



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXXII - n. 41

**Publicato sul sito www.agcm.it
14 novembre 2022**

SOMMARIO

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE	5
A524B - LEADIAN T BIOSCIENCES/FARMACO PER LA CURA DELLA XANTOMATOSI CEREROTENDINEA-INOTTEMPERANZA	
<i>Provvadimento n. 30352</i>	5
OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	9
C12468 - FUTURE BIDCO/YLDA	
<i>Provvadimento n. 30353</i>	9
C12477 - CEREAL DOCKS/ITAL GREEN OIL	
<i>Provvadimento n. 30354</i>	18
C12498 - VEZZOLA-CALCESTRUZZI/CONCRETE ITALIA	
<i>Provvadimento n. 30358</i>	26
ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA	30
AS1865 - COMUNE DI CARIFE (AV) - ACQUISTO DI QUOTE SOCIETARIE DI ASMEA SRL	30
AS1866 - CAMERA DI COMMERCIO DI TREVISO-BELLUNO - BANDO DI CONCORSO PER LA CONCESSIONE DI CONTRIBUTI ALLE MPMI A SOSTEGNO DI INTERVENTI PER LA DIGITALIZZAZIONE 4.0 QUARTA EDIZIONE	34
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	36
PS12003 - VINTED-PROBLEMATICHE VARIE SU VENDITE ON LINE	
<i>Provvadimento n. 30355</i>	36
PS12414 - SEO DIGITAL MARKETING	
<i>Provvadimento n. 30356</i>	67

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

A524B - LEADIANT BIOSCIENCES/FARMACO PER LA CURA DELLA XANTOMATOSI CEREBROTENDINEA-INOTTEMPERANZA

Provvedimento n. 30352

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 25 ottobre 2022;

SENTITO il Relatore, Professore Michele Ainis;

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

VISTA la Legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO, in particolare, l'articolo 15, comma 2, della citata Legge, nella parte in cui prevede che, in caso di inottemperanza alla diffida di cui al comma 1 dello stesso articolo, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria fino al dieci per cento del fatturato ovvero, nei casi in cui sia stata applicata la sanzione di cui al comma 1, di importo non inferiore al doppio della sanzione già applicata con un limite massimo del dieci per cento del fatturato, determinando altresì il termine entro il quale il pagamento della sanzione deve essere effettuato;

VISTA la Legge 24 novembre 1981, n. 689;

VISTO il decreto del Presidente della Repubblica 30 aprile 1998, n. 217;

VISTA il proprio provvedimento n. 30156 del 17 maggio 2022, con il quale è stato accertato che Leadiant Biosciences Ltd. e Essetifin S.p.A. hanno posto in essere un abuso di posizione dominante in violazione dell'art. 102, lettera *a*), TFUE, consistente nell'imposizione di prezzi ingiustificatamente gravosi per la vendita al SSN dell'Acido *Chenodeossicolico Leadiant®*, utilizzato per la cura della malattia rara denominata xantomatosi cerebrotendinea;

VISTA la lettera *b*) del deliberato del citato provvedimento, con cui si ordina alle società Leadiant Biosciences Ltd. e Essetifin S.p.A. di porre in essere ogni adempimento volto alla definizione di un prezzo non ingiustificatamente gravoso con riferimento all'Acido *Chenodeossicolico Leadiant®* e di astenersi in futuro dal porre in essere comportamenti analoghi a quelli oggetto dell'infrazione accertata;

VISTA la lettera *c*) del deliberato del citato provvedimento, con il quale si richiede alle società Leadiant Biosciences Ltd. e Essetifin S.p.A. di dare comunicazione all'Autorità, entro sessanta giorni dalla notifica del provvedimento sanzionatorio, delle iniziative poste in essere per ottemperare a quanto richiesto dalla lettera *b*), trasmettendo specifica relazione scritta;

VISTA la comunicazione delle società Leadiant Biosciences Ltd. e Essetifin S.p.A., pervenuta in data 29 luglio 2022;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

I. Il provvedimento di conclusione dell'istruttoria A524 – Leadiant Biosciences-farmaco per la cura della CTX

1. Con provvedimento n. 30156 del 17 maggio 2022 l'Autorità ha accertato che, dal giugno 2017 ad oggi, Leadiant Biosciences Ltd. e Essetifin S.p.A. hanno posto in essere un abuso della posizione dominante detenuta dalla prima impresa nel mercato domestico della produzione e vendita di farmaci a base di acido chenodesossicolico (CDCA) per la cura della malattia rara denominata xantomatosi cerebrotendinea (CTX), attraverso l'applicazione di prezzi ingiustificatamente gravosi praticati per la vendita al SSN del farmaco orfano *Acido Chenodesossicolico Leadiant*®, in violazione dell'articolo 102 del TFUE¹.

2. In particolare, l'Autorità ha ritenuto che il prezzo *ex factory* del farmaco orfano *Acido Chenodesossicolico Leadiant*, oggetto dell'accordo del 18 dicembre 2019 raggiunto con l'AIFA, sia eccessivo, in quanto, considerati i costi della registrazione e dell'introduzione al farmaco orfano attribuibili al mercato italiano, esso consente all'impresa di ottenere un tasso di rendimento interno pari a tre volte il WACC di settore¹. Altresì il prezzo del farmaco orfano è risultato iniquo, in quanto non giustificato da elementi di carattere qualitativo, quale l'ottenimento di un valore terapeutico aggiunto rispetto alle terapie precedentemente esistenti, o dall'ammontare degli investimenti in ricerca e sviluppo¹.

3. La condotta illecita è stata posta in essere attraverso una complessa e articolata strategia, di tipo commerciale e regolatorio, che ha incluso un comportamento dilatorio e ostruzionistico adottato nei confronti dell'AIFA in sede di negoziazione del prezzo del farmaco orfano¹.

4. L'abuso ha direttamente arrecato un danno economico al SSN, generato dall'acquisto di un farmaco ad un prezzo ingiustificatamente gravoso. Infatti, l'elevato eccesso ottenuto da Leadiant rispetto al valore economico del farmaco orfano ha determinato un effetto diretto sulle limitate risorse del SSN destinate alla spesa farmaceutica¹.

5. Avverso il provvedimento n. 30156 Leadiant ha proposto ricorso dinanzi al Tar per il Lazio (R.G. n. 9435/2022), chiedendo contestualmente al Giudice amministrativo l'adozione di misure cautelari. Nell'udienza del 14 settembre 2022 il Tar Lazio ha disposto la sollecita definizione del giudizio nel merito, ai sensi dell'art. 55, comma 10, cod. proc. amm., con fissazione dell'udienza per la discussione del merito il 22 marzo 2023.

II. L'inottemperanza alle lettere b) e c) del deliberato del provvedimento n. 30156 del 17 maggio 2022.

a) Fatti

6. Il provvedimento dell'Autorità n. 30156 del 17 maggio 2022, notificato a Leadiant e Essetifin il 30 maggio 2022, ordinava alle imprese di porre in essere ogni adempimento volto alla definizione di un prezzo non ingiustificatamente gravoso con riferimento al farmaco orfano *Acido Chenodesossicolico Leadiant*®, nonché di astenersi in futuro dal porre in essere comportamenti analoghi a quelli oggetto dell'infrazione.

¹ Cfr. §§ xx del provvedimento n. 30156 del 17 maggio 2022.

7. Inoltre, il provvedimento prescriveva la trasmissione all'Autorità, da parte di Leadiant, di una relazione scritta entro sessanta giorni dalla notifica del provvedimento, al fine di dare conto delle iniziative volte ad adempiere alla suddetta diffida.

8. Il 29 luglio u.s., ovvero allo scadere dei sessanta giorni dalla notifica del provvedimento, Leadiant ha trasmesso una comunicazione con la quale ha reso noto di aver in pari data proposto ricorso davanti al Tar Lazio avverso il provvedimento di chiusura del procedimento e di voler pertanto attendere, "*come da prassi*", l'esito della fase cautelare del giudizio prima di procedere ad ottemperare, "[a]tteso che l'ottemperanza al Provvedimento deve potersi fondare su presupposti fattuali e giuridici la cui legittimità sia stata previamente vagliata e confermata almeno prima facie dal Giudice amministrativo".

9. Anche dopo la decisione del Tar Lazio assunta ai sensi dell'art. 55, comma 10, del cod. proc. amm., Leadiant non ha inviato la relazione scritta richiesta dal punto c) del deliberato del provvedimento sanzionatorio, né ha prodotto alcuna altra comunicazione al riguardo.

10. Il 7 ottobre 2022 l'Autorità ha richiesto all'AIFA informazioni circa le eventuali iniziative assunte da Leadiant nei confronti dell'Agenzia medesima ai fini dell'adempimento alla diffida contenuta nel provvedimento dell'Autorità n. 30156 del 17 maggio 2022. Il 24 ottobre 2022 l'AIFA ha trasmesso la propria risposta alla richiesta di informazioni con la quale essa ha reso noto che l'impresa non ha avviato alcuna interlocuzione con l'Agenzia finalizzata ad ottemperare alla diffida al richiamato provvedimento.

b) Valutazioni e conclusioni sull'inottemperanza alle lettere (b) e (c) del deliberato del provvedimento n. 30156 del 17 maggio 2022

11. Sulla base di quanto esposto *supra*, si ritiene che Leadiant non abbia provveduto ad adottare alcuna concreta iniziativa di ottemperanza volta alla definizione di un prezzo non ingiustificatamente gravoso con riferimento al farmaco orfano *Acido Chenodesossicolico Leadiant®*, in tal modo perpetuando la condotta anticoncorrenziale oggetto dell'accertamento istruttorio.

12. Invero, Leadiant non ha inviato la relazione scritta di cui al punto c) del provv. 30126 del 17 maggio 2022 e il 29 luglio u.s. ha, per contro, inviato una comunicazione, con la quale ha reso nota la propria scelta di non dare seguito a quanto ordinato dall'Autorità, dapprima fino alla definizione del giudizio cautelare e ora, dato il perdurare di tale comportamento anche dopo la decisione assunta dal Tar Lazio nell'udienza del 14 settembre u.s., fino alla definizione della controversia nel merito.

13. Ciò risulta, infatti, confermato dalla comunicazione dell'AIFA del 24 ottobre 2022 con la quale l'Agenzia ha reso noto che l'impresa non ha preso contatti con essa per ottemperare alla diffida al richiamato provvedimento.

14. In conclusione, il comportamento omissivo posto in essere da Leadiant si pone in contrasto con le valutazioni espresse dall'Autorità nel provvedimento n. 30156 del 17 maggio 2022; esso, pertanto, costituisce una violazione di quanto disposto con lo stesso.

RITENUTO, pertanto, che il comportamento di Leadiant, integri una violazione delle lettere b) e c) della delibera del provvedimento n. 30156 del 17 maggio 2022, in quanto l'impresa ha reso noto di non aver assunto, e di non voler assumere fino alla definizione giudiziale della controversia, alcuna iniziativa volta alla definizione di un prezzo non iniquo con riferimento al farmaco orfano *Acido Chenodesossicolico Leadiant®*;

DELIBERA

- a) di contestare a Leadiant Biosciences Ltd. e Essetifin S.p.A. la violazione di cui all'articolo 15, comma 2, della Legge n. 287/90 per inottemperanza al provvedimento dell'Autorità n. 30156 del 17 maggio 2022;
- b) che il responsabile del procedimento è la dott.ssa Claudia Desogus;
- c) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione Agroalimentare, Farmaceutico e Trasporti della Direzione Generale per la Concorrenza di questa Autorità dai legali rappresentanti di Leadiant Biosciences Ltd. e Essetifin S.p.A., nonché da persone da essi delegate;
- d) che, con riguardo all'inottemperanza contestata, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, della Legge n. 689/81, entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, gli interessati possono far pervenire all'Autorità scritti difensivi e documenti e chiedere di essere sentiti;
- e) che il procedimento deve concludersi entro centottanta giorni dalla notificazione del presente provvedimento.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Guido Stazi

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

C12468 - FUTURE BIDCO/YLDA

Provvedimento n. 30353

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 25 ottobre 2022;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

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 della società Future Bidco S.r.l. pervenuta in data 13 luglio 2022;

VISTA la richiesta di informazioni, inviata in data 4 agosto 2022, 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 Future Bidco S.r.l., in data 30 settembre 2022 e integrate in data 6, 7 e 17 ottobre 2022;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Future Bidco S.r.l. ("Future Bidco") è una società veicolo costituita ai fini della presente operazione e interamente controllata da Freshworld Holding IV GmbH ("Freshworld"); questa è a sua volta riconducibile, in ultima istanza, ai fondi gestiti da Apax Partners LLP (di seguito APAX). APAX è una *holding* con sede nel Regno Unito che fornisce, tramite le proprie controllate, servizi di consulenza sugli investimenti a fondi di *private equity* che investono in diversi settori, e opera come *general partner*. Per quanto riguarda l'operazione in esame, sono riconducibili a APAX le attività facenti capo a Toi Toi & Dixi Group GmbH (la capogruppo e le sue controllate, collettivamente "Gruppo TTDK"), relative, in particolare, alla produzione, commercializzazione e noleggio di impianti sanitari mobili e, in particolare, di bagni chimici mobili. Con riguardo al noleggio, il Gruppo TTDK offre anche i relativi servizi accessori all'uso di questi prodotti, tra cui la consegna e ritiro in loco, la manutenzione, pulizia, ecc.. In misura minore, il Gruppo TTDK opera anche nella produzione e noleggio di *container* mobili per alloggi/uffici e di recinzioni¹. In Italia, la Parte notificante opera attraverso la Toi Toi & Dixi S. r. l. (di seguito, "TTD Italia").

Nel 2021, il fatturato consolidato realizzato da Apax Partners LLP è stato di [10-20]* miliardi di euro di cui [517-700] milioni di euro realizzati in Italia.

¹ Trattasi di attività svolte in via prevalente in Germania, Polonia e Repubblica Ceca e in altri paesi extra-europei tra cui Svizzera e Stati Uniti.

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

2. Ylda S.p.A. ("Ylda" o la "Target") è attiva, per il tramite delle sue controllate, nella produzione, commercializzazione e noleggio, inclusa la fornitura di servizi accessori al loro uso, di bagni chimici mobili². Le attività di Ylda sono concentrate in Italia e Francia dove la *Target* opera tramite le controllate Sebach³ e Armal⁴ (di seguito collettivamente "Gruppo Sebach/Armal"). L'azionista di maggioranza di Ylda è ASO Lux 3 S.à r.l.⁵. Nel 2021, il fatturato consolidato realizzato da Ylda a livello mondiale è stato di [100-517] milioni di euro di cui in Italia [31-100] milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione di concentrazione notificata consiste nell'acquisizione da parte di Apax Partners LLP (APAX), per il tramite di Future Bidco, dell'intero capitale sociale di Ylda; in conseguenza dell'operazione APAX deterrà il controllo sul capitale sociale anche delle società facenti capo al Gruppo Sebach (Sebach e Armal).

4. Elemento essenziale dell'operazione di concentrazione è la cessione, da parte di APAX/Gruppo TTDK, di TTD Italia alla società WC Loc SAS (di seguito WC Loc), attiva nel noleggio di bagni chimici in diversi paesi dell'Unione Europea,⁶.

5. L'accordo di compravendita di TTD Italia è vincolante con riferimento al profilo soggettivo e oggettivo, posto che riguarda la cessione di tutte le attività relative alla concessione e noleggio di impianti sanitari mobili, tra cui i bagni chimici mobili, e dei servizi collegati al loro uso (servizi accessori di consegna e ritiro dei bagni in loco, pulizia, ecc.) in Italia, a WC Loc⁷. L'accordo vincolante per l'acquisizione del controllo esclusivo di TTD Italia è stato concluso nel corso del procedimento di valutazione della concentrazione in esame e non è sospensivamente condizionata all'ottenimento di autorizzazioni non ricorrendo i requisiti di fatturato di cui alla legge 287/90⁸.

6. L'accordo di compravendita di TTD Italia prevede un patto di non denigrazione e non sollecitazione dei clienti di TTD Italia a favore dell'acquirente della durata di [omissis] mesi e un

² Ylda S.p.A. è la società *holding* che in Italia detiene le società Sebach S.p.a. e Armal S.p.a. Fanno capo a Ylda anche Armal Inc. (USA), attiva nella produzione in USA, Sebach France S.a.s. u. (Francia), Sebach s.a.r.l.a.u. (Marocco) e Ylda India Private Ltd. (India).

³ Sebach S.p.A. è attiva nella locazione e nel trasporto di bagni chimici mobili e di monoblocchi oltre a gestire i relativi aspetti di manutenzione pulizia e disinfezione. Sebach opera tramite una rete di concessionari dislocati su tutto il territorio nazionale, si occupa di circa 50.000 impianti sanitari mobili; cfr. https://www.sebach.it/themes/sebach/assets/Sebach_Rapporto_di_Sostenibilita_2021.pdf. Analogamente in Francia Ylda opera tramite di Sebach France S.a.s.u..

⁴ La produzione di impianti sanitari mobili è realizzata dalle controllate Armal S.p.A. e Armal Inc. La produzione costituisce un'attività meno rilevante rispetto al noleggio ed è parzialmente destinata all'autoproduzione (*captive*). Infatti il Gruppo Sebach, attivo in Europa, si procura i bagni chimici mobili da Armal S.p.A. Quanto alla produzione di Armal Inc. questa è venduta anche a terze parti ma solo nel continente americano.

⁵ Gli altri azionisti sono persone fisiche. ASO Lux, è un fondo di *private equity* di diritto Lussemburghese facente capo al fondo Alchemy Partners LLP ("Alchemy").

⁶ WC Loc è soggetta al controllo di Enygea SAS. Enygea si occupa, in particolare, di soluzioni mobili sanitarie oltre alla fornitura dei relativi servizi di manutenzione e pulizia.

⁷ Cfr. Offerta di compravendita vincolante del [omissis]; Allegato A alla Risposta alla richiesta di informazioni del 30 settembre 2022.

⁸ Sulla base di quanto comunicato il fatturato di TTD Italia nell'ultimo esercizio chiuso al 31 dicembre 2021 è di circa [1-10] milioni di euro, al di sotto delle soglie per la notifica delle operazioni di concentrazione previste dalla legge n. 287/1990.

patto di non sollecitazione del personale di TTD Italia della durata di [omissis] anni⁹. La parte venditrice APAX/TTDK si impegna a non riacquistare TTD Italia per i prossimi [omissis] anni.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1, paragrafi 2 e 3 del Regolamento (CE) n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore 517 milioni e quello dell'impresa di cui è prevista l'acquisizione è superiore a 31 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

I mercati rilevanti sotto il profilo merceologico

8. La presente operazione interessa i settori in cui operano le imprese del Gruppo Sebach/Armal. Nello specifico, si tratta della produzione, assemblaggio e vendita di impianti sanitari mobili e, in particolare, di bagni chimici mobili e del loro noleggio (inclusiva la fornitura dei servizi accessori al loro uso); marginalmente la *Target* opera anche nella produzione, vendita e noleggio di *container*¹⁰ e di recinzioni¹¹.

9. Come da prassi dell'Autorità, la produzione, assemblaggio e vendita di bagni chimici mobili e il loro noleggio rappresentano mercati distinti ma verticalmente integrati¹².

10. I bagni chimici mobili sono dispositivi igienici non connessi alla rete fognaria che utilizzano un sistema di drenaggio indipendente e mobile¹³; essi trovano impiego per diversi utilizzi, tra cui per esigenze lavorative¹⁴, per il settore ricreativo, degli eventi e in aree pubbliche¹⁵, in occasione di opere di soccorso o altre emergenze¹⁶. La normativa di settore definisce requisiti minimi in

⁹ Cfr. Atto di compravendita, Allegato A clausole [omissis] e [omissis]. Il [omissis].

¹⁰ I *container* sono prefabbricati modulari destinati a diversi usi (uffici, alloggi, ecc.) e con diverse opzioni di allestimento. Tra i prefabbricati modulari vi sono anche i *container* dotati di attrezzature sanitarie, che possono includere impianti igienici, come ad esempio gabinetti, lavandini, docce ecc..

¹¹ Le recinzioni sono prodotti che trovano impiego per la messa in sicurezza di aree e la gestione di spazi, tra cui anche la gestione delle file per l'uso dei bagni chimici mobili.

¹² Cfr. di veda anche i precedenti C10633 - YLF-LBO FRANCE GESTION/DAIMONT e C7823 - DAIMONT/ARMAL-SEBACH SERVIZIO BAGNI CHIMICI-SEBACH-SEBACH CHINA.

¹³ I bagni chimici mobili rientrano nella più ampia categoria degli impianti sanitari mobili tra i quali possono includersi anche altre attrezzature igieniche, come ad esempio gabinetti, lavandini, docce ecc. Tuttavia essi differiscono dagli altri impianti poiché si tratta di unità indipendenti destinati all'utilizzo di una singola persona muniti di un serbatoio per rifiuti non collegato alla rete fognaria; cfr. <https://www.certifico.com/sicurezza-lavoro/documenti-sicurezza/67-documenti-riservati-sicurezza/9708-bagni-chimici-requisiti-di-installazione-uso-per-eventi-e-cantieri>.

¹⁴ In prevalenza nei cantieri edili, nel settore agricolo, nella cantieristica industriale.

¹⁵ Trattasi di manifestazioni, concerti, eventi sportivi, spiagge, ecc.

¹⁶ In Italia l'uso dei bagni chimici mobili è soggetto a specifica normativa (decreto 81/2008) in conformità con le previsioni UNI EN 16194.

termini di prodotto (aspetto) e funzionalità (spazi, dotazioni interne)¹⁷. I bagni chimici mobili hanno una durata di vita relativamente lunga (tra i 7-10 anni)¹⁸. Non si ravvisano sussistere condizioni di sostituibilità con altri impianti sanitari igienici, in particolare i *container* sanitari¹⁹.

11. La vendita diretta di bagni chimici agli utilizzatori finali è piuttosto rara; i bagni chimici mobili sono, infatti, utilizzati in prevalenza tramite contratti di noleggio con distributori specializzati²⁰. La domanda è, quindi, espressa in via prevalente dalle ditte che erogano il servizio di noleggio. In aggiunta al noleggio, il fornitore dei bagni chimici mobili effettua una serie di altri servizi aventi natura accessoria (quali la consegna e il ritiro, la pulizia e manutenzione, la vuotatura della vasca, il ripristino dei liquidi di drenaggio, ecc.); si tratta di servizi che sono necessariamente offerti dallo stesso soggetto che concede il noleggio²¹.

12. Per quanto riguarda i mercati relativi alla produzione, vendita e noleggio di *container*²² e di recinzioni²³, ai fini della presente operazione non appare necessario procedere ad una loro puntuale definizione, poiché essa non porterebbe, comunque, ad una diversa valutazione degli effetti concorrenziali dell'operazione.

I mercati rilevanti sotto il profilo geografico

13. Per quanto riguarda la rilevanza geografica dei mercati valgono le seguenti osservazioni. I soggetti che esprimono la domanda di bagni chimici mobili sono, come anticipato, in via prevalente fornitori o distributori di servizi di noleggio. L'attività di noleggio è svolta da imprese di dimensione

¹⁷ Il Testo Unico sulla Sicurezza (D.Lgs 81/08), impone la presenza di adeguati servizi igienico-sanitari sui cantieri temporanei e su quelli mobili. I servizi connessi all'uso di bagni chimici mobili sono soggetto alla norma UNI EN 16194 "Bagni mobili non collegati alla rete fognaria - Requisiti per i prodotti e i servizi necessari per l'utilizzo di bagni mobili e relativi prodotti sanitari", in vigore dal 12 aprile 2012, si applica ai bagni mobili (esclusi i bagni a secco) non collegati alla rete fognaria. Si tratta di requisiti minimi dei servizi relativi alla produzione di BCM e che dovrebbero rispettare i BCM e i prodotti sanitari, tenuto conto degli *standard* di igiene, salute e sicurezza. Un aggiornamento dello *standard* è in fase di pubblicazione
https://standards.cencenelec.eu/dyn/www/f?p=CEN:110:0:FSP_PROJECT,FSP_ORG_ID:73914,6164&cs=1C071BE57BB1704FABDF806C78A91483B.

¹⁸ La durata dipende essenzialmente dal materiale di fabbricazione. In Italia, a fini fiscali, il ciclo di vita di un bagno chimico mobile è di 7 anni; dopo tale periodo i dispositivi vengono ammortizzati e, quindi, deprezzati. Il loro uso è comunque ancora possibile. Da fonti pubbliche si legge che "The average lifespan of a porta potty is around 10 years"; tra le fonti <https://www.zters.com/> e anche <https://scotties-potties.com/>.

¹⁹ A differenza dei bagni chimici mobili, i *container* sanitari sono dispositivi che si allacciano alla rete fognaria e non presentano, quindi, la stessa necessità di servizi di spurgo e di utilizzo di prodotti chimici come invece le cabine chimiche mobili. L'uso dei *container* sanitari richiede, invece, servizi accessori aggiuntivi quali la fornitura di tubazioni, il collegamento alla rete fognaria, i collegamenti elettrici, l'installazione di un sistema di riscaldamento, ventilazione e aria condizionata, di sistemi di allarme e altro ancora.

²⁰ La durata di tali contratti dipende dall'uso cui i bagni mobili sono destinati: in generale, la durata è breve e relativa alla specifica attività contingente, come nel caso di cantieri edili o di eventi pubblici, mentre è più lunga in relazione ad altri impieghi.

²¹ Per l'erogazione dei servizi accessori, in particolare lo spurgo, occorre l'iscrizione all'Albo Nazionale Gestori Ambientali, nonché essere in possesso della relativa autorizzazione - Categoria 4 - Raccolta e trasporto di rifiuti speciali non pericolosi.

²² Il mercato *container* sanitari, avrebbe dimensioni modeste e, in particolare, i *container* sarebbero offerti da società diverse da quelle che operano nei bagni chimici mobili, in quanto specializzate nella fornitura dell'intera gamma dei prefabbricati modulari. Tra i principali operatori in Italia le società Algeco S.p.A. e Metalbox S.p.A...

²³ Nel caso di specie, le attività relative alla produzione e vendita e/o noleggio di recinzioni rivestono carattere ancillare rispetto alla fornitura del noleggio di bagni chimici mobili.

da medio-piccola a medio-grande all'interno dei confini nazionali, anche in considerazione della fornitura congiunta dei servizi accessori²⁴.

