



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXXIV - n. 27

Publicato sul sito www.agcm.it
8 luglio 2024

SOMMARIO

| | |
|--|----|
| OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE | 5 |
| C12617 - VERALLIA VERRA/VIDRALA ITALIA | |
| <i>Provvedimento n. 31264</i> | 5 |
| C12641 - BROOKFIELD OAKTREE HOLDINGS/F.C. INTERNAZIONALE | |
| <i>Provvedimento n. 31265</i> | 11 |
| C12645 - NEVERHACK/INNOVERY | |
| <i>Provvedimento n. 31266</i> | 17 |
| ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA | 20 |
| AS2002 - COMUNE DI VIAREGGIO (LU)- PROROGA CONCESSIONI DEMANIALI MARITTIME CON FINALITA' TURISTICO-RICREATIVE | 20 |
| AS2003 - COMUNE DI CAMAIORE (LU)- PROROGA CONCESSIONI DEMANIALI MARITTIME CON FINALITA' TURISTICO-RICREATIVE | 24 |
| AS2004 - REGIONE LOMBARDIA - DISCIPLINA DELL'ATTIVITA' DI TOLETTATURA DI ANIMALI DA COMPAGNIA | 28 |
| PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE | 30 |
| IP371 - COMUNE DI LETINO/PRESCRIZIONE BIENNALE SETTORE IDRICO | |
| <i>Provvedimento n. 31269</i> | 30 |
| PS12679 - IOSONOVISIBILE-VENDITA DI APPREZZAMENTI | |
| <i>Provvedimento n. 31270</i> | 34 |
| PS12680 - ELEGANT BILLIONAIRE-VENDITA DI APPREZZAMENTI | |
| <i>Provvedimento n. 31271</i> | 37 |
| PS12699 - CEREALITALIA-TBS CREW-FENICE/SOSTEGNO A I BAMBINI DELLE FATE | |
| <i>Provvedimento n. 31272</i> | 40 |

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

C12617 - VERALLIA VERRA/VIDRALA ITALIA

Provvedimento n. 31264

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 giugno 2024;

SENTITO il Relatore Saverio Valentino;

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 Parti, pervenuta in data 19 marzo 2024;

VISTA la richiesta di informazioni, inviata in data 11 aprile 2024, 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 della società Verallia pervenute in data 22 maggio 2024;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Verallia Verra S.r.l. (di seguito, "Verallia"), con sede in Lonigo (VI), è una società neocostituita e pertanto, ad oggi, non svolge alcuna attività economica.

2. Verallia è controllata da Verallia S.A., società posta ai vertici del Gruppo Verallia, gruppo internazionale attivo in Italia e all'estero nella produzione e commercializzazione di vetro cavo standard per uso industriale, destinato esclusivamente all'industria food & beverage (F&B).

3. Nel 2023 il Gruppo Verallia ha realizzato un fatturato di [3-4]* miliardi di euro a livello mondiale, di cui [3-4] miliardi realizzati nell'Unione Europea e [700-1.000] milioni in Italia.

4. Vidrala Italia S.r.l. (di seguito, "Vidrala" o la "Target"), con sede in Corsico (MI), è attiva nella produzione e commercializzazione di vetro cavo standard per uso industriale, destinato esclusivamente al settore F&B. Vidrala è da ultimo controllata da Vidrala S.A., società di diritto spagnolo avente sede legale in Llodio Alava (Bilbao) e quotata presso le borse di Bilbao e Madrid. Nel 2023 Vidrala ha realizzato un fatturato pari a [100-567] milioni di euro, quasi interamente 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

5. L'Operazione consiste nell'acquisizione, da parte di Verallia, dell'intero capitale sociale di Vidrala.

6. Le Parti hanno inoltre previsto un patto di non concorrenza in base al quale Vidrala S.A. si impegna, per un periodo di due anni dalla data di esecuzione dell'operazione, a non operare, direttamente o indirettamente, nell'ambito di attività in cui operava in qualità di Target all'interno del territorio italiano (par. 14 dello *Share Purchase Agreement* stipulato tra le Parti¹).

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

7. L'operazione comunicata costituisce una concentrazione, ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/1990, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di un'impresa. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/1990, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento (CE) n. 139/2004, 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 567 milioni di euro e il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, individualmente da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 35 milioni di euro.

8. Il patto di non concorrenza sopra descritto può essere qualificato come direttamente connesso e necessario alla realizzazione dell'operazione in esame, in quanto funzionale alla tutela dell'investimento iniziale di Verallia e del valore dell'impresa trasferita².

IV. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE

IV.1. I mercati interessati

9. Le Parti sono attive nel mercato della produzione di contenitori in vetro cavo, provvedendo altresì alla distribuzione nei confronti di clienti di grandi dimensioni, che utilizzano i prodotti in vetro cavo per il confezionamento dei loro prodotti.

10. Sotto il profilo merceologico, i precedenti nazionali e comunitari³ individuano due possibili segmentazioni di tale mercato basate: (i) sulla *destinazione d'uso* del prodotto; (ii) sulla *tipologia* di vetro prodotto.

11. In relazione alla prima distinzione, i precedenti considerati distinguono il vetro cavo in due segmenti: 1) il vetro cavo per uso domestico, pressato o soffiato, relativo all'area dei c.d. "casalinghi" quali bicchieri, tazze, vasi; 2) il vetro cavo per uso industriale (alimentare, farmaceutico, etc.). Inoltre, sulla base dei succitati precedenti, in tale ambito è possibile considerare distintamente ulteriori tipologie di prodotti, quali (i) *bottigliame* e fiaschi (bottiglie), (ii) contenitori a bocca larga (vasi), nonché (iii) *flaconeria*, utilizzata dall'industria farmaceutica e dall'industria cosmetica e di profumeria.

¹ Cfr. Allegato F.1.1. al formulario di notifica.

² Cfr. Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle operazioni di concentrazione (2005/C 56/03) pubblicata in GUCE del 5 marzo 2005.

³ C12597 - Vetri Speciali/Generalvetri, provv. del 23 gennaio 2004; C10973 - Owens Illinois/Verrerie Du Languedoc, provv. del 23 marzo 2011; C10103 - O-I Manufacturing Italy-Zignago Vetro/Vetri Speciali, provv. n. 19997 del 18 giugno 2009; I201 - Produttori Di Vetro Cavo, provv. del 12 giugno 1997; C7140 Zi.Fi. /Zignago Santa Margherita, provv. del 21 luglio 2005; C6242 Bormioli Finanziaria/Bormioli Rocco & Figlio, provv. del 26 marzo 2004. Si vedano anche i casi comunitari M.6025 - Ardagh/ Impress (2010) e COMP/ M3397 Owens-Illinois/Bsn Glasspack (2004).

12. Con riferimento alla seconda distinzione, basata sulla tipologia di vetro, in alcuni precedenti nazionali⁴ si distingue il mercato dei prodotti in vetro cavo cd. *standard*, caratterizzati da forme e dimensioni standardizzate, dal mercato dei prodotti in vetro cavo *speciale/non standard*, caratterizzati da forme e dimensioni *ad-hoc* specifiche per ogni cliente, il quale, in molti casi, fornisce lo stampo al produttore. Ai fini della presente decisione non occorre tuttavia addivenire ad una definizione merceologica conclusiva, posto che indipendentemente dalla definizione adottata (sia quella che considera il vetro cavo standard e il vetro cavo speciale come mercati distinti, sia quella che li considera come facenti parte di un unico mercato) le conclusioni in merito agli effetti concorrenziali non varierebbero.

13. Sotto il profilo geografico, in base alla propria prassi decisionale relativa al mercato della produzione di vetro cavo – tanto per uso industriale che per uso domestico – l’Autorità ha constatato che esso ha estensione geografica nazionale⁵.

