulteriore proroga del termine di conclusione del procedimento in accoglimento dell'istanza di Parte e delle esigenze di tutela del contraddittorio dalla stessa rappresentate;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. TROTEC® International GmbH & C. S.a.S. (nel prosieguo anche Trotec), in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, comma 1, lett. b), del Codice del Consumo. Trotec commercializza impianti di climatizzazione, ventilazione, aerazione e riscaldamento in ambienti chiusi per l'industria, il commercio e i privati.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento concerne le modalità di presentazione, sui siti <https://it.trotec.com>¹ e www.trotec-blog.com, dei prodotti Trotec per la depurazione, la climatizzazione, l'umidificazione, la "termo-

¹ A tale sito si è rimandati anche dal sito www.trotec24.it.

disinfezione” e il raffrescamento dell’aria, attraverso affermazioni pubblicitarie secondo cui, tra l’altro, detti prodotti «*proteggono dal coronavirus*».

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

III. 1 L’iter del procedimento

3. Secondo le informazioni acquisite d’ufficio a partire da una segnalazione pervenuta il 21 maggio 2020², in data 8 luglio 2020 è stato avviato nei confronti di Trotec il procedimento istruttorio PS11824 per possibile violazione degli artt. 20, 21, comma 1, lett. b), 23, comma 1, lett. n) e 25, comma 1, lett. c) del Codice del Consumo³.

Al professionista è stata contestata la diffusione, sui siti *www.trotec24.it* e *www.trotec-blog.com*, di comunicazioni commerciali dirette a promuovere prodotti come, ad esempio, quelli denominati: (i) “*AirgoClean 10E*”, ossia un depuratore dell’aria al prezzo scontato di 49,95 euro anziché 71,71 euro; (ii) raffrescatori/umidificatori a prezzi variabili da 99,95 a 307,51 euro; (iii) depuratori/riscaldatori d’aria della serie “*Tac*” con filtri “*Hepa H14*” con prezzi variabili da 549,00 a 4.263,90 euro. Le affermazioni utilizzate dal professionista nelle comunicazioni commerciali erano connotate da *claim* idonei a indurre il consumatore medio ad attribuire a tali prodotti una efficacia protettiva rispetto ai virus nell’aria e nell’ambiente, in assenza di idonee evidenze scientifiche.

4. In data 12 giugno 2020 sono stati eseguiti rilievi d’ufficio su *internet* e acquisite agli atti del procedimento le pagine dei siti *web* sopra citati⁴.

5. Il professionista ha svolto le proprie argomentazioni difensive con note pervenute nelle date del 13 e 16 luglio 2020⁵, nonché del 14 ottobre 2020⁶.

6. In data 6 agosto 2020 la Parte ha effettuato l’accesso agli atti del fascicolo⁷ e in data 19 gennaio 2021 è stata sentita in audizione⁸.

7. In data 29 ottobre 2020 è stata comunicata alla Parte la proroga di sessanta giorni del termine di conclusione del procedimento ai sensi dell’articolo 7, comma 3, del Regolamento⁹.

8. In data 25 novembre 2020 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell’art. 16, comma 1, del Regolamento¹⁰. La Parte ha presentato una memoria conclusiva in data 15 dicembre 2020¹¹.

9. In data 15 dicembre 2020, il professionista ha altresì presentato una proposta di impegni ai sensi dell’articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell’articolo 9 del Regolamento¹². Tali

² Cfr. doc. n. 1 del fascicolo istruttorio.

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

⁴ Cfr. doc. n. 2 del fascicolo istruttorio.

⁵ Cfr. docc. nn. 5 e 6 del fascicolo istruttorio.

⁶ Cfr. doc. n. 11 del fascicolo istruttorio.

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

⁸ Cfr. doc. n. 22 del fascicolo istruttorio.

⁹ Cfr. doc. n. 13 del fascicolo istruttorio.

¹⁰ Cfr. doc. n. 16 del fascicolo istruttorio.

¹¹ Cfr. doc. n. 17 del fascicolo istruttorio.

¹² Cfr. doc. n. 17 del fascicolo istruttorio.

impegni sono stati rigettati dall'Autorità nella sua adunanza del 19 gennaio 2021 e tale decisione è stata comunicata al professionista in data 22 gennaio 2021¹³.

10. In data 19 gennaio 2021 è stata comunicata alla Parte l'ulteriore proroga di sessanta giorni del termine di conclusione del procedimento ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento¹⁴.

III.2 Le evidenze acquisite

11. I documenti agli atti, con specifico riferimento ai rilievi effettuati d'ufficio, riguardano l'acquisizione delle pagine *web* dei siti riconducibili al professionista attraverso cui sono stati diffusi i messaggi pubblicitari in esame.

In particolare, tali messaggi erano rinvenibili alle pagine:

1. <https://www.trotec-blog.com/it/trotec/contaminazione-dellaria-particelle-di-polvere-nella-placenta-delle-future-madri-purificazione-dellaria-a-casa-e-in-ufficio-con-airgoclean-10-e/>
2. <https://it.trotec.com/prodotti-e-servizi/macchine-homecomfort/climatizzazione/rinfrescatori-daria-serie-pae/rinfrescatore-daria-vs-condizionatore/>
3. <https://it.trotec.com/prodotti-e-servizi/macchine-highperformance/depurazione-dellaria/filtro-h14-per-il-filtraggio-di-virus/>

Inoltre, sul sito www.trotec-blog.com era presente una sezione denominata “Corona”, alla quale si giungeva tramite il link “CORONA” che era presente sulla destra della home page del sito (trotec-blog.com/it/category/corona/).

12. La pag. *sub* n. 1 *supra* indicata si apriva con il seguente messaggio: «*Contaminazione dell'aria: particelle di polvere nella placenta delle future madri! Purificazione dell'aria: a casa e in ufficio con AirgoClean 10 E!*» e, subito sotto, l'immagine di una ragazza in gravidanza che guarda la pancia sorridendo con, accanto, l'immagine del prodotto. Immediatamente sotto era riportato il messaggio riferito a particelle di polvere che cagionerebbero parto prematuro e danni irreversibili al feto, eventi evitabili con l'uso del depuratore d'aria “AirgoClean 10E”, acquistabile al prezzo scontato di 49,95 euro anziché 71,71 euro.

Nella medesima pagina si avvisavano i datori di lavoro che – per quanto riguarda le polveri presenti negli uffici – essi sono «*tenui a dare il loro contributo [adempiendo] al loro dovere in modo semplice, acquistando depuratori d'aria professionali*» come il depuratore “AirgoClean 10E”.

13. La pag. *sub* n. 2 *supra* indicata, nella seconda metà, riportava, in un riquadro, il messaggio: «*Portare gli ambienti al 50 % di umidità dell'aria riduce il rischio di trasmissione virale*», facendo espresso riferimento a virus quali «*SARS-CoV, MERS-CoV o SARS-CoV-2 (Covid-19)*». Secondo «*esperti*» non meglio identificati, per il sito si poteva diminuire il rischio di infezione aumentando l'umidità dell'aria negli edifici tramite apparecchi umidificatori *et similia* venduti dal professionista a prezzi variabili da 99,95 a 307,51 euro. Anche in questo caso non erano riportati i dati scientifici a cui faceva riferimento il messaggio, né elementi identificativi di studi che giustificassero le percentuali riportate e la capacità degli apparecchi di contrastare la diffusione del Covid-19.

14. La pagina *sub* n. 3 si apriva con una immagine riportante la foto di un sanitario in tuta isolante e la scritta “DANGER”; una grafica riprodotte microrganismi stilizzati simili alla struttura dei virus; il prodotto commercializzato con uno scudo riportante la scritta “H14”. Subito dopo

¹³ Cfr. dcc. n. 23 del fascicolo istruttorio.

¹⁴ Cfr. doc. n. 20 del fascicolo istruttorio.

campeggiava il messaggio: «*FILTRI PER PARTICELLE SOSPESSE H14 PER IL FILTRAGGIO DEI VIRUS. I depuratori d'aria commerciali della serie TAC possono separare nell'aria i virus Corona grazie ai filtri ad alte prestazioni. Per ridurre efficacemente il rischio di infezione da Covid-19 o altri virus, risulta principalmente efficace ridurre al minimo, o meglio eliminare, il contenuto dei virus nell'aria. Soprattutto negli ambienti lavorativi e nelle aree critiche con un numero maggiore di persone, minimizzare l'esposizione è obbligatorio al fine di prevenire il verificarsi di catene di diffusione e contagio*». Il tutto era accompagnato da immagini riproducenti il virus e personale medico sorridente al lavoro. Tali immagini erano inoltre associate al *claim* secondo cui i dispositivi commercializzati dal professionista avrebbero efficacia paragonabile a quella dei sistemi in uso nelle c.d. camere bianche degli ospedali.

A seguire, vi erano messaggi circa la possibilità che il virus si possa trasmettere anche tramite impianti di areazione. A sostegno di ciò si faceva riferimento all'esistenza di vari studi scientifici, citandone tuttavia solo uno reperibile tramite un *link*¹⁵. Il sito affermava che gli autori di tale studio sarebbero giunti alla «preoccupante» conclusione che è «del tutto plausibile» che la trasmissione del virus Sars CoV-2 avvenga mediante aerosol, quindi in forma di particelle sospese. Secondo la pagina, l'uso degli apparecchi del professionista, e in particolare dei depuratori/riscaldatori d'aria della serie "TAC" con filtri "Hepa H14"¹⁶, abbatterebbe il fenomeno di trasmissione del Covid-19 (e degli altri virus) tramite aerosol; non era fornita, tuttavia, alcuna evidenza scientifica su tale capacità degli apparecchi commercializzati dal professionista.

15. La pagina <https://www.trotec-blog.com/it/category/corona/> si apriva con la domanda «*Gli impianti di climatizzazione e i ventilatori proteggono dal coronavirus? Ecco cosa è bene sapere a riguardo!*». Con toni divulgativi, il professionista propugnava l'idea che le attuali normative restrittive di sanità e igiene non sarebbero sufficienti per scongiurare la possibilità dello scoppio di nuovi focolai dovuti alla trasmissione del Covid-19 tramite aerosol. Il messaggio, dal tono evidentemente divulgativo, era corredato da un'immagine in sequenza in cui si dimostrerebbe il fatto che, mentre le goccioline di saliva uscite dalla bocca di un individuo non raggiungono l'altra persona posta a due metri di distanza, l'aerosol invece sì.

Dopo ciò il sito proseguiva evidenziando come la protezione offerta dal distanziamento sociale, dalle mascherine, dalla disinfezione e dalle pareti di plexiglas fosse "lacunosa" e che soltanto i «*depuratori d'aria ad alta frequenza come il TAC V+*» (sottolineatura nell'originale) del professionista fossero in grado di colmare questa lacuna, con il *link* al prodotto.

Non erano, tuttavia, riportate evidenze scientifiche a sostegno delle notizie presenti sul sito, né, in particolare, delle vantate capacità dei depuratori d'aria commercializzati dal professionista.

Inoltre, il professionista vantava l'efficacia dell'uso di tali depuratori d'aria nella prevenzione delle infezioni in ambienti quali gli uffici *open-space*, le chiese e le case di cura, affermando ad esempio che l'uso del depuratore d'aria TAC V+ «*crea zone di visita sicure con protezione dalle infezioni nelle case di cura*».

16. In ottemperanza al provvedimento cautelare dell'8 luglio 2020, con nota del 13 luglio 2020 la Parte ha comunicato di aver disattivato le pagine *internet* contestate, come riscontrato dagli

¹⁵ AA.VV., *Aerosol e stabilità superficiale di SARS-CoV-2 rispetto a SARS-CoV-1*, in *N Engl J Med*, 2020 (in inglese nella versione originale).

¹⁶ Dalle pagine dedicate a tali apparecchi emerge che essi hanno prezzi variabili da 549,00 a 4.263,90 euro.

accertamenti d'ufficio del 16 e del 21 luglio 2020. Inoltre, è stato rimosso il *link* "CORONA" dalla versione italiana del *blog* *www.trotec-blog.com*. I *claim* oggetto della misura cautelare erano stati diffusi a partire dal mese di maggio 2020¹⁷.