14. Quanto alla produzione, assemblaggio e vendita di bagni chimici mobili la dimensione geografica del mercato è da considerarsi, in prima approssimazione, non più ampia dello spazio dell'Unione Europea, ciò in considerazione dei comportamenti di acquisto degli operatori attivi nel noleggio nei paesi europei e della relativa propensione alla mobilità, in termini di disponibilità a sostituire l'offerta mediante la ricerca di fonti di approvvigionamento alternative.

15. Al riguardo si osserva che in Europa coesistono imprese di noleggio verticalmente integrate che ricorrono, quindi, per il loro fabbisogno a unità produttive interne al gruppo e imprese di noleggio indipendenti che si approvvigionano da fonti terze.

16. Per un noleggiatore attivo in Europa le principali fonti di approvvigionamento sono costituite da: i) produttori con stabilimenti propri localizzati in Europa, che producono solo per il fabbisogno del gruppo (cd. segmento "captive")²⁵, ii) produttori europei che cedono all'ingrosso la totalità o una parte della produzione al mercato²⁶ e iii) sub-fornitori/distributori che offrono cabine assemblate e/o componenti disponibili in Europa (segmento cd *merchant*). Le componenti possono essere prodotte da sub-fornitori che intermediano i produttori esteri di componenti²⁷, i quali cedono attraverso distributori specializzati le componenti per l'assemblaggio. L'assemblaggio delle componenti avviene, sempre, in magazzini in Europa, anche in talune circostanze direttamente dalle ditte di noleggio attive a livello nazionale.

17. Peraltro, in Europa gli utilizzatori finali sono piccole medie imprese (cantieri edili *in primis*) che prediligono bagni chimici mobili con specifiche caratteristiche dimensionali (cabine mini)²⁸.

18. Con riguardo ai mercati della produzione e noleggio di *container* e delle recinzioni possono valere le considerazioni sopra svolte; si può distinguere una fase produttiva a monte, avente dimensione geografica europea, e una fase di distribuzione/noleggio che si caratterizza per la sua dimensione nazionale. Stante la modesta rilevanza delle attività delle Parti in questi mercati, la questione della loro esatta delimitazione della dimensione geografica può essere lasciata aperta.

²⁴ Per poter svolgere regolarmente l'attività di manutenzione e noleggio di BCM è necessario essere iscritti all'Albo Trasportatori e all'Albo Nazionale Gestori Ambientali, nonché essere in possesso della relativa autorizzazione - Categoria 4 - Raccolta e trasporto di rifiuti speciali non pericolosi; si vedano anche C7823 - Daimont/Armal-Sebach Servizio Bagni Chimici - Sebach - Sebach Cina, 27 luglio 2006; C10633 - YLF - LBO France Gestion/Daimont.

²⁵ Trattasi ad esempio dell'impresa acquirente APAX/Gruppo TTDK o di Kobac.

²⁶ Tra questi il principale produttore con vocazione *merchant* è GLOBAL Fliegenschmidt GmbH un altro di minori dimensioni è Rototec, parte di System Group. L'impresa *Target* produce in Europa tramite la controllata Armal Spa la quale cede all'ingrosso una parte della propria produzione a distributori e/o ditte specializzate nel noleggio attive, quasi esclusivamente, in Europa.

²⁷ La produzione di bagni chimici e di componenti per il loro assemblaggio extra-europea è concentrata negli USA, le vendite extra-USA non sono, se non in misura molto marginale, di cabine finite. I principali gruppi Statunitensi tra cui Satellite e PolyJonh operano nel territorio europeo tramite distributori a cui cedono le componenti per il successivo assemblaggio.

²⁸ A titolo esemplificativo si veda, ad esempio, il catalogo dei bagni chimici mobili di un operatore del noleggio, la T-Blustar, che per l'Europa propone cabine mini; <https://www.tblustar.com/?lang=it>.

Effetti dell'operazione

19. Come anticipato, parte integrante dell'operazione, e pertanto suo elemento essenziale, è la cessione di TTD Italia da parte di APAX/Gruppo TTDK; l'operazione verrà valutata, pertanto, tenendo conto di tale compravendita²⁹.

20. Ciò premesso, l'operazione determina potenziali effetti di natura orizzontale solo nel mercato europeo della produzione, assemblaggio e vendita di bagni chimici mobili. Atteso che nel mercato del noleggio in Italia, con l'uscita della TTD Italia dal perimetro di controllo dell'acquirente, APAX/Gruppo TTDK, l'operazione non è idonea a dare luogo a sovrapposizioni orizzontali delle attività tra le Parti³⁰.

21. In Italia il mercato del noleggio è stimato in [100-110] mila unità. I principali concorrenti sono Sebach ([60-65]%), Tailorsan ([10-15]%), TTD Italia ([5-10]%) e Kobac ([0-5]%), cui seguono una pluralità di altri operatori di minori dimensioni. Alla luce del vincolo di compravendita di TTD Italia e della natura dell'acquirente di TTD Italia (cfr. *infra* §29 e §30), l'operazione di concentrazione in esame non è idonea a produrre modifiche sull'attuale struttura di mercato.

22. A monte, la produzione, assemblaggio e vendita di bagni chimici mobili in Europa è stimata, nel 2021, pari a 90-100 mila unità; di queste circa 70-75 mila sono bagni chimici mobili finiti provenienti da stabilimenti produttivi europei³¹ mentre la restante parte, circa il 20-25 mila unità, sono bagni chimici mobili realizzati dall'assemblaggio di componenti disponibili in Europa.

23. La produzione europea è destinata, secondo le stime, in larga parte al fabbisogno *captive* ([45-50] mila unità³²); mentre il cd segmento *merchant* è alimentato dalla parte di produzione europea *non captive* (circa [20-25] mila unità) e dalle cabine assemblate (stimate in 20-25 mila unità).

24. La Tabella 1 che segue sintetizza il contesto competitivo considerando i due scenari di fabbisogno minimo (90 mila unità) e massimo (100 mila unità); la struttura dell'offerta risulterebbe articolata come segue:

²⁹ Cfr. Comunicazione della Commissione concernente le misure correttive considerate adeguate a norma del regolamento (CE) n. 139/2004 del Consiglio e del regolamento (CE) n. 802/2004 della Commissione 2008/C 267/01.

³⁰ Nella comunicazione della Commissione sui rimedi nelle operazioni di concentrazione, si fa riferimento a quei casi in cui le Parti notificanti "individuino un acquirente per l'attività e concludano un accordo vincolante già nel corso del procedimento della Commissione (nota 3) [la cosiddetta misura correttiva «preventiva»]; cfr. Comunicazione della Commissione concernente le misure correttive considerate adeguate a norma del regolamento (CE) n. 139/2004 del Consiglio e del regolamento (CE) n. 802/2004 della Commissione 2008/C 267/01.

³¹ Nel 2020, secondo le stime fornite, la produzione europea di bagni chimici mobili si attestava tra circa 60-70 mila unità l'anno.

³² Secondo le stime si tratta del 55-65% delle unità prodotte in stabilimenti in Europa.

Tabella 1: Struttura dell'offerta nel mercato europeo della produzione, assemblaggio e vendita di bagni chimici mobili (volumi, mila unità, e quote %)

	Produzione captive	Produzione merchant	Assemblaggio	Totale	Quota Totale	Quota merchant
Ylda/Armal	[15-20]	[10-15] ³³		[25-30]	[25-30]%	[20-25]%
APAX/TTDK	[10-15]			[10-15]	[10-15]%	
Altri- Produttori	[15-20]	[10-15]		[30-35]	[30-40]%	[30-35]%
Altri-Assemblaggio			20-25	20-25	20-25%	45-50%
TOTALE	45-50	20-25	20-25	90-100		

Fonte: elaborazione stime trasmesse dalla Parte.

25. Nel suo complesso, l'operazione comporterebbe una più marcata concentrazione dell'offerta, con una quota *ex post* attribuibile alla nuova entità del [35-45]% a fronte di un'offerta dei terzi più frammentata. Considerando il solo segmento *merchant*, i.e. vendite all'ingrosso a terzi, non si realizzerebbe alcuna sovrapposizione di attività tra le parti in quanto la Parte l'acquirente (APAX/Gruppo TTDK) produce esclusivamente per l'autoproduzione (i.e. solo *captive*).

26. Le preoccupazioni di natura concorrenziale – in termini di effetti unilaterali – possono ritenersi mitigati dalla circostanza che le due entità non esercitavano, già pre-merger, l'un l'altra un vero vincolo competitivo a monte in ragione, in particolare, della natura interamente *captive* della produzione dell'impresa acquirente.

27. Per quanto riguarda le criticità di eventuali effetti preclusivi di natura verticale, l'operazione non appare, allo stato, idonea a modificare in misura significativa le dinamiche concorrenziali nel mercato a valle del noleggio in Italia. Nessuna delle Parti rappresentava già prima della concentrazione in esame una fonte di approvvigionamento effettiva per questi operatori; la *Target*, Ylda/Armal, unica a realizzare vendite *merchant* in Europa, non ha mai ceduto a terzi in Italia, in quanto la produzione per l'Italia era già destinata interamente intra-gruppo a Sebach³⁴.

28. I concorrenti di Sebach e di TTD Italia operano anche con un modello di *business* diverso dall'integrazione verticale rifornendosi da fonti terze. Si tratta di una domanda residuale che può continuare ad approvvigionarsi da fonti alternative pari, secondo le stime fornite, al 75-80% del fabbisogno europeo (cfr. Tavola 1). A valle, quindi, eventuali effetti verticali sarebbero mitigati dal vincolo competitivo esercitato dalla presenza di fonti *non captive* disponibili per fornitori di servizi di noleggio non verticalmente integrati. Nel segmento *merchant* una significativa disciplina competitiva sarebbe, infatti, esercitata dai bagni chimici mobili assemblati, per i quali il principale fornitore di componenti è il Gruppo Satellite³⁵; si tratta di una fonte alla quale già ricorrono i

³³ La produzione di Armal Spa ceduta a terzi, pari al [35-40]% circa, è destinata a [omissis]; risposta alla richiesta di informazioni del 30 settembre 2022.

³⁴ Le [omissis]. Quanto alle vendite *merchant* in altri paesi europei, queste sarebbero passate tra il 2019 al 2021 da [5-10] mila unità a [10-15] mila unità; cfr. Risposta alla richiesta di informazioni e integrazioni.

³⁵ Satellite è uno dei maggiori operatori a livello internazionale di bagni chimici mobili e di componenti per l'assemblaggio; nel 2021 le Parti stimano che la produzione e vendita si attestasse intorno alle [200-250] mila unità; il Gruppo dispone in Europa di un magazzino di Duisburg, e da poco anche un magazzino a Poggibonsi, in Toscana (si veda <https://www.satelliteindustries.it/>).

principali concorrenti in Italia³⁶. Secondo le Parti, anche la sostituibilità del prodotto sarebbe sufficiente a disciplinare la concorrenza a valle³⁷.

29. Sul piano della capacità competitiva di TTD Italia, in virtù dell'accordo di compravendita vincolante, la società manterrà la propria autonomia operativa in termini di disponibilità dello *stock* di bagni chimici in suo possesso, che presentano una vita residua sufficientemente lunga, e della rete distributiva³⁸. In merito all'eventuale rinnovo dell'attuale flotta³⁹ e, più in generale, alla capacità di sviluppo di TTD Italia rileva sottolineare che l'acquirente di TTD Italia risulta essere un operatore particolarmente qualificato⁴⁰, che dispone per la propria operatività di una significativa flotta e di connesse attrezzature per l'erogazione dei servizi accessori⁴¹; si tratta di un operatore non verticalmente integrato che ricorre per il proprio fabbisogno a fonti terze, [omissis]⁴².

30. Per quanto sopra detto, non si ravvisano significativi impedimenti all'accesso a fonti alternative di bagni chimici mobili per il fabbisogno eventuale di TTD Italia. Il soggetto acquirente appare idoneo a soddisfare i criteri di indipendenza dalle Parti dell'Operazione e dalle imprese a esse collegate e di possesso delle risorse finanziarie e tecniche necessarie per mantenere, e potenzialmente espandere la presenza di TTD Italia, contribuendo a rafforzare la concorrenza sul mercato interessato.

31. Con riguardo ai *container* e recinzioni, al di là delle considerazioni sopra svolte, l'operazione non appare idonea a determinare effetti restrittivi della concorrenza nei mercati interessati in ragione della posizione di mercato dell'entità post concentrazione si manterrà ben inferiore al 15% e che si tratta di attività marginali e accessorie a quelli sopra descritte.

32. Alla luce delle considerazioni che precedono, la concentrazione in esame non appare quindi idonea a ostacolare in misura significativa la concorrenza effettiva nei mercati interessati e a determinare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non ostacola, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, in misura significativa la concorrenza effettiva nei mercati interessati e non comporta la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante;

³⁶ [Omissis].

³⁷ Come riferito, TTD Italia, ad esempio, [omissis]; nel mercato a valle il *driver* competitivo è la notorietà del marchio.

³⁸ Nello specifico, secondo quanto comunicato lo *stock* di bagni chimici di TTD Italia ammontava, a fine 2021, a circa [5-10] mila unità e a [5-10] mila unità a luglio 2022; [omissis]. Lo *stock* è attualmente costituito dal modello Toi Mini, [omissis] e dal modello Tip Tap [omissis]". Per quanto riguarda gli altri prodotti e servizi necessari all'operatività di TTD Italia (come per esempio veicoli, camion e relative attrezzature, o i prodotti chimici) TTD Italia si approvvigionava da fornitori terzi, cosicché l'uscita dal perimetro di controllo del Gruppo TTDK non avrà un impatto negativo avuto riguardo alla sua capacità di TTD Italia di reperire tali beni o servizi dal mercato. [Omissis].

³⁹ Cfr. Accordo di compravendita vincolate Allegato A, [omissis].

⁴⁰ Secondo quanto comunicato, l'acquirente di TTD Italia è un operatore altamente qualificato nel settore dei bagni chimici mobili; si tratta, infatti, di un importante operatore europeo nel settore del noleggio dei bagni chimici mobili e *container* sanitari in Francia ed ha, inoltre, sviluppato una presenza anche in Spagna, Portogallo, Belgio e Lussemburgo. L'acquisizione di TTD Italia è volta ad espandere il *business* anche all'Italia.

⁴¹ [Omissis].

⁴² [Omissis].

DELIBERA

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Guido Stazi

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

C12477 - CEREAL DOCKS/ITAL GREEN OIL*Provvedimento n. 30354*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 25 ottobre 2022;

SENTITO il Relatore, Professor Michele Ainis;

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 effettuata dalla società Cereal Docks S.p.A., pervenuta in data 8 agosto 2022;

VISTA la propria richiesta di informazioni, inviata in data 6 settembre 2022, 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 Cereal Docks S.p.A., pervenute in data 26 settembre 2022 e integrate in data 12 ottobre 2022;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Cereal Docks S.p.A. (di seguito anche CD) è la società che controlla l'omonimo gruppo, prevalentemente attivo nel commercio e nella trasformazione di semi oleosi, tra i quali, in particolare, soia, girasole e colza. CD è controllata indirettamente dalla società Mantegna Holding S.p.A., a sua volta controllata da persone fisiche. Nel 2021¹, il Gruppo Cereal Docks ha realizzato un fatturato di circa 1 miliardo, di cui circa [700-1000]* milioni di euro in Italia.

2. Ital Green Oil S.r.l. (di seguito anche IGO) è una società prevalentemente attiva nella trasformazione di semi di soia in farine, oli e lecitine. Il capitale sociale di IGO è detenuto interamente da Casa Olearia Italiana S.p.A., società indirettamente controllata da una persona fisica. Nel 2021, IGO ha realizzato un fatturato di circa [100-517] milioni di euro, di cui circa [31-100] milioni di euro in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'Operazione notificata consiste nell'acquisto del controllo esclusivo su IGO da parte di CD e si realizzerà mediante l'acquisto della totalità delle quote di IGO (attualmente detenute da Casa Olearia Italiana S.p.A.) da parte di CD.

¹ L'esercizio finanziario del Gruppo Cereal Docks inizia l'1 settembre di ogni anno e si chiude il successivo 31 agosto.

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

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

4. L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/90. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della legge citata, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 517 milioni di euro e il fatturato realizzato individualmente a livello nazionale da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 31 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE

IV.1 I mercati rilevanti

5. In considerazione dell'attività svolta dalle Parti, i mercati interessati dalla presente operazione sono quelli della trasformazione dei semi oleosi in: farine (prevalentemente destinate al settore zootecnico), oli grezzi e raffinati (prevalentemente destinati al settore alimentare e alla produzione di biodiesel e di energia) e lecitine (prevalentemente utilizzate nei settori alimentare, cosmetico e chimico). In particolare, le sovrapposizioni orizzontali delle attività svolte dalle parti si verificano nella produzione e commercializzazione dei derivati della soia.

Il mercato delle farine di soia

6. Le farine di soia si ottengono dall'attività di trasformazione dei semi di soia e sono prevalentemente destinate al settore zootecnico.

7. Sotto il profilo merceologico, l'Autorità ha, in un proprio precedente, individuato un mercato rilevante delle sole farine da estrazione di semi di soia². La Commissione ha invece considerato, in passato, un mercato rilevante costituito dall'insieme degli ingredienti dei mangimi diversi dai grani (NGFI – *Non Grain Feed Ingredients*), comprensivi di tutte le farine di semi oleosi³, mentre, più di recente, ha lasciato aperta la definizione del mercato, ritenendo che alcuni indicatori deponessero per l'individuazione di un distinto mercato rilevante ricomprendente solo le farine di soia⁴.

8. La Parte Notificante ritiene che le farine di soia possano rientrare in un più ampio mercato ricomprendente tutte le farine di semi oleosi (soia, girasole e colza), essendo esse pienamente sostituibili l'una con l'altra. Infatti, dal punto di vista della domanda, i clienti (prevalentemente commercianti e produttori di mangimi animali) utilizzerebbero le diverse farine di semi oleosi a seconda del contenuto proteico da apportare al mangime, adattando la ricetta a seconda della disponibilità di un prodotto piuttosto che di un altro e del suo prezzo. Dal punto di vista dell'offerta, inoltre, gli impianti per trattare i tre tipi di farina sarebbero gli stessi, richiedendo solo minimi adattamenti al processo produttivo.

² Prov. n. 22219 del 16 marzo 2011, C10959 - CEREAL DOCKS/RAMO DI AZIENDA DI BUNGE ITALIA.

³ Cfr., ad esempio, M.7854 Agravis / Wilmar International / H Bögel, Dec Commissione del 30 giugno 2016, e M.6383 Cargill / Korofrance, Dec. Commissione del 16 novembre 2011.

⁴ Caso M.8199 - BUNGE/EUROPEAN OILSEED PROCESSING FACILITIES, Dec. Commissione del 6 febbraio 2017.

9. Sotto il profilo geografico, l'Autorità ha ritenuto, nel proprio precedente del 2011⁵, che, coerentemente con l'orientamento della Commissione sino a quel momento⁶, il mercato geografico rilevante delle farine di estrazione da semi di soia potesse ritenersi, quanto meno, di dimensione europea. Ciò in quanto: *i*) i prezzi dei prodotti sono sostanzialmente determinati nei mercati internazionali delle *commodity*; *ii*) non vi sono barriere all'entrata; *iii*) la domanda interna di farine di soia è soddisfatta, in larga parte, dalle importazioni.

10. La Commissione europea, pur avendo in precedenza identificato un mercato geografico delle farine di soia di dimensione europea, più di recente⁷ ne ha ipotizzato anche la dimensione nazionale, pur lasciandone aperta la precisa delimitazione. E ciò in ragione del fatto che un certo numero di acquirenti di farina di soia aveva identificato l'eccessiva distanza dei rifornimenti come un vincolo alla produzione, essendo la propria capacità di stoccaggio limitata e le necessità di consegna frequenti.

11. La Parte Notificante ritiene che vi siano numerosi elementi che deporrebbero a favore di una dimensione quantomeno europea del mercato delle farine di semi oleosi (o di un supposto mercato delle farine di soia). Essa, in particolare, ha evidenziato quanto segue: *i*) i prezzi delle farine sono legati all'andamento delle borse merci internazionali (ad es. la borsa di Chicago per i semi di soia); *ii*) si tratta di prodotti omogenei e fungibili nelle caratteristiche qualitative e nei processi produttivi; *iii*) i mercati nazionali sono caratterizzati da assenza di barriere all'entrata, elevata presenza di operatori attivi su scala mondiale e forte incidenza del commercio internazionale.

Oli grezzi di soia

12. Anche gli oli grezzi di soia si ottengono dall'attività di trasformazione della soia. Essi possono essere sia venduti a produttori di mangimi per animali che raffinati per essere destinati al settore alimentare o utilizzati nella produzione di biodiesel e di energia.

13. Sotto il profilo merceologico, l'Autorità ha in passato individuato un mercato degli oli grezzi di soia distinto da quello degli oli grezzi derivanti da altri semi oleosi.⁸ Più di recente, la Commissione ha invece lasciato aperta la possibilità di segmentare il più ampio mercato degli oli grezzi di semi oleosi per individuare un autonomo mercato degli oli grezzi di soia⁹.

14. Sotto il profilo geografico, il mercato rilevante è stato ritenuto di dimensione quantomeno europea dall'Autorità, mentre la Commissione, in alcuni casi, pur in presenza di un'incidenza del commercio internazionale del prodotto molto elevata, ha preferito lasciare aperta la definizione del mercato, non escludendone una definizione circoscritta ai soli confini nazionali¹⁰.

15. La Parte Notificante ritiene, come per le farine, che gli oli grezzi di soia siano pienamente sostituibili con gli oli grezzi di girasole e di colza, i cui prezzi risulterebbero omogenei e strettamente

⁵ C10959, cit..

⁶ Cfr. M.1348 – ARCHER DANIELS MIDLAND COMPANY/ALFRED C. TOEPFER INTERNATIONAL e GMBH/INTRADE N.V., M.2886 – BUNGE/CEREOL

⁷ Caso M.8199, cit..

⁸ Provvedimento AGCM n. 22219 del 16 marzo 2011, Caso C10959 - CEREAL DOCKS/RAMO DI AZIENDA DI BUNGE ITALIA.

⁹ Caso M.8199, cit..

¹⁰ M.3039 Soprol / Cereol-Lesieur, Decisione Commissione del 30 gennaio 2003, e M.8199, cit..

correlati. Inoltre, sotto il profilo geografico, la dimensione del mercato sarebbe quantomeno europea, per le medesime ragioni già evidenziate con riferimento alle farine, tra le quali la forte incidenza del commercio internazionale. In particolare, le esportazioni di olio di soia (senza possibilità di distinguere tra oli grezzi e raffinati) rappresentano circa il 70% circa delle vendite complessive di tali prodotti in Italia e la stessa CD esporta oltre la metà della propria produzione di olio grezzo di soia in Paesi come Svizzera, Spagna, Stati Uniti, Slovenia e Austria.

Oli raffinati di soia

16. Gli oli di soia (e di altri semi oleosi) raffinati sono ottenuti da un processo di trasformazione degli oli grezzi. L'attività di raffinazione può essere svolta sia da imprese specializzate in tale tipo di produzione sia da imprese verticalmente integrate che si occupano anche della fase di trasformazione dei semi oleosi e di produzione degli oli grezzi. Una volta raffinati, gli oli sono edibili¹¹ e vengono prevalentemente utilizzati in diversi ambiti del settore agroalimentare (dolciario, prodotti da forno, sottoli, friggitoria, ecc.). In considerazione dell'attività svolta dalle Parti, il mercato interessato dall'operazione riguarda la vendita all'ingrosso degli oli raffinati sfusi.

17. Nell'ambito degli oli di semi raffinati, la Commissione europea ha effettuato una prima distinzione tra oli sfusi e oli imbottigliati, prendendo in considerazione anche ulteriori, possibili segmentazioni (tra cui quella per tipo di seme utilizzato), sulle quali ha però lasciato aperta la possibilità di altrettante suddivisioni del mercato rilevante. Anche sotto il profilo geografico, la Commissione ha lasciato aperta la definizione di mercato, considerando che questo possa essere di dimensione europea o di suoi sottoinsiemi, comprensivi di diversi Stati membri confinanti¹².

18. La Parte Notificante ritiene che non vi siano ragioni per segmentare la vendita di oli raffinati in ulteriori mercati rilevanti sulla base della tipologia di seme trasformato, in quanto i clienti selezionerebbero la tipologia degli oli da acquistare in base alle disponibilità e ai prezzi, a prescindere dalla tipologia del seme di provenienza dell'olio grezzo. Non vi sarebbero ragioni, inoltre, per considerare una dimensione del mercato inferiore a quella europea, in considerazione dell'omogeneità del prodotto e della rilevanza del commercio internazionale.

Lecitine

19. L'Autorità non ha mai avuto occasione di definire i mercati relativi alla vendita di lecitina di soia, o di altri tipi di lecitine. La Commissione europea ha invece sottolineato come, sotto il profilo merceologico, le lecitine provenienti dalla trasformazione di differenti tipi di semi oleosi siano tra loro sostituibili sia dal lato della domanda che dal lato dell'offerta, pur lasciando aperta una più precisa definizione del mercato¹³. Sotto il profilo geografico, la Commissione ha più volte affermato che il mercato della lecitina di soia e/o derivante da altri tipi di semi oleosi può essere considerato di dimensione quanto meno europea, pur non avendone definito con precisione i confini¹⁴.

¹¹ Sono esclusi dal mercato rilevante i c.d. Oli Vegetali Puri (OVP), destinati al settore energetico e non sostituibili con gli oli raffinati edibili. In merito a tali prodotti, le Parti svolgono un'attività di produzione e commercializzazione che incide complessivamente in misura poco rilevante (5-10%) rispetto ai volumi complessivi di OVP/bioliquidi utilizzati in Italia.

¹² Caso M.8199, cit..

¹³ Decisione della Commissione europea del 20 settembre 2002, Caso M.2886 - BUNGE/CEREOL.

¹⁴ M.2886 - BUNGE/CEREOL, cit. e IV/M. 941 - ADM/ACATOS & HUTCHESON/SOYA MAINZ, Dec CE 11 agosto 1997.