IV.2. Gli effetti dell’operazione

14. In base alle informazioni fornite dalle Parti e a ulteriori elementi informativi acquisiti si ritiene che l’operazione in esame non sia idonea a generare un significativo impatto nei settori interessati. Infatti, sebbene vi siano profili di natura orizzontale tra le attività di Verallia e della Target, la variazione della posizione di mercato della prima determinata dall’operazione non sembra idonea a generare preoccupazioni dal punto di vista della concorrenza.

15. In particolare, per quanto riguarda gli effetti orizzontali, nel settore del vetro cavo per l’industria alimentare e nei sotto-settori in cui la Target è operativa le quote dell’entità post operazione risultano non superiori al [25-30%], con un incremento determinato dall’acquisizione non superiore al [1-5%].

16. Nella tabella seguente si riportano i valori delle quote di mercato nel più ampio settore del vetro cavo per uso industriale, in quello del vetro per l’industria alimentare, e nei sotto-settori relativi al bottigliame e ai vasi.

⁴ Cfr. C10103 – O-I Manufacturing Italy-Zignago Vetro/Vetri Speciali, provv. n. 19997 del 18 giugno 2009.

⁵ Cfr. inter alia, C10103 – O-I Manufacturing Italy-Zignago Vetro/Vetri Speciali, provv. n. 19997 del 18 giugno 2009 e C10973 - Owens Illinois/Verrerie Du Languedoc, provv. n. 22248 del 23 marzo 2021.

Tabella 1 – Quote di mercato

| | Vetro Industriale | Vetro Industria alimentare | Bottigliame e Fiaschi | Vasi |
|--------------------------------|-------------------|----------------------------|-----------------------|--------------------|
| Gruppo Verallia | [15-20%] | [20-25%] | [20-25%] | [15-20%] |
| Target | [1-5%] | [1-5%] | [1-5%] | [inferiore all'1%] |
| Quota Aggregata | [20-25%] | [25-30%] | [25-30%] | [20-25%] |
| Owens-Illinois | [20-25%] | [25-30%] | [25-30%] | [1-5%] |
| Piegarese | [1-5%] | [5-10%] | [5-10%] | [1-5%] |
| Zignago | [5-10%] | [5-10%] | [5-10%] | [20-25%] |
| Vetropack | [1-5%] | [1-5%] | [1-5%] | [10-15%] |
| Vetri Speciali | [5-10%] | [5-10%] | [5-10%] | [5-10%] |
| Vetreria Etrusca | [1-5%] | [1-5%] | [1-5%] | [1-5%] |
| Vetro Balsamo | [1-5%] | [1-5%] | [1-5%] | [inferiore all'1%] |
| Ardagh | [1-5%] | [1-5%] | [1-5%] | [1-5%] |
| Altri Operatori (Importazioni) | [20-25%] | [5-10%] | [1-5%] | [15-20%] |

17. Ai fini dell'analisi degli effetti dell'operazione rileva, in primo luogo, esaminare i possibili effetti unilaterali. Sul punto si osserva, dai dati riportati in tabella, che, come detto, l'entità post merger, pur aumentando le proprie quote di mercato, ad un livello sempre inferiore al [25-30%], incrementerà la propria posizione con quote tra [inferiore all'1%] e il [1-5%] in un contesto sempre caratterizzato dalla presenza di altri diversi concorrenti tra i quali uno con dimensione sostanzialmente simmetrica. Infatti, sia nella produzione di vetro industriale che nel vetro alimentare, l'entità post merger raggiungerà quote tra il [20-25%] e il [25-30%] ma con un concorrente altrettanto rilevante con quote tra il [20-25%] e il [25-30%]. Inoltre, risultano presenti numerosi altri operatori pur con quote più contenute tra il [1-5%] e il [5-10%]. In tale contesto l'operazione in esame non sembra quindi determinare effetti di riduzione della concorrenza del mercato rimanendo attivi altri significativi concorrenti. Tale analisi vale anche considerando le quote per tipologia di prodotto, quali il bottigliame e i vasi.

18. Con riferimento agli effetti unilaterali, si rileva che dall'analisi delle distanze delle *location* degli stabilimenti produttivi di Verallia e dei competitor, rispetto a quello della Target, nelle isometriche definite, rispettivamente, a un raggio di 50, 100, 200 e 400 km, sono presenti numerosi e qualificati competitor, alcuni dei quali più prossimi geograficamente allo stabilimento produttivo della Target.

19. Ad esempio, in un raggio di 100 km dallo stabilimento di Vidrala sono presenti 5 stabilimenti appartenenti a imprese competitor e nessuno appartenente a Verallia. Inoltre, anche per isocrone superiori a 100 km si riscontra la presenza di numerosi stabilimenti rivali (si veda la Tabella 2).

Tabella 2 - Distanze dallo stabilimento della Target

| Distanza dalla Target (stabilimento sito in Via Alzaia Trieste, 45, Corsico) | Numero stabilimen ti Verallia | Numero stabilimenti competitor |
|---|-------------------------------------|--|
| Entro 50 km | 0 | 4 (Bormioli Luigi, Owens-Illinois, Vetro Balsamo, Vetropack) |
| Entro 100 km | 0 | 5 (Bormioli Luigi, Owens-Illinois, Vetro Balsamo, Vetropack) |
| Entro 200 km | 5 | 12 (Bormioli Luigi, Bormioli Pharma, Owens-Illinois, Vetreteria Etrusca, Vetri Speciali, Vetro Balsamo, Vetropack) |
| Entro 400 km | 6 | 23 (Bormioli Luigi, Bormioli Pharma, Owens-Illinois, Vetreteria Etrusca, Vetri Speciali, Vetro Balsamo, Vetropack, Zignago, Zignago Pharma) |

20. Inoltre, la valutazione di aspetti economici addizionali, esposti di seguito, sembra anche escludere il rischio che l'operazione, pur determinando la presenza di due operatori molto simmetrici, possa comportare effetti coordinati.

21. In primo luogo, non sono emersi *interlocking directorates* tra Verallia e le principali concorrenti, non risultando attive *joint venture* tra le imprese, né collegamenti tra le strutture di *governance*.

22. In secondo luogo, secondo le informazioni fornite dalle Parti e dai loro principali clienti, l'operazione non sembra avere un impatto specifico sull'attuale grado di trasparenza nel mercato rilevante. Infatti, per quanto riguarda la quota di prodotto commercializzata attraverso distributori (peraltro minoritaria in questo caso dato che le Parti hanno dichiarato che le vendite a distributori ammontano al [10-15%] del totale), questi ultimi non sono integrati verticalmente.

23. Infine, dall'analisi svolta non emergono elementi oggettivi per considerare la Target quale "aggressive competitor" e, dal lato della domanda, il mercato è caratterizzato da grandi imprese utilizzatrici di prodotti in vetro cavo con un elevato potere contrattuale.

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;

RITENUTO, altresì, che la clausola di non concorrenza può essere considerata accessoria alla presente operazione nei soli limiti sopra indicati;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990, alle imprese interessate e al Ministro delle Imprese e del Made in Italy.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Guido Stazi

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

C12641 - BROOKFIELD OAKTREE HOLDINGS/F.C. INTERNAZIONALE*Provvedimento n. 31265*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 giugno 2024;

SENTITA la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

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 Brookfield Oaktree Holdings LLC, pervenuta in data 22 maggio 2024;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Brookfield Oaktree Holdings LLC (di seguito "Oaktree") è una società controllata indirettamente e congiuntamente da Oaktree Capital Group Holdings GP, LLC (di seguito "OCGH") e Brookfield Asset Management Inc. (di seguito "Brookfield" e, insieme a OCGH, "Gruppo Acquirente"). Oaktree è una società di gestione di investimenti alternativi operante a livello globale negli investimenti in debito *distressed*, nelle obbligazioni ad alto rendimento, nei titoli convertibili, nei prestiti senior, nel controllo di società, di immobili, di azioni in mercati emergenti e nel *mezzanine financing*. La controllante Brookfield è un *asset manager* operante a livello globale con un *focus* su immobili, infrastrutture, energia rinnovabile e *private equity*.