III. 3 Le argomentazioni difensive della Parte

17. Nelle proprie note difensive, la società ha rappresentato di far parte dell'omonimo gruppo societario, avente sede in Germania e filiali in dieci Paesi, prevalentemente in Europa, il quale effettua importanti investimenti in ricerca e innovazione per i propri prodotti. Trotec sviluppa e commercializza apparecchi di tipo elettrodomestico e termosanitario per il trattamento dell'aria. Ha, inoltre, fatto presente che i depuratori *AirgoClean*, i raffrescatori *PAE* e i *depuratori TAC* con filtri HEPA erano in vendita sul mercato italiano prima che iniziasse l'emergenza per la pandemia da Covid-19 e che, successivamente alla diffusione della pandemia stessa, la società ha intensificato i propri investimenti in ricerca e sviluppo «*per offrire ai propri clienti impianti in grado di contrastare efficacemente il propagarsi del virus, affiancandosi così alle altre misure contenitive già disposte nei vari paesi in cui le imprese del Gruppo operano*».

Il prodotto *AirgoClean 10E* è un depuratore d'aria domestico per ambienti fino a 40 metri cubi, con la principale funzione di depurare l'aria da polveri, pollini e batteri, attraverso un filtro Dacron e un filtro HEPA. I prodotti *TAC V+* sono depuratori d'aria professionale per la protezione da polveri, spore, aerosol e virus che, a seconda dell'utilizzo (industria, artigianato, pura depurazione d'aria), impiegano varie tipologie di filtri.

Quanto alle evidenze scientifiche a supporto dei propri *claim*, la Parte ha richiamato lo studio commissionato dal Gruppo al prof. Christian J. Kähler, docente di fluidodinamica e aerodinamica presso la Bundeswehr Universität di Monaco di Baviera e al suo *team* di ricerca in cui sono stati analizzati gli effetti del depuratore d'aria Trotec *TAC V+* con filtro HEPA 14 sulla riduzione della concentrazione di *aerosol* e, quindi, di sostanze virali nell'aria di ambienti chiusi¹⁸. Inoltre, la Parte ha fatto riferimento agli studi scientifici tesi a confermare che "un'umidità relativa superiore al 40% è dannosa per la sopravvivenza di molti virus, inclusi i coronavirus in generale".

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

18. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso mezzi di telecomunicazione, in data 11 febbraio 2021 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

Con parere pervenuto in data 10 marzo 2021, la suddetta Autorità ha ritenuto che, nel caso di specie, il mezzo di comunicazione utilizzato risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che, sulla base delle informazioni contenute nel sito del professionista, potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità promozionale della comunicazione *on line*.

¹⁷ Cfr. sul punto docc. nn. 1 e 17 e del fascicolo istruttorio.

¹⁸ Cfr. doc.n. 17 all. 2_14 del fascicolo istruttorio. Lo studio, nella versione di agosto 2020, si intitola "Can mobile indoor air cleaners effectively reduce an indirect risk of SARS-CoV-2 infection by aerosols?".

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

19. Il presente provvedimento ha ad oggetto la diffusione, via *internet*, di contenuti pubblicitari volti a promuovere i depuratori d'aria a marchio Trotec con modalità idonee ad ingenerare nei destinatari il convincimento che l'utilizzo degli stessi possa di per sé neutralizzare la diffusione del Covid-19.

20. Nei messaggi esaminati, infatti, le caratteristiche tecniche e di funzionamento dei prodotti sono messe in diretta correlazione con la possibilità di proteggersi efficacemente dal rischio di infezione da Covid-19: ciò attraverso l'impiego di vanti pubblicitari che attribuiscono ai prodotti stessi proprietà ultronee rispetto alla loro natura di apparecchi di tipo elettrodomestico e termosanitario.

In particolare, le affermazioni pubblicitarie appaiono caratterizzate da toni enfatici e allarmistici (*“Per ridurre efficacemente il rischio di infezione da Covid-19 o altri virus, risulta principalmente efficace ridurre al minimo, o meglio eliminare, il contenuto dei virus nell'aria. Soprattutto negli ambienti lavorativi e nelle aree critiche con un numero maggiore di persone, minimizzare l'esposizione è obbligatorio al fine di prevenire il verificarsi di catene di diffusione e contagio”*) la cui incisività risulta amplificata dagli elementi grafici posti a corredo di quelli testuali (l'immagine di un operatore sanitario in tuta isolante da agenti patogeni, la scritta “DANGER” e una grafica riproduttiva di microrganismi stilizzati simili alla struttura dei *virus* abbinati alla foto dei depuratori d'aria della serie TAC con uno scudo riportante la scritta “H14”).

Fuorviante appare, altresì, l'affermazione secondo cui *“Portare gli ambienti al 50 % di umidità dell'aria riduce il rischio di trasmissione virale”*, essendo la stessa basata su un inadeguato richiamo a non meglio identificati “esperti” che *“hanno valutato gli esiti delle ricerche scientifiche sulla resistenza dei virus (quali ad esempio SARS-CoV, MERS-Cov o SARS-CoV-2 (Covid-19) e sull'umidità dell'aria”*. Il generico richiamo agli esiti di non meglio circostanziate ricerche scientifiche sul tema non giustifica la spendita, a fini promozionali, dei risultati conseguiti attraverso l'utilizzo dei prodotti in esame.

Inoltre, il tenore letterale dei *claim* impiegati dal professionista appare eccessivamente assertivo sulle conseguenze per la salute dei consumatori e delle loro famiglie in caso di mancato acquisto del prodotto (*“Contaminazione dell'aria: particelle di polvere nella placenta delle future madri! Purificazione dell'aria: a casa e in ufficio con AirgoClean 10 E!”*) e suggerisce che il consumatore, non effettuando l'acquisto, metterebbe in pericolo la salute dei propri cari.

Le comunicazioni commerciali, infine, presentano accostamenti impropri tra i depuratori pubblicizzati e le apparecchiature utilizzate in ambito ospedaliero (c.d. camere bianche), lasciando intendere che gli effetti riconducibili all'installazione di depuratori dotati di specifici dispositivi di filtraggio siano pienamente equiparabili alle condizioni esistenti nelle sale operatorie.

21. In generale, benché sia possibile attribuire agli apparecchi per il trattamento dell'aria una utilità nel ridurre la concentrazione di batteri e virus negli ambienti, appaiono tuttavia ultronei i contenuti veicolati dai messaggi esaminati. In tal senso, pur tenendo conto della documentazione scientifica prodotta dal professionista a sostegno della validità e degli *standard* di qualità dei dispositivi Trotec (come i filtri HEPA), va rilevato che i toni assolutistici utilizzati e le comparazioni con sistemi complessi quali le c.d. camere bianche appaiono suscettibili di fuorviare il consumatore circa la reale efficacia dei prodotti pubblicizzati.

Infatti, lo stesso studio scientifico commissionato dal professionista, lungi dal riconoscere la assoluta sicurezza dei risultati conseguibili con l'utilizzo degli apparecchi, sembra piuttosto circoscriverne

gli effetti alle loro reali caratteristiche prestazionali, conferendo cioè agli stessi la mera idoneità a contribuire alla riduzione del rischio di infezione indiretta e di contaminazione in ambienti chiusi, ma non la capacità di eliminare radicalmente il contagio¹⁹.

In altri termini, dal riconoscimento di una azione agevolatrice nel ridurre la presenza di sostanze virali nell'aria non sembra potersi desumere quella ampiezza di effetti e quella efficacia risolutiva che sono invece suggerite dalla particolare incisività e assertività dei vanti pubblicitari.

22. In questo contesto, appare gravemente fuorviante anche il riferimento del professionista alla lacunosità e all'insufficienza delle normative restrittive in materia di sanità e igiene (distanziamento sociale, mascherine, disinfezione e pareti di *plexiglass*) rispetto al contenimento della trasmissione del virus Covid-19 tramite *aerosol* associato alla descrizione dei “*depuratori d'aria ad alta frequenza come il TAC V+*”, venduti dal professionista, come unici strumenti in grado di colmare questa lacuna²⁰. Tale correlazione, infatti, appare idonea a suscitare aspettative ulteriori rispetto alla reale utilità dei depuratori d'aria pubblicizzati ed estranee alla natura propria degli stessi, inducendo peraltro i destinatari dei messaggi a ritenere che il mancato acquisto metterebbe a repentaglio la sicurezza propria e della propria famiglia. Ciò in violazione dell'art. 23, comma 1, lett. n), del Codice del Consumo.

23. I descritti *claim* appaiono, dunque, ingannevoli in quanto, a fronte della loro incisività e assertività, non risultano basati su un fondamento documentale adeguato o comunque sufficiente a giustificare la portata delle promesse pubblicitarie. Anzi, essi risultano idonei a sollecitare aspettative che vanno oltre l'effettiva natura e la reale efficacia dei prodotti, potendo pertanto orientare significativamente le scelte di acquisto dei consumatori. Questi potrebbero essere indotti all'acquisto nella convinzione di disporre di un mezzo risolutivo per neutralizzare il rischio di contagio da coronavirus e non già di uno strumento tecnico che, ove implementato congiuntamente ad altre misure o cautele, può contribuire ad una efficace protezione.

24. In conclusione, le modalità complessive di presentazione dei prodotti, per l'enfaticizzazione delle caratteristiche agli stessi attribuite e la prospettata stretta associazione tra l'utilizzo degli apparecchi e la soluzione del problema della diffusione del contagio, appaiono tali da indurre il consumatore medio ad attribuire erroneamente ai prodotti requisiti di efficacia eccedenti quelli effettivamente posseduti.

Pertanto, la condotta del professionista integra una violazione degli artt. 20, 21, comma 1, lett. b), 23, comma 1, lett. n) e 25, comma 1, lett. c), del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea ad indurre il consumatore medio all'assunzione di decisioni di natura commerciale che altrimenti non avrebbe preso, sulla base di una ingannevole rappresentazione della realtà in relazione alla natura, alle caratteristiche prestazionali dei prodotti offerti e ai risultati che si possono attendere dal loro utilizzo, sfruttando la situazione di allarme sanitario esistente per promuovere la vendita dei prodotti stessi.

¹⁹ In proposito, si veda lo studio dal titolo “Can mobile indoor air cleaners effectively reduce an indirect risk of SARS-CoV-2 infection by aerosols?” nel quale si legge, tra l'altro, che «*In our opinion, indoor air cleaners with a large volume flow and high-quality filters of class H14 represent a very suitable technical solution to reduce the indirect risk of infection by aerosols in schools, offices, shops, waiting rooms, community and club houses, lounges and dining rooms, etc. [...] Alternatively, the aerosol concentration in the room can be reduced by means of filtration or discharged via window ventilation*», doc.n. 17 all. 2_14 del fascicolo istruttorio.

²⁰ Cfr. la pagina <https://www.trotec-blog.com/it/category/coronal> che si apriva con la domanda «*Gli impianti di climatizzazione e i ventilatori proteggono dal coronavirus? Ecco cosa è bene sapere a riguardo!*».

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

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

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

27. Con riferimento alla dimensione economica del professionista, va rilevato che questi, seppur richiesto, non ha prodotto il proprio bilancio. Nell'anno 2020 il professionista ha realizzato ricavi in Italia per circa [1.000-15.000]* euro derivanti dalla vendita dei dispositivi oggetto del procedimento²¹. Si tiene, altresì, conto dell'appartenenza del professionista all'omonimo gruppo societario avente sede in Germania e filiali in dieci Paesi prevalentemente in Europa.

28. Con riguardo alla gravità della violazione, occorre considerare che la condotta contestata, da un lato, integra una pratica in ogni caso ingannevole ai sensi dell'art. 23, comma 1, lett. n), del Codice del Consumo e, dall'altro, è connotata da aggressività, in violazione dell'art. 25, comma 1, lett. c), del Codice del Consumo, avendo sfruttato una circostanza di specifica gravità (la pandemia in atto e i timori di contagio) tale da alterare la capacità di valutazione del consumatore.