20. Vale comunque sottolineare come, in nessun caso, la Commissione abbia ipotizzato per la lecitina di soia una segmentazione del mercato di livello nazionale. Ciò in ragione della scarsa differenza nei prezzi e nelle caratteristiche del prodotto tra i vari Paesi dell'Unione e, soprattutto, della grande rilevanza del commercio infra-comunitario e dei flussi commerciali tra Europa e Americhe. Al riguardo, la Commissione ha anche osservato come uno dei principali operatori europei nel mercato delle lecitine di soia - la multinazionale Bunge¹⁵ - al momento della valutazione, operasse in Europa esclusivamente mediante i propri impianti produttivi localizzati in Sud America.

21. La Parte notificante ritiene che il mercato rilevante per la presente operazione sia quello delle lecitine di semi oleosi, con una dimensione geografica estesa, quanto meno, al territorio europeo. A dimostrazione di una dimensione del mercato marcatamente sovranazionale, la Parte ha osservato, tra l'altro, come circa il 60% delle lecitine di semi oleosi consumate nell'Unione Europea siano importate da Paesi terzi. Inoltre, a livello nazionale, le importazioni e le esportazioni di lecitina di soia rappresentano, rispettivamente, il 114% circa e il 90% circa delle vendite in Italia¹⁶.

Conclusioni sui mercati rilevanti

22. Nella presente valutazione, in assenza di una prassi decisionale consolidata in relazione alla sostituibilità esistente tra i prodotti ottenuti a partire dalla trasformazione della soia (farine, oli – grezzi e raffinati – e lecitine) e i corrispondenti prodotti ottenuti dalla trasformazione di altri semi oleosi (colza e girasole), si ritiene opportuno, prudenzialmente, lasciare aperta la definizione merceologica dei mercati rilevanti. La valutazione sarà pertanto effettuata, in prima battuta, nell'ipotesi più restrittiva, rappresentata da mercati circoscritti, rispettivamente, a: farina di soia, oli grezzi di soia, oli raffinati di soia e lecitina di soia.

23. La presenza di prodotti che presentano un certo grado di sostituibilità con quelli derivanti dalla soia (farine, oli e lecitine derivanti da altri semi oleosi) sarà comunque tenuta in considerazione come elemento di possibile pressione concorrenziale, anche di tipo esterno, sui mercati interessati dall'operazione.

24. Sotto il profilo geografico, con specifico riferimento ai prodotti per i quali i precedenti dell'Autorità e della Commissione non forniscono un orientamento consolidato (e cioè farina e oli di soia), pur ritenendo assai probabile che la competizione tra operatori si svolga in un ambito sovranazionale, gli effetti dell'operazione saranno analizzati prendendo in considerazione sia l'ipotesi di un mercato europeo sia quella, più restrittiva, di un mercato rilevante circoscritto ai soli prodotti commercializzati sul territorio nazionale.

25. Per quanto riguarda, invece, la lecitina di soia - prodotto caratterizzato da un'incidenza del commercio internazionale particolarmente elevata, e per il quale la Commissione non ha mai preso neanche in considerazione l'ipotesi di una dimensione del mercato ristretta ai soli confini nazionali - si ritiene che la valutazione possa essere correttamente effettuata in un ambito geografico esteso, quanto meno, al territorio europeo.

¹⁵ Divenuto poi, proprio a seguito dell'operazione di concentrazione M.2886 - BUNGE/CEREOL il principale operatore europeo, con una quota di mercato compresa, a livello europeo, tra il 30% e il 40%.

¹⁶ Il livello particolarmente elevato delle importazioni nazionali è anche dovuto alle elevate quantità di prodotto acquistato da Paesi terzi, in particolare l'India, che vengono re-indirizzate verso altri Paesi terzi

VI.2 Gli effetti dell'operazione

26. Le quote detenute dalle Parti a livello europeo e a livello nazionale nei mercati merceologici sopra identificati sono indicate nella tabella n.1.

Tab. 1 – Quote di mercato delle Parti – 2020 e 2021¹⁷

	Europa			Italia		
	CD	IGO	CD+IGO	CD	IGO	CD+IGO
Farine di soia	[1-5]%	[<1]%	[1-5]%	[20-25]%	[1-5]%	[25-30]%
Oli grezzi di soia	[5-10]%	[1-5]%	[5-10]%	[30-35]%	[1-5]%	[35-40]%
Oli raffin. sfusi di soia	[1-5] %	[1-5]	[5-10]%	[20-25]%	[<1]%	[20-25]% ¹⁸
Lecitine di semi oleosi	[5-10]%	[<1]%	[5-10]%	[55-60]%	[5-10]%	[60-65]%

Fonte: comunicazione delle Parti

Farine di soia

27. Nel mercato della farina di soia, la nuova entità post merger raggiungerebbe una quota inferiore al [1-5]%, a livello europeo, e pari al [25-30]%, a livello nazionale. Secondo quanto indicato dalle Parti, anche a livello nazionale, sono presenti altri importanti e qualificati operatori, quali Bunge, leader a livello mondiale nella lavorazione di semi oleosi, con una quota di mercato compresa tra il 20% e il 30%, Cofco (15-20%), Viterra (10-15%), Oleificio San Giorgio (5-10%), CG (5-10%), Cargill (3-8%).

28. Vale considerare, inoltre, che i clienti delle Parti sul territorio nazionale sono primari operatori del settore agroalimentare¹⁹, in grado di esercitare un notevole contropotere contrattuale e che, in un'ottica di diversificazione delle fonti di approvvigionamento, già oggi si riforniscono da diversi fornitori e da diversi Paesi. Nel 2021, in particolare, il 48% del mercato italiano di farina di soia risultava alimentato dalle importazioni.

29. Infine, in un ipotetico mercato merceologico circoscritto alle sole farine di soia, deve anche tenersi conto della pressione concorrenziale esterna derivante dai mercati contigui delle farine derivanti da altri semi oleosi, che presentano un certo grado di sostituibilità con la farina di soia, anche sotto il profilo dell'offerta. A tale riguardo, si osserva che, nell'intero settore delle farine di semi oleosi (comprensivo delle farine di colza e di girasole), le parti detengono una quota congiunta significativamente più bassa e pari, a livello nazionale, al [20-25]%.

¹⁷ Le quote degli oli, sia grezzi che raffinati, sono riferite al 2020, in quanto le Parti ritengono che tale anno sia più indicativo e rappresentativo della propria posizione di mercato. Nel 2021, infatti, si è verificata un'improvvisa, forte riduzione della domanda interna, presumibilmente dovuta a fattori contingenti, che ha influito sulla struttura di mercato, a conferma, peraltro, di una elevata fluidità della stessa.

¹⁸ La quota congiunta non coincide perfettamente con la somma delle quote delle Parti, essendosi verificate, nel 2020, alcune transazioni "infragruppo" tra le Parti stesse, che sono state scorporate per evitarne un doppio conteggio.

¹⁹ Tra questi, ad esempio, [omissis].

Oli grezzi di soia

30. Nel mercato degli oli grezzi di soia, la nuova entità post merger raggiungerebbe una quota inferiore al [5-10]%, a livello europeo, e pari al [20-25]% circa, a livello nazionale, con una variazione rispetto alla quota già precedentemente detenuta da CD piuttosto limitata, pari al [1-5]%. Sia a livello europeo che a livello nazionale sono attivi altri importanti e qualificati operatori, quali Bunge, con una quota di mercato anche superiore a quella del nuovo operatore (30-35%) e Oleificio San Giorgio (5-15%).

31. Anche in questo caso, i clienti delle Parti sono grandi operatori nazionali in grado di esercitare un notevole contropotere contrattuale²⁰, che, già oggi, diversificano i propri fornitori in un'ottica di minimizzazione dei rischi. Inoltre, trattandosi di un prodotto altamente standardizzato, i cui prezzi sono fortemente influenzati dalle quotazioni della materia prima sulle borse internazionali, esso è caratterizzato da una forte incidenza degli scambi commerciali, facendo sì che le dinamiche competitive nazionali siano necessariamente influenzate dall'andamento dei mercati esteri. In particolare, le esportazioni di oli di soia ammontano a circa il 70% delle vendite nazionali.

32. Infine, il mercato degli oli grezzi di soia, ove considerato come distinto dagli oli grezzi di altri semi (quali colza o girasole) risente in qualche misura della pressione concorrenziale esterna esercitata da tali mercati contigui. Nell'intero settore degli oli grezzi di semi, le Parti detengono infatti, a livello nazionale, una quota inferiore al [5-10]%

Oli raffinati di soia

33. Nel mercato degli oli raffinati di soia, la nuova entità post merger raggiungerebbe una quota inferiore al [5-10]% a livello europeo e pari al [20-25]% circa a livello nazionale. L'incremento di quota di mercato dovuto alla concentrazione è, peraltro, di entità del tutto trascurabile.

34. Sia a livello europeo che a livello nazionale sono attivi altri importanti e qualificati operatori, tra i quali, anche in questo caso, la multinazionale Bunge, con una quota di mercato superiore a quella del nuovo operatore (30-35%).

Lecitina di soia

35. Nel mercato europeo della lecitina di soia, la nuova entità post merger raggiungerebbe una quota di mercato inferiore al [5-10]%. Nel medesimo mercato, sono presenti numerosi e qualificati concorrenti quali Bunge (5-10%), Cargill (5-10%), oltre che importatori extra-europei quali Wilmar (5-10%), Imcopa (5-10%), Vippy (0-5%) e Ruchy (0-5%).

36. Anche nel segmento italiano del mercato della lecitina di soia, ove il nuovo operatore acquisirebbe una quota pari al [60-65]%, sono presenti gli stessi operatori internazionali attivi a livello europeo, con quote che, secondo la stima delle Parti sono le stesse detenute nel complessivo mercato europeo.

37. Gli importatori/rivenditori e le imprese extra-europee costituiscono, anche nel solo segmento di mercato rappresentato dal territorio italiano, un forte vincolo concorrenziale per le Parti, anche in considerazione dell'estrema facilità di trasporto del prodotto e della elevata incidenza del commercio estero. Al riguardo, le Parti hanno evidenziato ad esempio come, a seguito della recente crisi economica causata dal conflitto armato in corso in Ucraina, alcuni impianti di trasformazione di

²⁰ Tra questi, [omissis].

semi oleosi localizzati in Italia abbiano interrotto la propria attività – *[omissis]* – determinando, a parità di domanda, un forte incremento delle importazioni.

38. Infine, anche gli acquirenti di lecitina di soia dalle Parti sono grandi operatori attivi su scala internazionale, in grado di esercitare un notevole contropotere contrattuale e di sostituire, in qualsiasi momento, i propri fornitori. Si tratta, in particolare, di operatori come *[omissis]*. Secondo quanto sostenuto dalle Parti, tali clienti, già oggi, diversificano le proprie fonti di approvvigionamento rivolgendosi a più fornitori, italiani e esteri.

39. Alla luce delle considerazioni che precedono, la concentrazione in esame non appare idonea a ostacolare in misura significativa la concorrenza effettiva nei mercati interessati e a determinare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non ostacola, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, in misura significativa la concorrenza effettiva nei mercati interessati e non comporta la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante;

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

C12498 - VEZZOLA-CALCESTRUZZI/CONCRETE ITALIA*Provvedimento n. 30358*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 2 novembre 2022;

SENTITO il Relatore, Professor Michele Ainis;

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 Calcestruzzi S.p.A. e Vezzola S.p.A.;
pervenuta il 5 ottobre 2022;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Vezzola S.p.A. ("Vezzola") è una società attiva nella escavazione e commercio di ghiaia e sabbia, la produzione e il commercio di calcestruzzo preconfezionato, leganti idraulici, conglomerati bituminosi e di materiali per l'edilizia, l'esecuzione di movimenti e di lavori di terra. Il fatturato mondiale di Vezzola nel 2021 è stato pari a circa [31-100]* milioni di euro, di cui [31-100] realizzati in Italia.

2. Calcestruzzi S.p.A. ("Calcestruzzi") è una società attiva nella produzione e commercializzazione di calcestruzzo e inerti per l'industria delle costruzioni. Calcestruzzi è controllata al 100% da Italcementi S.p.A., il cui capitale è interamente detenuto da HeidelbergCement France SAS, che fa parte del gruppo multinazionale HeidelbergCement AG. HeidelbergCement AG ha realizzato, nel 2021, un fatturato mondiale pari 18,7 miliardi di euro. Nel 2021 Italcementi ha realizzato in Italia un fatturato pari a circa [501-700] milioni di euro.

3. Concrete Italia S.r.l. ("CI") è una società attiva nella produzione e commercializzazione di calcestruzzo per l'industria delle costruzioni. CI risulta attualmente controllata in via esclusiva da Calcestruzzi, in ragione della propria partecipazione al 51% del capitale della società. Il restante 49% di CI è invece detenuto da Vezzola. In particolare, CI gestisce tramite contratti di affitto impianti per la produzione e vendita di calcestruzzo di proprietà dei propri soci Calcestruzzi e Vezzola, localizzati nelle province di Bergamo, Brescia, Mantova e Verona. Nel 2021, CI ha realizzato un fatturato mondiale pari a circa [10-31] milioni di euro, di cui [10-31] realizzati in Italia.

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

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

4. La comunicazione in esame riguarda l'acquisizione da parte di Vezzola, attualmente socio di minoranza di CI con una quota del 49%, del controllo congiunto di tale società, unitamente a Calcestruzzi. Tale acquisizione del controllo congiunto non avviene attraverso un aumento del capitale sociale di CI detenuto da Vezzola, ma in ragione della sottoscrizione di un Patto Parasociale che fa esplicito riferimento al passaggio a una situazione di controllo congiunto. *[Omissis]*¹. *[Omissis]*.

5. Le Parti hanno contestualmente previsto, all'interno del medesimo Patto Parasociale, un reciproco obbligo di non concorrenza nei mercati rilevanti (del prodotto e geografici) in cui opera CI, della durata di 5 anni.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

6. L'Operazione comunicata costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera c), della legge n. 287/90, in quanto comporta l'acquisizione del controllo congiunto di un'impresa e con essa la costituzione di un'impresa comune a pieno titolo.

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento (CE) n. 139/04², 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 517 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.

7. L'obbligo di non concorrenza descritto in precedenza può essere considerato una restrizione connessa all'operazione, per il periodo corrispondente alla durata dell'impresa comune³.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

I mercati rilevanti e gli effetti dell'operazione

8. In considerazione dell'operatività delle società interessate dall'Operazione, quest'ultima è idonea a determinare sovrapposizioni di tipo orizzontale unicamente nel mercato della produzione e commercializzazione di calcestruzzo.

9. Il calcestruzzo è un prodotto semilavorato, utilizzato prevalentemente nel settore edilizio, ottenuto miscelando opportunamente cemento, materiali inerti (sabbia, ghiaia), acqua ed eventuali additivi.

10. Dal punto di vista geografico, in ragione della limitata trasportabilità e della rapida deperibilità del prodotto (dovuta a tempi di solidificazione piuttosto brevi), il mercato rilevante del calcestruzzo ha una estensione di tipo locale, individuabile, in base ai precedenti dell'Autorità, tramite *catchment*

¹ *[Omissis]*.

² L'Operazione non presenta dimensione comunitaria in quanto entrambe le imprese interessate hanno realizzato in Italia oltre i due terzi del proprio fatturato totale nell'Unione Europea.

³ Cfr. Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (2005/C 56/03), §36.

area tracciabili adoperando un raggio di 30 km attorno a ciascun impianto⁴. Va altresì rilevato che nel settore del calcestruzzo è ipotizzabile la sovrapposizione tra i bacini di utenza dei singoli impianti di produzione, con un effetto di omogeneizzazione delle condizioni di concorrenza in un'area geografica più ampia.

11. Gli impianti gestiti da CI sono localizzati nelle località di Brescia, Capriolo (BS), Cavriana (MN), Mantova, Acquafredda (BS), Ponti sul Mincio (MN), Manerba (BS), Lonato del Garda (BS), Sabbio Chiese (BS) e due distinti impianti a Montichiari (BS). Considerata la ridotta distanza e la continuità tra tali località – e quindi la notevole sovrapposizione tra i relativi bacini di utenza - le Parti, seguendo i precedenti dell'Autorità⁵, hanno fornito una stima degli effetti della concentrazione in tre distinte aree locali, tracciate attorno ad alcuni impianti situati in posizione “baricentrica” o comunque rappresentativa rispetto agli impianti limitrofi interessati dall'operazione, denominate Capriolo, Mantova e Montichiari-Sabbio Chiese-Ponti sul Mincio.

12. Tra le aree così individuate, i soci di CI risultano entrambi assenti sia nel bacino di Mantova che in quello di Montichiari-Sabbio Chiese-Ponti sul Mincio.⁶ Relativamente all'area di Capriolo, la sovrapposizione tra le Parti riguarda unicamente un impianto di Calcestruzzi che non rientra nel perimetro di quelli gestiti da CI. Si osserva, inoltre, che in tale area la posizione congiunta delle Parti risulta molto contenuta e pari a circa il [5-10%] del mercato⁷. Le Parti hanno altresì dichiarato che l'impianto di Calcestruzzi non rientra nell'attività di CI, ma all'interno dell'area di Capriolo è destinato a servire una clientela strettamente locale e che, dal canto suo, Vezzola non detiene impianti attualmente attivi nella produzione e commercializzazione di calcestruzzo.

13. La esiguità delle sovrapposizioni orizzontali e la limitata presenza delle imprese madri di CI nei mercati locali interessati consentono inoltre di ritenere implausibili anche eventuali effetti restrittivi di natura verticale, ipoteticamente derivanti, ad esempio, alla attività di Italcementi, società che a sua volta controlla Calcestruzzi, nel mercato a monte della produzione e commercializzazione del cemento.

14. Inoltre, in considerazione della natura e della operatività delle imprese madri, le cui attività principali riguardano settori distinti e che hanno caratteristiche dimensionali e operatività geografica molto diversa da quella dell'impresa comune CI, si osserva che la operazione non appare idonea a determinare effetti di natura coordinata.

15. Alla luce delle considerazioni che precedono, la concentrazione in esame non appare quindi idonea a ostacolare in misura significativa la concorrenza effettiva nei mercati interessati e a determinare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non ostacola, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, in misura significativa la concorrenza effettiva nei mercati interessati e non comporta la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante;

⁴ Cfr. provv. n. 20672 del 13 gennaio 2010, C10387 - Calcestruzzi/Ramo di Azienda di Best Beton, provv. n. 26515 del 30 marzo 2017, C12090 – Holcim Aggregati Calcestruzzi-Colabeton/Conferimento di rami di azienda a Cava di Cusago.

⁵ Cfr. C12090 – Holcim Aggregati Calcestruzzi-Colabeton/Conferimento di rami di azienda a Cava di Cusago.

⁶ In tali aree, inoltre, CI detiene a sua volta quote di mercato limitate, pari a circa il [5-10%] nell'area di Mantova e a circa il [15-20%] in quella di Montichiari-Sabbio Chiese-Ponti sul Mincio.

⁷ Essendo il calcestruzzo un prodotto fortemente omogeneo – e in ragione della disponibilità di dati – le Parti hanno calcolato le proprie quote di mercato in termini di volumi e non di valori.

RITENUTO, altresì, che le pattuizioni tra le Parti che accompagnano l'operazione possono essere considerate accessorie alla operazione stessa nei soli limiti sopra indicati e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove sussistano i presupposti, le suddette pattuizioni ove si realizzino oltre tali limiti;

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Guido Stazi

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

AS1865 - COMUNE DI CARIFE (AV) - ACQUISTO DI QUOTE SOCIETARIE DI ASMEA SRL

Roma, 25 luglio 2022

Comune di Carife

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella sua adunanza del 19 luglio 2022, ai sensi dell'articolo 21-*bis* della legge 10 ottobre 1990, n. 287, così come introdotto dal decreto legge 6 dicembre 2011, n. 201, ha deliberato di esprimere il proprio parere relativamente al contenuto della deliberazione del Consiglio Comunale del Comune di Carife pervenuta all'Autorità il 5 luglio 2022 e relativa all'acquisto di quote societarie di Asmea S.r.l.¹.

Risulta dalla predetta deliberazione che, nell'ambito di un aumento di capitale, il Comune abbia autorizzato l'acquisto di una partecipazione nella società Asmea S.r.l. per l'affidamento *in house* del servizio di gestione, riqualificazione e valorizzazione del proprio patrimonio. L'aumento di capitale della società Asmea S.r.l. è destinato esclusivamente all'adesione degli enti pubblici, soci degli enti fondatori, in misura corrispondente al numero dei residenti per 0,60 euro ed arrotondato alla unità di euro superiore.

La società Asmea S.r.l. è stata costituita dalla Asmel Consortile soc. cons. arl. e dalla associazione Asmel (Associazione per la Sussidiarietà e la Modernizzazione degli Enti Locali). L'oggetto sociale di Asmea S.r.l., ai sensi dell'art. 4 dello Statuto, consiste nelle attività finalizzate alla: *“gestione, riqualificazione e valorizzazione del patrimonio in particolare degli Enti Soci. Detti obiettivi potranno essere perseguiti anche attraverso demolizione e ricostruzione, ristrutturazione totale e parziale, riqualificazione strutturale, sismica, energetica, integrazione di fonti rinnovabili, installazione di sistemi intelligenti di telecontrollo, regolazione, monitoraggio e ottimizzazione dei consumi energetici e delle emissioni inquinanti ...”* ed ancora la società: *“potrà intervenire in tutto quanto attiene al patrimonio immateriale degli enti territoriali, ossia l'ambiente. A tal fine, a titolo esemplificativo e non esaustivo realizzare e/o gestire impianti energetici quali: eolico, fotovoltaico, da biomasse e altre fonti energetiche”*. E' inoltre previsto che l'80% del fatturato della società sarà

¹ La deliberazione è stata comunicata ai sensi dell'art. 5, comma 3, del d.lgs. 19 agosto 2016 n. 175 (Testo Unico in materia di società a partecipazione pubblica, anche “TUSPP”).

realizzato nello svolgimento dei compiti a essa affidati dall'ente pubblico o dagli enti pubblici soci. Quanto all'assetto organizzativo della società, è previsto all'art. 19 dello Statuto che *“i soci cui è demandato l'esercizio del controllo analogo, potranno concludere appositi patti parasociali”* e all'articolo 20 che *“i componenti dell'organo amministrativo possono anche essere non soci”*.

A sostegno dell'operazione in esame, il Comune di Carife riferisce che *“ritiene opportuno mantenere il controllo sulla gestione del proprio patrimonio immobiliare attraverso una società pubblica sulla quale esercita il controllo analogo (in house) ed evidenzia come “la partecipazione del Comune di Carife alla società Asmea S.r.l. sia strettamente necessaria per il perseguimento delle finalità istituzionali dell'Ente ai sensi dell'art. 4 del D.Lgs. 175/2016” in quanto “la società Asmea S.r.l. persegue la finalità di fornire agli Enti soci servizi, attività e iniziative atte a promuovere e sostenere il servizio di gestione, riqualificazione e valorizzazione del patrimonio come previsto dall'art.4 comma 3 del D.Lgs. 175/2016”*. Ancora, il Comune precisa che *“la partecipazione in Asmea S.r.l. consentirebbe a costi estremamente ridotti di dotare l'Ente delle risorse necessarie per garantire i servizi e le attività di gestione, riqualificazione e valorizzazione del patrimonio immobiliare comunale”*.

La menzionata deliberazione non individua nel dettaglio i beni immobili oggetto di conferimento e, dunque, di valorizzazione.

Tanto premesso, si osserva che oltre il 70% del capitale sociale di Asmea S.r.l. risulta detenuto da Asmel Consortile soc. cons. arl. rispetto alla quale l'Autorità si è già pronunciata nell'ambito di pareri ex art. 21- bis nei quali, tra l'altro, ne esclude la natura di società *in house*, stante la non conformità delle previsioni statutarie a quanto previsto dall'art. 2, comma 1, lett. c) del TUSP in materia di controllo analogo². Ne discende, a cascata, che anche la società Asmea S.r.l. non può essere considerata una società *in house*. D'altra parte, le summenzionate norme statutarie sull'assetto organizzativo di Asmea S.r.l. non forniscono idonee garanzie in termini di controllo analogo, rimandando a futuri patti parasociali la gestione condivisa della società e prevedendo che nel consiglio di amministrazione possano esservi anche non soci. Sotto tale profilo, dunque, è senz'altro carente la motivazione adottata dal Comune di Carife a fondamento dell'operazione di acquisizione, riconducibile alla opportunità di mantenere il controllo sul proprio patrimonio immobiliare.

Si osserva, in proposito, che il D.lgs. 19 agosto 2016 n. 175 (Testo Unico in materia di società a partecipazione pubblica, anche “TUSPP”) all'art. 4 comma 3 prevede che: *“al solo fine di ottimizzare e valorizzare l'utilizzo di beni immobili facenti parte del proprio patrimonio, le amministrazioni pubbliche possono, altresì, anche in deroga al comma 1, acquisire partecipazioni in società aventi per oggetto sociale esclusivo la valorizzazione del patrimonio delle amministrazioni stesse, tramite il conferimento di beni immobili allo scopo di realizzare un investimento secondo criteri propri di un qualsiasi operatore di mercato”*.

Sul punto, è intervenuta anche la Corte dei Conti dell'Emilia Romagna mediante la Delibera 1/2021, la quale ha distinto due ipotesi per la valorizzazione del patrimonio pubblico, ossia la costituzione di una società mista *ex novo* e la partecipazione ad una società preesistente. Qualora l'amministrazione intenda procedere alla costituzione *ex novo* di una società mista sarà necessaria l'indizione di una gara a doppio oggetto per la scelta del socio privato e per l'affidamento diretto del servizio alla istituenda società, mentre nel caso di acquisizione di una partecipazione in una società

² Cfr. I pareri AS1790, in Boll. 39/2021; AS1829, in Boll. 16/22; AS1844, in Boll. 23/22

privata già operativa, sussisterà in capo all'amministrazione un obbligo di motivazione analitica delle ragioni di pubblico interesse sottese alla propria determinazione: *"l'Amministrazione dovrà dare conto, infatti, ai sensi dell'art.5 del TUSP dello scopo perseguito dalla società cui intende partecipare e motivare l'effettiva connessione tra lo scopo societario e le finalità di valorizzazione del proprio patrimonio, evidenziando altresì le ragioni e le finalità che giustificano la scelta, anche sul piano della convenienza e della sostenibilità finanziaria"*.