Nel 2022 il fatturato dell'intero Gruppo Acquirente è stato pari a circa [100-200]* miliardi di euro a livello globale, di cui circa [10-20] miliardi nell'Unione europea e circa [1-10] miliardi in Italia.

2. F.C. Internazionale S.p.A. (di seguito "Inter") è uno dei principali club calcistici in Europa e in Italia che svolge l'insieme delle attività connesse alla gestione di una squadra professionistica sportiva calcistica, ossia l'organizzazione e produzione di eventi vari per l'intrattenimento del pubblico, l'offerta di diritti di trasmissione audiovisivi relativi a eventi calcistici, la compravendita e i trasferimenti di calciatori, le attività di *merchandising* e l'offerta di sponsorizzazioni/pubblicità sportive. L'Inter, prima dell'operazione comunicata, risultava controllata da Jiangsu Suning Sports Industry Co. Ltd (di seguito "JSSI") con una partecipazione di circa il 68,55% attraverso le società interamente controllate "a cascata" Suning Sports International Limited (di seguito "SSI"), Great Horizon S.à.r.l. (di seguito "Great Horizon"), Grand Sunshine S.à.r.l. (di seguito "Grand Sunshine") e Grand Tower S.à.r.l. (di seguito "Grand Tower").

Nel 2023, il fatturato consolidato realizzato dall'Inter è stato pari a oltre [100-567] milioni di euro a livello globale, di cui circa [100-567] milioni di euro nell'Unione europea e circa [100-567] milioni di euro 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

3. L'operazione comunicata riguarda l'acquisizione da parte di Oaktree, per il tramite della società controllata OCM Luxembourg Sunshine S.à.r.l. (di seguito "OCM"), del controllo esclusivo sull'Inter e le sue controllate. L'acquisizione è avvenuta attraverso l'esercizio dei diritti relativi alle obbligazioni a tasso fisso garantite e assicurate detenute da Oaktree sulle azioni dell'Inter, a seguito del mancato pagamento da parte di quest'ultima, alla scadenza del 20 maggio 2024, degli importi dovuti in base a un prestito concesso nel 2021.

4. Conseguentemente, Oaktree ha acquisito, in ultima istanza, la proprietà indiretta del 99,6% del capitale sociale dell'Inter e il controllo esclusivo su quest'ultima e le sue controllate¹.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

5. L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'art. 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/1990. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/1990, non ricorrendo le condizioni di cui all'art. 1 del Regolamento CE 139/2004, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'art. 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio² a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 567 milioni di euro e il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, individualmente da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 35 milioni di euro³.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

a) I mercati rilevanti

6. Da un punto vista merceologico, il settore interessato dall'operazione in esame è quello in cui operano le società oggetto di acquisizione, ossia in generale l'insieme delle attività connesse alla gestione di una squadra professionistica sportiva, calcistica nel caso di specie.

7. Pertanto, ai fini della valutazione dell'operazione, rilevano i seguenti mercati: *i)* il mercato dell'organizzazione e produzione di eventi vari per l'intrattenimento del pubblico; *ii)* il mercato dell'offerta di diritti di trasmissione audiovisivi relativi a eventi calcistici; *iii)* il mercato della compravendita e dei trasferimenti di calciatori; *iv)* il mercato del *merchandising*; *v)* il mercato della vendita di diritti di sponsorizzazione/pubblicità sportive.

a.1) L'organizzazione e produzione di eventi vari per l'intrattenimento del pubblico

8. Con riferimento all'organizzazione e produzione di eventi vari per l'intrattenimento del pubblico, comprendente, oltre agli eventi calcistici, anche manifestazioni e spettacoli di varia altra natura (sportivi in generale, teatrali, musicali, ecc.), l'Autorità, nella sua casistica⁴, ha evidenziato la possibilità di individuare un mercato distinto per ciascuna categoria di eventi - nel caso di specie, la categoria degli eventi sportivi - al suo interno segmentabile sia per tipologia di sport - nel caso di

¹ Si fa riferimento alle seguenti società: M-I Stadio S.r.l.; Inter Futura S.r.l.; Inter Brand S.r.l.; Inter Media and Communication S.p.A.

² Come ultimo esercizio, in relazione al solo Gruppo Acquirente, si è fatto riferimento all'annualità del 2022, in quanto i dati relativi all'esercizio del 2023, sulla base di quanto dichiarato dalla Parte notificante, non sono allo stato disponibili.

³ Provvedimento dell'Autorità n. 31088 del 5 marzo 2024 "Rivalutazione soglie fatturato ex art. 16, comma 1, della legge n. 287/90", pubblicato sul Bollettino n. 10 dell'11 marzo 2024.

⁴ Cfr. C11059 – *Neep Roma Holding/As Roma-Brand Management-ASR Real Estate-Soccer* (decisione AGCM n. 22473 del 24 maggio 2011).

specie, eventi calcistici - sia in base alla natura professionistica o meno dell'attività svolta dalle diverse squadre/società o del singolo torneo professionistico (Campionato di calcio di Serie A, nel caso in questione).

Ad ogni modo, stante l'assenza di significativi effetti di natura concorrenziale relativamente all'operazione in esame, non appare necessario approfondire ulteriormente l'esatta delimitazione merceologica del mercato in questione.

9. Per quel che riguarda la dimensione geografica, anche considerando una definizione merceologica ristretta, il mercato può essere generalmente definito nazionale, in considerazione di rilevanti elementi culturali, di tradizione e di preferenze del consumatore che associano gli eventi calcistici (anche professionistici e anche della sola massima serie) *in primis* alla disputa dei vari campionati e manifestazioni nazionali. In quest'ottica, uno spettatore in Italia non ritiene in generale sostituibili gli eventi offerti da squadre/società attive all'estero, anzitutto per il forte legame che il tifoso, e lo sportivo in genere, hanno con squadre del proprio Paese (spesso della propria regione o città), ma anche per ragioni logistiche (difficoltà a raggiungere i relativi stadi dove assistere alle partite, sebbene ciò possa essere attenuato dalle possibilità offerte dal mezzo televisivo), e per la loro non partecipazione a competizioni nazionali.

Conclusioni diverse potrebbero essere raggiunte in merito alle competizioni organizzate direttamente a livello europeo (allo stato la UEFA Champions League, la UEFA Europa League e la UEFA Conference League), per le quali potrebbe essere identificato un mercato di dimensioni pari all'Europa nel suo complesso.

Ad ogni modo, nel caso di specie, non appare necessario addivenire ad una conclusione definitiva in merito alla dimensione geografica del mercato.

10. Con specifico riferimento all'operazione comunicata, si rileva che solo la società acquisita, l'Inter, è attiva nel mercato italiano degli eventi sportivi calcistici (comunque declinato) con una quota nell'anno 2022/2023 del [10-20%].

a.2) L'offerta di diritti di trasmissione audiovisivi relativi ad eventi calcistici

11. Come già sottolineato dall'Autorità⁵, sussiste una specificità del calcio non solo rispetto a eventi di intrattenimento di diversa natura ma anche rispetto a manifestazioni sportive non calcistiche, in particolare per il preponderante interesse suscitato, per la peculiarità dei contenuti, per la peculiarità e l'identificabilità del relativo pubblico, per la frequenza e regolarità di trasmissione nell'arco dell'anno e per la conseguente possibile fidelizzazione del pubblico.

Anche in questo caso, tuttavia, la questione della definizione merceologica può essere lasciata aperta.

12. Per quanto riguarda la dimensione geografica, si possono riproporre le medesime argomentazioni del mercato *sub a.1)*, considerando che le emittenti televisive/radiofoniche non si rivolgono in generale a squadre/società attive all'estero per via delle preferenze manifestate dal consumatore finale, interessato *in primis* ai vari campionati e manifestazioni nazionali (cui partecipano le squadre nazionali), da trasmettere nella propria lingua madre.

Non potendosi, tuttavia, escludere in astratto la sussistenza di un interesse del pubblico per le competizioni nazionali che si svolgono in altri Paesi esteri, la questione della definizione geografica può essere lasciata aperta.