29. Con riguardo alla durata della violazione, dagli elementi istruttori agli atti risulta che la suddetta pratica commerciale scorretta sia stata posta in essere dal professionista almeno a decorrere dal mese di maggio 2020 (sulla base della segnalazione pervenuta²²) fino a luglio 2020, quando il professionista, in ottemperanza alla misura cautelare, ha rimosso dalle sue comunicazioni commerciali i profili di scorrettezza contestati²³.

30. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società TROTEC® International GmbH & C. S.a.S. nella misura di 11.700 euro (undicimilasettecento euro).

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale sopra descritta risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lett. b), 23, comma 1, lett. n) del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio con riguardo alla reale efficacia dei prodotti pubblicizzati, nonché agli effettivi svantaggi derivanti dal mancato acquisto degli stessi. Parimenti, appaiono scorrette, ai sensi dell'art. 25, comma 1, lett. c), del Codice del Consumo, le affermazioni sulla portata risolutiva dell'utilizzo dei prodotti, in quanto idonee a compromettere l'assunzione di una

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

²¹ Cfr. docc. nn. 17 e 22 del fascicolo istruttorio.

²² ¹ Cfr. doc.n. 1 del fascicolo istruttorio.

²³ Cfr. docc. nn. 5 e 6 del fascicolo istruttorio.

scelta di acquisto consapevole in un momento in cui la capacità di valutazione del consumatore appariva alterata a causa della situazione di emergenza sanitaria in atto a livello nazionale;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II) del presente provvedimento, posta in essere da TROTEC® International GmbH & C. S.a.S., nella sua qualità di professionista, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lett. b), 23, comma 1, lett. n), e 25, comma 1, lett. c), del Codice del Consumo;

b) di irrogare a TROTEC® International GmbH & C. S.a.S., nella sua qualità di professionista, per la violazione di cui alla precedente lettera a), una sanzione amministrativa pecuniaria pari a 11.700 euro (undicimilasettecento euro).

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

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

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

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

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

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 135, comma 1, lettera b), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Filippo Arena

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

PS11785 - POLTRONESOFÀ-OFFERTE DIVERSE

Provvedimento n. 29626

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 2 aprile 2021;

SENTITO il Relatore, Professor Michele Ainis;

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

VISTO il “Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie” (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015, n. 25411;

VISTO il proprio provvedimento del 3 novembre 2020, con il quale, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga di sessanta giorni del termine di conclusione del procedimento, per particolari esigenze istruttorie;

VISTO il proprio provvedimento del 12 gennaio 2021, con il quale, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga di sessanta giorni del termine di conclusione del procedimento, in considerazione della necessità di procedere alla valutazione degli impegni presentati dal Professionista e della necessità di assicurare un adeguato contraddittorio alle Parti;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Poltronesofà S.p.A. (di seguito, Poltronesofà), in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo, è una società attiva nella produzione e commercializzazione di divani, poltrone e complementi di arredo. Secondo l'ultimo bilancio di esercizio approvato dal professionista, la società risulta aver conseguito, al 31 dicembre 2019, un fatturato pari a circa 460 milioni di euro.

2. Altroconsumo e U.Di.Con. Unione per la Difesa dei Consumatori, in qualità di associazioni di consumatori segnalanti.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

3. Il procedimento concerne la pratica commerciale posta in essere dalla società Poltronesofà nell'attività di promozione e vendita di poltrone e divani con l'omonimo marchio. In particolare, il professionista ha diffuso nel corso del 2020, tramite *spot* televisivi, *spot* radiofonici e il proprio sito *internet* (www.poltronesofa.com), le seguenti campagne pubblicitarie:

- i) “doppi saldi doppi risparmi – sconto 50% + fino a 40% su tutta la collezione + 48 mesi senza interessi” nel periodo 4 gennaio - 9 febbraio 2020;*
- ii) “2.500 divani a soli 99 euro” nel periodo 7 - 12 gennaio 2020;*
- iii) “Supervalutiamo il tuo divano fino a 1.500 Euro” nel periodo 14 maggio – 15 giugno 2020;*

iv) *“25% di sconto + un altro 25% su tutta la collezione”* nel periodo 3 – 27 settembre 2020.

4. In sede di avvio istruttoria e di estensione oggettiva della comunicazione di avvio del procedimento è stato ipotizzato che le suddette campagne pubblicitarie potessero risultare ingannevoli e/o omissive ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lettere *b)* e *d)*, 22, comma 2, e 23, comma 1, lett. *g)*, del Codice del Consumo, con riferimento alle caratteristiche dell’offerta, all’estensione delle promozioni a tutta la collezione, all’entità degli sconti promessi e al prezzo dei prodotti venduti, alla durata temporale delle promozioni e all’effettiva veridicità delle offerte a tempo.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L’iter del procedimento*

5. Sulla base delle segnalazioni pervenute in Autorità e di alcune informazioni acquisite d’ufficio ai fini dell’applicazione del Codice del Consumo, in data 14 luglio 2020 è stato avviato il procedimento istruttorio PS11785 nei confronti della società Poltronesofà S.p.A. per verificare l’esistenza di una presunta pratica commerciale scorretta, in violazione degli artt. 20, 21, comma 1, lettere *b)* e *d)*, 22, comma 2, e 23, lettera *g)*, del Codice del Consumo, con riferimento alle promozioni *“doppi saldi doppi risparmi – sconto 50% + fino a 40% su tutta la collezione + 48 mesi senza interessi”*, *“2.500 divani a soli 99 euro”* e *“Supervalutiamo il tuo divano fino a 1.500 Euro”*.

6. In data 23 luglio 2020 sono stati svolti accertamenti ispettivi presso la società Poltronesofà S.p.A., nonché presso i punti vendita ad insegna *“Poltronesofà”* delle società Fratelli Fidanza S.r.l. e G.A.L.O. Decor S.r.l. siti rispettivamente in Montesilvano (PE) e Frosinone.

7. In data 4 settembre 2020, il professionista ha presentato una proposta di impegni, ai sensi dell’art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, volti a rimuovere i profili di scorrettezza delle condotte oggetto di contestazione. Gli impegni sono stati rigettati dall’Autorità nella sua adunanza del 3 novembre 2020 e, in data 11 novembre 2020, ne è stata data comunicazione al professionista.

8. In data 3 novembre 2020, è stata disposta la proroga di sessanta giorni del termine di conclusione del procedimento, per particolari esigenze istruttorie, in considerazione della necessità di esaminare le risultanze in atti ai fini della valutazione della fattispecie oggetto del procedimento e della necessità di assicurare un adeguato contraddittorio alle parti.

9. Con atto del 13 novembre 2020, è stato comunicato alle Parti del procedimento l’integrazione oggettiva della comunicazione di avvio del procedimento, ai sensi dell’art. 27, comma 3, del Codice del Consumo, con riferimento alla condotta del professionista realizzata attraverso la promozione *“25% di sconto + un altro 25% su tutta la collezione”* diffusa nel settembre 2020.

10. In data 14 dicembre 2020, il professionista ha presentato una nuova proposta di impegni, ai sensi dell’art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, successivamente integrata il 13 e il 19 gennaio 2021.

11. In data 12 gennaio 2021, è stata disposta la proroga di sessanta giorni del termine di conclusione del procedimento, in considerazione della necessità di procedere alla valutazione degli impegni presentati dal Professionista e della necessità di assicurare un adeguato contraddittorio alle Parti.

12. Gli impegni da ultimo presentati sono stati rigettati dall’Autorità nella sua adunanza del 2 febbraio 2021 e in data 5 febbraio 2021 ne è stata data comunicazione al professionista.

13. Poltronesofà ha fornito informazioni e presentato memorie difensive in data 11 settembre e 7 dicembre 2020.

14. L'associazione di consumatori U.Di.Con. - Unione per la Difesa dei Consumatori - ha presentato memorie nel corso del procedimento nelle date 9 settembre, 23 novembre 2020 e 24 febbraio 2021.

15. Poltronesofà ha avuto accesso agli atti del procedimento ed estratto copia dei documenti acquisiti al fascicolo nelle date 6 agosto 2020, 23 novembre 2020 e 19 febbraio 2021. La società è stata inoltre sentita in audizione nelle date 20 novembre 2020, 29 dicembre 2020 e 3 marzo 2021.

16. In data 11 febbraio 2021 è stata comunicata alle Parti del procedimento la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento sulle procedure istruttorie.

17. In data 3 marzo 2021 è pervenuta la memoria conclusiva della società Poltronesofà, ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento sulle procedure istruttorie.

18. In data 4 marzo 2021 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.

2) Le evidenze acquisite

19. In base agli elementi in atti, è emerso che il professionista ha diffuso nel corso del 2020, tramite *spot* televisivi e radiofonici e tramite il proprio sito *internet* (www.poltronesofa.com)¹, le campagne pubblicitarie di cui al punto II del presente provvedimento. In particolare, gli *spot* televisivi sulle quattro campagne sono stati diffusi durante il periodo di promozione su tutte le principali emittenti televisive italiane². La campagna "25% di sconto + un altro 25% su tutta la collezione" è stata diffusa, oltre che sul mezzo televisivo, anche sulle principali emittenti radiofoniche italiane³.

i) La promozione "doppi saldi doppi risparmi – sconto 50% + fino a 40% su tutta la collezione + 48 mesi senza interessi"

20. Con riguardo alla promozione "doppi saldi doppi risparmi – sconto 50% + fino a 40% su tutta la collezione + 48 mesi senza interessi", gli *spot* pubblicitari trasmessi nel periodo di diffusione evidenziavano, con didascalie in primo piano (cfr. figura 1 e figura 2, tratte da uno *spot* televisivo trasmesso sull'emittente La7⁴) e tramite la voce fuori campo, il *claim* principale, vale a dire la percentuale di sconto promessa e il finanziamento senza interessi.

21. Un segnalante, tuttavia, ha lamentato che, una volta recatosi in un punto vendita, lo sconto sul divano scelto fosse soltanto del 30%, più un ulteriore 5%, ben diverso dal pubblicizzato 50% + fino a 40% su tutta la collezione⁵. Analoghe lamentele di consumatori sull'applicazione di sconti inferiori a quelli pubblicizzati sono state acquisite anche durante gli accertamenti ispettivi⁶. Dagli elementi acquisiti nel corso del procedimento è emerso che le condizioni effettive di vendita limitavano

¹ Cfr. doc. n. 8 e 72 del fascicolo istruttorio, acquisizione al fascicolo di documentazione tratta dal sito *internet* www.poltronesofa.com.

² Cfr. doc. n. 66, allegato 20, e 103, allegato 1, del fascicolo istruttorio, *media planning* della società Poltronesofa S.p.A.

³ Cfr. doc. 103, allegato 1, del fascicolo istruttorio, *cit.*

⁴ *Spot* televisivi diffusi sull'emittente La7 nel periodo dicembre 2019-febbraio 2020, cfr. doc. n. 6 del fascicolo istruttorio.

⁵ Cfr. doc. n. 2 del fascicolo istruttorio.

⁶ Cfr. doc. n. 19.4.100, 19.4.106, 19.4.107, 19.4.110, 19.4.111, 19.4.112, 19.4.116, 19.4.117 e 19.4.122 del fascicolo istruttorio.

l'applicazione delle percentuali di sconto pubblicizzate soltanto a una parte dei divani in catalogo e solo nella composizione e con il rivestimento esposto in negozio⁷.

Fig. 1 promozione “doppi saldi doppi risparmi – sconto 50% + fino a 40% su tutta la collezione”



22. Inoltre, dalle evidenze raccolte risulta che, nell’ambito della promozione “*doppi saldi doppi risparmi*”, la scadenza dell’offerta “*48 mesi senza interessi*”, inizialmente prevista il 9 febbraio 2020 (come risulta dai messaggi trasmessi nel periodo 4 gennaio - 12 gennaio 2020⁸), è stata anticipata al 19 gennaio: i messaggi diffusi dal 15 gennaio fino al 19 gennaio 2020 pubblicizzavano, mediante la dicitura su sfondo rosso “*termina domenica 19 gennaio*”⁹ (cfr. fig. 2) che l’offerta del finanziamento “*48 mesi senza interessi*” sarebbe scaduta domenica 19 gennaio 2020.