Tenuto conto di quanto sopra, si ritiene che l'acquisizione della partecipazione in Asmea S.r.l. da parte del Comune di Carife, così come rappresentata, non risulti conforme a quanto stabilito dagli articoli 16 e 4 comma 3 del TUSP ed ai principi concorrenziali che esso intende esprimere in materia di valorizzazione del patrimonio pubblico, potendo determinare criticità dovute alla sottrazione alle dinamiche competitive delle numerose attività contenute nell'oggetto societario senza una adeguata e analitica motivazione.

Quanto prospettato dal Comune, infatti, risulta carente sia sotto il profilo del mancato conferimento dei beni immobili da sottoporre a valorizzazione, sia in ordine alla mancanza di motivazione circa la specifica riconducibilità delle attività di cui all'oggetto sociale di Asmea S.r.l. alle finalità di valorizzazione del patrimonio e alla convenienza e sostenibilità dell'investimento così realizzato.

Ai sensi dell'articolo 21 *bis*, comma 2, della legge n. 287/90, il Comune di Carife dovrà comunicare all'Autorità, entro il termine di sessanta giorni dalla ricezione del presente parere, le iniziative adottate. Là dove 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 presente parere sarà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

Comunicato in merito all'adeguamento del Comune di Carife al parere motivato espresso dall'Autorità ex art. 21-bis della legge n. 287/1990 in merito all'acquisizione di quote del capitale della società Asmea S.r.l.

Nella propria riunione del 19 luglio 2022, l'Autorità ha deliberato di inviare un parere motivato ai sensi dell'articolo 21-*bis* della legge 10 ottobre 1990, n. 287, pubblicato sopra la presente comunicazione, in merito alla Delibera del Consiglio Comunale di Carife n. 11 del 17 giugno 2022, avente ad oggetto *"Acquisto quote societarie Asmea S.r.l. per l'affidamento in house providing del servizio di gestione riqualificazione e valorizzazione del patrimonio pubblico"*.

Il parere ha evidenziato come l'acquisizione della partecipazione in Asmea S.r.l. da parte del Comune di Carife, così come rappresentata, non risultasse conforme a quanto stabilito dagli artt. 4 comma 3 e 16 del TUSP ed ai principi concorrenziali che esso intende esprimere in materia di valorizzazione del patrimonio pubblico.

In particolare, quanto prospettato dal Comune risultava carente sia sotto il profilo del mancato conferimento dei beni immobili da sottoporre a valorizzazione, sia in ordine alla mancanza di motivazione circa la specifica riconducibilità delle attività di cui all'oggetto sociale di Asmea S.r.l. alle finalità di valorizzazione del patrimonio e alla convenienza e sostenibilità dell'investimento così realizzato.

In data 18 ottobre 2022, il Comune di Carife ha emanato la Delibera n. 26 del Consiglio Comunale e ha così revocato la precedente Delibera n.11 del 17 giugno 2022 mediante la quale aveva disposto l'acquisto delle quote societarie di Asmea S.r.l.

Preso atto dell'adeguamento dell'Amministrazione al parere motivato dello scorso 19 luglio 2022 ai sensi dell'art. 21-*bis* della legge n. 287/1990, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella propria riunione del 2 novembre 2022, ha quindi disposto di non proporre ricorso contro la menzionata Delibera n. 11/2022.

AS1866 - CAMERA DI COMMERCIO DI TREVISO–BELLUNO – BANDO DI CONCORSO PER LA CONCESSIONE DI CONTRIBUTI ALLE MPMI A SOSTEGNO DI INTERVENTI PER LA DIGITALIZZAZIONE 4.0 QUARTA EDIZIONE

Roma, 3 novembre 2022

Camera di Commercio
Industria Artigianato e Agricoltura
di Treviso - Belluno | Dolomiti

L’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella sua riunione del 25 ottobre 2022, ha deliberato di esprimere il proprio parere, ai sensi dell’articolo 22 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, relativamente al “*Bando di concorso per la concessione di contributi alle Micro, Piccole e Medie Imprese (MPMI) a sostegno di interventi per la digitalizzazione 4.0*” 4^a edizione, emanato dalla Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Treviso – Belluno | Dolomiti.

Quest’ultimo¹ mira a rafforzare la diffusione della cultura e della pratica digitale nelle Micro, Piccole e Medie Imprese (MPMI) di tutti i settori economici attraverso il sostegno economico alle iniziative di digitalizzazione, prevedendo a tal fine due misure² volte all’acquisizione, da parte delle MPMI, di beni strumentali, servizi o soluzioni focalizzate sulle nuove competenze e tecnologie digitali in attuazione della strategia definita nel Piano Nazionale Transizione 4.0.

In particolare, il suddetto Bando prevede, ai commi da 2 a 5 dell’articolo 6³, disposizioni relative ai possibili fornitori dei beni e dei servizi oggetto di contributo che hanno la finalità di scongiurare possibili conflitti di interessi.

¹ Approvato dalla Giunta camerale con provvedimento n. 31 del 14 marzo 2022 nell’ambito delle attività previste dal Piano Transizione 4.0, a seguito del decreto del Ministro dello Sviluppo economico del 12 marzo 2020 che ha approvato il progetto “Punto Impresa Digitale” (PID).

² Il bando intende finanziare con la Misura 1 l’acquisto di beni strumentali di cui agli allegati A e B della legge 11 dicembre 2016, n. 232, e successive modifiche e integrazioni. La Misura 1 consente all’impresa di effettuare investimenti in beni funzionali alla trasformazione tecnologica e digitale strettamente connessi al progetto di digitalizzazione aziendale secondo il modello Impresa 4.0. La Misura 2, invece, consente l’acquisizione di servizi di consulenza finalizzati all’introduzione delle tecnologie abilitanti di Impresa 4.0, inclusa la pianificazione o progettazione dei relativi interventi, erogati esclusivamente da un fornitore tra quelli elencati al successivo articolo 6, comma 1. L’acquisizione dei servizi di consulenza di cui alla Misura 2 può essere finanziata qualora e solo se direttamente ed esclusivamente collegata all’acquisto di beni strumentali di cui alla Misura 1.

³ “2. I fornitori dei beni e/o dei servizi di consulenza non possono essere soggetti beneficiari del contributo di cui al presente Bando per le medesime tipologie di intervento di cui sono fornitori.

3. Non possono essere fornitori imprese o soggetti che siano in rapporto di collegamento, controllo e/o con assetti proprietari sostanzialmente coincidenti con i beneficiari. Per assetti proprietari sostanzialmente coincidenti si intendono tutte quelle situazioni che – pur in presenza di qualche differenziazione nella composizione del capitale sociale o nella ripartizione delle quote – facciano presumere la presenza di un comune nucleo proprietario o di altre specifiche ragioni attestanti costanti legami di interessi anch’essi comuni (quali legami di coniugio, di parentela, di affinità), che di fatto si traducano in condotte costanti e coordinate di collaborazione e di comune agire sul mercato.

Nello specifico, il comma 5, escludendo la possibilità che i beni e i servizi oggetto di contributo possano essere forniti da *“imprese/enti che presentano nella propria compagine sociale e/o nei propri organi di amministrazione soggetti che siano nel contempo dipendenti della Camera di Commercio I.A.A. di Treviso-Belluno oppure componenti della Giunta camerale”*, mira ad evitare conflitti di interessi nei quali potrebbero incorrere i componenti della Giunta camerale, essendo anche membri dell’organo esecutivo e di amministrazione attiva, ai quali compete l’approvazione del bando.

L’Autorità, sul punto, intende svolgere le seguenti considerazioni.

Le precauzioni adottate dalla Camera di Commercio sono proporzionate tenuto conto della finalità che intendono perseguire ovvero sia prevenire il rischio di conflitti di interessi che possono ripercuotersi sulla corretta dinamica di mercato e, nel caso di specie, di fenomeni anticoncorrenziali nel settore dei bandi pubblici. Da non trascurare anche il rilievo di queste disposizioni al fine di preservare un *modus operandi* conforme ai principi dell’anticorruzione.

Le suddette misure appaiono, inoltre, rispettose dei principi che l’Autorità Nazionale Anticorruzione e l’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nello svolgimento delle rispettive attività istituzionali, hanno condiviso e perseguono allo scopo di evitare la presenza di fenomeni anticoncorrenziali nel settore degli appalti pubblici, di prevenire fenomeni corruttivi e di collusione tra imprese, nonché di promuovere una maggiore applicazione dei principi di legalità ed etici nei comportamenti delle imprese.

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

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

4. I titolari/rappresentanti legali/soci delle imprese fornitrici di beni e/o servizi non devono essere in rapporti di parentela o affinità entro il secondo grado sia in linea retta che collaterale con i titolari/rappresentanti legali/soci dell’impresa richiedente il contributo.

5. Non possono essere fornitori imprese/enti che presentano nella propria compagine sociale e/o nei propri organi di amministrazione soggetti che siano nel contempo dipendenti della Camera di Commercio I.A.A. di Treviso-Belluno oppure componenti della Giunta camerale.”.

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

PS12003 - VINTED-PROBLEMATICHE VARIE SU VENDITE ON LINE

Provvedimento n. 30355

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 25 ottobre 2022;

SENTITO il Relatore, Professor Michele Ainis;

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

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

VISTO il proprio provvedimento del 20 luglio 2021, con il quale è stata deliberata l'adozione della misura cautelare, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo;

VISTE le proprie decisioni, assunte nelle adunanze del 21 dicembre 2021, 22 febbraio 2022 e 20 aprile 2022, con le quali, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento per esigenze istruttorie, in considerazione della necessità di acquisire ulteriori elementi utili ai fini della valutazione della fattispecie oggetto del procedimento in questione nonché al fine di assicurare un adeguato contraddittorio alla Parte;

VISTA la propria decisione, assunta nell'adunanza del 5 luglio 2022, con la quale, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, in accoglimento dell'istanza formulata dalla Società con specifico riferimento all'esigenza di "*testare e implementare ulteriori modifiche alla propria Piattaforma idonee a superare le preoccupazioni dell'AGCM*" nonché al fine di consentire il più ampio esercizio dei diritti di difesa e contraddittorio;

VISTA la propria decisione, assunta nell'adunanza del 4 agosto 2022, con la quale, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stato ulteriormente prorogato il termine di conclusione del procedimento in accoglimento dell'istanza formulata dalla Società al fine di assicurare il pieno esercizio del diritto di difesa e un adeguato contraddittorio a seguito della comunicazione della data di conclusione della fase istruttoria di cui all'art. 16, comma 1, del Regolamento.

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. La società di diritto lituano VINTED UAB (di seguito "Vinted", "Professionista" o "Società"), in qualità di professionista ai sensi dell'art. 18, comma 1, lett. b), del Codice del Consumo. La Società opera come *marketplace* per la compravendita di abbigliamento e accessori di seconda mano in numerosi Paesi, tra i quali dal 2020 l'Italia, dove è attiva attraverso il sito internet www.vinted.it

(anche solo “Sito”) e le correlate applicazioni mobili scaricabili su *smartphone* o *tablet* (di seguito, anche congiuntamente “Piattaforma”) per la compravendita tra privati di oggetti di abbigliamento. Nel bilancio relativo all’esercizio chiuso al 31 dicembre 2021, il Professionista ha registrato un fatturato di € [100-517]* milioni di euro¹.

2. Federconsumatori-APS e Altroconsumo, in qualità di associazioni di consumatori segnalanti.

II. LE CONDOTTE COMMERCIALI

3. Il procedimento concerne i comportamenti posti in essere da Vinted consistenti nelle modalità scorrette di presentazione del meccanismo di funzionamento della Piattaforma e dei reali costi di utilizzo nonché l’indicazione dei prezzi dei prodotti reclamizzati. In particolare, le condotte commerciali oggetto del presente procedimento si sostanziano: *a)* nella diffusione di *claim* pubblicitari che veicolano il concetto di “gratuità” della compravendita lasciando intendere che la transazione sia realizzata senza esborsi da parte degli utenti, laddove è invece prevista la corresponsione di una commissione da parte del soggetto acquirente; *b)* nell’indicazione sulla Piattaforma del prezzo del prodotto richiesto dal venditore, senza contestuale e adeguata informazione sui costi relativi alla commissione per la *Protezione Acquisti* e alle spese di spedizione, omettendo di esplicitare in modo chiaro le possibili opzioni alternative di acquisto (vale a dire, acquisto sulla Piattaforma con commissione per la *Protezione Acquisti* oppure negoziazione privata con il venditore attraverso una transazione conclusa al di fuori della Piattaforma e senza commissioni).

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L’iter del procedimento*

4. A partire dal mese di febbraio 2021, sono pervenute una serie di segnalazioni da parte di consumatori e loro associazioni rappresentative, aventi ad oggetto condotte poste in essere da Vinted nell’attività di vendita *on line* prevalentemente di articoli di abbigliamento e accessori, consistenti essenzialmente nell’ingannevole prospettazione dei costi di pagamento e di spedizione dei beni offerti in vendita sulla Piattaforma e, in alcuni casi, nel blocco unilaterale degli *account* di utenti che avevano presentato reclamo in merito alla gestione, da parte di Vinted, dei medesimi costi aggiuntivi.

5. In relazione alle condotte sopra descritte, in data 18 giugno 2021 (comunicazione prot. 53457) è stato avviato il procedimento istruttorio PS12003 nei confronti di Vinted, con contestuale avvio del procedimento per l’eventuale sospensione provvisoria delle condotte, al fine di verificare l’esistenza di possibili violazioni degli articoli 20, 21, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo. In tale sede, è stata ipotizzata l’ingannevolezza delle modalità di presentazione dei reali costi di transazione e operatività della Piattaforma, mediante l’utilizzo di *claim* pubblicitari incentrati sul concetto di gratuità e/o assenza di commissioni delle operazioni di compravendita, a fronte dell’applicazione della

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

¹ Cfr. allegato n. 2 alla memoria prot.70094 del 16 settembre 2022, documento denominato “*VINTED UAB, Independent auditor’s report, Annual Report and Financial Statements for the ended 31 Dicembrer 2021*”, con particolare riferimento alla pag. 10 “*Income Statement for the year ended 31 December 2021*” (n. 1 “*Sales revenue*” e n. 15 “*Net profit (loss)*”.

Protezione Acquisti e delle spese di spedizione, nonché l'aggressività della condotta relativa al blocco unilaterale degli *account* di alcuni utenti a fronte dei reclami ricevuti.

6. In data 30 giugno 2021, Vinted ha presentato una memoria nell'ambito del sub-procedimento cautelare, successivamente integrata in data 5 e 8 luglio 2021.

7. Con provvedimento del 20 luglio 2021, l'Autorità ha deliberato di adottare la misura cautelare, ai sensi dell'articolo 27, comma 3, del Codice del Consumo e dell'articolo 8, comma 1, del Regolamento, disponendo che Vinted sospendesse provvisoriamente ogni attività diretta alla diffusione di messaggi pubblicitari e informazioni ingannevoli ed omissive relative alla gratuità o all'assenza di commissioni (o espressioni similari) per i consumatori delle operazioni di compravendita realizzate sulla Piattaforma.

8. Il Professionista, con comunicazione del 3 agosto 2021 (prot. 63523), ha trasmesso la relazione di ottemperanza al provvedimento cautelare; l'Autorità, nella riunione del 31 agosto 2021, ha preso atto delle misure adottate da Vinted per ottemperare al predetto provvedimento cautelare, informando il Professionista con comunicazione del 3 settembre 2021.

9. In data 3 agosto 2021, con comunicazione (prot. 63524) ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, Vinted ha presentato impegni, successivamente integrati in data 11 ottobre 2021 (prot. 77317), volti a rimuovere i profili di illiceità delle condotte commerciali oggetto di contestazione. Tali impegni sono stati rigettati dall'Autorità nella sua adunanza del 16 novembre 2021, in quanto relativi a condotte suscettibili, ove accertate, di integrare fattispecie di pratiche commerciali "*manifestamente scorrette e gravi*" nonché in ragione dell'interesse a procedere all'accertamento dell'eventuale infrazione. Il rigetto è stato comunicato al Professionista in data 17 novembre 2021.

10. Con atto del 25 agosto 2021 è stata comunicata a Vinted l'integrazione oggettiva della comunicazione di avvio del procedimento in relazione ai comportamenti consistenti nell'obbligare i consumatori che intendano effettuare acquisti sulla Piattaforma al pagamento automatico del servizio denominato "Protezione Acquisti" in possibile violazione degli articoli 24, 25 e 65 del Codice del Consumo.

11. In data 6 settembre 2021 è stata riscontrata positivamente l'istanza di partecipazione al procedimento formulata dall'associazione Altroconsumo.

12. Con comunicazione del 22 dicembre 2021, il Professionista è stato informato della proroga del termine di conclusione del procedimento istruttorio, disposta dall'Autorità con delibera del 21 dicembre 2021, in considerazione della necessità di acquisire ulteriori elementi utili ai fini della valutazione della fattispecie oggetto del procedimento in questione, nonché al fine di assicurare un adeguato contraddittorio alla Parte. Tale termine è stato ulteriormente prorogato dall'Autorità, nelle sue adunanze del 22 febbraio 2022, 20 aprile 2022 e 5 luglio 2022 in accoglimento delle specifiche istanze formulate dalla stessa Società, al fine di assicurare il più ampio esercizio dei diritti di difesa e contraddittorio, ritenendo meritevoli di accoglimento le esigenze prospettate dalla Società con specifico riferimento a: i) nei primi due casi, [OMISSIS]²; ii) nel mese di luglio 2022, l'esigenza di "*testare e implementare ulteriori modifiche alla propria Piattaforma idonee a superare le preoccupazioni dell'AGCM*". Il professionista è stato informato delle predette proroghe con comunicazioni del 23 febbraio 2022, 21 aprile 2022 e 6 luglio 2022.

² Regolamento (UE) 2017/2394 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 12 dicembre 2017 sulla cooperazione tra le autorità nazionali responsabili dell'esecuzione della normativa che tutela i consumatori.

13. In data 12 luglio 2022 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento, fissata inizialmente al 1° agosto 2022 e successivamente prorogata, in accoglimento dell'istanza di Vinted, dapprima al 5 agosto 2022 e infine al 15 settembre 2022.

14. Con comunicazione del 5 agosto 2022, il Professionista è stato informato della proroga del termine di conclusione del procedimento istruttorio, disposta dall'Autorità con delibera del 4 agosto 2022, ritenendo meritevoli di accoglimento le ragioni poste a fondamento dell'istanza di proroga del termine infra-procedimentale al fine di assicurare il pieno esercizio del diritto di difesa e un adeguato contraddittorio a seguito della comunicazione della data di conclusione della fase istruttoria di cui all'art. 16, comma 1, del Regolamento.

15. In data 13 settembre 2022, il Professionista è stato informato della decisione dell'Autorità, assunta in pari data, di non accogliere l'ulteriore istanza di proroga del termine di conclusione del procedimento, in ragione dello stato di avanzamento dell'istruttoria, in via di conclusione dopo un'ampia ed articolata fase di acquisizione degli elementi e con ogni più ampia opportunità di contraddittorio nonché nel pieno rispetto del diritto di difesa della Società.

16. Per quanto concerne l'esercizio del contraddittorio e il diritto di difesa del Professionista, Vinted ha avuto accesso agli atti del procedimento nelle seguenti date: 23 giugno 2021, 27 settembre 2021 e 15 luglio 2022.

17. Il Professionista ha inviato la risposta alla richiesta di informazioni formulata in sede di avvio in data 26 luglio 2021 e ha trasmesso memorie difensive in data 11 ottobre 2021 e 16 giugno 2022. Il 3 febbraio 2022 si è tenuta l'audizione del Professionista e in data 16 settembre 2022 è pervenuta la memoria conclusiva ai sensi dell'art. 16 del regolamento (di seguito anche memoria finale).

18. In data 15 settembre 2022 è stata trasmessa all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni la richiesta di parere, che è pervenuto in data 17 ottobre 2022.

[OMISSIS]

19. [OMISSIS].

20. [OMISSIS].

2) Le evidenze acquisite

Il modello di business di Vinted

21. Vinted, come emerge dalle pagine del sito *web*, è un servizio di *hosting* intermediario *online* che consente agli utenti di scambiare e/o vendere e/o acquistare articoli (principalmente di abbigliamento ma anche per la casa), di utilizzare il servizio di pagamento e spedizione integrato, di comunicare inviando messaggi privati o utilizzando il *forum*, nonché di utilizzare altri servizi aggiuntivi³. Più precisamente, Vinted "*facilita solo le transazioni tra gli utenti*", non vendendo né acquistando o scambiando gli articoli mostrati sulla Piattaforma e non essendo parte di alcuna transazione tra gli utenti. Utente della Piattaforma può essere qualsiasi individuo che, dopo aver effettuato la

³ Cfr. pagina *web* <https://www.vinted.it/our-platform>.

registrazione sulla Piattaforma, ha il diritto di utilizzare tutti i servizi della stessa al fine di soddisfare i suoi interessi personali “*che non sono associati a un'attività professionale*”.

22. Come dichiarato dal Professionista, il modello di *business* di Vinted si basa sulla cosiddetta “*Protezione Acquisti*” - una somma pari a 0,70 € più il 5% del prezzo dell'articolo - applicata automaticamente e obbligatoriamente agli acquirenti che concludono una transazione per il tramite della Piattaforma, i quali beneficerebbero così del diritto al sistema di pagamenti sicuri, al supporto clienti e alla specifica politica di rimborso Vinted⁴; al contrario, il venditore non è soggetto ad alcun esborso per vendere i propri prodotti sulla Piattaforma. Attraverso la *Protezione Acquisti*, Vinted “*facilita il pagamento sicuro tra due soggetti privati, evitando che questi ultimi debbano scambiarsi informazioni personali e coordinate bancarie e, sempre per motivi legati alla sicurezza dei pagamenti, trattiene il denaro degli acquirenti presso un fornitore di pagamenti esterno (il che significa che tale denaro non viene immediatamente trasferito al venditore)*”⁵.

23. La Società, inoltre, consentirebbe agli utenti di concludere la transazione “*al di fuori dalla Piattaforma*” negoziando un prezzo diverso attraverso messaggi privati; in tal caso, il venditore e l'acquirente potrebbero accordarsi sul metodo di pagamento e di spedizione⁶ e non si applicherebbe la *Protezione Acquisti* con i relativi vantaggi specifici⁷, “*in ragione del fatto che la transazione viene conclusa a rischio dell'utente*”⁸. Dal punto di vista pratico, il potenziale acquirente dovrebbe cliccare sul pulsante “*Chiedi informazioni*”, che avvia la conversazione privata con il venditore nell'ambito della quale è presente il pulsante “*Fai un'offerta*” (adesso posizionato fuori dalla pagina di discussione, tra il pulsante “*Acquista*” e quello “*Chiedi informazioni*”).

24. Per quanto concerne la dimensione dell'attività di *e-commerce* svolta da Vinted attraverso il *marketplace* per la compravendita di abbigliamento e accessori di seconda mano, risulta che il Professionista opera in 15 Paesi e attualmente conta più di 45 milioni di utenti registrati in tutto il mondo. Alla luce della documentazione contabile prodotta dalla Società, e in particolare dai bilanci annuali relativi agli esercizi chiusi nel dicembre 2020 e 2021, risulta che Vinted ha registrato una costante crescita in termini di fatturato a partire dal 2019, avendo in ciascuno dei due anni successivi quasi raddoppiato il fatturato rispetto all'anno precedente⁹.

⁴ Cfr. memoria del 11 ottobre 2021 (prot. 77314) e memoria finale del 16 settembre 2022 (prot. 70094).

⁵ L'acquirente avrebbe due giorni decorrenti dall'arrivo dell'articolo per confermare di non aver riscontrato problemi con il suo acquisto o, in caso contrario, per sospenderlo; se si verifica un problema, il denaro non verrebbe trasferito al venditore e l'acquirente può contattare il servizio clienti di Vinted per cercare di risolvere la problematica. “*Vinted, ad esempio, può emettere un rimborso all'acquirente se l'oggetto ricevuto è significativamente diverso rispetto a come descritto nell'annuncio del venditore o se viene perso/danneggiato durante la spedizione*” (cfr. memoria del 11 ottobre 2021, prot. 77314).

⁶ Al contrario, per tutti gli acquisti conclusi attraverso i servizi di pagamento integrati Vinted, a meno che il venditore non abbia selezionato l'opzione “*spedizione personalizzata*”, il prodotto sarà spedito attraverso di servizi di spedizione integrati di Vinted (cfr. comunicazione del 26 luglio 2022, prot. 61531).

⁷ Tali vantaggi consistono nella possibilità di: (i) utilizzare il sistema di pagamento sicuro fornito da Vinted senza uscire dalla Piattaforma, (ii) beneficiare di costi vantaggiosi e competitivi per i *Servizi di Spedizione*, (iii) ricevere un rimborso nel caso in cui l'articolo sia sostanzialmente diverso da come descritto o venga perso/danneggiato durante la spedizione e (iv) rivolgersi al supporto clienti di Vinted per ricevere assistenza durante e dopo la transazione (cfr. comunicazione del 26 luglio 2022, prot. 61531).

⁸ Cfr. memoria del 11 ottobre 2021, prot. 77314.

⁹ Nello specifico, Vinted ha realizzato un fatturato pari a [31-100] milioni di euro nel 2019; [100-517] milioni di euro nel 2020 e [100-517] milioni di euro nel 2021.

25. Prima di procedere all'illustrazione delle specifiche condotte oggetto di accertamento e alle relative evidenze istruttorie, si sottolinea in via generale che dalla documentazione acquisita agli atti del procedimento, e in particolare dalle segnalazioni pervenute in Autorità¹⁰, emerge tra l'altro una significativa criticità relativa allo scarso livello di trasparenza della Piattaforma con riferimento alla presentazione degli effettivi costi di funzionamento del *marketplace* e delle transazioni commerciali eseguibili *online* nonché all'ingannevolezza delle comunicazioni pubblicitarie recanti il riferimento alla "gratuità" delle operazioni di compravendita e alla totale assenza di commissioni, a fronte invece dell'applicazione da parte di Vinted di costi aggiuntivi, nello specifico di una quota obbligatoria "mascherata da assicurazione" per la *Protezione Acquisti*, che ad avviso dei segnalanti risulta coattiva, "mancando di facoltatività".

I claim relativi alla gratuità delle transazioni online

26. Ciò premesso in ordine alle modalità operative della Piattaforma e ai costi delle transazioni ivi realizzate, dalle evidenze istruttorie risulta che Vinted ha adottato modalità di promozione della propria Piattaforma, attraverso una pluralità di mezzi di comunicazione e pubblicitari, volte a veicolare il concetto di "gratuità" delle operazioni di compravendita *online* e l'assenza di commissioni che caratterizzerebbe le transazioni commerciali realizzate sul sito web *vinted.it*.