⁵ *Ibid.*

13. Con specifico riferimento all'operazione comunicata, si rileva che soltanto la società acquisita, l'Inter, è attiva nel mercato italiano dell'offerta di diritti di trasmissione audiovisivi relativi ad eventi calcistici, con una quota nell'anno 2022/2023 del [5-10%].

a.3) L'attività di compravendita e di trasferimento dei calciatori

14. Le società che gestiscono squadre calcistiche risultano attive nella compravendita e nei trasferimenti (anche sotto forma di prestiti, a titolo oneroso o meno) di calciatori, con il connesso ingaggio da corrispondere loro. Di conseguenza, le società possono operare, a seconda dei casi, tanto dal lato della domanda quanto da quello dell'offerta del mercato.

Nel caso di specie, tuttavia, non è necessario addivenire a una precisa definizione merceologica.

15. Per le sue intrinseche caratteristiche, il mercato geografico si presenta come sovranazionale, europeo se non mondiale. Ciascuna società può infatti acquistare, prestare o vendere calciatori di qualunque nazionalità (italiani, comunitari, extra-comunitari), senza particolari vincoli se non quelli eventualmente derivanti dal numero di giocatori extracomunitari tesserabili. Anche la definizione geografica del mercato può essere lasciata aperta.

16. Con specifico riferimento all'operazione comunicata, sia l'Inter che il Gruppo Acquirente risultano marginalmente attivi nel mercato della compravendita e dei trasferimenti di calciatori, con una quota a livello sovranazionale, nell'anno 2022/2023, rispettivamente dello [inferiore all'1%] e dello [inferiore all'1%]. Oaktree controlla infatti una squadra di calcio francese, lo Stade Malherbe Caen (di seguito "Caen"), che gioca in Ligue 2, il secondo livello del campionato francese.

a.4) L'attività di merchandising

17. L'attività di *merchandising* consiste, in generale, nella pratica commerciale volta a utilizzare un logo, un'immagine nota, un *brand* e quant'altro per la vendita di prodotti diversi e di norma disponibili anche senza l'aggiunta di tali elementi (quali capi d'abbigliamento, calzature, cancelleria, articoli da regalo, giocattoli, prodotti di elettronica, ecc.). Al riguardo, più che una suddivisione merceologica in base al tipo di prodotto interessato, rileva una possibile segmentazione in base alla categoria di *brand* utilizzata (nel caso di specie immagini di calciatori e sportivi, loghi di squadre e di *team*, ecc.), in particolare in considerazione delle peculiarità della domanda cui il *merchandising* si rivolge, espressa da categorie omogenee di consumatori (nel caso di specie, tifosi e sportivi). Non è necessario, tuttavia, addivenire ad una definizione merceologica più precisa del mercato.

18. L'attività di *merchandising*, in particolare sportivo/calcistico, può presentare una dimensione nazionale (in ragione del carattere del settore calcistico) ovvero una dimensione sovranazionale, considerando che - almeno a livello europeo - le preferenze culturali appaiono in questo caso simili, e che gli scambi commerciali possono essere facilitati dalla generalmente agevole trasportabilità dei prodotti interessati.

La definizione geografica del mercato, come quella merceologica, può essere lasciata aperta.

19. Con specifico riferimento all'operazione comunicata, sia l'Inter che il Gruppo Acquirente risultano marginalmente attivi sul mercato sovranazionale nel *merchandising* sportivo/calcistico con una quota nell'anno 2022/2023 rispettivamente del [1-5%] e [inferiore all'1%]. In particolare, secondo quanto dichiarato dalla parte notificante, entrambi vendono articoli e prodotti di *merchandising* (ad esempio kit di calcio, magliette, giocattoli, ecc.) attraverso negozi fisici e *online*.

a.5) L'offerta di diritti di sponsorizzazione/pubblicità sportiva

20. Infine, le società di calcio offrono opportunità pubblicitarie e promozionali alle diverse aziende inserzioniste interessate. In generale, un determinato prodotto/marchio può essere pubblicizzato in relazione a eventi di intrattenimento in diversi modi. Nel caso specifico dello sport e del calcio, le

società offrono la possibilità di sponsorizzare la squadra (sia come *sponsor* ufficiale sulle divise sia come *sponsor* tecnico fornitore delle stesse divise e di altro materiale tecnico sia, ancora, come fornitore di servizi vari), nonché offrono veri e propri spazi pubblicitari nella cartellonistica di bordo campo.

Anche in questo caso, la definizione merceologica del mercato può essere lasciata aperta.

21. La compravendita di spazi pubblicitari in relazione a squadre ed eventi sportivi/calcistici può presentare una dimensione nazionale ovvero sovranazionale. Nella prima ipotesi, gli inserzionisti, per via delle prevalenti preferenze dei consumatori finali, sono interessati a campagne pubblicitarie di portata prevalentemente nazionale, mentre l'offerta da parte delle società si realizza in un dato territorio partecipando alle relative manifestazioni nazionali. Nella seconda ipotesi, invece, gli inserzionisti sono interessati a campagne pubblicitarie di portata prevalentemente sovranazionali - per le competizioni che si svolgono a livello europeo (ad esempio quelle organizzate dalla UEFA) - e l'offerta vede confrontarsi tra loro club a livello tendenzialmente europeo.

La definizione della dimensione geografica del mercato, come quella merceologica, può essere lasciata aperta.

22. Con specifico riferimento all'operazione comunicata, sia l'Inter che il Gruppo Acquirente risultano marginalmente attivi. In particolare, entrambi stipulano accordi di sponsorizzazione e pubblicità con diversi *sponsor*. Secondo quanto dichiarato dalla Parte notificante, le rispettive quote sul mercato italiano nell'anno 2022/2023 si attesterebbero sul [5-10%] e [inferiore all'1%].

b) Effetti dell'operazione

23. L'operazione comunicata non dà luogo a sovrapposizioni orizzontali nei mercati sub a.1) e a.2). In tali mercati si realizza la semplice sostituzione di un operatore con un altro, senza che vi sia alcuna modifica delle dinamiche competitive in tali mercati⁶.

24. Anche nei mercati sub a.3), a.4) e a.5), dove le quote aggregate delle Parti raggiungono livelli marginali, l'operazione non determina effetti di rilievo sulle rispettive dinamiche competitive, dove sono presenti, sia a livello nazionale che internazionale, qualificati concorrenti.

25. Infine, sebbene Oaktree e Brookfield abbiano ciascuna alcune società controllate in portafoglio che operano in settori che potrebbero essere considerati verticalmente collegati con le attività svolte dalle squadre di calcio professionistiche (*i.e.* il settore dei media e la fornitura e/o la vendita al dettaglio di abbigliamento sportivo), la Parte notificante ha rappresentato che non esiste alcuna relazione verticale tra l'Inter e le società controllate dal Gruppo Acquirente, posto che queste ultime sono attive principalmente negli Stati Uniti.

26. Alla luce delle considerazioni suesposte, l'operazione in esame non appare nel suo complesso suscettibile di determinare effetti pregiudizievoli per la concorrenza, non determinando modifiche sostanziali nei mercati interessati.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non ostacola, ai sensi dell'art. 6, comma 1, della legge n. 287/1990, 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'art. 16, comma 4, della legge n. 287/1990.

⁶ La Parte notificante sostiene che il Caen, giocando in Ligue 2, non è in concorrenza con l'Inter in nessun mercato nazionale italiano relativo alle attività delle società di calcio professionistiche.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'art. 16, comma 4, della legge n. 287/1990, alle imprese interessate e al Ministro delle Imprese e del Made in Italy.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Guido Stazi

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

C12645 - NEVERHACK/INNOVERY*Provvedimento n. 31266*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 giugno 2024;

SENTITA la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

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 Neverhack SAS, pervenuta il 29 maggio 2024;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Neverhack SAS (di seguito, "Neverhack"), società per azioni di diritto francese, svolge attività nel settore della fornitura di servizi di *cybersecurity* per piccole, medie e grandi imprese, offrendo in particolare servizi dedicati alla consulenza in materia di *cybersecurity*, alla formazione del personale e alla protezione delle infrastrutture digitali da minacce informatiche. Neverhack non ha alcuna attività in Italia, mentre opera quasi esclusivamente in Francia, ove ha generato il [95-100%]¹ del fatturato totale realizzato nel 2022² a livello globale, pari a [35-100] milioni di euro, di cui [35-100] milioni di euro in Europa.