23. La programmazione degli *spot* della promozione “*doppi saldi doppi risparmi – sconto 50% + fino a 40% su tutta la collezione + 48 mesi senza interessi*” è ripresa dopo pochi giorni, a partire dal 28 gennaio, riproponendo l’originaria scadenza del 9 febbraio 2020 per l’offerta “*48 mesi senza interessi*”¹⁰. Nel periodo 3 - 8 febbraio 2020 sono stati inoltre trasmessi *spot* che evidenziavano, con la grafica in sovrapposizione e tramite la voce dello *speaker*, che la promozione e il finanziamento “*48 mesi senza interessi*” sarebbero terminati “*domenica 9 febbraio*”¹¹.

⁷ Cfr. doc. nn. 66 memoria Poltronsofà, pag. 6, e 19.4.37, 19.4.39, 19.4.46, 19.4.49, 21.2.3 del fascicolo istruttorio.

⁸ Negli *spot* trasmessi nel periodo 4 gennaio - 12 gennaio 2020 sull’emittente televisiva La7 (doc. n. 6 del fascicolo istruttorio, cit.) il *flyer*, in corrispondenza dell’offerta “*48 mesi senza interessi*”, riporta la seguente indicazione “*Offerta di credito finalizzata valida fino al 9/02/2020*”.

⁹ Il *flyer* alla base dello *spot* in questo caso riporta l’indicazione: “*Offerta di credito finalizzata valida fino al 19/01/2020*”.

¹⁰ Nella settimana dal 20 al 26 di gennaio gli *spot* “*doppi saldi doppi risparmi*”, secondo i dati forniti dal professionista non sono andati in onda. Cfr. doc. n. 66, allegato 20 del fascicolo istruttorio, cit.

¹¹ Cfr. doc. n. 6 del fascicolo istruttorio, cit.

Fig. 2 promozione “doppi saldi doppi risparmi – 48 mesi senza interessi”



ii) La promozione “2.500 divani a soli 99 euro”

24. Con riferimento alla promozione “2.500 divani a soli 99 euro” (cfr. figura 3), un segnalante ha lamentato che il prezzo dei divani in promozione a 99 euro fosse in realtà fittizio, poiché ad esso andava aggiunto il prezzo dei cuscini arredo per un importo di 58 euro. Il prezzo dei divani in promozione non sarebbe stato pertanto di 99 euro come pubblicizzato.

25. I dati acquisiti nel corso dell’istruttoria, tuttavia, indicano che i divani oggetto della promozione sono stati venduti a 99 euro senza obbligo di acquisto di cuscini arredo¹². Le circolari inviate dal professionista alla rete di vendita confermano il contenuto dell’offerta, ovvero la possibilità di acquistare il divano a 99 € senza menzionare alcun obbligo di acquisto dei cuscini. Ciò tanto per i divani esposti in negozio, quanto per quelli che venivano ordinati.

¹² Cfr. doc. n. 66 memoria Poltronesofà, cit. all. 8, e 19.4.36, 19.4.44, 21.2.1, 21.3.13 del fascicolo istruttorio.

Fig. 3 promozione “2.500 divani a soli 99 euro”

iii) La promozione “Supervalutiamo il tuo divano fino a 1.500 Euro”

26. Con riguardo alla promozione “Supervalutiamo il tuo divano fino a 1.500 Euro”¹³, diffusa tra il 14 maggio e il 15 giugno 2020 (cfr. fig. 4 tratta dal sito internet www.poltronesofa.com¹⁴), le segnalazioni pervenute e i reclami acquisiti in sede di ispezione¹⁵ lamentano che il divano non sarebbe stato valutato dal punto vendita, in quanto il prezzo dei divani esposto in negozio era già comprensivo della riduzione dovuta alla promessa supervalutazione. Un segnalante ha inoltre riferito che non solo non ci sarebbe stata alcuna valutazione dell’usato, ma che il semplice ritiro dello stesso sarebbe stato effettuato soltanto a pagamento¹⁶. Secondo i segnalanti la presunta supervalutazione di un divano usato non sarebbe in realtà veritiera essendo il prezzo dei divani in promozione comunque fisso e non dipendente dalla presenza di un divano dei consumatori da valutare.

27. Gli elementi acquisiti nel corso del procedimento hanno confermato quanto lamentato dai segnalanti. Infatti, nelle comunicazioni del professionista indirizzate alla rete di vendita si precisava che la supervalutazione era da intendersi come uno sconto percentuale (con un beneficio massimo “fino a 1.500 Euro”) già calcolato e indicato nel prezzo riportato sul cartellino¹⁷ e garantito a tutti i

¹³ Cfr. gli *spot* televisivi diffusi sulle emittenti Mediaset nel mese di maggio 2020, cfr. doc. n. 13 del fascicolo istruttorio.

¹⁴ Cfr. doc. n. 8 del fascicolo istruttorio.

¹⁵ Cfr. doc. nn. 7, 9, 11, 12, 14, 19.4.67, 19.4.70, 19.4.87, 19.4.99, 19.4.101, 19.4.102, 19.4.103, 19.4.108, 19.4.114, 19.4.115, 19.4.118, 19.4.119, 19.4.120 e 19.4.121 del fascicolo istruttorio.

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

¹⁷ Cfr. doc. nn. 19.4.27, 19.4.38, 19.4.50, 19.4.51, 19.4.52, 19.4.57, 19.4.88, 21.1, 21.2.5, 23.3.2, 23.3.3, 23.3.4, 23.3.5, 23.3.8, 23.3.10, 23.3.11, 23.3.18, 23.3.33 del fascicolo istruttorio.

clienti, a prescindere dalla valutazione di un eventuale usato¹⁸. La promozione non prevedeva il ritiro del divano usato, che poteva essere richiesta a pagamento dal consumatore interessato.

Fig. 4 promozione “Supervalutiamo il tuo divano fino a 1.500 Euro”



iv) La promozione “25% di sconto + un altro 25% su tutta la collezione”

28. Nella promozione “25% di sconto + un altro 25% su tutta la collezione” (cfr. figura 5 tratta da uno *spot* televisivo trasmesso dalla RAI¹⁹), diffusa nel periodo 3-27 settembre 2020, viene enfatizzato, tramite la voce dello *speaker* e le immagini in sovrapposizione, che la promozione si estende a “tutta la collezione”. L’indicazione dell’estensione della promozione a tutta la collezione è presente anche negli *spot* diffusi a partire dal 7 settembre 2020, nei quali sono stati aggiunti i *claim*: “gran metà prezzo finale” e “gran metà prezzo su tutta la collezione” (cfr. fig. 6).

29. Con riguardo all’estensione della promozione a tutta la collezione di cui al *claim* principale “25% di sconto + un altro 25% su tutta la collezione”, le evidenze raccolte nel corso del procedimento hanno permesso di accertare che essa, contrariamente a quanto indicato nei messaggi, non riguardava “tutta la collezione” dei divani in vendita presso la rete dei negozi. In particolare, secondo le indicazioni del professionista rientrava nell’oggetto della promozione la sola *collezione Poltronesofà*, mentre le *collezioni Speciali e Maestro* ne erano escluse²⁰.

¹⁸ In tal senso sono anche le dichiarazioni acquisite a verbale degli addetti e responsabili dei negozi sottoposti ad accertamento ispettivo, cfr. doc. n. 23.4 e 25 del fascicolo istruttorio.

¹⁹ *Spot* televisivi e radiofonici diffusi sulle emittenti RAI nel settembre 2020, cfr. doc. n. 83 del fascicolo istruttorio.

²⁰ Cfr. doc. n. 102 del fascicolo istruttorio, Memoria della società Poltronesofà, cit. pag. 3.

30. Dagli elementi acquisiti, è emerso inoltre che il [0-20%]* circa dei divani ai quali è stata applicata la promozione hanno beneficiato di uno sconto sul prezzo di listino compreso tra il 43% e il 50%²¹. Il rimanente [50-100%] è stato venduto con uno sconto pari o superiore al 50%.

Fig. 5: promozione “25% di sconto + un altro 25% su tutta la collezione”.



31. Infine, ciclicamente, durante il periodo di validità della promozione (circa un mese) sono state reiterate affermazioni quali “cosa aspettate c’è tempo solo fino a domenica”, “cosa aspettate c’è tempo solo fino a domani”²², lasciando intendere ai consumatori che l’offerta fosse disponibile solo per un periodo limitato di tempo, con scadenza la domenica della settimana in corso.

32. All’interno degli *spot* venivano mostrati in ciascuna settimana diversi divani in offerta, con indicazione del nome e del prezzo, descritti dalla voce fuori campo dello *speaker* mediante affermazioni quali: “avete solo fino a domenica [domani] per regalarvi un divano che diventa un vero letto” o “avete solo fino a domenica [domani] per regalarvi un divano con penisola angolare”, in cui non si faceva riferimento al nome dello specifico divano mostrato. Alla fine dello *spot* veniva

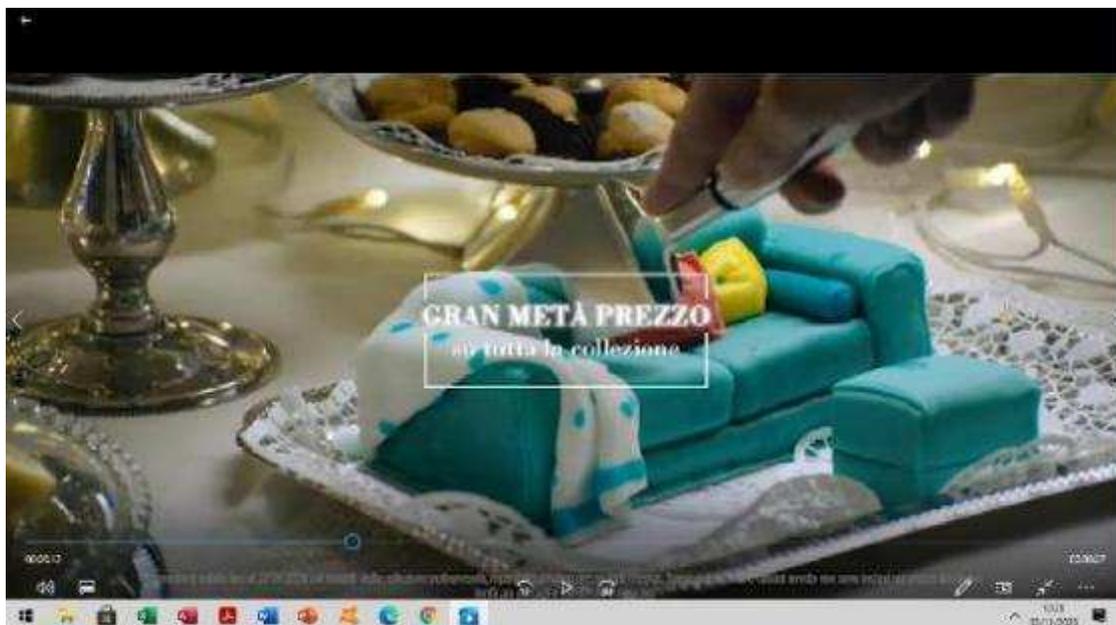
* Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

²¹ Cfr. doc. n. 102 del fascicolo istruttorio, cit., pag. 7 e 8.