27. In particolare, nell'ambito dei messaggi promozionali diffusi da Vinted campeggiavano *claim* dal seguente tenore: "zero commissioni, zero limiti", "Il bello è che vendi senza commissioni"; "Scarica l'app e vendi senza commissioni"; "Scarica Vinted e vendi senza commissioni". In alcuni casi, il concetto di gratuità/assenza di commissioni era collegato alla figura del venditore e/o all'atto di vendere ("Il bello è che vendi senza commissioni", "Zero commissioni sulla vendita", "...vendi gratis, vendi senza commissioni...", "...vendi senza costi, vendi senza commissioni...", "Scarica l'app e vendi senza commissioni").

28. Le modalità pubblicitarie utilizzate dal Professionista e sopra riportate, anche quelle contenenti il riferimento al *venditore* o alla *vendita*, erano tali da enfatizzare decettivamente la pretesa di gratuità della compravendita realizzata attraverso la Piattaforma e quindi l'assenza di commissioni delle transazioni svolte *online*, omettendo del tutto di indicare l'esistenza di costi a carico dei consumatori acquirenti, parimenti destinatari dei messaggi volti a promuovere la Piattaforma Vinted e dunque suscettibili di essere ingannevolmente indotti ad effettuare acquisti *online* sulla base dell'erroneo convincimento dell'assenza di costi delle transazioni che si accingevano ad effettuare sul sito web *vinted.it*.

29. In particolare, i messaggi pubblicitari in esame, incentrati sull'assenza di commissioni *tout court* e/o sull'inesistenza di costi per i venditori, erano suscettibili di indurre in errore i consumatori potenziali "acquirenti", ossia certamente la gran parte dei fruitori del servizio della Piattaforma, potendoli ingannare in ordine all'effettiva "gratuità" e "assenza di commissioni" delle operazioni da realizzare *online*; infatti, tali messaggi non indicavano in modo chiaro ed adeguato la circostanza che qualsiasi acquisto effettuato sulla Piattaforma *vinted.it* risulta in realtà soggetto all'applicazione di una commissione da parte di Vinted e che quindi gli utenti-acquirenti sono tenuti al pagamento di

¹⁰ Cfr. le seguenti segnalazioni di consumatori e loro associazioni rappresentative, pervenute sia prima dell'avvio del procedimento sia nel corso dell'istruttoria: prot. 22847 del 22 febbraio 2021; prot. 33336 del 30 marzo 2021; prot. 23379 del 28 febbraio 2022; prot. 35122 del 19 aprile 2022; prot. 41118 del 16 maggio 2022; prott. 36047, 36048, 36055 e 36000 del 12 aprile 2022; prot. 37558 del 15 aprile 2022.

importi aggiuntivi, rispetto al prezzo di acquisto del bene, per ogni transazione *online*. Infatti, come visto, Vinted riscuote una commissione per la “*Protezione Acquisti*” che si applica automaticamente e obbligatoriamente a ogni transazione effettuata sulla Piattaforma, che consente l’uso dei servizi di pagamento e spedizione integrati di Vinted.

30. Le comunicazioni promozionali relative alla gratuità delle operazioni commerciali concluse attraverso la Piattaforma sono state modificate da Vinted a seguito della notifica del provvedimento di sospensione cautelare, effettuata in data 22 luglio 2021. Nello specifico, la Società ha introdotto, a partire dal mese di agosto 2021, le seguenti modifiche nei *claim* che fanno riferimento alla gratuità delle vendite sulla Piattaforma e/o che invitano a scaricare l’App¹¹:

a) *Google Play Store e App Store*: il *wording* utilizzato nelle immagini pubblicate sulla piattaforma Google Play Store per promuovere la *app* Vinted, che originariamente recitava “*Vendi i tuoi vestiti. Zero commissioni, zero limiti*”, è stato dapprima modificato in “*Vendi i tuoi vestiti. Zero commissioni, zero limiti sulla vendita*” e poi sostituito con il *claim* “*Non lo metti? Mettilo in vendita!*”. La stessa frase è stata adottata anche per *App Store*;

b) *Spot pubblicitari, pubblicità sui social media e outdoor*: negli *spot* pubblicitari e nella pubblicità “*Hanna's room*”, presente su Facebook dal mese di aprile 2021, nonché nelle pubblicità su autobus e metropolitana (*outdoor*), ogni volta che i *claim* facciano riferimento alla gratuità della vendita (“*vendere è gratis*”), è stato inserito, dal mese di agosto 2021, il seguente *disclaimer* “*Tutti gli acquisti effettuati tramite il nostro sistema di pagamento integrato sono soggetti a un costo per la Protezione acquisti. Consulta le condizioni su vinted.it*”;

c) nelle campagne pubblicitarie *outdoor* (cartellonistica su metropolitana e tram) e in quelle pubblicate *online*, il *claim* contenente la dicitura “*Scarica l'app gratuita*” è stato modificato in “*Scarica l'app*”, al fine di evitare possibili confusioni/incomprensioni in merito alla gratuità delle attività che avvengono sulla Piattaforma;

d) *influencer marketing su YouTube*: Vinted ha richiesto agli *influencer* che nei video pubblicati a partire da agosto 2021, ogni qualvolta sia utilizzato il *claim* “*vendere è gratis*”, di inserire un *disclaimer* dal seguente tenore: “*Questo video è sponsorizzato da Vinted. Tutti gli acquisti effettuati tramite il sistema di pagamento integrato di Vinted sono soggetti a un costo per la Protezione acquisti. Consulta le condizioni su vinted.it*”.

Il processo di vendita e la “Protezione Acquisti”

31. Come anticipato, la Piattaforma consente di vendere e acquistare vari articoli di abbigliamento e accessori riconducibili a quattro principali categorie (donne, uomini, bambini e casa), grazie al servizio di *hosting* intermediario offerto *online*, attraverso il quale gli utenti possono pubblicare le proprie inserzioni di vendita e comunicare tramite una funzione di *chat* sulla Piattaforma. Come sopra indicato, secondo il modello di *business* adottato da Vinted non sono previsti addebiti a carico dei *venditori* per la conclusione della transazione *online*, mentre agli acquirenti è addebitata una commissione c.d. “*Protezione Acquisti*” per ogni acquisto concluso tramite la Piattaforma utilizzando il pulsante “*Acquista*”.

¹¹ Cfr. comunicazione prot. 63523 del 3 agosto 2021, recante la relazione di ottemperanza a seguito delle misure oggetto della decisione notificata il 22 luglio 2021. Si veda anche il verbale dell’audizione del 3 febbraio 2022 e relative *slides* allegate, concernenti “*Misure implementate nel corso del procedimento*”.

32. Per quanto concerne le informazioni attualmente pubblicate sulla Piattaforma in ordine al modello operativo e ai costi delle operazioni di compravendita, sul Sito si specifica chiaramente che la vendita, oltre a costituire un'attività di semplice realizzazione (*"Vendere è facile"*), è anche esente da commissioni (*"quello che guadagni è tutto tuo"*)¹². In merito invece all'attività di acquisto, nella pagina web *"Come funziona"* sono presenti scarse indicazioni sulla relativa procedura, che prevede di scaricare gratuitamente l'"app", trovare l'articolo di interesse, richiedere informazioni, *"acquistarlo premendo un pulsante"* e pagare in tutta sicurezza con carta, Apple Pay o Saldo Vinted.

33. In aggiunta a tali informazioni, nella pagina web *"Come acquistare passo dopo passo"*¹³, sono illustrate le quattro fasi dell'acquisto: 1) *Trova un articolo che ti piace*; 2) *Contatta la persona che vende*; 3) *Paga l'articolo* e 4) *Ricevi l'articolo*. Nell'ambito della seconda fase (*Contatta la persona che vende*) si precisa attualmente quanto segue: *"Premi su Chiedi informazioni per fare qualche domanda sull'articolo oppure su Fai un'offerta per suggerire un nuovo prezzo"*, il Sito consiglia di usare *"sempre la nostra schermata di messaggistica sicura e non spostare mai la conversazione al di fuori di Vinted"*.

34. All'interno della descrizione della terza fase (*Paga l'articolo*), si informa che *"Per pagare l'articolo scelto, premi Acquista sull'annuncio dell'articolo o sulla schermata della conversazione"*, raccomandando di rimanere *"su Vinted per tutto il processo di comunicazione e di acquisto. Solamente in questo modo potremo aiutarti se qualcosa non va come previsto"*; alla fine della sezione, è fornita l'importante informazione relativa al fatto che la Piattaforma addebita un costo all'acquirente per ogni transazione: *"Al prezzo dell'articolo verrà aggiunta la commissione per la Protezione acquisti. In questo modo riceverai un rimborso se l'articolo non arriva, è danneggiato o è molto diverso dalla descrizione"*.

35. In sintesi, la *"Protezione Acquisti"* attribuisce all'acquirente alcuni benefici, tra i quali: *i)* la possibilità di richiedere un rimborso per prodotti persi, danneggiati o significativamente diversi da quelli descritti; *ii)* l'assistenza clienti di Vinted in caso di problemi relativi alla transazione o alla consegna; *iii)* pagamenti sicuri con il trattenimento dell'importo pagato in deposito a garanzia fino al completamento della transazione.

36. Per quanto riguarda lo svolgimento del processo di acquisto¹⁴, ciascun utente interessato può accedere e navigare sulla Piattaforma, visualizzando una pagina dei risultati del *Catalogo*, dove sono mostrati gli articoli disponibili, che l'utente può filtrare utilizzando la funzione di ricerca. In tale pagina web sono esposte le immagini dei prodotti con indicazione di alcune informazioni (ad esempio la taglia) e il relativo prezzo di vendita. Dopo l'avvio del presente procedimento, a partire dal mese di ottobre 2021¹⁵, Vinted ha introdotto alcune modifiche nelle modalità di presentazione dei prodotti sul Sito e nelle relative informazioni sui costi di acquisto.

¹² Cfr. pagina web https://www.vinted.it/how_it_works. Nello specifico, il venditore deve scaricare gratuitamente l'app Vinted, scattare una foto all'articolo, scriverne la descrizione, fissare il prezzo e inserire l'annuncio online cliccando il tasto "Carica". Una volta venduto il prodotto, dovrà impacchettare l'articolo, stampare l'etichetta di spedizione prepagata e andare al punto di consegna entro cinque giorni. Il pagamento sarà ricevuto appena l'acquirente conferma che è tutto a posto.

¹³ https://www.vinted.it/help/25-come-acquistare-passo-dopo-passo?access_channel=product_link (cfr. verbale di acquisizione agli atti del 17 ottobre 2022).

¹⁴ Cfr. verbale acquisizione atti del 23 marzo 2022.

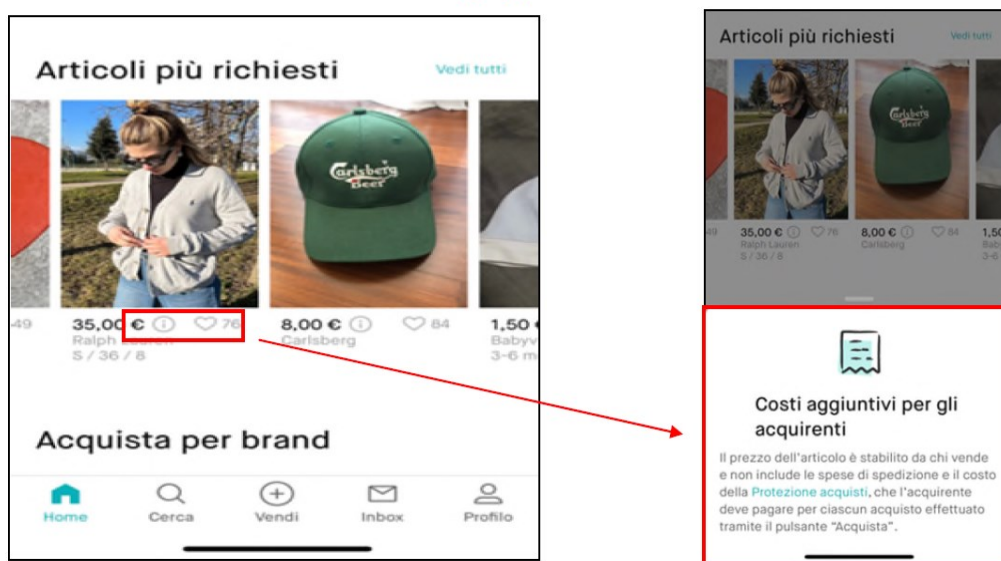
¹⁵ Cfr. comunicazione del 16 giugno 2022, prot. 48457. Si veda anche il verbale dell'audizione del 3 febbraio 2022 e relativi allegati (slides *"Misure implementate nel corso del procedimento"*).

37. In particolare, nella pagina *web* dei risultati di ricerca (*catalogo/homepage*), al momento dell'avvio del presente procedimento (18 giugno 2021), era visibile l'immagine fotografica del prodotto commercializzato e, al di sotto della stessa, la mera indicazione del prezzo di vendita dell'articolo. La scheda dell'articolo si limitava a riportare il mero avviso "Acquisto coperto dalla nostra politica di rimborso. Scopri di più sulla protezione acquisti" (cfr. *infra* nella parte sinistra dell'immagine n. 2 riportata al paragrafo 43).

38. Successivamente, nel mese di ottobre 2021, Vinted ha modificato la grafica nel "purchase flow" e ha introdotto un nuovo "wording" asseritamente adeguato a chiarire l'applicazione della Protezione Acquisti. Nello specifico, nella *homepage*, sotto le immagini dei vari articoli offerti online, accanto al prezzo di vendita è stata inserita un'icona (i), cliccando la quale si apre una finestra *pop-up* che informa della presenza di "Costi aggiuntivi per gli acquirenti", in cui si specifica che «Il prezzo dell'articolo è stabilito da chi vende e non include le spese di spedizione e il costo della Protezione acquisti [link], che l'acquirente deve pagare per ciascun acquisto effettuato tramite il pulsante "Acquista"» (cfr. immagine 1 sotto riportata).

Immagine n. 1

STEP 1: Homepage della Piattaforma



39. La stessa icona (i), che reindirizza gli utenti a informazioni sulla Protezione Acquisti, è stata inserita anche nella *pagina di conversazione* attraverso la quale gli utenti possono negoziare il prezzo dell'articolo, nonché nella *pagina di checkout*.

40. Accedendo - attraverso il predetto *link* ipertestuale¹⁶ - alla specifica pagina *web* dedicata alla descrizione della Protezione Acquisti, sono rinvenibili le seguenti ulteriori specifiche: "Quando paghi tramite Vinted, al tuo ordine si applica obbligatoriamente la Protezione acquisti. Questa aiuta

¹⁶ <https://www.vinted.it/safety>.

a garantire pagamenti sicuri, ti dà il diritto di richiedere un rimborso e di accedere all'assistenza clienti se necessario. La Protezione acquisti ha un costo fisso di 0,70 €, più il 5% del prezzo dell'articolo". Al di sotto di tale descrizione, sono fornite le informazioni relative alla "Politica di rimborso"¹⁷, ai "Pagamenti sicuri"¹⁸ e alla "Assistenza dedicata"¹⁹.

41. Cliccando sull'immagine di un prodotto si accede alla specifica pagina dell'articolo (scheda-prodotto) dove, al momento dell'avvio del procedimento, era presente solo l'indicazione del prezzo del prodotto seguito dai pulsanti "Chiedi informazioni" e "Acquista" e poi da un avviso recante la dicitura "Acquisto coperto dalla nostra politica di rimborso", al di sotto della quale era inserito il link "Scopri di più sulla Protezione acquisti". A seguito delle modifiche introdotte dal Professionista nel mese di ottobre 2021, accanto all'illustrazione fotografica dell'articolo, è presente l'indicazione del prezzo del bene, al di sotto del quale è attualmente riportata la seguente dicitura (c.d. *disclaimer*): «A ogni acquisto effettuato usando il pulsante "Acquista" si aggiunge la commissione Protezione acquisti [link]. La Protezione acquisti include la nostra Politica di rimborso [link]»²⁰; tale avviso è corredato, nella zona sottostante, dall'indicazione della formula per calcolare il costo della "Commissione per la Protezione acquisti", ossia "€ 0,70+ il 5% del prezzo dell'articolo" nonché dalla precisazione della presenza di spese di spedizione a seconda del vettore selezionabile (cfr. immagine n. 2).

42. Tale formulazione del *disclaimer* e il relativo *layout* nonché il posizionamento della formula "Protezione Acquisti" al di sopra delle spese di spedizione sono il frutto di una modifica implementata dal Professionista nel corso dell'istruttoria, dopo il mese di ottobre 2021, al fine di migliorare l'informativa sui costi di utilizzo della Piattaforma²¹; nella precedente versione del Piattaforma, riprodotta nella parte sinistra dell'immagine n. 2 sotto riportata, la scheda dell'articolo si limitava a riportare, al di sotto del prezzo di acquisto del bene e dei due pulsanti "Chiedi informazioni" e "Acquista" il mero avviso "Acquisto coperto dalla nostra politica di rimborso. Scopri di più sulla protezione acquisti".

43. L'immagine n. 2 di seguito allegata riproduce la schermata della pagina dell'articolo nella versione precedente alla modifica (*Prima*) e nella versione con il *disclaimer* sulla *Protezione Acquisti* aggiornato a partire dall'ottobre 2021 (*Dopo*).

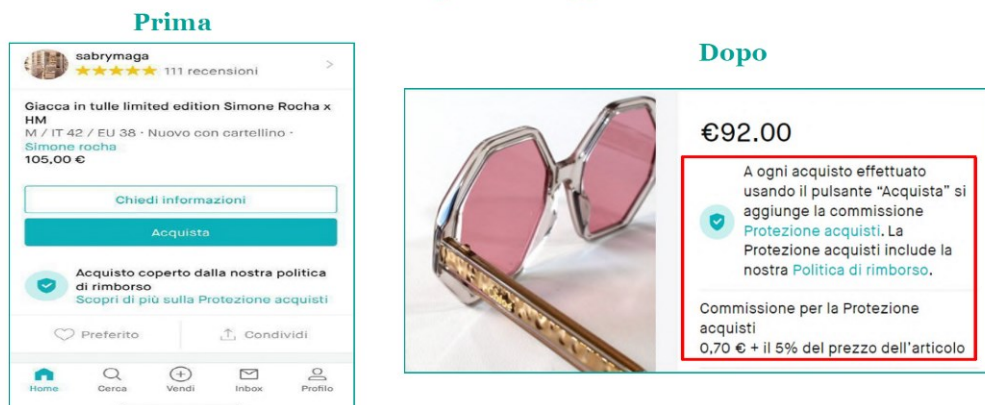
¹⁷ "Provvederemo a emettere un rimborso se il tuo articolo non arriva, arriva danneggiato o non è come descritto. Hai 2 giorni di tempo per inviare la richiesta. Salvo accordi diversi, il reso è a carico dell'acquirente. Scopri di più sulla politica di restituzione e rimborso [link] di Vinted".

¹⁸ "Tutti i pagamenti che fai su Vinted sono crittografati e gestiti da Mangopay, nostro partner di fiducia. La loro tecnologia di sicurezza consente di inviare e ricevere denaro in modo sicuro e affidabile".

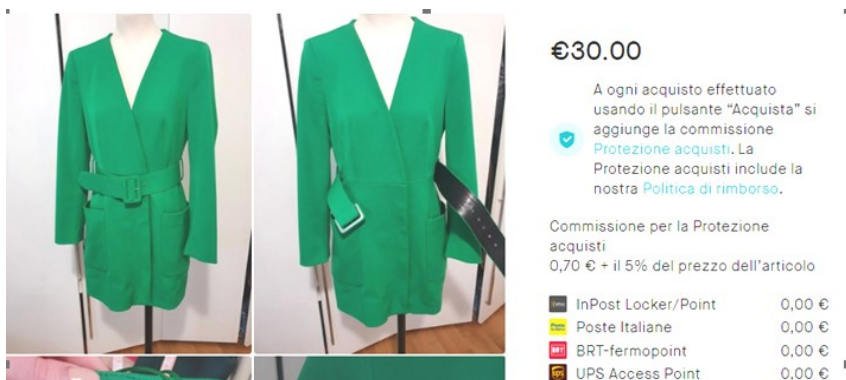
¹⁹ "Puoi contattarci 7 giorni su 7, 24 ore su 24, e ti risponderemo entro 24 ore. Il nostro team seguirà ogni problema fino alla sua completa risoluzione. Per suggerimenti rapidi, visita il Centro assistenza [link]".

²⁰ Tale specifico *disclaimer* è stato inserito dal professionista dopo l'avvio del presente procedimento (cfr. memoria prot. 77314 del 11 ottobre 2021, punto 2.11).

²¹ Cfr. memoria prot. 77314 del 11 ottobre 2021, punto 2.11; si veda anche la comunicazione del 16 giugno 2022, prot. 48457.

*Immagine n. 2***STEP 2: Pagina dell'oggetto**

44. Come si evince dall'ulteriore immagine n. 3 relativa a una "pagina dell'articolo", al di sotto delle informazioni sulla *Protezione Acquisti* è riportata l'indicazione della presenza di spese di spedizione, che tuttavia non risultano ancora quantificate a questo stadio del processo di acquisto, essendo sempre pari a 0,00 €. Inoltre, né sulla *homepage* dove compaiono le inserzioni di vendita né all'interno delle schede-prodotto risulta indicato il costo complessivo della transazione commerciale *online*, comprensivo delle commissioni di acquisto e delle spese di spedizione, essendo unicamente evidenziato con grande enfasi grafica il prezzo di acquisto proposto dal venditore.

Immagine n. 3

45. Sempre nella pagina *web* relativa alla scheda-prodotto (*pagina dell'articolo*), al di sotto delle informazioni sopra illustrate, fino al mese di agosto 2022 erano presenti solo due bottoni/pulsanti denominati "Chiedi informazioni" e "Acquista" (come si vede nella precedente Immagine n. 2):

- cliccando il pulsante incolore recante la scritta "Chiedi informazioni", secondo quanto rappresentato da Vinted, l'utente può avviare una conversazione (*chat*) con il venditore dell'oggetto selezionato nonché "proporre un nuovo prezzo", in quanto l'utente sarebbe condotto ad una pagina *web* di discussione con il venditore «dove troverà il pulsante "Fai un'offerta"». Pertanto, solo in tale fase e solo dopo aver attivato il pulsante "Chiedi informazioni", il potenziale acquirente poteva

desumere la facoltà di fare un'offerta attraverso il tasto "*Fai un'offerta*" intavolando una trattativa per negoziare il prezzo e chiedere eventuali sconti²². A questo punto, l'acquirente può accordarsi con il venditore per concludere la transazione fuori dalla Piattaforma e scegliere l'opzione di consegna e di pagamento; in tal caso, l'acquirente non sarebbe soggetto alla commissione di *Protezione Acquisti*;

- cliccando il pulsante "*Acquista*", redatto con caratteri grafici di maggiore impatto visivo in quanto evidenziato con il tipico colore di Vinted, l'utente procede direttamente all'acquisto e conclude la transazione attraverso la Piattaforma, per la quale sarà tenuto a pagare la menzionata "*Protezione acquisti*", il cui costo è composto da una parte fissa (€ 0,70) e una parte variabile (5% del prezzo del prodotto acquistato). Dopo aver cliccato il pulsante "*Acquista*", l'utente è indirizzato alla "cassa" e compare una scheda nella quale, oltre alle informazioni sulla consegna e sullo strumento di pagamento, è presente la *box* "*Riepilogo dell'ordine*" in cui è indicata la suddivisione completa del costo della transazione con il prezzo del prodotto/*Ordine*, l'ammontare delle spese di *Spedizione* e l'importo della *Commissione per la Protezione acquisti* nonché il "*Totale da pagare*" con l'indicazione, per la prima volta, della somma complessiva che l'acquirente dovrà corrispondere per completare la transazione. Una volta scelto il metodo di spedizione e pagamento, attraverso il pulsante "*paga ora*" si finalizza l'ordine²³.

46. Pertanto, sulla base di tale assetto dell'interfaccia Vinted, il consumatore dispone dell'informazione relativa al corrispettivo complessivo che dovrà pagare per l'acquisto dell'articolo di interesse, al quale si aggiungono i costi della *Protezione Acquisti*, solo nell'ultima fase del processo di acquisto adottato da Vinted.

47. Nell'ambito della memoria finale del 16 settembre 2022, la Società ha rappresentato di aver implementato, dal mese di agosto 2022, un'ulteriore misura, consistente nell'inserire direttamente nella pagina dell'articolo - tra i due preesistenti pulsanti "*Acquista*" e "*Chiedi informazioni*" - un terzo pulsante specificamente dedicato alla presentazione di offerte ("*Fai un'offerta*"), precedentemente posizionato all'interno della pagina di conversazione. Tale funzionalità è stata introdotta al dichiarato fine di incrementare la trasparenza in merito alla possibilità e alle modalità di negoziazione dei prezzi degli articoli offerti su Vinted.

48. L'immagine n. 4 sotto riportata riproduce la schermata della pagina di un articolo, dove sono presenti – posizionati nella colonna a destra dell'immagine fotografica – i tre pulsanti relativi alle funzioni consentite sulla Piattaforma. Il pulsante "*Acquista*" si trova in posizione prominente rispetto agli altri e risulta maggiormente evidente in ragione del colore pieno che lo connota, di modo è suscettibile di indurre i consumatori a ritenere che si tratti dell'unica modalità di acquisto dei prodotti offerti in vendita sul Sito. Cliccando sul pulsante "*Fai un'offerta*" appare una finestra in cui il potenziale acquirente può proporre un nuovo prezzo di acquisto (più basso) per l'articolo e, una volta che tale nuovo prezzo sia accettato dal venditore (eventualmente a seguito di una trattativa), il prezzo dell'articolo nella pagina di conversazione viene aggiornato.

²² Si veda la comunicazione prot. 61531 del 26 luglio 2021, punto 1.12 e seguenti. Si veda anche il verbale di acquisizione agli atti del 23 marzo 2022.

²³ Si veda anche il verbale di acquisizione agli atti del 23 marzo 2022.