2. Neverhack fa parte del gruppo statunitense The Carlyle Group Inc. che gestisce fondi di investimento attivi principalmente nei settori: (i) del *private equity*; (ii) del credito globale e (iii) delle soluzioni di investimento. In particolare, il capitale sociale di Neverhack è detenuto in via indiretta da fondi di investimento gestiti dalle affiliate di Carlyle, la quale è una *public joint-stock company*, le cui azioni ordinarie sono quotate presso il NASDAQ Stock Exchange. Nel 2022, il gruppo Carlyle ha realizzato un fatturato complessivo a livello globale pari a circa [100-200] miliardi di euro, di cui circa [50-60] miliardi di euro in Europa e circa [1-2] miliardi di euro in Italia.

3. Innovery S.p.A. (di seguito, "Innovery" o "Target"), società per azioni italiana, offre principalmente servizi nel settore della *cybersecurity* per le medie e le grandi aziende. In particolare, Innovery fornisce servizi di consulenza, supporto, manutenzione, formazione e monitoraggio delle infrastrutture informatiche al fine di garantire la sicurezza informatica del cliente. Nel 2023, Innovery ha realizzato un fatturato totale pari a [35-100] milioni di euro, di cui [35-100] milioni di euro in Europa e [35-100] milioni di euro in Italia.

4. Il capitale di Innovery è detenuto al [65-70%] da Wise Equity SGR S.p.A., al [25-30%] da GG S.r.l. e al [1-5%] da Upulun Investments S.L. (di seguito, "Upulun").

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

² Neverhack è stata costituita il 27 luglio 2021 e il bilancio approvato relativo al 2023 non risulta ancora disponibile.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

5. L'operazione in esame consiste nell'acquisizione del controllo esclusivo di Innovery da parte di Neverhack, direttamente o indirettamente, anche attraverso un'entità di diritto italiano interamente controllata da Neverhack. Il contratto di compravendita (*Sales and Purchase Agreement* di seguito, "SPA"), stipulato in data [omissis], prevede che al *closing* dell'operazione Neverhack acquisterà le azioni rappresentative dell'intero capitale sociale della Target. A seguito dell'operazione, la Target sarà, pertanto, indirettamente controllata dai fondi d'investimento gestiti dalle affiliate di Carlyle.

6. Lo SPA prevede un patto di non concorrenza, sottoscritto tra Upulun, una delle detentrici del capitale sociale di Innovery, la Target stessa e Neverhack, valido per un periodo di [omissis], a far data dall'esecuzione del *closing*, a carico di Upulun e dei suoi amministratori, dirigenti e dipendenti, i quali non potranno, personalmente o tramite terzi, dunque comprese le affiliate di Upulun, svolgere alcuna attività in concorrenza con Innovery in Italia e negli altri Paesi in cui quest'ultima opera.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

7. L'operazione comunicata (di seguito, "Operazione") costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/1990, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di un'impresa. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/1990, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento (CE) n. 139/2004, 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 567 milioni di euro e il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, individualmente da almeno due delle imprese interessate, è stato superiore a 35 milioni di euro.

8. Il patto di non concorrenza descritto può essere qualificato come accessorio alla concentrazione comunicata nella misura in cui contiene restrizioni direttamente connesse e necessarie al perfezionamento dell'operazione³. In particolare, esso può considerarsi accessorio alla presente operazione nella misura in cui sia limitato ai soli mercati (del prodotto e geografici) interessati dalla concentrazione e non ecceda la durata di due anni⁴, atteso che, nel caso di specie, deve essere tutelato il valore dell'azienda oggetto di trasferimento solo in termini di avviamento e non anche di *know-how*, essendo la società acquirente già presente nel mercato della fornitura dei servizi di *cybersecurity*.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

I mercati rilevanti

9. In considerazione dell'attività svolta dalle società interessate dall'Operazione, essa riguarda il mercato dei servizi di *cybersecurity*.

10. Tali servizi sono basati su tecnologie, processi e misure di protezione progettate per ridurre il rischio di attacchi informatici. Benché tali servizi siano di norma offerti dalle società che più generalmente si occupano della fornitura di servizi di *Information Technology*, le Parti, in linea con la prassi decisionale dell'Autorità⁵, ritengono che i servizi di *cybersecurity* possano configurare un

³ Si veda "Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni" (G.U.C.E. 2005/C-56/03 del 5 marzo 2005)".

⁴ *Ibidem*, par. 20.

⁵ Cfr. provvedimento n. 31005 del 5 dicembre 2023, C12587 - *Lutech/Eustema*, in Bollettino n. 49/2023.

distinto mercato del prodotto. A ogni modo, nel caso di specie, l'esatta delimitazione merceologica del mercato può essere lasciata aperta, considerati l'assenza di criticità concorrenziali e il fatto che la valutazione viene condotta con riferimento all'ipotesi più restrittiva.

11. Sotto il profilo geografico, il suddetto mercato può ritenersi, in via conservativa, di dimensioni coincidenti con il territorio nazionale, considerato che l'Autorità, nei suoi precedenti⁶, ha rilevato l'omogeneità delle condizioni concorrenziali sul territorio nazionale e l'assenza di significative importazioni di servizi di tale natura. Anche in questo caso, comunque, sulla base di considerazioni analoghe svolte sopra, la delimitazione geografica del mercato può essere lasciata aperta.

Gli effetti dell'Operazione

12. In considerazione della circostanza per cui Neverhack non genera alcun fatturato in Italia e del fatto che Innovery, nell'ambito del mercato nazionale dei servizi di *cybersecurity*, detiene una quota di mercato pari al [1-5%], nessuna effettiva sovrapposizione orizzontale verrebbe a crearsi nel mercato considerato.

13. Al riguardo, infatti, si rileva che l'operazione consiste in una mera modifica dell'assetto proprietario della Target, senza che, a valle dell'operazione in esame, venga alterata l'attuale struttura del mercato. Inoltre, il mercato nazionale dei servizi di *cybersecurity* vede la presenza di numerosi concorrenti, alcuni dei quali detengono quote di mercato significative, quali Accenture, Capgemini, IBM, Leonardo e Italtel.

14. Può, infine, escludersi che l'operazione produca effetti di natura verticale in relazione all'offerta dei servizi di *cybersecurity*, in quanto non sussistono rapporti di fornitura tra le Parti.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non ostacola, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/1990, in misura significativa la concorrenza effettiva nel mercato interessato e non comporta la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante;

RITENUTO, altresì, che le clausole di non concorrenza sopra descritte possono ritenersi accessorie alla presente operazione nei soli limiti sopra indicati e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove sussistano i presupposti, le suddette clausole che si dovessero realizzare oltre tali limiti;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990, alle imprese interessate e al Ministro delle Imprese e del Made in Italy.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

⁶ *Ibidem.*

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

AS2002 - COMUNE DI VIAREGGIO (LU)- PROROGA CONCESSIONI DEMANIALI MARITTIME CON FINALITA' TURISTICO-RICREATIVE

Roma, 30 maggio 2024

Comune di Viareggio

Con riferimento alla richiesta di parere formulata dal Comune di Viareggio in merito alle procedure di affidamento delle concessioni demaniali marittime, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella sua riunione del 28 maggio 2024, ha ritenuto di svolgere le seguenti considerazioni, ai sensi dell'articolo 22 della Legge 10 ottobre 1990, n. 287.

Innanzitutto, con riguardo al modello procedimentale da seguire per il rilascio delle concessioni, l'Autorità ritiene auspicabile che vengano previste forme procedimentali di avvio d'ufficio piuttosto che su istanza di parte¹.