²² Cfr. doc. n. 83 del fascicolo istruttorio, cit. Nello *spot* televisivo trasmesso il 9-10-11 settembre 2020 lo *speaker* alla fine dello *spot* afferma “cosa aspettate c’è tempo solo fino a domenica” (13 settembre); *spot* televisivo trasmesso il 12 settembre 2020 lo *speaker* alla fine dello *spot* afferma “cosa aspettate c’è tempo solo fino a domani” (13 settembre). Analoghe affermazioni anche negli *spot* radiofonici trasmessi nei giorni 9-10-11 settembre 2020. Nello *spot* televisivo trasmesso dal 14 al 18 settembre 2020, lo *speaker* alla fine dello *spot* afferma “cosa aspettate c’è tempo solo fino a domenica” (20 settembre); nello *spot* televisivo trasmesso il 19 settembre 2020 lo *speaker* alla fine dello *spot* afferma “cosa aspettate c’è tempo solo fino a domani” (20 settembre). Analoghe affermazioni anche negli *spot* radiofonici trasmessi dal 14 al 18 settembre. Negli *spot* televisivi trasmessi nei giorni 21-23 e 23-25 settembre 2020 lo *speaker* reitera l’affermazione che la promozione “termina domenica” (27 settembre). Analoghe affermazioni anche negli *spot* radiofonici trasmessi dal 21 al 25 settembre 2020.

ribadito con grande evidenza il claim “cosa aspettate c’è tempo solo fino a domenica”, “cosa aspettate c’è tempo solo fino a domani”, senza riferimenti a specifici modelli di divano.

Fig. 6: promozione “gran metà prezzo su tutta la collezione”.



33. Gli spot radiofonici della durata di circa trenta secondi sono stati diffusi sulle principali emittenti radiofoniche nazionali. Essi richiamano il claim principale della promozione “25% di sconto + un altro 25% su tutta la collezione”, e affermano: “regalatevi un divano che diventa un vero letto” o “uno con letto scorrevole penisola contenitore”, sottolineando alla fine dello spot il claim “ma solo fino a domenica”²³.

3) Le argomentazioni difensive del Professionista

34. Con memorie pervenute nelle date 11 settembre 2020, 7 dicembre 2020 e 3 marzo 2021²⁴, il professionista ha affermato la correttezza delle proprie campagne promozionali e in ogni caso l'impossibilità di configurare fattispecie di illecito comunicazionale o comportamentale, nonché la circostanza di non aver mai causato alcun danno ai propri clienti.

35. La società ha evidenziato che il numero di segnalazioni ricevute dall’Autorità è estremamente limitato e fisiologico in rapporto al totale annuale dei clienti del professionista. Peraltro tali segnalazioni, nella maggioranza dei casi, sarebbero non veritiere, poiché l’oggetto della denuncia riguarderebbe pratiche non messe in atto dall’impresa, non attendibili, in quanto redatte da soggetti che non si sarebbero recati nei punti vendita, nonché irrilevanti perché relative a messaggi pubblicitari e/o pratiche commerciali che non solo non hanno arrecato un danno al consumatore, ma

²³ Cfr. doc. n. 83 del fascicolo istruttorio, cit.

²⁴ Cfr. doc. n. 66, 102 e 156 del fascicolo istruttorio.

che hanno premiato, con sconti, anche soggetti non in possesso dei requisiti potenzialmente interpretabili come essenziali dalla lettura della promessa pubblicitaria.

36. Il professionista sottolinea inoltre che il successo dell'azienda è legato all'attenzione che essa rivolge alla soddisfazione dei propri clienti e l'altissimo grado di fidelizzazione della clientela rappresenterebbe la prova della soddisfazione della stessa, nonché un importante riconoscimento della sua serietà.

La promozione "doppi saldi doppi risparmi – sconto 50% + fino a 40% su tutta la collezione + 48 mesi senza interessi"

37. Secondo il professionista, la promozione "doppi saldi" andrebbe ricondotta ad una fattispecie ben nota ai consumatori, quella dei saldi, tipizzati dal legislatore come "vendite di fine stagione", ai sensi dell'art. 15, del D.lgs. 31 marzo 1998 n. 114. Il consumatore sarebbe ben consapevole che in occasione dei saldi non troverà presso il negozio l'intero assortimento di merce presente ad inizio stagione, che troverà quindi pochi modelli, solo alcuni colori e/o composizioni, oltre a prodotti esclusi dai saldi, venduti a prezzo intero.

38. Risulterebbe pertanto evidente al consumatore, anche al meno esperto, che recandosi in negozio troverà applicati i "Doppi Saldi" ai divani della collezione *Poltronesofa* ivi presenti, nella composizione, rivestimento e colore disponibili.

39. Poltronesofà nel pubblicizzare i propri "Doppi saldi" avrebbe evidenziato, in assoluta trasparenza e buona fede, la limitazione dei saldi ai soli "pezzi" della collezione presenti in negozio nel *super* delle proprie pubblicità televisive. In particolare, è stato ivi specificato come si faccia riferimento ad "offerte valide sul modello nella versione e nel rivestimento come esposto", e alla "disponibilità da verificare in negozio", rinviando per ogni ulteriore informazione ai punti vendita ("Scopri dettagli e condizioni in negozio").

40. Il professionista sottolinea, inoltre, di aver fornito all'Autorità i tabulati delle vendite²⁵, dai quali sarebbe possibile verificare come i divani evidenziati in pubblicità sono stati venduti con la scontistica promessa, sempre superiore al 50%.

41. Il professionista sottolinea, peraltro, di essere stato oggetto negli ultimi anni di due accertamenti preistruttori, relativi a segnalazioni aventi ad oggetto anche le promozioni "doppi saldi" al tempo veicolate, le quali a suo giudizio avevano contenuti del tutto simili a quelli della promozione oggetto del presente provvedimento, che si sono tuttavia conclusi con l'archiviazione delle stesse. In tal senso, il professionista sottolinea come il suo comportamento sia da considerarsi conforme ai canoni della correttezza e della buona fede e che la società abbia, alla luce delle precedenti archiviazioni, fatto pieno affidamento sulla liceità della propria condotta, già validata dall'esame dell'Autorità.

42. Quanto alla durata del finanziamento "48 mesi senza interessi", Poltronesofà ha comunicato tempestivamente ai consumatori le modifiche intervenute con riguardo alla scadenza del finanziamento, non per una propria determinazione in tal senso, ma a seguito delle comunicazioni ricevute dalla società finanziaria *partner*. Ad avviso del professionista, l'anticipazione della scadenza non può aver determinato un indebito effetto di richiamo della clientela nei negozi Poltronesofà, considerato che l'elemento che è variato è un elemento di mero dettaglio di una

²⁵ Cfr. doc. n. 66 all. 3a e 3b, del fascicolo istruttorio.

promozione ben più ampia, di cui l'elemento centrale non è certo la durata (più meno lunga) del finanziamento senza interessi, quanto l'allettante percentuale di sconto applicata.

43. In ogni caso, il professionista sottolinea che l'anticipazione del termine di tale offerta non ha determinato alcun effetto di stimolo degli acquisti dei consumatori²⁶. Infatti, risulta come gli ordini con finanziamento nella settimana sino al 19 gennaio 2020 abbiano inciso con percentuali del tutto simili sul totale ordini rispetto alle due settimane precedenti.

44. Infine, il professionista, pur considerando la denominazione “*Saldi*” già di per sé auto-esplicativa del perimetro dell'offerta e pur avendo già inserito nello *spot* una chiara nota legale, successivamente all'avvio del procedimento, ha immediatamente aggiunto nella pubblicità dei “*Doppi Saldi*”, per mero spirito di collaborazione con l'Autorità, l'ulteriore specificazione “*su tutti i divani in negozio*”.

La promozione “2.500 divani a soli 99 euro”

45. Lo *spot* veicolato da professionista evidenziava come ad essere oggetto della promozione fosse il solo divano Baggero, venduto a 99 euro, con una disponibilità complessiva di n. 2.500 pezzi. La nota legale, integrando il *claim* principale, chiariva che i cuscini arredo non erano inclusi nel prezzo e, dunque, se il consumatore li avesse voluti, avrebbe dovuto pagarli a parte.

46. Poltronesofà ha dato prova che, lungi dall'essere fittizia, la promessa di vendita di n. 2.500 divani a 99 euro era veritiera. Infatti, Poltronesofà sottolinea che la gran parte dei divani oggetto della promozione sono stati venduti a 99 euro senza obbligo di acquisto di cuscini arredo²⁷.

47. Poltronesofà sottolinea, altresì, che in nessuna delle circolari inviate alla rete di vendita²⁸ concernenti la promozione fosse indicato tale vincolo e che, in ogni caso, era sempre e comunque possibile per tutti i consumatori acquistare il divano senza cuscini, in alternativa al divano con i cuscini in esposizione.

48. Anche in tal caso il professionista, pur convinto della correttezza del proprio comportamento, ha modificato le proprie comunicazioni specificando, al di fuori della nota legale, anche la dicitura “*cuscini non inclusi*”²⁹.

La promozione “Supervalutiamo il tuo divano fino a 1.500 Euro”

49. Poltronesofà sottolinea di non aver mai fatto riferimento nella propria comunicazione promozionale ad un divano usato nella disponibilità del consumatore e di non aver promesso una sua valutazione e neppure il ritiro, men che meno gratuito. È stato, invece, promesso al consumatore (che fosse possessore di un divano usato o meno) di poter fruire di una valutazione “*super*”, ovvero uno sconto rispetto al prezzo di listino che avrebbe potuto raggiungere l'importo massimo di euro 1.500 e di poter fruire della consegna gratuita del divano nuovo.

50. Secondo il professionista, i consumatori segnalanti hanno arbitrariamente correlato l'utilizzo del verbo “*supervalutiamo*” all'usato, che però non è mai stato richiamato da Poltronesofà nella propria pubblicità. Questo sarebbe presumibilmente dovuto al fatto che il consumatore è portato ad associare il concetto di supervalutazione alle promozioni usualmente pianificate nel settore *automotive*, dove

²⁶ Cfr. doc. n. 66 all. 13, del fascicolo istruttorio.

²⁷ Cfr. doc. n. 66 all. 8, del fascicolo istruttorio.

²⁸ Cfr. doc. n.156, del fascicolo istruttorio, cit. pag. 25.

²⁹ Cfr. doc. n.156, del fascicolo istruttorio, cit. pag. 26.

l'usato può essere valutato economicamente, ai fini del suo ritiro dalla rete distributiva del produttore, in quanto esiste un mercato secondario delle auto usate, cosa che non accade nel settore dell'arredamento³⁰.

51. Peraltro, la società evidenzia che tale terminologia viene largamente usata nel settore dell'arredamento anche da altri *competitors* nelle loro strategie di comunicazione e vendita. Secondo il professionista, i messaggi pubblicitari dei *competitor*, pur usando il termine supervalutazione, fanno riferimento ad una scontistica e non ad un ritiro dell'usato.

52. Ai consumatori che rappresentavano al punto vendita la necessità di provvedere al ritiro del divano usato, nella loro disponibilità, Poltronesofà offriva tale possibilità attraverso un servizio di logistica esterno.

53. Poltronesofà sottolinea, inoltre, che non vi è nessuna lesività nella condotta contestata e nessun pregiudizio per i consumatori, poiché il vantaggio economico legato alla promozione è stato riconosciuto ad una platea più ampia di quella che i segnalanti avevano ipotizzato, decodificando erroneamente la promessa pubblicitaria (riservata ai soli possessori di un divano usato), con un vantaggio maggiore per tutti (possessori di divano usato o meno) e senza pregiudizio per nessuno.

54. Infine, con lo spirito di collaborazione che ha sempre contraddistinto il professionista nel rapporto con l'Autorità, Poltronesofà ha ritenuto corretto sospendere e revocare ogni nuova pianificazione di tale promozione, senza comunque nulla riconoscere in merito alla fondatezza delle contestazioni formulate dall'Autorità.

La promozione "25% di sconto + un altro 25% su tutta la collezione"

55. Secondo il professionista, la comunicazione relativa a tale promozione evidenzia, in modo chiaro e comprensibile, quali siano i modelli del catalogo oggetto di promozione e quale sia la scontistica applicata.

56. La percentuale di sconto è chiaramente evidenziata nella pubblicità veicolata a far data dal 3 settembre 2020: "25% di sconto più un altro 25%", ovvero sia una percentuale pari al 43,75% del prezzo di listino. Successivamente al 7 settembre 2020, nella comunicazione si è anche fatto riferimento, in aggiunta al *claim* di cui sopra, il messaggio "gran metà prezzo finale" e "gran metà prezzo su tutta la collezione".