Immagine n. 4

12,00 €

Commissione per la Protezione acquisti
0,70 € = il 5% del prezzo dell'articolo

Ad ogni acquisto effettuato attraverso il pulsante "Acquista" si aggiunge la commissione Protezione acquisti. La Protezione acquisti include la nostra Politica di rimborso.

Poste Italiane - Punto di R... 0,00 €
Poste Italiane - A domicilio 4,59 €

BRAND HUGO BOSS
CONDIZIONI NUOVO CON CARTELLINO
POSIZIONE ITALIA
OPZIONI DI CARTA DI
PAGAMENTO CREDITO/DEBITO
VISUALIZZAZIONI 190
CARICATO 20 ORE FA

Miniatura BOSS di Hugo Boss 5 ml
Miniatura da collezione BOSS I
Hugo Boss da 5 ml.
Nuova
#hugoboss
#boss
#hugo
#miniatura
#miniatura

Traduci

Acquista

Fai un'offerta

Chiedi informazioni

Aggiungi ai preferiti

Casa / Uomo / Cura del corpo / Dopobarba e colonia / Hugo Boss Dopobarba e colonia

Articoli dell'utente (199)

Acquista set
Risparmia sulle spese di spedizione

marilla72 marilla72 marilla72 marilla72

Le nuove misure proposte da Vinted (c.d. Prototipo)

49. Nell'ambito delle memorie del 16 giugno 2022 (prot. 48457) e del 16 settembre 2022, il Professionista ha presentato nuove misure che sarebbe intenzionato ad attuare per incrementare ulteriormente la trasparenza sulla Piattaforma (il "Prototipo") e superare le criticità sollevate nel presente procedimento in merito alle modalità di indicazione della *Protezione Acquisti*, con particolare riferimento all'esigenza di esporre l'importo relativo alla *Protezione Acquisti* sin dalla pagina dei risultati di ricerca (il catalogo). [OMISSIS].

50.: [OMISSIS]

Immagine n. 5

[OMISSIS]

51. [OMISSIS]

Immagine n. 6

[OMISSIS]

52. [OMISSIS]

Immagine n. 7

[OMISSIS]

53. [OMISSIS]

Immagine n. 8

[OMISSIS]

3) Le argomentazioni difensive del professionista

54. Vinted ha sviluppato le proprie argomentazioni difensive nell'ambito delle memorie trasmesse ai fini della valutazione dei presupposti per l'eventuale sospensione provvisoria²⁴ nonché nell'ambito dei successivi scritti difensivi, come di seguito illustrato²⁵.

55. Con particolare riferimento alle comunicazioni commerciali utilizzate per promuovere la propria Piattaforma, il Professionista ne ha rivendicato la correttezza alla luce del fatto che “*vendere su Vinted non prevede alcuna commissione né l'acquisto di servizi aggiuntivi*”. Nello specifico, l'attività di vendita tramite Vinted sarebbe “*esente da commissioni*”, non comportando alcun costo o commissione a carico del soggetto venditore, che percepirebbe l'intero prezzo indicato nell'inserzione o concordato con l'acquirente; “*al contrario, tutti i costi e le spese associati all'acquisto del bene (ovvero le spese di spedizione e la c.d. "Protezione Acquisti", obbligatoria per tutte le transazioni concluse tramite Vinted, che consente di beneficiare di alcuni vantaggi in relazione agli acquisti effettuati sulla Piattaforma) sono a carico del solo acquirente, come descritto con chiarezza nelle pagine della Piattaforma e nei messaggi pubblicitari*”²⁶.

56. A detta di Vinted, i *claim* oggetto del procedimento sarebbero perfettamente leciti e corretti, in quanto chiaramente indirizzati solo ed esclusivamente ai venditori. Ciononostante, la Società ha dichiarato di aver avviato un processo di revisione delle comunicazioni commerciali indirizzate agli utenti italiani, allo scopo di chiarire ulteriormente le affermazioni inerenti ai profili di “gratuità”, ancorando i *claim* che enfatizzano l'assenza di costi/commissioni sempre e chiaramente alla figura del venditore e all'attività di vendita. Nell'integrazione pervenuta in data 8 luglio 2021, Vinted ha indicato alcuni esempi degli interventi che “*ha già attuato e sta attuando per venire incontro alle preoccupazioni dell'Autorità*”, evidenziando che i *claim* “*Zero commissioni, zero limiti*” e/o “*0% di commissioni*”, saranno sostituiti con “*Zero commissioni sulla vendita*” e/o “*0% di commissioni sulle vendite*”.

57. Per quanto concerne la *Protezione Acquisti*, Vinted ha chiarito che si tratta di una commissione (pari a € 0,70, a cui va aggiunto il 5% del prezzo dell'articolo acquistato) addebitata unicamente agli acquirenti per ogni transazione conclusa “*attraverso la Piattaforma*”. A detta del Professionista, gli utenti sarebbero perfettamente consapevoli dell'esistenza e dell'importo della *Protezione Acquisti*, sapendo che l'acquisto attraverso la Piattaforma di Vinted comporta l'addebito della *Protezione Acquisti* con conseguente fornitura dei servizi di pagamenti sicuri, assistenza clienti e politica di rimborso. A tale riguardo, gli utenti sarebbero messi a conoscenza del modello di *business* della

²⁴ Cfr. memoria prot. 55542 del 30 giugno 2021, integrata con comunicazioni del 5 luglio 2021 (prot. 56611) e del 8 luglio 2021 (prot. 57791).

²⁵ Cfr. memorie del 11 ottobre 2021 (prot. 77314), del 16 giugno 2022 (prot. 48457) e 16 settembre 2022 (prot. 70094).

²⁶ Cfr. memoria prot. 55542 del 30 giugno 2021.

Società in più occasioni prima della conclusione della relativa transazione, sia nelle pubblicità commerciali (da quando è stato inserito il citato *disclaimer* sul costo per la *Protezione Acquisti* a carico degli acquirenti) sia nella disciplina contrattuale pubblicata sul Sito, dove sarebbe indicato che la *Protezione Acquisti* si applica automaticamente e obbligatoriamente quando l'acquirente utilizza il *Servizio Integrato di Pagamento*²⁷.

58. Inoltre, secondo Vinted, gli utenti della Piattaforma sarebbero consapevoli che il prezzo visualizzato nell'inserzione di vendita è fondamentalmente una proposta del venditore e che, come tale, è negoziabile, "*motivo per cui la Società ha specificamente messo a loro disposizione il pulsante "Fai un'offerta" disponibile nella sezione dedicata ai messaggi privati*" (ossia la sezione alla quale si accedeva, fino all'inizio del mese di agosto 2022, cliccando il pulsante "*Chiedi informazioni*"). A dimostrazione di tale affermazione, Vinted ha rappresentato che "*una alta percentuale di transazioni concluse per il tramite della Piattaforma sono negoziate*"²⁸. Il pulsante "*Fai un'offerta*", specificamente dedicato alla presentazione di offerte, sarebbe dunque stato creato da Vinted allo scopo di consentire agli acquirenti di negoziare il prezzo proposto dal venditore e, a partire dal mese di agosto 2022, il predetto pulsante è stato inserito direttamente nella pagina dell'articolo, al fine di incrementare la trasparenza in relazione a tale funzione, (mentre in precedenza era posizionato all'interno della "pagina di conversazione", alla quale si accedeva dopo aver cliccato sul pulsante "*Chiedi informazioni*")²⁹.

59. La circostanza che il prezzo sia negoziabile comporta la possibilità per l'acquirente di ottenere un prezzo inferiore rispetto a quello originariamente pubblicato, al quale corrisponderà un ammontare minore della *Protezione Acquisti*. Questa sarebbe la ragione sottesa alla scelta di Vinted di visualizzare soltanto la "formula" di calcolo della *Protezione Acquisti* fino a quando gli utenti non raggiungono la pagina di *checkout*; l'ammontare finale della commissione non potrebbe essere calcolato in anticipo, in quanto dipenderebbe dal prezzo effettivo di acquisto, che può risultare diverso e scontato rispetto a quello proposto dal venditore, sia per effetto della negoziazione sia in ragione di un acquisto di "*pacchetti*" (*bundle*), di modo che la visualizzazione di un importo *standard* della *Protezione Acquisti* non sarebbe accurata³⁰.

60. Nella memoria del 16 giugno 2022, il Professionista ha poi evidenziato le modifiche già implementate al proprio materiale pubblicitario *online* e *offline* (tra giugno e luglio 2021) e alla propria Piattaforma (a decorrere dal mese di ottobre 2021) "*per sottolineare ulteriormente che il proprio modello di business si basa sulla Protezione Acquisti*", nonché le "*ulteriori modifiche che la Società intende apportare in relazione alla Protezione Acquisti*", attraverso nuove modalità di visualizzazione della *Protezione Acquisti* e della relativa formula (c.d. *Prototipo*), tutte compiutamente descritte nelle risultanze istruttorie. L'insieme di tali modifiche, come rilevato da Vinted nella memoria finale, soddisferebbe pienamente gli obblighi di trasparenza previsti dal Codice del Consumo, fermo restando che ad avviso della Società "*l'informazione relativa all'applicazione della Protezione Acquisti a tutti gli acquisti conclusi attraverso la Piattaforma è stata chiaramente veicolata sin dal lancio della Piattaforma in Italia (dicembre 2020), anche prima*

²⁷ Cfr. memoria prot. 77314 del 11 ottobre 2021.


²⁸ Cfr. memoria finale.

²⁹ Cfr. memoria finale.

³⁰ Cfr. memoria del 16 giugno 2022, prot. 48457.

dell'avvio del Procedimento, sia attraverso i propri claim pubblicitari che attraverso numerosi disclaimer e sezioni/pagine dedicate all'interno della Piattaforma", in particolare nella pagina web dedicata alla Protezione Acquisti e nella pagina di ciascun articolo attraverso il disclaimer presente che richiama l'applicazione della Protezione Acquisti, indicando la relativa formula di calcolo³¹.

61. Il Professionista ha in particolare sottolineato come il Prototipo sia stato sviluppato per venire incontro all'esigenza evidenziata dall'Autorità di esporre l'importo relativo alla Protezione Acquisti sin dalla pagina dei risultati di ricerca (il catalogo); al contempo la Società ha messo in luce "il rischio, ad avviso di Vinted, di confondere i potenziali acquirenti, data la variabilità dell'importo relativo alla protezione Acquisti (in ragione degli acquisti in bundle e delle possibili negoziazioni)"³². In estrema sintesi, a detta di Vinted, attraverso "le potenziali modifiche" contemplate nel Prototipo, gli acquirenti: (i) nella pagina dei risultati di ricerca sarebbero "invitati"

[OMISSIS] a visualizzare l'informazione  relativa all'applicazione della Protezione Acquisti"; (ii) nella pagina dell'articolo, vedrebbero l'importo della Protezione Acquisti, calcolato sulla base del prezzo iniziale dell'articolo (non negoziato e non considerando eventuali acquisiti in set/bundle).

62. Tali misure, ad avviso di Vinted, andrebbero ben oltre la prassi di mercato che caratterizzerebbe il funzionamento di altre Piattaforme operanti in Europa³³; le diverse componenti del prezzo finale sarebbero facilmente reperibili, identificabili e comprensibili, anche considerato che non sussisterebbe alcun obbligo normativo che impone ai professionisti di indicare con il medesimo carattere, dimensione e stile/font i vari elementi che compongono il prezzo finale. Secondo Vinted, l'Autorità dovrebbe seguire "un approccio più flessibile, basato sul principio di proporzionalità, sul funzionamento della Piattaforma, sulle caratteristiche del Prototipo e sulle reali capacità dell'utente-consumatore medio" (enfasi in originale); a tale ultimo proposito, si dovrebbe anche tenere conto dell'evoluzione della definizione di "consumatore medio" e prendere in considerazione le presunte aspettative di un "consumatore medio normalmente informato e ragionevolmente attento", asseritamente identificato nella giurisprudenza unionale come una "persona ragionevolmente critica, consapevole e avveduta nel proprio comportamento sul mercato".

63. Pertanto, a detta del Professionista, sarebbe opportuno che i requisiti di trasparenza si evolvessero insieme alle app e ai siti web, nonché agli stessi consumatori, che sarebbero ben avvezzi al layout del Sito e alle sue funzionalità; a sostegno di ciò deporrebbe l'asserita circostanza che nel fascicolo "non figura alcuna segnalazione che faccia riferimento alla presunta applicazione/natura ingannevole della Protezione Acquisti". Tenuto conto della rapida diffusione di piattaforme online second-hand come Vinted, si dovrebbe ritenere che gli utenti-consumatori siano ben consapevoli del relativo funzionamento e non possano, anche ipoteticamente, non comprendere il messaggio veicolato da un'icona informativa [OMISSIS]. Secondo la Società, le icone sono comunemente

³¹ Cfr. memoria finale.

³² Cfr. memoria finale.

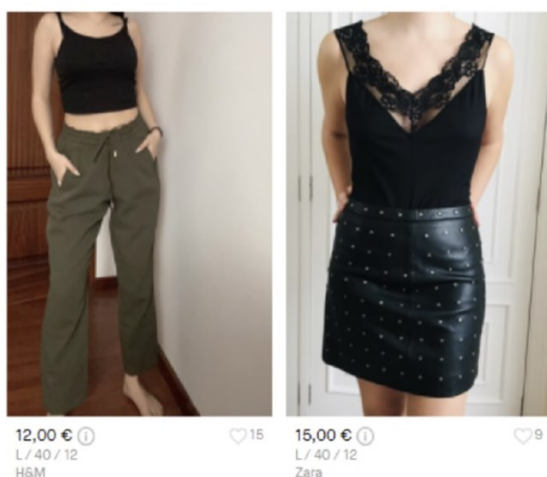
³³ A tale proposito, il Professionista ha citato le sanzioni asseritamente comminate dall'Autorità a valle dei procedimenti PS11839 e PS11770 in relazione all'asserita pubblicazione online di informazioni imprecise e fuorvianti (anche) sui prezzi degli articoli venduti, essendo tali prezzi soggetti a frequenti modifiche e aggiornamenti, anche su base giornaliera, di modo che nel momento in cui l'articolo veniva aggiunto al carrello il prezzo aumentava. Secondo Vinted, questo non sarebbe il caso della Piattaforma, "dato che i prezzi sono sempre quelli proposti dai venditori e variano in presenza delle negoziazioni tra gli utenti. Inoltre, gli utenti vengono informati sin dalla pagina dei risultati della ricerca sul catalogo (così come nella pagina dell'articolo e in quella del checkout (...)) che al prezzo dell'articolo si applica un costo aggiuntivo di 0,70 € + 5% del prezzo di ciascun articolo quando l'acquisto si conclude per il tramite della Piattaforma".

adottate come mezzi per veicolare **“informazioni rilevanti e sono ben note all'utente-consumatore medio”** (enfasi in originale) e fornirebbero un *layout* estremamente organizzato, meno confusionario per gli utenti e quindi più comprensibile ed intellegibile, di modo che *“il requisito di fornire agli utenti tutte le informazioni necessarie per prendere una decisione commerciale consapevole fin dal primo contatto sia pienamente soddisfatto”*.

64. Alla luce delle considerazioni svolte, ad avviso di Vinted il *Prototipo* non presenterebbe alcun elemento di scorrettezza, dal momento che le informazioni rilevanti ai fini della transazione, incluso l'importo potenziale della *Protezione Acquisti* (calcolato in base del prezzo inizialmente proposto dell'articolo, non negoziato e senza considerare eventuali *bundle*), saranno visualizzate in dettaglio sia nella pagina dei risultati di ricerca che nella pagina dell'articolo, rendendo la Piattaforma tutt'altro che idonea a distorcere il comportamento economico dei propri utenti, anche alla luce del fatto che la navigazione all'interno della Piattaforma *online* sarebbe un'esperienza dinamica *“che non può essere analizzata considerando ogni pagina come isolata, ma tenendo conto dell'intera esperienza del consumatore fino a che effettua l'ordine”*.

65. In tale contesto, tenuto conto che attraverso il *Prototipo* la *Protezione Acquisti* sarà indicata anche nella *homepage*, Vinted ha evidenziato che: (i) la pagina dei risultati di ricerca sarebbe un primo *step* della navigazione *“che non consente al consumatore di prendere una decisione di acquisto, ma soltanto di considerare la visualizzazione di una pagina dell'articolo”*, dal momento che nella *homepage*, da un lato, è possibile solo visualizzare una foto per articolo, di solito non idonea a determinare la scelta di acquisto, dall'altro lato, non si può procedere direttamente all'acquisto di prodotti, dovendo aprire necessariamente la pagina dell'articolo; e (ii) le informazioni fornite nella pagina dell'articolo sono sufficienti per consentire al consumatore di prendere una decisione d'acquisto consapevole ed informata. Peraltro, in alcuni casi, anzi *“spesso la singola foto visualizzata nella pagina dei risultati di ricerca non è nemmeno sufficiente per stabilire quale sia l'articolo in vendita, potendo nella foto essere presenti più articoli”*, come indicato nell'immagine n. 9 seguente.

Immagine n. 9



66. A dire di Vinted, sarebbe fondamentale per gli utenti della Piattaforma, prima di decidere di acquistare un articolo di seconda mano, avere la possibilità di analizzare la descrizione completa dell'articolo e le varie fotografie dello stesso per verificare le condizioni del bene; a tale proposito gli acquirenti, nella pagina dell'articolo, avrebbero a disposizione i pulsanti "Chiedi informazioni", "Fai un'offerta" (da agosto 2022) e "Acquista" per effettuare le verifiche necessarie. Peraltro, i pulsanti "Chiedi informazioni" e "Acquista" sarebbero parimenti intellegibili, grazie al fatto di avere le medesime dimensioni, di essere posizionati in prossimità l'uno dell'altro e di riportare termini scritti con il medesimo carattere, di modo che i consumatori sarebbero perfettamente in grado di vederli e distinguerli, sebbene il pulsante "Acquista" sia graficamente evidenziato "in modo più accattivante" con un particolare colore.

67. A conclusione delle proprie tesi difensive, Vinted ha auspicato che l'Autorità adotti nei suoi confronti un approccio più flessibile, che tenga conto "dello specifico modello di business che caratterizza la società", come asseritamente già effettuato in altri procedimenti³⁴ aventi ad oggetto le modalità informative adottate da altri operatori sui costi dei prodotti/servizi, nei quali l'Autorità avrebbe adeguatamente valutato le specificità dei marketplace coinvolti, sotto il profilo della dinamicità dei prezzi e della variabilità delle commissioni. Nel caso di specie, secondo Vinted, le misure contemplate nel *Prototipo* sarebbero "molto più efficaci, chiare, esaustive ed intuitive", grazie all'icona ⓘ già visualizzata accanto al prezzo di ciascun articolo nella pagina dei risultati di ricerca, [OMISSIS].

68. Per quanto concerne la censura legata alla mancata indicazione delle spese di spedizione nella homepage, Vinted ha affermato che siffatte spese non possono essere ragionevolmente calcolate in anticipo, essendoci diverse opzioni di spedizione e dipendendo l'ammontare di tali spese dal volume degli articoli acquistati e dal luogo in cui si trova l'acquirente³⁵; per tale motivo, la visualizzazione dell'informazione relativa alla loro applicabilità in prossimità del prezzo, non essendo le spese di spedizione "prevedibili", sarebbe pienamente conforme ai requisiti del Codice del Consumo e della disciplina europea. In ogni caso, in base al *Prototipo*, nella pagina dei risultati di ricerca, nella finestra che appare cliccando sull'icona ⓘ si chiarirebbe che "le spese di spedizione si applicano in aggiunta al prezzo dell'articolo indicato dal venditore, senza indicarne l'importo specifico."

69. Alla luce di quanto sopra esposto Vinted, ritenendo che il complesso delle misure già attuate e di quelle che "sta attuando" risponda perfettamente alle contestazioni dell'Autorità, incrementando la trasparenza della Piattaforma e risultando pienamente conformi ai dettami del Codice del Consumo e della DPCS, ha chiesto che il presente Procedimento si concluda con una decisione di non scorrettezza o, in subordine, che sia applicata la pena minima prevista dalla normativa in materia, e ancora, che l'Autorità consideri nell'eventuale calcolo della sanzione, in termini di gravità e durata dell'infrazione, tutte le misure attuate dalla Società nel corso del Procedimento, nonché le

³⁴ Il riferimento è al procedimento PS11951, concluso con l'accoglimento di impegni consistenti nel fornire, fin dalla homepage, l'informazione relativa all'esistenza di commissioni di elaborazione e spese di spedizione attraverso l'indicazione di un range minimo e massimo dei costi aggiuntivi applicabili; anche il PS11653 si è concluso con l'accettazione di impegni consistenti nell'informare l'utente, immediatamente dopo aver selezionato la città di interesse e le date di arrivo e partenza, dell'esistenza di spese di gestione.

³⁵ A tal proposito, il Professionista ha richiamato l'art. 7, par. 4, lett. c) della Direttiva 2005/29/CE sulle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori (DPCS), in base al quale in un invito all'acquisto sono considerate rilevanti (anche) le spese di spedizione/consegna "oppure, qualora tali spese non possano ragionevolmente essere calcolate in anticipo, l'indicazione che tali spese potranno essere addebitate al consumatore".

Nuove Misure che Vinted attuerà per eliminare o attenuare le presunte infrazioni (ai sensi dell'art. 11 della legge n. 689/81, richiamato dall'art. 27, comma 13, del Codice del Consumo).

70. [OMISSIS].

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

71. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa tramite vari mezzi di comunicazione, quali spot televisivi, *youtube*, il sito *internet* del Professionista e l'applicazione Vinted disponibile su *App Store* e *Google Play*, in data 13 settembre 2022 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

72. Con delibera n. 356/22/CONS, pervenuta in data 17 ottobre 2022, la suddetta Autorità ha espresso il parere richiesto, limitando le proprie valutazioni all'attitudine dello specifico mezzo di comunicazione, utilizzato per diffondere la pratica commerciale, a incidere e amplificare l'eventuale ingannevolezza e/o scorrettezza della medesima pratica.

73. In particolare, la suddetta Autorità, considerata la centralità che assume il tema della trasparenza delle condizioni di offerta riportate sui siti *web* e nei contratti, ha rilevato, da un lato, che *“la televisione è un mezzo con una forte valenza informativa”* e particolare efficacia sotto il profilo pubblicitario, rivestendo *“una forte funzione sociale in ragione dei meccanismi di influenza nei comportamenti e negli atteggiamenti quotidiani degli individui”* e, dall'altro lato, che *“Internet è una rete di comunicazione globale, in grado di offrire velocemente all'utente una vasta sequenza di informazioni atte a influenzarne il comportamento”*.

74. In conclusione, l'Autorità di regolamentazione, considerato che, con riferimento al caso di specie, *“i mezzi di comunicazione utilizzati, in relazione al servizio offerto dal Professionista, risultano idonei a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che sulla base delle informazioni ricevute tramite la piattaforma, i mass media e lette nel Sito web del Professionista potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità promozionale delle comunicazioni su citate”*, ha ritenuto che, nel caso di specie, *Internet* sia strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale oggetto della richiesta di parere.

VI. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

75. Il presente provvedimento concerne l'illiceità dei comportamenti posti in essere da Vinted a partire almeno dal mese di dicembre 2020, nell'ambito della sua attività di vendita *online* attraverso la piattaforma *internet vinted.it*, consistenti nella diffusione attraverso una pluralità di mezzi pubblicitari di messaggi ingannevoli in relazione ai costi di funzionamento della Piattaforma e al prezzo effettivo dei prodotti commercializzati *online*, con particolare riferimento all'applicazione della commissione per la *Protezione Acquisti* e delle spese di spedizione.

76. Tali condotte integrano un'unica pratica commerciale scorretta, connotata da elementi di ingannevolezza, ai sensi degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea – in termini di potenzialità lesiva – a ingannare i consumatori su modalità e costi delle operazioni di compravendita eseguibili sulla Piattaforma, inducendoli pertanto ad assumere una decisione commerciale per l'acquisto online di un prodotto sul sito *internet vinted.it*

che non avrebbero altrimenti preso. La natura unitaria, benché complessa, della pratica posta in essere da Vinted deriva dal carattere funzionalmente e teleologicamente unitario dell'insieme delle attività prese in considerazione, atteso che le omissioni e le ambiguità informative riguardano la medesima fase del rapporto di consumo (nel caso di specie, la promozione dei prodotti commercializzati) e lo stesso profilo di scorrettezza, ossia le modalità di promozione delle caratteristiche, in termini di funzionamento e costi della Piattaforma.

Premessa: il contesto in cui si collocano le condotte illecite accertate

77. L'istruttoria svolta riguarda il settore dell'*e-commerce*, comparto in forte crescita e caratterizzato da una concorrenza molto accesa, nel quale la spersonalizzazione del rapporto d'acquisto indebolisce di fatto il consumatore/acquirente e lo pone in una posizione di inevitabile asimmetria informativa rispetto al Professionista. Da qui la necessità di assicurare la correttezza delle relazioni commerciali, sin dal momento dell'aggancio dell'utente, attraverso una chiara e completa rappresentazione delle caratteristiche delle offerte che si pubblicizzano, per consentire al consumatore una scelta commerciale consapevole in ordine all'acquisto.

78. È il caso di ricordare che, secondo il paradigma individuato nelle norme del Codice del Consumo poste a tutela della libertà di scelta del consumatore, quest'ultimo deve disporre contestualmente, fin dal primo contatto, di tutte le informazioni utili ad assumere la decisione di natura commerciale; ciò tanto più nel settore dell'*e-commerce*, connotato dalla conclusione a distanza di transazioni commerciali, contesto nel quale assume precipuo rilievo la necessità di assicurare la correttezza delle relazioni di consumo, sin dal momento dell'aggancio dell'utente, attraverso una chiara e completa rappresentazione delle caratteristiche delle offerte che si pubblicizzano e del conseguente vincolo contrattuale, per consentire al consumatore una scelta commerciale consapevole in ordine all'acquisto.

79. Nella fase prodromica alla scelta d'acquisto occorre, pertanto, che siano fornite informative chiare, precise ed esaurienti rispetto alle modalità di funzionamento della Piattaforma Vinted, ai costi connessi all'effettuazione di transazioni commerciali *online* e all'effettivo prezzo dei prodotti offerti in vendita sul Sito, al fine di consentire al consumatore la verifica dapprima della convenienza dell'utilizzo della Piattaforma e delle relative operazioni di acquisto e poi del rispetto delle condizioni di offerta prospettate. Ciò assume precipuo rilievo in relazione al tipo di attività svolta da Vinted, in ragione del fatto che per la tipologia di utenti che acquista articoli di seconda mano la possibilità di risparmiare rappresenta sicuramente un fattore cruciale e determinante nella propria decisione commerciale.