Al riguardo, del resto, va evidenziato come nei propri più recenti pronunciamenti il Consiglio di Stato abbia più volte affermato come il regime dell'evidenza pubblica, discendente dall'applicazione dell'articolo 12 della Direttiva 2006/123/CE (c.d. "Direttiva Servizi"), sia volto a perseguire l'obiettivo di aprire il mercato delle concessioni demaniali marittime alla concorrenza e assicurare la *par condicio* tra i soggetti potenzialmente interessati².

Diversamente, laddove il Comune opti per una procedura selettiva a seguito di istanza di parte, l'Autorità ritiene doveroso rappresentare che la procedura deve concretamente soddisfare gli obblighi di trasparenza, imparzialità, rispetto della *par condicio* e confronto concorrenziale, attraverso un efficace meccanismo pubblicitario e mediante il ricorso a specifici oneri istruttori e motivazionali³. La procedura selettiva, infatti, incidendo su risorse di carattere scarso⁴ in un

¹ Cfr. AS1930 – Comune di Jesolo (VE) – Procedure di affidamento delle concessioni demaniali marittime, in Bollettino n. 49/2023. In senso analogo, si veda anche ANAC, atto di segnalazione in materia di concessioni di beni demaniali, delibera 6 settembre 2022, n. 396.

² Cfr. Consiglio di Stato, A.P. n. 17/2022. Anche le pronunce del Consiglio di Stato, 20 maggio 2024, n. 4479, n. 4480 e n. 4481 fanno esplicito riferimento alle "procedure competitive ad evidenza pubblica".

³ Cfr. Consiglio di Stato, 9 dicembre 2020, n. 7837; Consiglio di giustizia amministrativa per la Regione siciliana, 22 maggio 2023, n. 350; Consiglio di Stato, 16 febbraio 2017, n. 688.

⁴ Al riguardo, si ricorda che, con sentenza del 30 aprile 2024, n. 3940, il Consiglio di Stato ha ribadito che le concessioni interessano una risorsa "sicuramente scarsa", come chiarito nella sentenza dell'Adunanza Plenaria n. 17/2021. Ancor più di recente sul tema della scarsità si è pronunciato il Consiglio di Stato nelle citate sentenze n. 4479/2024, n. 4480/2024 e n. 4481/2024, in cui ribadisce che "la valutazione sulla scarsità delle risorse in alcun modo può ritenersi pregiudiziale o comunque non può mettere in discussione l'effetto diretto connesso all'art. 12, paragrafi 1 e 2, della Dir. 2006/123/CE". Inoltre, il Consiglio di Stato riafferma "allo stato, la sicura scarsità della risorsa (v., da ultimo, Cons. St., sez. VII, 30 aprile 2024, n. 3940 nonché Cons. St., sez. VII, 19 marzo 2024, n. 2679 nonché Cons. St., sez. VII, 6 settembre 2023, n. 8184, ord., secondo cui «la risorsa materiale è scarsa»), dovendo concordarsi con quelle tesi secondo cui, ove all'operazione di mappatura fosse associata la finalità di eludere l'assoggettamento alle procedure competitive ad

contesto di mercato nel quale le dinamiche concorrenziali sono già affievolite dalla lunga durata delle concessioni in essere e dal continuo ricorso a proroghe, deve essere tale da garantire un reale ed effettivo confronto competitivo – e quindi le *chances* concorrenziali delle imprese contendenti – e non soddisfare solo apparentemente i predetti criteri di trasparenza, imparzialità, pubblicità e *par condicio*⁵.

Alla luce delle considerazioni appena svolte, è necessario che la procedura su istanza di parte per la selezione dei concessionari sia concretamente rispettosa dei criteri indicati dalla giurisprudenza sopra richiamata e della normativa e della giurisprudenza eurolunitaria in materia, circostanza che non può essere riscontrata nel caso in cui: *i.* non sia fornita adeguata pubblicità all'avviso, e dunque all'avvio della procedura e al suo svolgimento e completamento (così nel caso in cui l'avviso abbia solo una pubblicità locale); *ii.* l'Amministrazione ostacoli l'effettivo confronto concorrenziale mediante comportamenti ostruzionistici o dilatori nei confronti dei concorrenti potenziali; oppure *iii.* nel caso in cui il Comune solleciti, mediante specifico invito formulato agli attuali concessionari, la domanda di rinnovo delle concessioni. In tale ultimo caso, infatti, pur definendo la procedura come "rinnovo" delle concessioni e prevedendo la pubblicazione sull'albo pretorio, il Comune in realtà avvia una procedura tesa a favorire i concessionari uscenti a cui viene trasmesso l'invito a presentare domanda.

In ogni caso, si ritiene necessario che il Comune declini sin dall'atto di avvio della procedura, in maniera oggettiva, trasparente, non discriminatoria e proporzionata, tutti i criteri che lo stesso intende valutare nell'assegnazione delle concessioni demaniali marittime con il relativo punteggio massimo attribuibile. In tal senso, sarebbe opportuna da parte del Comune di Viareggio una modifica della determina dirigenziale n. 153/2020 che indichi con maggiore dettaglio i criteri di valutazione delle istanze ricevute, in linea con le indicazioni fornite dall'Adunanza plenaria del Consiglio di Stato, così come riportate nell'art. 4 della legge n. 118/2022⁶.

Per quanto attiene ai requisiti relativi alla valutazione dell'esperienza professionale, l'Autorità ritiene opportuno ricordare le restrizioni di natura concorrenziale che possono derivare dal requisito inerente alla capacità tecnica e professionale, laddove tale criterio non preveda la possibilità che l'esperienza e la professionalità in questione siano state maturate dall'operatore anche nello svolgimento di attività extra-concessione. Il requisito relativo all'attività pregressa nell'ambito della gestione di attività oggetto di concessione o analoghe attività di gestione di beni pubblici, infatti, può essere considerato ingiustificatamente restrittivo e privo dei connotati di necessità e proporzionalità, in quanto preclusivo della possibilità di partecipazione alla procedura di nuovi entranti e idoneo a integrare una preferenza in favore di operatori già attivi nel mercato⁷. Analoghe

evidenza pubblica, si riesumerebbe un diritto di insistenza per gli attuali concessionari, non più esistente, come si dirà, nemmeno nell'ordinamento interno".

⁵ Nella segnalazione AS1894 – Comune di Castiglione della Pescaia (GR) – Assegnazione delle concessioni demaniali marittime, in Bollettino n. 26/2023, resa al Comune di Castiglione della Pescaia, l'Autorità ha segnalato il contrasto con la normativa e i principi posti a tutela della concorrenza della procedura indetta dal Comune in questione per l'assegnazione di due concessioni demaniali marittime con finalità turistico ricreative. Nello specifico, anziché avviare una reale competizione per il mercato, il Comune aveva condotto una procedura solo apparentemente rispondente ai criteri di trasparenza, imparzialità, pubblicità e *par condicio* richiesti dall'articolo 12 della c.d. Direttiva servizi, di fatto precludendo l'accesso da parte di nuovi operatori alla procedura, che ha visto la partecipazione di soli due soggetti (incluso l'attuale concessionario). L'Autorità ha, inoltre, colto l'occasione per contestare la posizione assunta dal Comune in merito all'asserita legittimità della durata fino al 31 dicembre 2033 delle concessioni demaniali marittime insistenti nel territorio dell'ente locale, ribadendo in questo modo considerazioni già svolte in numerose precedenti pronunce.

⁶ Da ultimo, richiamati dal Consiglio di Stato nelle citate sentenze n. 4479/2024, n. 4480/2024 e n. 4481/2024.

⁷ Cfr. AS1836 – Comune di Rosignano marittimo (LI) – Assegnazione concessione demaniale marittima, in Bollettino n. 20/2022.

preclusioni per i nuovi entranti possono derivare dall'attribuzione di un punteggio eccessivo alla pregressa esperienza professionale.