57. Nella comunicazione del termine di chiusura della fase istruttoria, l'Autorità contesta la riproposizione del *claim* "solo fino a domenica" anche per scadenze intermedie che sarebbero state poi prorogate, smentendo così la veridicità dell'annuncio. Secondo il professionista, tale conclusione non sarebbe corretta, in quanto la visione degli *spot* consentirebbe di distinguere le scadenze intermedie, che riguardano, di volta in volta, i singoli divani rappresentati nei singoli *spot*, dalla scadenza globale della promozione, fissata al 27 settembre 2020. Infatti, gli *spot* informerebbero i consumatori che c'è tempo sino al 13 settembre 2020 per poter acquistare i divani Cortogno, Dogaro e Ruffino, sino al 20 settembre 2020 per poter acquistare i divani Camurana, Levizzano e Bogeto e sino al 27 settembre 2020 per acquistare i divani Minozzo, Miramare, Pievesestina, alle favorevoli condizioni indicate³¹. Diversa è, invece, la scadenza della promozione "25% di sconto + un altro 25% di sconto su tutta la collezione", anch'essa specificata negli stessi *spot*, al 27 settembre 2020,

³⁰ Cfr. doc. n.156, del fascicolo istruttorio, cit. pag. 28.

³¹ Cfr. doc. n. 156, del fascicolo istruttorio, cit. pag. 32.

mai oggetto di proroga. Negli *spot tv*, la differente scadenza della promozione generale e di quella dei singoli divani sarebbe evidenziata dalla voce fuori campo e specificata nei relativi *super*.

58. Con riferimento alla percentuale di sconto promessa, nella prima fase della promozione, dal 3 al 6 settembre 2020, Poltronesofà ha garantito a tutti una percentuale di sconto del 43,75%, in linea con la promessa veicolata. Nella seconda fase della promozione, successiva al 7 settembre 2020, Poltronesofà ha garantito ai consumatori che hanno usufruito della promozione una percentuale di sconto superiore al 50% del prezzo di listino. Poltronesofà sottolinea di aver inviato documentazione che attesta che il beneficio per i consumatori derivante dagli sconti complessivamente applicati nel periodo sui modelli della *Collezione Poltronesofà* sono stati superiori a quanto promesso con gli *spot* pubblicitari. Tale vantaggio complessivamente accordato ai consumatori, continuerebbe a sussistere anche se nel calcolo complessivo fossero inclusi i divani della *Collezione Maestro* che erano esclusi dalla promozione³².

59. Infine, anche in quest'ultimo caso, il professionista ha ritenuto corretto sospendere e revocare ogni nuova pianificazione di tale promozione, senza nulla riconoscere in merito alla fondatezza delle contestazioni formulate dall'Autorità e pur ritenendo la propria condotta pienamente conforme al Codice del Consumo.

4) Le memorie dell'associazione di consumatori U.Di.Con. - Unione per la Difesa dei Consumatori

60. L'associazione U.Di.Con., nel condividere le contestazioni e valutazioni formulate dall'Autorità, ha ribadito la scorrettezza delle condotte oggetto del procedimento. Secondo l'associazione³³, dall'istruttoria sono emersi diversi esempi in cui il messaggio pubblicitario risulta incongruente, se non contraddittorio, rispetto alla scontistica effettivamente applicata dal professionista. Le promozioni oggetto del provvedimento hanno manifestato elementi di criticità rispetto a informazioni imprescindibili per la corretta valutazione di una promozione da parte del consumatore medio, quali: la portata della scontistica, l'ambito di applicazione della stessa, il termine della validità dell'offerta.

61. Ne deriva che il tenore dei messaggi pubblicitari diffusi dal professionista risulta nei fatti inidoneo a trasmettere al consumatore medio la reale portata delle scontistiche applicate. Peraltro, da quanto emerso in istruttoria, l'associazione osserva che le avvertenze del professionista sulla portata delle promozioni (laddove rilevate) hanno assunto scarsa visibilità. Al contrario, le avvertenze sono state veicolate in maniera recessiva rispetto ai *claim* promozionali oggetto del procedimento, da essere sostanzialmente impalpabili per il consumatore medio e per il relativo processo decisionale.

62. Secondo l'associazione, i messaggi pubblicitari in esame sono accumulati dal veicolare informazioni "*sensazionalistiche*", tese a magnificare l'offerta del professionista. I *claim* utilizzati risultano idonei a carpire l'attenzione del consumatore, "*agganciando*" il medesimo ed inducendolo a recarsi presso i punti vendita. Infine, appare rilevante quanto emerso in istruttoria concernente la repentina ricollocazione del termine di scadenza delle offerte. Secondo l'associazione, tale prassi è idonea ad affrettare - e dunque a falsare - il normale comportamento economico del consumatore.

³² Cfr. doc. n.157, del fascicolo istruttorio, allegato 38.

³³ Cfr. doc. n. 152 del fascicolo istruttorio, memoria associazione U.Di.Con. del 24 febbraio 2021.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

63. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso il mezzo televisivo e radiofonico e la rete *internet*, in data 4 marzo 2021 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

64. Con parere pervenuto in data 1° aprile 2021, la suddetta Autorità ha espresso il proprio parere, ritenendo che il mezzo televisivo, radiofonico e *internet* siano strumenti idonei a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale in esame. Ciò in quanto la televisione e la radio sono mezzi con una forte valenza informativa, sia per la frequenza di accesso, sia per importanza e attendibilità percepite, e che la televisione, per il carattere persuasivo e rassicurante del linguaggio utilizzato, composto da *input* visivi e sonori, è particolarmente efficace sotto il profilo pubblicitario. Inoltre, *internet* ha assunto una valenza sempre maggiore per i cittadini nell'attività di acquisto di beni e servizi.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

65. Con riguardo all'obiezione sollevata dal professionista circa la violazione dell'asserito legittimo affidamento ingenerato dall'esito delle precedenti verifiche preistruttorie dell'Autorità, vale precisare che tale ipotesi, in linea con la costante giurisprudenza, sia italiana sia europea, può configurarsi soltanto ove siano state fornite all'interessato "*rassicurazioni precise, incondizionate, concordanti nonché provenienti da fonti autorizzate ed affidabili dell'amministrazione*" e che le stesse "*siano state idonee a generare fondate aspettative nel soggetto cui erano rivolte e che siano conformi alla disciplina applicabile*"³⁴.

66. Nel merito, occorre evidenziare che il presente provvedimento attiene alle campagne pubblicitarie "*doppi saldi doppi risparmi – sconto 50% + fino a 40% su tutta la collezione + 48 mesi senza interessi*", diffuse nel periodo 4 gennaio - 9 febbraio 2020, e alle promozioni "*2.500 divani a soli 99 euro*", "*Supervalutiamo il tuo divano fino a 1.500 Euro*" e "*25% di sconto + un altro 25% su tutta la collezione*".

67. Inoltre, con riferimento alla campagna "*doppi saldi doppi risparmi*", di cui sopra, i profili oggetto di valutazione riguardano anche l'effettiva applicazione della promozione "*a tutta la collezione*" e la scadenza del finanziamento "*48 mesi senza interessi*".

68. Quindi, le condotte di cui innanzi attengono alla diffusione di messaggi ingannevoli, diretti al consumatore medio, sulle caratteristiche delle citate promozioni, idonee ad indurre all'acquisto dei prodotti pubblicizzati.

69. Trattasi evidentemente di pratiche distinte rispetto a quelle fondanti le verifiche pre-istruttorie che hanno, in passato, portato alle pronunce di archiviazione invocate dalla Parte nei propri scritti difensivi.

³⁴ Cfr. Consiglio di Stato, 17 novembre 2015, n. 5250, secondo cui: "*Infatti, il diritto di avvalersi del principio della tutela del legittimo affidamento può operare solo in presenza di comportamenti che abbiano fatto sorgere fondate speranze a causa di assicurazioni sufficientemente precise provenienti da fonti istituzionali; secondo il Collegio, da ciò discende la conseguenza che "i principi di tutela del legittimo affidamento, di certezza del diritto e di proporzionalità non possono rappresentare un impedimento per l'azione amministrativa che si riveli per altro verso scevra da elementi che possano inficiarne la validità"*.

70. A titolo esemplificativo, può richiamarsi uno dei precedenti conclusosi con una pronuncia di archiviazione da parte dell’Autorità che, seppur relativa alla promozione “*Doppi saldi Doppi risparmi*”, verteva sul distinto profilo della mancata applicazione di una promozione la cui pubblicità era diffusa con modalità inidonee a indurre in errore il consumatore in merito alle caratteristiche della stessa. Il consumatore segnalante, difatti, lamentava esclusivamente la mancata applicazione di una promozione ormai conclusa³⁵.

71. Sul punto, il professionista aveva fornito elementi sufficienti a far ritenere che lo sconto promesso non era stato applicato al segnalante, poiché l’acquisto era stato effettuato in un periodo diverso da quello di validità della promozione³⁶.

72. Alla luce di quanto esposto, stante la diversità delle condotte emerse sulla base degli elementi acquisiti, i provvedimenti di archiviazione assunti dall’Autorità in precedenza non sono tali da far ritenere gli stessi delle “*rassicurazioni precise, incondizionate e concordanti*”, idonee ad ingenerare un legittimo affidamento nel professionista e tali da far venir meno l’antigiuridicità della pratica commerciale allo stesso contestata in questa sede.

73. Le campagne pubblicitarie oggetto di valutazione nel presente provvedimento hanno avuto ampia diffusione sul territorio nazionale attraverso l’utilizzo delle principali emittenti televisive e radiofoniche nazionali, nonché la rete *internet*, ed erano dirette ad informare i consumatori della circostanza che il professionista offriva in vendita poltrone e divani con degli sconti e un prezzo particolarmente conveniente per periodi limitati di tempo.

74. Tanto premesso, le condotte di cui al punto II, lettere *i*), *iii*) e *iv*), del presente provvedimento, integrano una violazione degli artt. 20, 21, comma 1, lettere *b*) e *d*), 22, comma 2, e 23, comma 1, lettera *g*), del Codice del Consumo, in quanto contrarie alla diligenza professionale ed idonee a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico dei consumatori.

75. In particolare, la promozione *i*) “*doppi saldi doppi risparmi – sconto 50% + fino a 40% su tutta la collezione + 48 mesi senza interessi*” risulta ingannevole sotto un duplice profilo. In primo luogo, il *claim* “*su tutta la collezione*” appare ragionevolmente decodificabile nel senso che la percentuale di sconto promessa sarebbe stata applicata a tutti i divani in catalogo, e in tal senso è stato inteso dai consumatori, come testimoniato dalle segnalazioni acquisite³⁷. Dagli elementi in atti, viceversa, è emerso che le condizioni effettive di vendita limitavano l’applicazione delle percentuali di sconto pubblicizzate soltanto ad una parte dei divani in catalogo e per di più solo nella composizione e con il rivestimento esposto in negozio³⁸: di ciò il consumatore era informato soltanto quando si trovava nel punto vendita.

76. Il professionista nella sua difesa ha argomentato che la promozione “*doppi saldi*” va ricondotta alla fattispecie dei saldi, la quale, notoriamente per i consumatori, non prevede la presenza presso il negozio dell’intero assortimento della merce.

77. Tale argomentazione difensiva tuttavia non coglie nel segno: quale che sia l’esperienza del consumatore in tema di saldi, lo sconto promesso dalla promozione è chiaramente indicato come applicabile a “*tutta la collezione*”, e non soltanto, quindi, ad alcuni modelli presenti in negozio.

³⁵ Prot. 0064856 del 4/10/2019.

³⁶ Prot. 94661 del 28/12/2017.

³⁷ Cfr. nota 6.

³⁸ Cfr. doc. nn. 66 memoria Poltronesofà, pag. 6, 19.4.37, 19.4.39, 19.4.46, 19.4.49, 21.2.3 del fascicolo istruttorio.

78. La circostanza che il *flyer* in calce agli *spot* riportasse l'indicazione “*offerte valide sul modello nella versione e nel rivestimento come esposto*”, nonché l'indicazione “*disponibilità da verificare in negozio*”, rinviando per ogni ulteriore informazione ai punti vendita, non è idonea a informare compiutamente ed efficacemente i consumatori circa l'esistenza di eventuali condizioni o limitazioni applicabili presso il punto vendita: infatti, il testo compariva con carattere molto piccolo, di difficile lettura, e per un lasso di tempo comunque limitato.