80. Nel descritto contesto il Professionista, in contrasto con il dovere di diligenza su di esso gravante ai sensi del Codice del Consumo, ha pubblicato offerte non veritiere con riferimento alla pretesa gratuità delle transazioni commerciali eseguibili sul Sito e agli oneri che l'acquirente deve sopportare nel caso in cui intenda concludere compravendite sulla Piattaforma, impedendo ai consumatori di effettuare una scelta consapevole e informata. Ciò anche perché, attesa l'elevata concorrenza in tale settore, se prontamente e adeguatamente informato sul meccanismo di funzionamento della Piattaforma, sulle effettive modalità di acquisto e sui reali costi connessi alle operazioni di compravendita, il consumatore può sostituire agevolmente Vinted con un suo diretto concorrente.

81. Nel caso di specie, peraltro, le condotte illecite accertate con il presente provvedimento si inseriscono in un periodo connotato in parte dallo stato di emergenza sanitaria connesso alla propagazione del *Coronavirus* (Covid-19) e dalla conseguente adozione di misure di contenimento del contagio sull'intero territorio nazionale che hanno comportato significative restrizioni alla libertà di spostamento delle persone e alle attività commerciali al dettaglio. In tale scenario, a fronte di una situazione di generale crisi dei settori economici, l'*e-commerce*, ed in particolare l'attività di Vinted, non ha invero registrato alcuna contrazione della domanda, che anzi è incrementata significativamente in ragione del ricorso sempre maggiore a tale modalità di acquisto *online* da parte di consumatori spesso impossibilitati a spostarsi e comunque condizionati dal rischio di contagio. Non si può inoltre trascurare la circostanza che durante la pandemia, in ragione sia del lungo confinamento nell'ambiente casalingo dovuto al *lockdown* sia della situazione di incertezza lavorativa e crisi economica, i consumatori si sono rivolti con crescente interesse allo specifico settore di Vinted, ossia la compravendita dell'usato, di modo che la pratica del "*second hand*" è entrata a tutti gli effetti tra i comportamenti di consumo abituali dei consumatori.

82. In tale contesto Vinted ha posto in essere condotte gravemente scorrette sotto il profilo informativo, prospettando la gratuità delle transazioni commerciali eseguibili sulla Piattaforma e inducendo in errore i consumatori in merito alle modalità di compravendita sulla Piattaforma, agli oneri derivanti dalle operazioni *online* e ai reali prezzi di acquisto dei prodotti venduti sul Sito.

L'ingannevolezza dei claim diffusi in relazione alla gratuità delle transazioni effettuate sulla Piattaforma

83. Come sopra accennato, la prima condotta illecita ascrivibile a Vinted si sostanzia in un comportamento posto in essere nella fase precontrattuale del rapporto di consumo, consistente nella diffusione di informazioni ingannevoli sulle caratteristiche di funzionamento della Piattaforma, con specifico riferimento alla prospettata gratuità delle transazioni commerciali effettuate sul Sito *vinted.it* dai consumatori.

84. Dalle risultanze istruttorie è infatti emerso che le modalità pubblicitarie utilizzate dal Professionista per promuovere l'utilizzo della propria Piattaforma sono suscettibili di ingannare i consumatori in merito ai reali costi delle operazioni di compravendita realizzate attraverso la Piattaforma, in quanto volte a veicolare, mediante l'utilizzo di *claim* decettivamente suggestivi, il concetto di "*gratuità*" delle transazioni commerciali e di assenza di commissioni in relazione alle operazioni *online*.

85. Tali considerazioni riguardano non solo i messaggi diffusi nel momento iniziale di operatività di Vinted, i quali esaltavano con toni assertivi e in modo generalizzato l'assoluta gratuità dell'utilizzo della Piattaforma ("*zero commissioni, zero limiti*"), ma anche i *claim* che ricollegavano l'assenza di costi alla figura del venditore o all'attività di "vendita" ("*Il bello è che vendi senza commissioni*"; "*Zero commissioni sulla vendita*", "*0% di commissioni sulle vendite*", "*vendi gratis, vendi senza commissioni...*", "*...vendi senza costi, vendi senza commissioni...*", "*Scarica l'app e vendi senza commissioni*"; "*Scarica Vinted e vendi senza commissioni*"), dal momento che in entrambi i casi il Professionista ometteva di informare il consumatore in merito all'esistenza di costi nel corso del processo di acquisto *online*, connessi all'applicazione di una commissione per la *Protezione Acquisti* e alle spese di spedizione.

86. Si deve al riguardo osservare che l'ingannevolezza deriva, nel caso di specie, dal contenuto dei *claim* diffusi. Sotto questo profilo, i messaggi incentrati sul concetto di generica e assoluta "gratuità" dell'utilizzo della Piattaforma sono connotati da intrinseca falsità delle informazioni somministrate al consumatore, atteso il principio pacifico e consolidato secondo cui simili prospettazioni si devono accompagnare alla totale assenza per il consumatore di qualsivoglia onere. Analogamente, i *claim* che ancorano il concetto di gratuità alla figura del *venditore* o all'atto di *vendita*, malgrado il corretto contenuto intrinseco delle espressioni utilizzate nel messaggio pubblicitario, sono suscettibili di essere in concreto percepiti in maniera distorta dalla platea indistinta dei consumatori per effetto della contestuale omissione di altre informazioni essenziali (sui costi a carico degli *acquirenti*), di guisa che l'esattezza delle informazioni somministrate dal Professionista non è in sé idonea ad assicurare la chiarezza e completezza del messaggio pubblicitario, che invece è assicurata dalla giusta combinazione delle informazioni (esatte) espressamente fornite nel messaggio e di quelle eventualmente omesse.

87. La liceità di un messaggio pubblicitario discende infatti non solo dalla veridicità delle informazioni in esso contenute, ma anche dalla loro completezza, in ragione dell'immanenza, in capo al Professionista, di un obbligo di fornire al potenziale consumatore un messaggio promozionale caratterizzato, fin dal primo contatto, da chiarezza e completezza. Di conseguenza, l'omissione di informazioni (i costi a carico del consumatore-*acquirente*) risulta nel caso di Vinted censurabile - tanto quanto la non corrispondenza al vero delle stesse - nella misura in cui riguarda elementi fondamentali e necessari a comprendere esattamente il contenuto della comunicazione pubblicitaria per poi poter effettuare la scelta di consumo in modo consapevole.

88. Nello specifico, i messaggi pubblicitari diffusi da Vinted e sopra riportati, anche a seguito dell'introduzione del riferimento al *venditore* e/o alla *vendita*, da un lato, sono comunque enfaticamente incentrati sulla prospettiva dell'assenza di commissioni, dall'altro lato, omettono di indicare in modo chiaro e trasparente, fin dal momento dell'iniziale "aggancio pubblicitario", l'esistenza a carico degli *acquirenti* di costi ulteriori rispetto al prezzo di acquisto del prodotto (*i.e.*: commissione per la *Protezione Acquisti* e spese di spedizione), risultando per tale via idonei a indurre in errore i consumatori potenziali "*acquirenti*", vale a dire una gran parte dei fruitori della Piattaforma Vinted, circa l'effettiva gratuità delle transazioni commerciali concluse all'interno della Piattaforma.

89. Le modifiche introdotte da Vinted a seguito della notifica del provvedimento cautelare e in particolare a partire dal mese di agosto 2021 nelle varie campagne pubblicitarie (*spot TV, social media, outdoor* e *Influencer/Youtube*), consistenti (i) nell'inserimento di uno specifico *disclaimer*, ogni volta che i *claim* facciano riferimento alla gratuità della vendita ("*vendere è gratis*"), volto a informare del fatto che gli acquisti effettuati tramite il sistema di pagamento integrato Vinted sono soggetti a un costo per la *Protezione acquisti*; (ii) nella modifica del *claim* su *Google Play Store* e *App Store* "*Vendi i tuoi vestiti. Zero commissioni, zero limiti*" con la dicitura "*Vendi i tuoi vestiti. Zero commissioni, zero limiti sulla vendita*" e la definitiva sostituzione con il *claim* "*Non lo metti? Mettilo in vendita!*"; nonché (iii) nella sostituzione del *claim* "*Scarica l'app gratuita*" con la più neutra dicitura "*Scarica l'app*" nelle campagne pubblicitarie *online* e *outdoor* (metropolitana e *tram*), costituiscono misure idonee a colmare l'omissione informativa riscontrata e a superare i profili di illiceità rilevati ai sensi del Codice del Consumo, rispondendo all'esigenza di porre i potenziali destinatari del messaggio pubblicitario in grado di valutare consapevolmente la

convenienza relativa all'offerta (nel caso di specie, le condizioni di utilizzo della Piattaforma) e assumere pertanto una decisione di consumo informata.

L'ingannevolezza delle modalità di presentazione dei prezzi dei prodotti e della c.d. Protezione Acquisti

90. Un ulteriore comportamento scorretto ascrivibile al Professionista si sostanzia nell'ingannevolezza delle modalità di prospettazione del prezzo effettivo dei prodotti commercializzati nella Piattaforma. In particolare, assume precipuo rilievo la mancata indicazione da parte di Vinted, in modo chiaro e completo, sin dall'inizio del processo di acquisto, ossia nella pagina dei risultati di ricerca/catalogo (*homepage*), del prezzo finale dell'articolo reclamizzato e in particolare dell'esistenza ed entità della commissione richiesta agli acquirenti per ogni acquisto effettuato sulla Piattaforma (*Protezione Acquisti*) e delle spese di spedizione.

91. Vale al riguardo evidenziare, innanzitutto, che prima dell'avvio del presente procedimento, nella pagina *web* dei risultati di ricerca (*homepage* o catalogo) di Vinted - dove compaiono le immagini dei vari articoli proposti in vendita - era del tutto omessa qualsivoglia informazione in merito alla presenza di costi aggiuntivi a carico dell'acquirente rispetto al prezzo di acquisto del prodotto reclamizzato, che rappresentava l'unica indicazione pubblicata al di sotto dell'immagine fotografica dell'articolo (come desumibile dall'Immagine n. 1). Del pari omissiva risultava la successiva "pagina dell'articolo" (scheda-prodotto) che si limitava a fare riferimento in modo generico alla politica di rimborso di Vinted e invitava a consultare la pagina *web* sulla *Protezione acquisti* (cfr. Immagine 2).

92. Gli interventi correttivi attuati da Vinted nel corso del procedimento con riferimento alla *homepage* (icona ⓘ) e alla pagina dell'articolo (*disclaimer*), ai fini della presentazione dei costi dei prodotti offerti in vendita sulla propria Piattaforma, non soddisfano i canoni di trasparenza e correttezza gravanti sul Professionista ai sensi del Codice del Consumo, in ragione tanto delle modalità utilizzate per fornire informazioni rilevanti per il consumatore, consistenti nella mera apposizione nella *homepage* di un'icona ⓘ accanto al prezzo del prodotto, quanto della tipologia di informazioni fornite, in quanto omettono di indicare gli importi delle spese di spedizione - anche sotto forma di *range* minimo e massimo - e l'entità della commissione per la *Protezione Acquisti*.

93. Infatti, come visto, a decorrere dal mese di ottobre 2021, Vinted si è limitata a inserire, nella pagina *web* dei risultati di ricerca (*homepage*), un'icona ⓘ posta accanto al prezzo di vendita dell'articolo, che deve essere cliccata dall'utente per aprire il *pop-up* contenente l'informazione circa la presenza di "Costi aggiuntivi per gli acquirenti", relativi alle spese di spedizione e al costo della *Protezione acquisti* addebitati all'acquirente per ciascun acquisto effettuato tramite il pulsante "Acquista". Nell'ambito di tale finestra informativa non sono tuttavia indicati gli importi di tali oneri economici applicati ai consumatori (si veda l'immagine n. 1). Sempre dopo l'avvio del procedimento, Vinted ha introdotto un'ulteriore modifica nella successiva "pagina dell'oggetto", inserendo accanto all'immagine fotografica del bene e sotto l'indicazione del prezzo di vendita, prima delle spese di spedizione, un *disclaimer* che avverte dell'applicazione della commissione *Protezione acquisti* per ogni acquisto effettuato usando il pulsante "Acquista", indicando la relativa

formula di costo (“€ 0,70+ il 5% del prezzo dell’articolo”)³⁶. Anche in questo caso, il *disclaimer* informativo omette di indicare l’ammontare della commissione richiesta al consumatore per la protezione acquisti, limitandosi a riportare la “formula” di calcolo.

94. Ai sensi della disciplina a tutela del consumatore, la prospettazione delle complessive condizioni di utilizzo della Piattaforma deve essere chiaramente ed immediatamente percepibile (e, prima ancora, intellegibile), da parte del consumatore; anche le sole modalità di presentazione del prezzo possono rivelare valenza decettiva e quindi porsi in contrasto con la normativa consumeristica, soprattutto in ragione dell’immanenza, in capo al professionista, di un obbligo di fornire al potenziale consumatore un messaggio promozionale caratterizzato, fin dal primo contatto, da chiarezza e completezza. In tale contesto, dunque, le modalità informative adottate dal Professionista - sia prima dell’avvio del procedimento sia nel corso dell’istruttoria - non consentono al consumatore di percepire immediatamente e chiaramente l’esborso finale dell’acquisto *online*, atteso che l’indicazione del prezzo del prodotto offerto in vendita non include, fin dall’inizio, ogni onere economico gravante sull’acquirente, il cui ammontare sia determinabile *ex ante* oppure individuabile attraverso un *range* di prezzi minimo e massimo.

95. Alla luce della consolidata giurisprudenza in tema di *effetto aggancio* dei messaggi pubblicitari, del tutto priva di pregio risulta l’argomentazione del Professionista per cui la *homepage* sarebbe solo un primo *step* della navigazione e non consentirebbe al consumatore di prendere una decisione di acquisto ma solo di considerare la visualizzazione di una pagina dell’articolo, anche tenuto conto del fatto che in alcune inserzioni non sarebbe chiaro quale è il prodotto in vendita (in caso di doppia immagine). Peraltro, l’eventuale incertezza in merito al prodotto offerto in vendita al prezzo pubblicizzato, derivante dall’ambiguità dell’inserzione pubblicitaria, rappresenta un ulteriore elemento di ingannevolezza della condotta.

96. Vale in proposito evidenziare che la commissione per la *Protezione Acquisti* risulta di fatto e per sua natura costituire un “elemento inevitabile e prevedibile” del costo complessivo della transazione, in quanto si applica obbligatoriamente a ogni acquisto concluso all’interno della Piattaforma. In primo luogo, infatti, l’attuale disegno dell’interfaccia della Piattaforma di Vinted è tale per cui l’utente, attraverso le modalità grafiche utilizzate per visualizzare le funzioni proposte, è indotto a selezionare il pulsante “*Acquista*” e dunque a concludere la transazione all’interno della Piattaforma (con conseguente applicazione della *Protezione Acquisti* e del relativo costo), essendo l’unico pulsante connotato dal colore pieno e da una locuzione chiaramente intellegibile. D’altra parte, non risulta adeguatamente indicata, in alcuna parte del Sito del Professionista, la circostanza che la transazione di acquisto possa svolgersi al di fuori dalla Piattaforma, senza dover pagare il costo della *Protezione Acquisti*, e neppure è in alcun modo descritta la relativa procedura di acquisto senza commissioni. In ragione di tale struttura della Piattaforma, neppure l’introduzione da parte del Professionista, nella pagina dell’articolo, di un terzo tasto denominato “*Fai un’offerta*” vale a elidere i profili di ingannevolezza delle modalità di presentazione del prezzo di acquisto dei prodotti in quanto non vengono minimamente comunque chiarite al consumatore le reali condizioni di acquisto sulla Piattaforma.

³⁶ Nello specifico, le modifiche sarebbero state apportate dopo il mese di ottobre 2021 (cfr. memoria prot. 77314 del 11 ottobre 2021, punto 2.11). Nella versione precedente del Piattaforma, la scheda prodotto si limitava a riportare, al di sotto del prezzo di acquisto del prodotto e dei due pulsanti “*Chiedi informazioni*” e “*Acquista*” il mero avviso “*Acquisto coperto dalla nostra politica di rimborso. Scopri di più sulla protezione acquisti*”.

97. Né può ritenersi che tale modalità alternativa di acquisto sia immediatamente e chiaramente percepibile dal consumatore: la mera presenza del pulsante “*Chiedi informazioni*”, connotato da minore evidenza grafica e da una dicitura vaga e ambigua, priva di qualunque riferimento al venditore e alla possibilità di negoziare le condizioni di acquisto, dovrebbe consentire all’utente di intuire che sussiste la possibilità di concludere una compravendita al di fuori della Piattaforma, senza pagare la commissione per la *Protezione Acquisti*. Si deve al riguardo osservare che la rappresentazione grafica e testuale del funzionamento della Piattaforma e del prezzo dei prodotti offerti in vendita, rendendo di difficile percezione talune informazioni (in quanto rese con scarsa evidenza grafica a fronte della enfattizzazione di altri elementi) ben può essere ricondotta al paradigma normativo delle pratiche commerciali scorrette, finalizzato alla tutela della libertà del consumatore di autodeterminarsi al riparo da ogni possibile influenza, anche indiretta, positiva o negativa, che possa incidere sulle sue scelte economiche.

98. Alla luce di quanto sopra esposto, la tesi difensiva del Professionista per cui il consumatore sarebbe pienamente consapevole della possibilità di concludere l’acquisto al di fuori dalla Piattaforma, evitando l’addebito delle commissioni per la *Protezioni Acquisti*, risulta priva di fondamento dal momento che la modalità enfatica con la quale è configurato sul Sito il pulsante “*Acquista*” lascerebbe ritenere al consumatore che si tratti dell’unica modalità per acquistare il prodotto e che, pertanto, la commissione per la *Protezione acquisti* sia obbligatoria e “inevitabile”.

99. Inoltre, quanto alla prevedibile entità dei costi della *Protezione Acquisti*, contrariamente a quanto sostenuto dal Professionista, non assume rilievo il fatto che il prezzo del prodotto pubblicato sulla *homepage* e sulla pagina dell’articolo possa non corrispondere al prezzo finale del bene, potendo il potenziale acquirente intraprendere eventuali trattative con il venditore e negoziare un prezzo più basso o ancora concludere la transazione fuori dalla Piattaforma Vinted. Si sottolinea in proposito come i prezzi negoziabili e gli eventuali sconti non possano giustificare la mancata indicazione dei costi obbligatori relativi all’acquisto tramite la piattaforma di Vinted. In ogni caso, come accennato, non è plausibile che un consumatore medio sia in grado di comprendere che il prezzo visualizzato nella *homepage* sia un prezzo massimo di entrata, dal momento che non sussiste alcuna indicazione al riguardo sulla Piattaforma, non essendo esplicitata in alcuna parte del Sito la circostanza che i prezzi sarebbero negoziabili alla luce della possibilità di concordare le condizioni di acquisto direttamente con il venditore e concludere l’acquisto al di fuori della Piattaforma, appunto cliccando l’ambiguo pulsante “*Chiedi informazioni*”, anche considerato che (fino ad agosto 2022) solo dopo aver cliccato su tale pulsante si poteva accedere all’ulteriore pagina *web* dove compare il tasto “*Fai un’offerta*”.

100. È pertanto priva di pregio l’argomentazione difensiva di Vinted secondo cui l’importo finale della *Protezione Acquisti* non possa essere calcolato in anticipo, per il fatto che il prezzo del prodotto, sul quale applicare la commissione del 5%, potrebbe non essere definitivo e subire una riduzione a seguito di trattativa con il venditore; qualora, infatti, il prezzo finale dovesse essere più basso in forza della negoziazione diretta tra acquirente e venditore, l’importo della commissione (*Protezione Acquisti*) e del prezzo complessivo potranno essere adeguati, al ribasso, nel prosieguo del processo di acquisto e pagamento. Si consideri al riguardo che ove anche il prezzo fosse chiaramente indicato sul Sito come “negoziabile”, Vinted avrebbe pur sempre l’obbligo di indicare il prezzo comprensivo di tutti i costi inevitabili, le commissioni e le spese, fin dal primo contatto che il consumatore ha con le inserzioni di vendita. In ogni caso, l’inconsistenza della tesi difensiva in

esame risulta confermata dalla misura da ultimo proposta da Vinted nell'ambito del Prototipo, che prevede di esporre l'importo relativo alla Protezione Acquisti (non negoziato e non considerando eventuali acquisti in bundle) sin dalla pagina dei risultati di ricerca (*homepage*).

101. Diversamente da quanto sostenuto dal Professionista, l'ingannevolezza di una pratica sotto lo specifico profilo dell'omissione informativa, non discende solo dalla mancata allegazione di informazioni rilevanti, ma anche dalle modalità grafiche ed espressive con cui gli elementi del prodotto vengono rappresentati, dalle espressioni testuali, dalle stesse modalità di presentazione del prodotto e dalle scelte in ordine all'enfaticizzazione di alcuni degli elementi (come nel caso del tasto "Acquista"). Il carattere ingannevole di un messaggio pubblicitario può risiedere anche nell'utilizzo di termini inappropriati – come nel caso del pulsante "Chiedi informazioni" – in quanto la comunicazione pubblicitaria – oltre che sotto il profilo della veridicità dei suoi contenuti – va valutata anche con riguardo alla sua veste esteriore, atteso che le modalità seguite da Vinted per la presentazione della Piattaforma sono in grado di incidere non solo sulla decisione del consumatore di acquistare un prodotto offerto in vendita ma anche sulla decisione su "come" acquistarlo. Il carattere ingannevole può dunque riguardare le modalità informative utilizzate dal professionista, nella misura in cui incidono sulla capacità del consumatore di comprendere l'esatta natura di ciò che gli viene offerto, manipolandone artificialmente il processo selettivo; nel caso di specie rileva l'utilizzo di una mera *icona* che consente di aprire un *pop-up* per fornire informazioni comunque incomplete sui costi a carico del consumatore.

102. In conclusione, il Professionista enfatizza nelle varie pagine *web* della Piattaforma non il *prezzo finale* ed effettivo dei prodotti offerti in vendita, ma un *prezzo base* a cui si aggiungono ulteriori costi, omettendo di indicare fin dall'inizio del processo di acquisto, in maniera chiara e trasparente, attraverso modalità grafiche e di presentazione di adeguata evidenza, il costo finale della transazione con l'indicazione puntuale di ogni onere economico gravante sul consumatore, ossia nel caso di specie non solo il prezzo fissato dal venditore ma anche il costo per la *Protezione Acquisti* e l'ammontare delle spese di *spedizione*. Tale condotta si pone in contrasto con l'obbligo di correttezza e completezza informativa, che impone al professionista di mostrare ai consumatori, attraverso un'adeguata ed esaustiva informazione preventiva, il prezzo complessivo del prodotto fin dal primo contatto, dal c.d. momento dell'aggancio, ossia quello in cui il consumatore accede alla pagina *web* dei risultati della ricerca (*homepage*) in cui sono contenute le inserzioni relative ai prodotti offerti in vendita.

103. Per quanto in particolare concerne le spese di spedizione, non rileva, ai fini dell'esonero del Professionista dalla responsabilità addebitata, l'asserita circostanza che le spese di spedizione non siano quantificabili "a monte", potendosi ovviare a tale incertezza specificando chiaramente, sin dal primo contatto, con modalità grafiche ed espressive adeguate, che al prezzo indicato devono essere aggiunti i costi di spedizione, che ben possono essere indicati almeno nella misura minima e massima potenzialmente applicabile³⁷. In ogni caso, deve osservarsi che gli utenti della Piattaforma,

³⁷ Lo stesso Professionista, nei propri scritti difensivi, ha ricordato le misure correttive attuate da un altro operatore del settore dell'*e-commerce* al fine di fornire ai consumatori, fin dalla *homepage*, l'informazione relativa all'esistenza di commissioni di elaborazione e spese di spedizione attraverso l'indicazione di un *range* minimo e massimo dei costi aggiuntivi applicabili, in quanto non previamente quantificabili nel loro ammontare (che dipende dal tipo di articolo acquistato, al prezzo e al luogo in cui si trovano venditore e acquirente). Tale caso, peraltro, differisce da quello oggetto

dovento essere registrati per ottenere l'assegnazione di un *account*, forniscono l'indicazione dell'indirizzo di spedizione della merce e quindi Vinted, disponendo di tale informazione, è in grado di determinare l'ammontare delle spese di spedizione.

104. Ciò detto in merito all'attuale assetto del Sito e alle modalità informative utilizzate nella piattaforma, si deve rilevare come le ulteriori misure che la Società ha rappresentato di essere intenzionata ad introdurre (c.d. *Prototipo*) non siano idonee a superare pienamente i profili di illiceità delle condotte contestate, in quanto l'ingannevolezza di una pratica non discende solo dalla mancata allegazione di informazioni rilevanti ma anche dalle modalità grafiche ed espressive con cui gli elementi del prodotto (nel caso di specie il prezzo finale comprensivo dei costi aggiuntivi) sono rappresentati, dalle espressioni testuali e dalle scelte in ordine all'enfatizzazione di alcuni elementi; nel caso di specie, le proposte modifiche si limitano consentire agli acquirenti di visualizzare, nella pagina dei risultati della ricerca, l'importo della *Protezione Acquisiti* (calcolato sulla base del prezzo iniziale dell'articolo non negoziato ed esclusi eventuali acquisti in *bundle*), solo dopo [OMISSIS].

105. Nonostante dunque i prospettati interventi di futura realizzazione, l'effettivo costo complessivo della transazione commerciale *online*, comprensivo di tutte le commissioni e spese, continuerebbe a non essere presentato fin dall'inizio all'utente con modalità grafiche ed espressive adeguate e complete. Ciò in quanto, nella pagina *web* dei risultati della ricerca (*homepage*) dove compaiono le inserzioni di vendita dei prodotti continuerebbe ad essere indicato, peraltro con grande evidenza grafica, solo il prezzo del bene [OMISSIS].