In merito agli investimenti e all'eventuale riconoscimento di un indennizzo al concessionario uscente, preliminarmente, l'Autorità ritiene meritevole di apprezzamento la scelta del Comune di Viareggio di chiedere che, nell'ambito del procedimento di rilascio di una nuova concessione marittima, venga presentato un programma di investimenti e la presentazione di un piano economico-finanziario, purché tale misura sia conforme ai principi di adeguatezza e proporzionalità. Ciò detto, ferma restando la legittimità della scelta dell'amministrazione concedente di richiedere la realizzazione di investimenti anche ingenti (ad esempio finalizzati alla qualificazione di una determinata area o per l'esecuzione di opere a ridotto impatto ambientale), l'Autorità ritiene di dover ricordare, in linea con i propri precedenti⁸, che, al fine di non vanificare il ricorso a procedure concorrenziali di assegnazione, la durata della concessione dovrebbe essere commisurata al valore della concessione e alla sua complessità organizzativa e non dovrebbe eccedere il tempo ragionevolmente necessario per il recupero degli investimenti autorizzati e un'equa remunerazione del capitale investito.

Il valore di eventuali investimenti effettuati dal gestore uscente e non ancora ammortizzati al termine della concessione, per i quali non è possibile la vendita su un mercato secondario, può essere posto a base d'asta nella successiva procedura selettiva. In tal modo, l'esigenza di rimborsare i costi non recuperati sopportati dal concessionario uscente risulterebbe compatibile con procedure di affidamento coerenti sia con i principi della concorrenza, sia con gli incentivi ad effettuare gli investimenti⁹.

In merito, l'Autorità ritiene necessario segnalare l'opportunità che il professionista, chiamato a quantificare tale valore, sia un professionista incaricato da un soggetto terzo rispetto agli interessati concessionari¹⁰ (quale il Comune concedente) e che la quantificazione sia svolta con perizia, come già previsto nella determina dirigenziale n. 153/2020, nonché sulla base di parametri di valutazione attuali¹¹, certi e trasparenti, a tutela di tutte le parti, nonché pubblicata dall'ente concedente in tempo utile affinché i potenziali partecipanti ne possano tener conto nell'ambito della procedura competitiva. In questo modo, infatti, la procedura comparativa per il rilascio delle concessioni risulterebbe più trasparente, equa e oggettiva.

Infine, con riferimento alla possibile maggiorazione del canone di concessione base annuo, si rappresenta che la valorizzazione di un'offerta economica potrebbe introdurre nella valutazione delle domande presentate un'importante variabile competitiva, purché il canone rifletta il reale valore economico e turistico del bene oggetto di affidamento¹². In tale caso, tuttavia,

⁸ AS1930, cit.

⁹ Al riguardo, si ricorda che anche l'Adunanza Plenaria del Consiglio di Stato nelle sentenze gemelle del 2021 ha affermato il principio per cui “[l]’indizione di procedure competitive per l’assegnazione delle concessioni dovrà, pertanto, ove ne ricorrano i presupposti, essere supportata dal riconoscimento di un indennizzo a tutela degli eventuali investimenti effettuati dai concessionari uscenti, essendo tale meccanismo indispensabile per tutelare l’affidamento degli stessi”.

¹⁰ Similmente, l'Autorità si è già espressa con riferimento al diverso contesto delle gare per le grandi derivazioni idroelettriche (AS1137 Proposte di riforma concorrenziale ai fini della legge annuale per il mercato e la concorrenza 2014 del 2 luglio 2014).

¹¹ Similmente, l'Autorità si è già espressa con riferimento al diverso contesto delle gare cui sono tenuti i concessionari autostradali ai sensi dell'articolo 37, comma 2, lettera g), del d.l. 201/2011” (cfr. p. 8 del parere AS1821 del 15 marzo 2022 relativo alla Delibera dell'Autorità di Regolazione dei Trasporti n. 174/2021).

¹² Vale la pena ricordare che l'Autorità ha avuto occasione di segnalare come la ridotta misura dei canoni determinati secondo i criteri previsti dal d.l. 5 ottobre 1993, n. 400, sia causa anche di un evidente danno per le finanze pubbliche. Al riguardo cfr. AS1730 – *Proposte di riforma concorrenziale ai fini della legge annuale per il mercato e la concorrenza Anno 2021*, pubbl. in Bollettino 13/2021. In tale segnalazione l'Autorità auspicava una modifica legislativa che consentisse alle amministrazioni concedenti di sfruttare appieno il reale valore del bene demaniale oggetto di concessione. In tal senso,

l'amministrazione comunale, in qualità di soggetto concessionario, dovrebbe individuare delle modalità che, secondo i principi di trasparenza, equità, non discriminazione, ragionevolezza e proporzionalità assicurino il contenimento dei costi per gli utenti finali.

L'Autorità invita il Comune di Viareggio a comunicare, entro il termine di trenta giorni dalla ricezione del presente parere, le iniziative assunte con riguardo alle criticità concorrenziali evidenziate.

Il presente parere sarà pubblicato sul Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato. Eventuali esigenze di riservatezza dovranno essere manifestate all'Autorità entro trenta giorni dalla ricezione del presente parere, precisandone i motivi.

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

l'Autorità riteneva opportuno che anche la misura dei canoni concessori formasse oggetto della procedura competitiva per la selezione dei concessionari, in modo tale che, all'esito, essa possa riflettere il reale valore economico e turistico del bene oggetto di affidamento.

AS2003 - COMUNE DI CAMAIORE (LU)- PROROGA CONCESSIONI DEMANIALI MARITTIME CON FINALITA' TURISTICO-RICREATIVE

Roma, 30 maggio 2024

Comune di Camaioire

Con riferimento alla richiesta di parere formulata dal Comune di Camaioire in merito alle procedure di affidamento delle concessioni demaniali marittime, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella sua riunione del 28 maggio 2024, ha ritenuto di svolgere le seguenti considerazioni, ai sensi dell'articolo 22 della Legge 10 ottobre 1990, n. 287.

Innanzitutto, con riguardo al modello procedimentale da seguire per il rilascio delle concessioni, l'Autorità ritiene auspicabile che vengano previste forme procedurali di avvio d'ufficio piuttosto che su istanza di parte¹.

Al riguardo, del resto, va evidenziato come nei propri più recenti pronunciamenti il Consiglio di Stato abbia più volte affermato come il regime dell'evidenza pubblica, discendente dall'applicazione dell'articolo 12 della Direttiva 2006/123/CE (c.d. "Direttiva Servizi"), sia volto a perseguire l'obiettivo di aprire il mercato delle concessioni demaniali marittime alla concorrenza e assicurare la *par condicio* tra i soggetti potenzialmente interessati².

Diversamente, laddove il Comune opti per una procedura selettiva a seguito di istanza di parte, l'Autorità ritiene doveroso rappresentare che la procedura deve concretamente soddisfare gli obblighi di trasparenza, imparzialità, rispetto della *par condicio* e confronto concorrenziale, attraverso un efficace meccanismo pubblicitario e mediante il ricorso a specifici oneri istruttori e motivazionali³. La procedura selettiva, infatti, incidendo su risorse di carattere scarso⁴ in un contesto di mercato nel quale le dinamiche concorrenziali sono già affievolite dalla lunga durata delle concessioni in essere e dal continuo ricorso a proroghe, deve essere tale da garantire un reale

¹ Cfr. AS1930 – Comune di Jesolo (VE) – Procedure di affidamento delle concessioni demaniali marittime, in Bollettino n. 49/2023. In senso analogo, si veda anche ANAC, atto di segnalazione in materia di concessioni di beni demaniali, delibera 6 settembre 2022, n. 396.

² Cfr. Consiglio di Stato, A.P. n. 17/2022. Anche le pronunce del Consiglio di Stato, 20 maggio 2024, n. 4479, n. 4480 e n. 4481 fanno esplicito riferimento alle "procedure competitive ad evidenza pubblica".