79. Il fatto che il consumatore possa acquisire maggiori informazioni all'atto del successivo acquisto presso i punti vendita – come più volte chiarito dalla giurisprudenza – non può compensare le omissioni informative del messaggio pubblicitario, che risulta ingannevole “*non soltanto quando induce il consumatore all'acquisto della merce pubblicizzata, ma anche, più in generale, allorché questi, per effetto di un falso convincimento, viene disposto all'acquisto e, dunque, a relazionarsi con il professionista*”³⁹. Inoltre, la circostanza che il *claim* fosse idoneo a provocare un effetto di “*aggancio del consumatore*” rende irrilevante il fatto che quest'ultimo abbia poi un ulteriore *spatium deliberandi* in ordine alla convenienza o meno dell'affare⁴⁰.

80. Il professionista, successivamente all'avvio del procedimento, ha modificato il *claim* della promozione “*doppi saldi doppi risparmi*” sostituendo “*su tutta la collezione*” con la più chiara indicazione “*su tutti i divani in negozio*”.

81. In secondo luogo, il professionista ha diffuso messaggi nei quali l'offerta “*48 mesi senza interessi*” è stata inizialmente promossa con scadenza al 9 febbraio 2020. Successivamente, il professionista ne ha anticipato la scadenza al 19 gennaio 2020, per poi ripresentarla con l'originaria scadenza del 9 febbraio⁴¹.

82. Tale condotta è idonea ad ingenerare nei consumatori l'erronea convinzione che fosse necessario affrettarsi all'acquisto per la prossima scadenza dell'offerta, privandoli dunque del tempo necessario per prendere una decisione consapevole. Per il consumatore, infatti, la data di scadenza di una promozione è un elemento cruciale, dal quale ricava che l'offerta favorevole avrà una durata limitata. Il professionista ha dunque indotto i consumatori a ritenere che per usufruire degli sconti pubblicizzati fosse necessario procedere all'acquisto dei prodotti in un tempo limitato, compulsando ad una scelta commerciale non ponderata e realizzando così quel tipico effetto di “*aggancio*” ingannevole che indirizza i consumatori verso le proposte commerciali del professionista.

³⁹ Cfr. T.A.R. Lazio, 17 marzo 2014, n. 2941. E anche: “*la decettività del messaggio promozionale può anche riguardare singoli aspetti dello stesso e le specifiche modalità di presentazione del prodotto al fine di “agganciare” l'immediata attenzione del consumatore, senza che possa rilevare in senso contrario la circostanza per la quale, in altri e successivi momenti, lo stesso consumatore possa approfondire la modalità di fruizione del prodotto stesso e le sue effettive qualità in relazione a quanto enfatizzato al primo contatto con evidenza grafica primaria*” (T.A.R. Lazio, Roma, Sez. I, 30 ottobre 2017, n. 10834).

⁴⁰ “*La scorrettezza della pratica commerciale, in ordine alla reale portata del prodotto, non può ritenersi sanata dalla possibilità per il consumatore di ottenere, anche in un momento immediatamente successivo, ulteriori dettagli informativi, laddove il messaggio promozionale, attraverso il suo contenuto non trasparente, determinato dalle modalità di presentazione del prodotto, risulta già idoneo ad agganciare il consumatore al primo contatto*” (T.A.R. Lazio, Roma, Sez. I, 3 febbraio 2020, n. 1418). “*Va qualificata scorretta una pratica commerciale pubblicitaria che miri a condizionare la libertà di scelta del consumatore, indipendentemente dall'effettiva lesione patrimoniale. Per questa ragione, i consumatori, fin dal primo contatto pubblicitario, devono essere e rimanere in grado di poter valutare l'offerta economica nei suoi elementi essenziali al fine di percepirne con chiarezza la portata e poter conseguentemente operare una consapevole scelta economica*”, (Consiglio di Stato, sez. VI, 24/11/2011, n. 6204).

⁴¹ Cfr. paragrafi 22. e 23. del presente provvedimento.

83. Quanto alla promozione *iii*) “*Supervalutiamo il tuo divano fino a 1.500 Euro*”, il relativo *spot* si presta inequivocabilmente ad essere decodificato nel senso che, acquistando un divano nuovo, si possa beneficiare di uno sconto *ad hoc*, rappresentato da una generosa valutazione (“*supervalutiamo ... fino a 1.500 euro*”) di un divano già in possesso del consumatore (“*il tuo divano*”). Tale prospettazione è idonea a realizzare un “*effetto aggancio*” particolarmente attrattivo.

84. Al contrario, la promozione consisteva in uno sconto percentuale fisso (fino ad un importo massimo di 1.500 euro) già incluso nel prezzo di vendita riportato sul cartellino⁴²; tale sconto era garantito a tutti i consumatori interessati, a prescindere dalla valutazione del divano usato.

85. Tale circostanza, resa nota al consumatore solo presso i punti vendita del professionista, rende ingannevole il messaggio con riguardo al contenuto della promozione (che era un semplice sconto, non collegato alla valutazione di un divano usato) e alle condizioni per accedervi (il possesso di un divano usato).

86. La promozione *iv*) “*25% di sconto + un altro 25% su tutta la collezione*” risulta ingannevole con riferimento all’entità dello sconto promesso, all’effettiva applicabilità dello sconto a “*tutta la collezione*”, nonché alla pubblicizzata scadenza della promozione. In primo luogo, le modalità attraverso le quali è rappresentata la riduzione di prezzo appaiono di non agevole comprensione per il consumatore medio e la semplice addizione suggerita dalla grafica “*25% + 25%*” e il *claim* “*gran metà prezzo finale*” lasciano intendere che lo sconto offerto sia pari al 50% del prezzo di listino. In realtà, benché una percentuale considerevole di consumatori abbiano potuto godere, nel periodo della promozione, di sconti pari almeno al 50%, una minoranza di clienti ha beneficiato di uno sconto sul prezzo di listino inferiore al 50%⁴³.

87. È emerso inoltre che la promozione, contrariamente a quanto suggerito dai messaggi del professionista, riguardava non “*tutta la collezione*” in vendita presso la rete dei negozi, ma soltanto i divani della *collezione Poltronesofà*: erano invece escluse le *collezioni Speciali e Maestro*⁴⁴. Nessun tipo di avvertenza sulle limitazioni della promozione, il cui *claim* vantava “*su tutta la collezione*”, veniva contestualmente fornito ai consumatori con pari evidenza grafica. Questi ultimi pertanto venivano a conoscenza della limitazione solo recandosi nel punto vendita.

88. Infine, la reiterazione, nel periodo di validità della promozione, di affermazioni quali “*cosa aspettate c’è tempo solo fino a domenica*”, “*cosa aspettate c’è tempo solo fino a domani*”, appare idonea ad ingenerare nei consumatori l’erronea convinzione che sia necessario affrettarsi nell’acquisto per la prossima scadenza della promozione. Ciò ha privato il consumatore del tempo necessario per prendere una decisione consapevole.

89. Sul punto, l’eccezione sollevata dal professionista in merito alla circostanza che gli *spot*, nell’ambito delle settimane di validità della promozione principale, hanno avuto ad oggetto divani sempre diversi e, pertanto, si tratterebbe di promozioni differenti non qualificabili come repliche l’una dell’altra, è priva di fondamento.

90. In merito si rileva che, nel corso degli *spot*, dopo la presentazione dei *claim* principali “*25% di sconto + un altro 25% su tutta la collezione*” e “*gran metà prezzo finale*”, vengono visualizzati, con

⁴² Cfr. doc. nn. 19.4.27, 19.4.38, 19.4.50, 19.4.51, 19.4.52, 19.4.57, 19.4.88, 21.1, 21.2.5, 23.3.2, 23.3.3, 23.3.4, 23.3.5, 23.3.8, 23.3.10, 23.3.11, 23.3.18, 23.3.33 del fascicolo istruttorio.

⁴³ Cfr. doc. n. 102 del fascicolo istruttorio. Memoria della società Poltronesofà, pag. 4.

⁴⁴ Cfr. doc. n. 102 del fascicolo istruttorio, cit. pag. 3.

l'indicazione del nome e del prezzo (ad esempio, Cortogno, Dogaro e Ruffino nella settimana dal 13-20 settembre 2020), alcuni divani introdotti dalla seguente presentazione dello *speaker* che ribadisce la prossima scadenza della promozione: *“avete solo fino a domenica [domani] per regalarvi un divano che diventa un vero letto ..., o con penisola angolare ... etc”*. I nomi dei divani non vengono citati dallo *speaker*. Alla fine dello *spot* viene ribadito con grande evidenza il *claim* *“cosa aspettate c'è tempo solo fino a domenica”*, *“cosa aspettate c'è tempo solo fino a domani”*.

91. L'Autorità rileva che la struttura degli *spot* televisivi e radiofonici nonché la loro breve durata rendono difficile per i destinatari comprendere che le promozioni in scadenza sono riferibili solo ad alcuni specifici divani proposti durante gli *spot* e non alla più generale promozione *“25% di sconto + un altro 25% su tutta la collezione”*. I destinatari dei messaggi percepiscono semplicemente che tutti i prodotti in vendita sono in promozione per una durata limitata e, pertanto, le indicazioni relative alla prossima scadenza della promozione appaiono ragionevolmente riferibili al *claim* principale della stessa⁴⁵.

92. Va peraltro evidenziato che l'avvertenza *“Verificare dettagli e condizioni in negozio”*, presente nei *flyer* in calce agli *spot* con un carattere molto piccolo e di difficile lettura, per un lasso di tempo comunque limitato, non appare idonea, come sopra sottolineato, a informare compiutamente i consumatori circa l'esistenza di eventuali condizioni o limitazioni applicabili presso il punto vendita.

93. Quanto, infine, alle argomentazioni del professionista circa l'assenza di pregiudizio per i consumatori delle condotte contestate e il fatto che, con riferimento alle promozioni *“Supervalutiamo il tuo divano fino a 1.500 Euro”* e *“25% di sconto + un altro 25% su tutta la collezione”*, il beneficio complessivamente accordato ai consumatori sarebbe stato superiore a quanto promesso con gli *spot*, occorre sottolineare che, secondo una consolidata giurisprudenza, le pratiche commerciali scorrette si configurano come illeciti di pericolo, dove la valutazione della scorrettezza deve essere condotta unicamente alla luce della violazione del dovere di correttezza e della potenziale distorsione del comportamento economico del consumatore, a prescindere dall'entità del danno economico cagionato o che potrebbe verificarsi. In altri termini, ai fini della configurazione dell'illecito, non è necessaria l'analisi degli effetti prodotti dalla condotta, essendo invece sufficiente che, sulla base di un giudizio prognostico, la stessa sia ritenuta idonea ad incidere potenzialmente sulle scelte dei consumatori⁴⁶.

94. In conclusione, le campagne pubblicitarie di cui al punto II, lettere *i*), *iii*) e *iv*), del presente provvedimento risultano pertanto ingannevoli e omissive ai sensi degli artt. 21, comma 1, lettere *b*) e *d*), 22, comma 2, e 23, comma 1, lettera *g*), del Codice del Consumo, con riferimento alle caratteristiche dell'offerta, all'estensione delle promozioni a tutta la collezione, all'entità degli sconti promessi e alla durata temporale delle promozioni.

⁴⁵ *“La riscontrata congruità e logicità della lettura che l'Autorità ha dato del messaggio esaminato - il cui contenuto appare oggettivamente non conforme al vero, atteso che non può considerarsi temporanea la promozione preceduta o seguita da altra di contenuto estremamente simile - è stata, poi, correttamente considerata idonea a provocare un effetto di “aggancio” del potenziale cliente. La percezione dei caratteri differenziali prospettati dalla ricorrente - già non particolarmente apprezzabile in sé in quanto collegata a profili, quali il meccanismo matematico di applicazione della promozione o i nomi delle collezioni, non oggetto di immediata attenzione - poteva, semmai, aver luogo in un secondo momento, ciò che per consolidata giurisprudenza è inidoneo ad elidere i profili di ingannevolezza della pratica commerciale”*, cfr. TAR del Lazio 28 luglio 2016, n. 8744.