106. L'inserimento [OMISSIS], che servirebbe a evidenziare l'icona informativa che consente, una volta cliccata, di visualizzare il contenuto recante le informazioni sui costi aggiuntivi, non esclude l'ingannevolezza del messaggio per il fatto che l'evidenza grafica posta sul prezzo di vendita del prodotto presenta un'accessibilità e leggibilità decisamente maggiori rispetto alle informazioni sui costi della *Protezione Acquisiti* e delle spese di spedizione, in quanto visualizzabili sono dopo aver cliccato l'icona scritta in caratteri più piccoli e decisamente meno evidenti, così da ingenerare nel consumatore la convinzione che si tratti di elementi trascurabili.

107. Al riguardo, vale rilevare come la tutela apprestata dalle norme sulla pubblicità ingannevole, in base alla consolidata giurisprudenza in materia e contrariamente a quanto sostenuto da Vinted, non si commisuri alla posizione degli acquirenti dotati di specifica competenza, avvedutezza e di particolari cognizioni merceologiche, ma a quella degli acquirenti di media accortezza o alla generalità dei consumatori³⁸. La nozione di consumatore "medio" al quale sia diretta una pratica commerciale "in rete" individua un tipo di consumatore né pienamente informato e avveduto né completamente disinformato e sprovvisto e non può pertanto coincidere con una tipologia riconducibile ad un consumatore che abbia particolare dimestichezza e frequentazione di siti *internet*, che consentano al medesimo di orientarsi, con avveduta dimestichezza e con sicura pratica, tra "link", "FAQ", "pop up", e rinvii da una ad altra sezione del sito³⁹.

108. In sostanza, atteso che la nozione di consumatore medio corrisponde alla figura del consumatore normalmente informato e ragionevolmente avveduto, costituisce un preciso "onere di

del presente procedimento in ragione delle diverse modalità operative del *marketplace*, dove non è il Professionista a fissare il prezzo di vendita ma l'incontro, in tempo reale, della domanda e dell'offerta.

³⁸ Cfr., in proposito, Tar Lazio, sent. 10 gennaio 2019, n. 337, e sent. 27 marzo 2019, n. 4062.

³⁹ Cfr., in proposito, Tar Lazio, sent. 3 marzo 2020, n. 1418 e sent. 21 gennaio 2019, n. 781.

diligenza” gravante sul Professionista quello della corretta e completa informazione, per cui se la pubblicizzazione del servizio e del prodotto in offerta è idonea a falsare le ordinarie scelte di tale tipo di consumatore con riguardo alle caratteristiche principali del servizio/prodotto, perché carente riguardo al calcolo del prezzo, carente di informazioni rilevanti, presentata in maniera poco chiara o non esaustiva, contenente una descrizione della transazione e dell’utilizzo della Piattaforma come “gratuita” pur gravando sul consumatore altri oneri, si palesa una evidente lesione nei confronti del consumatore qualificato “medio”, che, sia pur normalmente avveduto, per le riscontrate carenze non ha potuto esercitare la sua “avvedutezza”⁴⁰.

109. Come anche recentemente evidenziato negli *Orientamenti* sull’interpretazione e sull’applicazione della direttiva 2005/29/CE sulle pratiche commerciali sleali⁴¹, la pratica relativa alla “prezzatura a goccia” (c.d. *Drip pricing*), attraverso la quale i professionisti aggiungono i costi durante il processo di acquisto, per esempio aggiungono spese che sono inevitabili e avrebbero dovuto essere incluse nel prezzo sin dall’inizio o altrimenti aumentano arbitrariamente il prezzo finale, può costituire un’azione o un’omissione ingannevole, essendo idonea a indurre i consumatori ad assumere decisioni di natura commerciale che non avrebbero preso se il prezzo totale fosse stato indicato nel primo “invito all’acquisto”.

110. L’argomentazione del Professionista per cui nel fascicolo istruttorio non sarebbe presente alcuna segnalazione che faccia riferimento alla presunta applicazione/natura ingannevole della *Protezione Acquisti*, a pretesa dimostrazione della consapevolezza in capo agli utenti circa l’esistenza e il funzionamento del modello di *business* di Vinted, risulta contraddetta dalla documentazione acquisita agli atti e relativa alle lamentele dei consumatori in merito allo scarso livello di trasparenza della Piattaforma e all’ingannevolezza della *Protezione Acquisti*⁴². In ogni caso, tale tesi difensiva è comunque priva di rilievo alla luce della consolidata giurisprudenza secondo cui le pratiche commerciali scorrette si sostanziano in illeciti di mero pericolo, con la conseguenza che, ai fini della configurabilità della fattispecie, è sufficiente l’astratta ripetibilità della condotta⁴³.

111. Del pari priva di pregio si palesa la dedotta disparità di trattamento rispetto ad altri procedimenti, atteso che la giurisprudenza amministrativa è concorde nel ritenere che «*Ogni accertamento circa l’esistenza di profili di scorrettezza di pratiche commerciali ascritte a diversi soggetti è connotato da autonomia ed è preclusa la verifica di ipotesi di disparità di trattamento in materia di sanzioni amministrative, che postula l’identità o quantomeno la totale assimilabilità delle situazioni che appare in linea generale difficilmente configurabile*»⁴⁴. Ad ogni modo, la censura di disparità di trattamento rispetto alla asserita mancata irrogazione di sanzione ad altri soggetti operanti nel settore non merita accoglimento alla luce del fatto che “*l’eventuale erroneità*

⁴⁰ Cfr. al riguardo Tar Lazio, sent. 17 febbraio 2021, n. 1996 e giurisprudenza ivi richiamata.

⁴¹ Cfr. Comunicazione della Commissione 2021/C 526/01, in particolare il punto 4.2.8.

⁴² Cfr. le seguenti segnalazioni di consumatori e loro associazioni rappresentative, pervenute sia prima dell’avvio del procedimento sia nel corso dell’istruttoria: prot. 22847 del 22 febbraio 2021; prot. 33336 del 30 marzo 2021; prot. 23379 del 28 febbraio 2022; prot. 35122 del 19 aprile 2022; prot. 41118 del 16 maggio 2022; prott. 36047, 36048, 36055 e 36000 del 12 aprile 2022; prot. 37558 del 15 aprile 2022.

⁴³ Cfr. Consiglio di Stato, sentenze 27 dicembre 2021, n. 8620; 14 ottobre 2019, n. 6984.

⁴⁴ Cfr., *ex multis*, TAR Lazio, sentenza 13300/2022, pubblicata il 18 ottobre 2022.

dell'Autorità nel non censurare condotte analoghe non costituirebbe di per sé una 'esimente' dell'illecito compiuto dalla Società»⁴⁵.

112. In conclusione, alla luce di quanto fin qui esposto, le condotte poste in essere da Vinted si pongono in contrasto con il dovere di diligenza professionale e l'obbligo di chiarezza e completezza informativa e integrano una pratica commerciale scorretta, sotto il profilo dell'ingannevolezza, idonea a falsare in misura significativa il comportamento economico del consumatore medio in relazione all'utilizzo della Piattaforma, potendo indurlo ad assumere, attraverso modalità decettive ed omissive di presentazione del prezzo del prodotto e delle opzioni di acquisto, una decisione di natura commerciale, quale la conclusione di una transazione di acquisto all'interno della Piattaforma *vinted.it*, che altrimenti non avrebbero preso, in violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del Consumo.

113. Per quanto concerne, infine, l'istanza di proroga del termine di conclusione del procedimento formulata nella memoria finale, [OMISSIS], si ribadisce che la stessa non è meritevole di accoglimento, come già comunicato dall'Autorità con lettera del 13 settembre 2022, in ragione dello stato di avanzamento del procedimento, essendo ormai in via di conclusione dopo un'ampia ed articolata fase di acquisizione degli elementi nonché con ogni più ampia opportunità di contraddittorio e nel pieno rispetto del diritto di difesa della Società. In tale occasione, si è già sottolineato come Vinted abbia avuto modo di rappresentare compiutamente la propria posizione nell'ambito [OMISSIS] sia del procedimento PS12003 avviato dall'Autorità, nel corso del quale sono già state accordate alla Società numerose proroghe in accoglimento delle istanze formulate [OMISSIS]⁴⁶ - al fine precipuo di presentare la propria posizione sulle contestazioni svolte [OMISSIS] e di predisporre le relative misure correttive - nonché al fine di garantire la pretesa esigenza di "testare e implementare ulteriori modifiche alla propria piattaforma idonee a superare le preoccupazioni dell'AGCM"⁴⁷ e, infine, per assicurare il pieno esercizio del diritto di difesa e un adeguato contraddittorio dopo la Comunicazione del termine di chiusura della fase istruttoria⁴⁸.

114. [OMISSIS].

VII. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

115. 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.

116. 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.

⁴⁵ Cfr. Consiglio di Stato, VI, 31 dicembre 2021, n. 8757.

⁴⁶ Cfr. Comunicazioni prot. 22141 del 23 febbraio 2022 e prot. 35985 del 21 aprile 2022.

⁴⁷ Cfr. Comunicazione prot. 52953 del 6 luglio 2022.

⁴⁸ Cfr. Comunicazioni prot. 57901 del 25 luglio 2022 e prot. 61261 del 5 agosto 2022.

117. Con riguardo alla gravità delle violazioni, si tiene conto nelle fattispecie in esame dei seguenti elementi: *i)* la dimensione economica dell'operatore, che nell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2021 ha registrato un fatturato di [100-517] milioni di euro, opera in quindici Paesi e conta più di quarantacinque milioni di utenti registrati in tutto il mondo; *ii)* la specificità del settore dell'e-commerce, che pone il consumatore acquirente in una posizione di inevitabile asimmetria informativa rispetto ai venditori *online*; *iii)* l'ampia diffusione delle condotte illecite, in ragione del mezzo impiegato per veicolare le offerte commerciali, ossia la Piattaforma *vinted.it*, strumento suscettibile di raggiungere rapidamente un numero elevatissimo di consumatori localizzati sull'intero territorio nazionale; *iv)* la specifica tipologia dell'illecito che afferisce ad una fase molto delicata del rapporto di consumo, quella del primo contatto pubblicitario in cui si verifica l'effetto di "aggancio" del consumatore sulla base della prospettazione ingannevole delle caratteristiche della Piattaforma e dell'offerta commerciale.

118. Per quanto riguarda la *durata* della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale scorretta è stata posta in essere dal Professionista almeno inizio dell'operatività della Piattaforma in Italia, ossia dal dicembre 2020⁴⁹, e che è ancora in corso, ad eccezione della condotta consistente nella diffusione di *claim* in relazione alla gratuità delle transazioni effettuate sulla Piattaforma, cessata a seguito delle modifiche realizzate nei messaggi pubblicitari in ottemperanza al provvedimento cautelare, come rappresentato nella relazione prodotta nel mese di agosto 2021⁵⁰.

119. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a VINTED UAB nella misura di 3.000.000 (tremilioni) euro.

120. In considerazione della situazione economica del Professionista, che presenta condizioni economiche non positive con un bilancio in perdita, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a VINTED UAB nella misura di 1.500.000 (unmilione cinquecentomila) euro.

RITENUTO, pertanto, anche alla luce del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante l'ingannevole prospettazione dei prezzi dei prodotti offerti in vendita *online* e dei costi delle transazioni commerciali eseguibili sulla Piattaforma, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione all'utilizzo della Piattaforma *vinted.it*;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Vinted UAB, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione e continuazione;

⁴⁹ Cfr. comunicazione prot.61531 del 26 luglio 2021.

⁵⁰ Cfr. comunicazione prot.63523 del 3 agosto 2021.

b) di irrogare a Vinted UAB una sanzione amministrativa pecuniaria di 1.500.000 (unmilione CINQUECENTOMILA) euro;

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

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

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

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

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

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 135, comma 1, lett. 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
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

PS12414 - SEO DIGITAL MARKETING

Provvedimento n. 30356

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 25 ottobre 2022;

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, in particolare, l'art. 27, comma 3-bis, del Codice del Consumo;

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

VISTI gli atti del procedimento;

VISTA la comunicazione di avvio del procedimento PS12414 del 4 ottobre 2022, volto a verificare l'esistenza di pratiche commerciali scorrette, in violazione degli articoli 21, 22, 24, 25, comma 1, lettere a), d) ed e), nonché 26, comma 1, lettera f), del Codice del Consumo, da parte della società SEO DIGITAL MARKETING B.V.;

CONSIDERATO quanto segue:

I. FATTO

1. A seguito di numerose segnalazioni da parte dell'associazione di consumatori AECI e di microimprese italiane, nonché di informazioni acquisite d'ufficio, è emerso che taluni comportamenti realizzati da SEO DIGITAL MARKETING B.V. (di seguito anche SEO DIGITAL) potrebbero integrare fattispecie rilevanti ai sensi del Codice del Consumo.

2. In particolare, numerose microimprese italiane hanno ricevuto ripetutamente richieste e solleciti di pagamento delle rate annuali di un abbonamento triennale a un servizio di annunci pubblicitari sull'*“EU Business Register”*, che in realtà i segnalanti non hanno mai consapevolmente sottoscritto. I segnalanti lamentano come i solleciti si facciano via via più pressanti, giungendo anche alla minaccia di adire le competenti Autorità giudiziarie al fine di recuperare il credito indebitamente vantato.

3. L'inconsapevole adesione a tale servizio risale al ricevimento da parte delle microimprese segnalanti di *e-mail* contenenti la richiesta, formulata in lingua inglese, di inserimento/aggiornamento dei dati aziendali nel *database* privato denominato *“EU Business Register”* accessibile tramite i siti *www.eubusinessregister.net* e *www.eubusinessregister.org*.

4. Il modulo allegato alle suddette comunicazioni riporta il logo *“Eu business register”*, che include la raffigurazione di un libro contornato da piccole stelle e descrive nel modo seguente le proprie finalità: *“We are compiling information for the EU BUSINESS REGISTER. We wish to be able to inform other EU companies about your activities. In order to list your company on the Internet for EU businesses, just fill in and return the form. Any additional material of your company that can*

make your profile up to date is very welcome. We thank you for your cooperation". Dopo tale testo si legge: *"To update your company profile, please print, complete and return this form. **Updating is free of charge!**. Only sign if you want to place an insertion"*.

5. In un paragrafo di difficile lettura intitolato "ORDER", stampato in caratteri grafici minuscoli e tra loro ravvicinati e posizionato nella parte bassa del modulo, dopo gli spazi riservati all'inserimento dei dati aziendali del destinatario, si riporta l'indicazione che la sottoscrizione del modulo avrebbe comportato l'acquisto, per tre anni, di una inserzione nel database online *EU BUSINESS REGISTER*, al costo di 995 euro/anno.

6. Nel modulo è indicato quale "service provider" la società *EU BUSINESS SERVICE LTD*. La stessa è qualificata come "editore" della banca dati "*EU Business Register*" sui siti *www.eubusinessregister.net* e *www.eubusinessregister.org*, dove si afferma anche che è "*corporation organized and existing under the law of Nevis, West Indies*" e si fornisce un recapito della medesima in Olanda. Non è stato possibile rinvenire alcuna traccia della società *EU Business Service Ltd* nei registri internazionali delle camere di commercio¹.

7. Soltanto con la ricezione della richiesta di pagamento della quota annuale, che fa riferimento alla data dell'invio del modulo, la microimpresa che ha trasmesso i propri dati ha appreso di aver sottoscritto un servizio a pagamento che non aveva alcuna intenzione di richiedere. In tale richiesta è indicato come beneficiario del pagamento "SEO DIGITAL MARKETING B.V./EU Business Register" e sono altresì specificati i riferimenti bancari (IBAN e BIC/Swift di diritto olandese) per versare l'importo richiesto². La società *SEO DIGITAL MARKETING B.V.* ha sede in Nieuwegein (Olanda) e risulta regolarmente registrata presso la Camera di Commercio dei Paesi Bassi KVK.

8. Qualora le imprese contattate non versino l'importo richiesto, esse ricevono via *e-mail*, con cadenza periodica, solleciti di pagamento ("*REMINDER*") del seguente tenore: "*Sir/Madam, We are sending the message to remind you that the invoice we have issued towards your company is overdue (due date – 09/05/2022) and soon to be penalized with extra fees for delayed settlement, therefore increasing your debt to EUR 1129, -on 4th of July, 2022. The message is sent for your acknowledging the 5-days term to settle with initial amount of EUR995-. Regards [...]*"³. In tali solleciti, all'importo iniziale di 995 euro annuali sono aggiunte due commissioni, rispettivamente pari a 99 euro in qualità di "*late payment fee*" e 35 euro in qualità di "*administration fee*", che accrescono l'importo complessivo richiesto. Anche in tali solleciti è indicato come beneficiario del pagamento "SEO DIGITAL MARKETING B.V. EU Business Register" e risultano altresì specificati i medesimi riferimenti bancari.

9. Il credito viene successivamente reclamato⁴ anche da una presunta società di recupero crediti, la *Walberg & Hirsh Global Collections Ltd*, di cui tuttavia non vi è traccia nel registro della Camera di Commercio olandese. Con tale sollecito è preteso il pagamento, oltre che delle somme sopra citate, di una commissione pari a 300 euro a titolo di «*Legal Fee*» ed una commissione ulteriore di 500 euro a titolo di «*Additional Legal Fee*», per complessivi 1429 euro. Le microimprese sono altresì

¹ Si è espressa in tal senso anche Guardia di Finanza con nota pervenuta in data 11 febbraio 2021, prot. 92301.

² Cfr. ad esempio allegati alla segnalazione del 2 agosto 2022, prot. 60129.

³ Cfr. segnalazione del 7 luglio 2022, prot. 53331.

⁴ Cfr. segnalazione del 13 luglio 2022 prot. 54645, segnalazione del 21 luglio 2022, prot. 57268 e la segnalazione del 19 luglio 2022, prot. 56426 e relativi allegati.

informate del fatto che, qualora continuino a perseverare nel mancato versamento delle somme ritenute dovute, si provvederà ad agire legalmente contro le suddette microimprese adottando le “necessarie” azioni legali⁵.

In tali comunicazioni è sempre indicato come beneficiario del pagamento “SEO DIGITAL MARKETING B.V./EU Business Register”.

10. Le richieste di pagamento e i solleciti, allegati alle segnalazioni recentemente pervenute, sono trasmesse alle microimprese via *mail* utilizzando i seguenti domini: *eubusinessservices.net*⁶, *accounting-seo.eu*⁷, *accountingeb.eu*⁸, *accountingseo.net*⁹, *seoaccounting.org*¹⁰ ed *ebr.directory*¹¹.

11. Pertanto, sulla base delle informazioni acquisite in atti, è stato avviato il procedimento istruttorio PS12414, ai sensi dell’art. 27, comma 3, del Codice del Consumo, nonché ai sensi dell’art. 6 del Regolamento, al fine di verificare la sussistenza di pratiche commerciali scorrette, in violazione degli articoli 21, 22, 24, 25, comma 1, lettere *a, d*) ed *e*), nonché 26, comma 1, lettera *f*), del Codice del Consumo.

Parte del procedimento è SEO DIGITAL MARKETING B.V..

12. In sintesi, i comportamenti oggetto di contestazione appaiono integrare una pratica commerciale scorretta unitariamente volta a pretendere il pagamento di un servizio non richiesto di annunci pubblicitari a pagamento.

Infatti, la comunicazione ricevuta (e non richiesta) dalle microimprese è presentata come una offerta di inserimento dei dati aziendali in un *database* accessibile ai siti *web* *www.eubusinessregister.net* e *www.eubusinessregister.org*, il cui nome appare confondibile con il portale ufficiale che collega i *business registers* di diversi stati dell’Unione Europea. La natura commerciale della comunicazione è invece marginalizzata in una sezione priva di evidenza e scritta in inglese, in caratteri notevolmente ridotti. Tale prospettazione è idonea ad indurre in errore i destinatari in ordine alla natura commerciale della comunicazione e al suo effettivo scopo, inducendoli a sottoscrivere inconsapevolmente un servizio a pagamento non richiesto.

Inoltre, le modalità di riscossione adottate dal professionista per il recupero dei crediti indebitamente vantati, realizzate avvalendosi anche di una presunta società di recupero crediti, tramite la richiesta di importi via via crescenti in caso di mancato pagamento e minacce di adire le vie legali per il recupero degli importi pretesi, appaiono idonee a condizionare indebitamente i destinatari a pagare somme non dovute. Infine, l’omissione di qualsiasi informazione circa la presenza di un diritto di recesso appare potenzialmente idonea ad ostacolare l’esercizio di tale diritto da parte delle microimprese destinatarie.

⁵ Cfr. allegati alla segnalazione del 21 luglio 2022, prot. 57268.

⁶ Cfr. segnalazione del 13 luglio 2022, prot. 54645.

⁷ Cfr. segnalazione del 13 luglio 2022, prot. 54645.

⁸ Cfr. segnalazione del 7 luglio 2022, prot. 53331.

⁹ Cfr. segnalazione del 19 luglio 2022, prot. 56426.

¹⁰ Cfr. segnalazione del 2 agosto 2022, prot. 60129.

¹¹ Cfr. segnalazione del 13 luglio 2022, prot. 54645.

II. VALUTAZIONI

13. Gli elementi sopra descritti inducono a ritenere *prima facie* attualmente sussistenti le condotte ingannevoli e aggressive contestate al professionista che risultano poste in essere in violazione degli articoli 21, 22, 24, 25, comma 1, lettere *a)*, *d)* ed *e)*, nonché 26, comma 1, lettera *f)*, del Codice del Consumo.

14. Quanto al *fumus boni iuris*, sulla base di quanto sopra esposto, risulta che sono state adottate modalità di vendita ingannevoli e omissive degli spazi pubblicitari nel *database* privato “*EU Business Register*”, volte a indurre le microimprese a sottoscrivere inconsapevolmente servizi non richiesti. Infatti il messaggio e il modulo allegato ricevuti (e non richiesti) dalle microimprese sono presentati come una offerta di inserimento dei propri dati in un *database*, il cui nome appare confondibile con il portale ufficiale che collega i *business register* di diversi stati dell’Unione Europea, dissimulando in tal modo la vera natura commerciale della comunicazione, che è marginalizzata in una sezione priva di evidenza e scritta in caratteri notevolmente ridotti.

Le modalità di riscossione adottate per il recupero dei crediti indebitamente vantati, inoltre, appaiono aggressive, in quanto volte a condizionare indebitamente le decisioni delle microimprese riguardo al pagamento dei servizi non richiesti mediante pressanti richieste e solleciti e la successiva minaccia di adire le vie legali per il recupero coattivo delle somme asseritamente dovute.

15. Sotto il profilo del *periculum in mora* si rileva che i siti *www.eubusinessregister.net* e *www.eubusinessregister.org* sono tutt’ora attivi e che il professionista continua a inviare via posta elettronica i moduli ingannevoli, i solleciti di pagamento e le minacce di adire le vie legali, utilizzando i domini: “*eubusinessservices.net*”, “*accounting-seo.eu*”, “*accountingebr.eu*”, “*accountingseo.net*”, “*seoaccounting.org*”, “*ebr.directory*”.

Le condotte presentano un elevato grado di offensività, testimoniato dal significativo numero di segnalazioni pervenute e dal rilevante interesse economico inciso. La condotta in esame, infatti, espone le microimprese al rischio di pagare consistenti somme, indebitamente pretese, per evitare successive azioni legali.

16. Si rileva, inoltre, l’indifferibilità dell’intervento alla luce del fatto che i continui solleciti di pagamento ricevuti, dai costi crescenti, potrebbero suscitare nelle microimprese destinatarie, già in difficoltà per la crisi economica indotta dall’attuale contesto internazionale, timori tali da indurle a pagare le somme non dovute per evitare il rischio di essere soggette a pressanti procedure esecutive di recupero crediti.

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

- i) nell’attualità della condotta contestata;
- ii) nel coinvolgimento di numerose microimprese italiane;
- iii) nel ricorso ad attività di recupero crediti finalizzate al recupero di somme non dovute, relative a condotte già accertate come illecite e sanzionate dall’Autorità¹²;

¹² Cfr. provv. n. 29862 del 19 ottobre 2021, IP342 - SEO Marketing; provv. n. 26608 del 4 maggio 2017, PS10609 - SEO Marketing.

RITENUTO, pertanto, che dall'esame degli atti del procedimento emergono elementi tali da avvalorare la necessità di provvedere con particolari esigenze di indifferibilità al fine di impedire che la pratica commerciale sopra descritta continui ad essere posta in essere nelle more dello svolgimento del procedimento di merito;

RITENUTO, dunque, che sussistono i presupposti per l'adozione di misure cautelari provvisorie ai sensi dell'articolo 27, comma 3, del Codice del Consumo, nei confronti del professionista con riferimento alle richieste/aggiornamento dei dati aziendali, alle richieste di pagamento e ai solleciti inviate alle microimprese via *mail* utilizzando i domini sopra citati;

DISPONE

a) che ai sensi dell'articolo 27, commi 3 e 3-*bis*, del Codice del Consumo, al fine di evitare il rischio di un danno grave alle microimprese italiane, venga inibito l'accesso ai siti *web* www.eubusinessregister.net e www.eubusinessregister.org, attualmente attestati all'indirizzo IP 94.156.175.252;

b) che, in ogni caso, ai sensi dell'articolo 27, comma 3, del Codice del Consumo e dell'art. 8, comma 3, del Regolamento, il professionista sospenda dalla data di comunicazione del presente provvedimento e nelle more del procedimento, ogni attività di trasmissione di offerte non trasparenti per l'acquisto di servizi pubblicitari a pagamento, quali quelli descritti nel presente provvedimento, nonché ogni attività volta alla richiesta di pagamento in relazione a tali servizi e volta altresì alla riscossione dei crediti indebitamente vantati, degli interessi e spese legali;

c) che, ai fini dell'inibizione di cui alla precedente lettera a), ai sensi dell'articolo 27, commi 2 e 3-*bis*, del Codice del Consumo e dell'articolo 3 comma 1, del Decreto Legislativo 19 marzo 2001, n. 68 (recante "Adeguamento dei compiti del Corpo della Guardia di Finanza") l'Autorità, per l'esecuzione del presente provvedimento, si avvalga del Nucleo Speciale *Antitrust* della Guardia di Finanza;

d) che il professionista presenti, entro sette giorni dalla notifica del presente provvedimento, una relazione che dia conto delle iniziative assunte in ottemperanza a quanto disposto *sub* b);

e) che la parte interessata possa, entro sette giorni dalla notifica del presente provvedimento, presentare memorie scritte e documenti.

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Guido Stazi

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

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

Bollettino Settimanale
Anno XXXII- N. 41 - 2022

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: <https://www.agcm.it>

Realizzazione grafica

Area Strategic Design