⁴⁶ Cfr., tra le tante, le sentenze del Consiglio di Stato 15 luglio 2019 n. 4976; 23 maggio 2019 n.3347; 10 dicembre 2014, n. 6050..

95. Infatti, i messaggi descritti al punto II, lettere *i*), *iii*) e *iv*), appaiono volti ad “agganciare” i consumatori, prospettando offerte particolarmente convenienti per un periodo di tempo limitato, al fine di stimolare o affrettare la visita presso i punti vendita, dove venivano a conoscenza delle effettive condizioni di acquisto. Pertanto, tali messaggi risultano idonei a realizzare una portata decettiva nei confronti del consumatore medio, il quale, per effetto di un falso convincimento sulle caratteristiche della promozione, viene sollecitato all’acquisto dei prodotti pubblicizzati e a relazionarsi in tal modo con il professionista.

96. La condotta del professionista risulta, inoltre, non conforme al livello di diligenza professionale ragionevolmente esigibile ai sensi dell’articolo 20 del Codice del Consumo, considerato che Poltronesofà è uno dei principali produttori di poltrone e divani, autore di varie e molteplici campagne commerciali e quindi ben consapevole degli stringenti obblighi derivanti dalle promesse contenute nelle pubblicità e dalla idoneità attrattiva delle stesse. Il professionista avrebbe dovuto, in base ai principi di buona fede e correttezza, assicurare ai consumatori non solo un’informazione completa, esaustiva e veritiera in merito alle reali caratteristiche delle promozioni ed alla convenienza delle stesse, ma anche corretta nella sua presentazione complessiva senza profili ed elementi di ambiguità circa l’estensione delle promozioni a tutta la collezione, l’entità degli sconti promessi e la durata temporale delle promozioni, posto che l’utilizzo di elementi non veritieri o omissivi hanno il precipuo scopo di determinare un aggancio immediato del consumatore.

97. Quanto alla promozione di cui al punto II, lettera *ii*), “2.500 divani a soli 99 euro” del presente provvedimento, si rileva che non vi sono elementi sufficienti per ritenere integrata la violazione contestata.

98. Le evidenze acquisite nel corso dell’istruttoria evidenziano che i divani oggetto della promozione sono stati venduti a 99 euro, senza obbligo di acquisto di cuscini arredo⁴⁷.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

99. 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.

100. Ciò detto, 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.

101. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame dell’importanza del professionista che è uno dei principali operatori a livello nazionale nel settore della commercializzazione di divani e poltrone. Nel 2019 il professionista ha conseguito ricavi netti pari a circa 460 milioni di euro⁴⁸, con un margine operativo, al lordo di ammortamenti, svalutazioni e altri accantonamenti, di circa 73,8 milioni di euro, pari al 16% dei suddetti ricavi. Sulla base delle

⁴⁷ Cfr. doc. nn. 66 memoria Poltronesofà, cit. all. 8, 19.4.36, 19.4.44, 21.2.1, 21.3.13 del fascicolo istruttorio.

⁴⁸ Cfr. bilancio di Poltronesofà S.p.A. anno 2019, doc. n. 66, all. 21.

informazioni fornite dal professionista⁴⁹, i ricavi conseguiti dalla vendita nei negozi di proprietà dei prodotti oggetto delle promozioni scorrette sono stati pari a circa [50-100] milioni di euro, al netto di IVA. Il MOL del professionista su tali vendite è stimabile in circa [5-10] milioni di euro. Il valore delle vendite realizzate nei punti vendita affiliati è stato invece pari, al netto dell'IVA, a circa [10-50] milioni di euro⁵⁰.

102. Inoltre, si tiene conto della natura della pratica che tende a sfruttare la leva della convenienza economica come elemento essenziale delle campagne pubblicitarie, nonché della molteplicità dei mezzi utilizzati per veicolare i messaggi essendo questi stati diffusi tramite il mezzo televisivo e radiofonico, e tramite la rete *internet* e quindi attraverso mezzi idonei a raggiungere una ampia platea di consumatori. Infine, la condotta del professionista presenta plurimi profili di scorrettezza relativi alla reiterazione di tre differenti campagne pubblicitarie diffuse nel corso del 2020.

103. Per quanto riguarda la durata della violazione dagli elementi disponibili in atti, risulta che il professionista ha posto in essere le condotte di cui al punto II, lettere *i*, *iii*) e *iv*), della presente comunicazione nei seguenti periodi: promozione *i*) “*doppi saldi doppi risparmi*”, 4 gennaio - 9 febbraio 2020; promozione *iii*) “*Supervalutiamo il tuo divano fino a 1.500 Euro*”, 14 maggio – 15 giugno 2020; promozione *iv*) “*25% di sconto + un altro 25% su tutta la collezione*”, 3 – 27 settembre 2020.

104. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Poltronesofà S.p.A. nella misura di 1.000.000 euro.

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale descritta al punto II, lettere *i*, *iii*) e *iv*), del presente provvedimento, consistente nella diffusione di informazioni scorrette con riferimento alle campagne promozionali “*doppi saldi doppi risparmi – sconto 50% + fino a 40% su tutta la collezione + 48 mesi senza interessi*”, “*Supervalutiamo il tuo divano fino a 1.500 Euro*” e “*25% di sconto + un altro 25% su tutta la collezione*”, integra una violazione degli articoli 20, 21, comma 1, lettere *b*) e *d*), 22, comma 2, e 23, comma 1, lettera *g*), del Codice del Consumo;

RITENUTO, inoltre, che si rende necessario disporre la pubblicazione di un estratto del presente provvedimento, a cura e spese del professionista, ai sensi dell'articolo 27, comma 8, del Codice del Consumo, al fine di informare compiutamente i consumatori della pratica commerciale in oggetto;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettere *i*, *iii*) e *iv*), del presente provvedimento, posta in essere dalle società Poltronesofà S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta, ai sensi degli articoli 20, 21, comma 1, lettere *b*) e *d*), 22, comma 2, e 23, comma 1, lettera *g*), del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o reiterazione;

⁴⁹ Cfr. doc. n. 66 memoria Poltronesofà dell'11 settembre 2020, allegati 3A, 15A e 15B, nonché doc. n. 102 memoria Poltronesofà del 7 dicembre 2020, all. 23.

⁵⁰ Il dato dei punti vendita affiliati è relativo alle sole promozioni “*Doppi saldi*” e “*Supervalutiamo il tuo divano*” e non comprende la promozione “*25% di sconto + un altro 25% su tutta la collezione*”. Cfr. doc. n. 66 memoria Poltronesofà dell'11 settembre 2020, allegati 3B, 15A e 15B.

b) di irrogare alla società Poltronosofà S.p.A., per la violazione di cui alla precedente lettera a), una sanzione amministrativa pecuniaria pari a 1.000.000 € (un milione di euro).

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

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

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

DISPONE

a) che la società Poltronosofà S.p.A. pubblichi, a sua cura e spese, un estratto della delibera ai sensi dell'articolo 27, comma 8, del Codice del Consumo, secondo le seguenti modalità:

- 1) il testo dell'estratto della delibera è quello riportato in allegato al presente provvedimento;
- 2) l'estratto della delibera dovrà essere pubblicato per un giorno, entro centoventi giorni dall'avvenuta notificazione del presente provvedimento, sulle pagine nazionali dei quotidiani *Corriere della Sera* e *Il Resto del Carlino*;
- 3) la pubblicazione dovrà ricalcare, *in toto*, impostazione, struttura e aspetto dell'estratto della delibera allegato; i caratteri del testo dovranno essere di dimensione doppia rispetto a quegli degli articoli ordinari e le modalità di scrittura, di stampa e di diffusione non dovranno essere tali da vanificare gli effetti della pubblicazione; in particolare, nella pagina di pubblicazione dell'estratto della delibera, così come nelle restanti pagine, non dovranno essere riportati messaggi che si pongano in contrasto con il contenuto dell'estratto stesso che comunque tendano ad attenuarne la portata e il significato;

b) che la pubblicazione dell'estratto della delibera dovrà essere preceduta dalla comunicazione all'Autorità della data in cui la stessa avrà luogo e dovrà essere seguita, entro tre giorni, dall'invio all'Autorità di un esemplare originale di tale pubblicazione contenente l'estratto pubblicato.

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

Roberto Rustichelli

PS11785 - POLTRONESOFÀ-OFFERTE DIVERSE

Allegato al provvedimento n. 29626

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO
NELLA SUA ADUNANZA del 2 aprile 2021;

I. LE PARTI

1. Poltronesofà S.p.A. [OMISSIS].
2. Altroconsumo e U.Di.Con. Unione per la Difesa dei Consumatori [OMISSIS].

II. LA PRATICA COMMERCIALE

3. Il procedimento concerne la pratica commerciale posta in essere dalla società Poltronesofà [OMISSIS] [attraverso] le seguenti campagne pubblicitarie:
 - i) *“doppi saldi doppi risparmi – sconto 50% + fino a 40% su tutta la collezione + 48 mesi senza interessi”* nel periodo 4 gennaio - 9 febbraio 2020;
 - ii) [OMISSIS];
 - iii) *“Supervalutiamo il tuo divano fino a 1.500 Euro”* nel periodo 14 maggio – 15 giugno 2020;
 - iv) *“25% di sconto + un altro 25% su tutta la collezione”* nel periodo 3 – 27 settembre 2020.
[OMISSIS]

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

[OMISSIS].

75. In particolare, la promozione i) *“doppi saldi doppi risparmi – sconto 50% + fino a 40% su tutta la collezione + 48 mesi senza interessi”* risulta ingannevole sotto un duplice profilo. In primo luogo [OMISSIS], le condizioni effettive di vendita limitavano l'applicazione delle percentuali di sconto pubblicizzate soltanto ad una parte dei divani in catalogo e per di più solo nella composizione e con il rivestimento esposto in negozio [OMISSIS]: di ciò il consumatore era informato soltanto quando si trovava nel punto vendita. [OMISSIS].

81. In secondo luogo, [OMISSIS] l'offerta *“48 mesi senza interessi”* è stata inizialmente promossa con scadenza al 9 febbraio 2020. Successivamente il professionista ne ha anticipato la scadenza al 19 gennaio 2020, per poi ripresentarla, con l'originaria scadenza del 9 febbraio.

82. Tale condotta è idonea ad ingenerare nei consumatori l'erronea convinzione che fosse necessario affrettarsi all'acquisto per la prossima scadenza dell'offerta, privandoli dunque del tempo necessario per prendere una decisione consapevole. [OMISSIS].

85. [Quanto alla promozione iii) *“Supervalutiamo il tuo divano fino a 1.500 Euro”*, il messaggio è] ingannevole [OMISSIS] con riguardo al contenuto della promozione (che era un semplice sconto, non collegato alla valutazione di un divano usato) e alle condizioni per accedervi (il possesso di un divano usato).

86. La promozione iv) *“25% di sconto + un altro 25% su tutta la collezione”* risulta ingannevole con riferimento all'entità dello sconto promesso, all'effettiva applicabilità dello sconto a *“tutta la collezione”*, nonché alla pubblicizzata scadenza della promozione. [OMISSIS].

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettere *i*, *iii* e *iv*), del presente provvedimento, posta in essere dalle società Poltronesofà S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, 21, comma 1, lettere *b*) e *d*), 22, comma 2, e 23, comma 1, lett. *g*), del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o reiterazione;

b) di irrogare alla società Poltronesofà S.p.A., per la violazione di cui alla precedente lettera *a*) una sanzione amministrativa pecuniaria pari a 1.000.000 € (un milione di euro).

[OMISSIS].

*(Estratto del provvedimento del 2 aprile 2021,
il cui testo integrale è pubblicato sul sito dell'Autorità www.agcm.it)*

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

Bollettino Settimanale
Anno XXXI- N. 16 - 2021

Coordinamento redazionale

Giulia Antenucci

Redazione

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

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

Realizzazione grafica

Area Strategic Design