³ Cfr. Consiglio di Stato, 9 dicembre 2020, n. 7837; Consiglio di giustizia amministrativa per la Regione siciliana, 22 maggio 2023, n. 350; Consiglio di Stato, 16 febbraio 2017, n. 688.

⁴ Al riguardo, si ricorda che, con sentenza del 30 aprile 2024, n. 3940, il Consiglio di Stato ha ribadito che le concessioni interessano una risorsa "sicuramente scarsa", come chiarito nella sentenza dell'Adunanza Plenaria n. 17/2021. Ancor più di recente sul tema della scarsità si è pronunciato il Consiglio di Stato nelle citate sentenze n. 4479/2024, n. 4480/2024 e n. 4481/2024, in cui ribadisce che "la valutazione sulla scarsità delle risorse in alcun modo può ritenersi pregiudiziale o comunque non può mettere in discussione l'effetto diretto connesso all'art. 12, paragrafi 1 e 2, della Dir. 2006/123/CE". Inoltre, il Consiglio di Stato riafferma "allo stato, la sicura scarsità della risorsa (v., da ultimo, Cons. St., sez. VII, 30 aprile 2024, n. 3940 nonché Cons. St., sez. VII, 19 marzo 2024, n. 2679 nonché Cons. St., sez. VII, 6 settembre 2023, n. 8184, ord., secondo cui «la risorsa materiale è scarsa»), dovendo concordarsi con quelle tesi secondo cui, ove all'operazione di mappatura fosse associata la finalità di eludere l'assoggettamento alle procedure competitive ad evidenza pubblica, si riesumerebbe un diritto di insistenza per gli attuali concessionari, non più esistente, come si dirà, nemmeno nell'ordinamento interno".

ed effettivo confronto competitivo – e quindi le *chances* concorrenziali delle imprese contendenti – e non soddisfare solo apparentemente i predetti criteri di trasparenza, imparzialità, pubblicità e *par condicio*⁵.

Alla luce delle considerazioni appena svolte, è necessario che la procedura su istanza di parte per la selezione dei concessionari sia concretamente rispettosa dei criteri indicati dalla giurisprudenza sopra richiamata e della normativa e della giurisprudenza eurounitaria in materia, circostanza che non può essere riscontrata nel caso in cui: *i.* non sia fornita adeguata pubblicità all'avviso, e dunque all'avvio della procedura e al suo svolgimento e completamento (così nel caso in cui l'avviso abbia solo una pubblicità locale); *ii.* l'Amministrazione ostacoli l'effettivo confronto concorrenziale mediante comportamenti ostruzionistici o dilatori nei confronti dei concorrenti potenziali; oppure *iii.* nel caso in cui il Comune solleciti, mediante specifico invito formulato agli attuali concessionari, la domanda di rinnovo delle concessioni. In tale ultimo caso, infatti, pur definendo la procedura come "rinnovo" delle concessioni e prevedendo la pubblicazione sull'albo pretorio, il Comune in realtà avvia una procedura tesa a favorire i concessionari uscenti a cui viene trasmesso l'invito a presentare domanda.

In ogni caso, si ritiene necessario che il Comune declini sin dall'atto di avvio della procedura, in maniera oggettiva, trasparente, non discriminatoria e proporzionata, tutti i criteri che lo stesso intende valutare nell'assegnazione delle concessioni demaniali marittime con il relativo punteggio massimo attribuibile, in linea con le indicazioni fornite dall'Adunanza plenaria del Consiglio di Stato, così come riportate nell'art. 4 della legge n. 118/2022⁶.

Per quanto attiene ai requisiti relativi alla valutazione dell'esperienza professionale, l'Autorità ritiene opportuno ricordare le restrizioni di natura concorrenziale che possono derivare dal requisito inerente alla capacità tecnica e professionale, laddove tale criterio non preveda la possibilità che l'esperienza e la professionalità in questione siano state maturate dall'operatore anche nello svolgimento di attività extra-concessione. Il requisito relativo all'attività pregressa nell'ambito della gestione di attività oggetto di concessione o analoghe attività di gestione di beni pubblici, infatti, può essere considerato ingiustificatamente restrittivo e privo dei connotati di necessità e proporzionalità, in quanto preclusivo della possibilità di partecipazione alla procedura di nuovi entranti e idoneo a integrare una preferenza in favore di operatori già attivi nel mercato⁷. Analoghe preclusioni per i nuovi entranti possono derivare dall'attribuzione di un punteggio eccessivo alla pregressa esperienza professionale.

Con specifico riguardo agli investimenti e all'eventuale riconoscimento di un indennizzo al concessionario uscente, ferma restando la legittimità della scelta dell'amministrazione concedente di richiedere la realizzazione di investimenti anche ingenti (ad esempio finalizzati alla qualificazione di una determinata area o per l'esecuzione di opere a ridotto impatto ambientale), l'Autorità ritiene

⁵ Nella segnalazione AS1894 – *Comune di Castiglione della Pescaia (GR) – Assegnazione delle concessioni demaniali marittime*, in Bollettino n. 26/2023, resa al Comune di Castiglione della Pescaia, l'Autorità ha segnalato il contrasto con la normativa e i principi posti a tutela della concorrenza della procedura indetta dal Comune in questione per l'assegnazione di due concessioni demaniali marittime con finalità turistico ricreative. Nello specifico, anziché avviare una reale competizione per il mercato, il Comune aveva condotto una procedura solo apparentemente rispondente ai criteri di trasparenza, imparzialità, pubblicità e *par condicio* richiesti dall'articolo 12 della c.d. Direttiva servizi, di fatto precludendo l'accesso da parte di nuovi operatori alla procedura, che ha visto la partecipazione di soli due soggetti (incluso l'attuale concessionario). L'Autorità ha, inoltre, colto l'occasione per contestare la posizione assunta dal Comune in merito all'asserita legittimità della durata fino al 31 dicembre 2033 delle concessioni demaniali marittime insistenti nel territorio dell'ente locale, ribadendo in questo modo considerazioni già svolte in numerose precedenti pronunce.

⁶ Da ultimo, richiamati dal Consiglio di Stato nelle citate sentenze n. 4479/2024, n. 4480/2024 e n. 4481/2024.

⁷ Cfr. AS1836 – *Comune di Rosignano marittimo (LI) – Assegnazione concessione demaniale marittima*, in Bollettino n. 20/2022.

di dover ribadire, in linea con i propri precedenti⁸, che, al fine di non vanificare il ricorso a procedure concorrenziali di assegnazione, la durata della concessione dovrebbe essere commisurata al valore della concessione e alla sua complessità organizzativa e non dovrebbe eccedere il tempo ragionevolmente necessario per il recupero degli investimenti autorizzati e un'equa remunerazione del capitale investito.

Il valore di eventuali investimenti effettuati dal gestore uscente e non ancora ammortizzati al termine della concessione, per i quali non è possibile la vendita su un mercato secondario, può essere posto a base d'asta nella successiva procedura selettiva. In tal modo, l'esigenza di rimborsare i costi non recuperati sopportati dal concessionario uscente risulterebbe compatibile con procedure di affidamento coerenti sia con i principi della concorrenza, sia con gli incentivi ad effettuare gli investimenti⁹.

In merito, l'Autorità ritiene necessario segnalare l'opportunità che il professionista, chiamato a quantificare tale valore, sia un professionista incaricato da un soggetto terzo rispetto agli interessati concessionari¹⁰ (quale il Comune concedente) e che la quantificazione sia svolta con perizia, nonché sulla base di parametri di valutazione attuali¹¹, certi e trasparenti, a tutela di tutte le parti, nonché pubblicata dall'ente concedente in tempo utile affinché i potenziali partecipanti ne possano tener conto nell'ambito della procedura competitiva. In questo modo, infatti, la procedura comparativa per il rilascio delle concessioni risulterebbe più trasparente, equa e oggettiva.

Infine, si rappresenta che la valorizzazione di un'offerta economica in sede di gara, mediante una possibile maggiorazione del canone di concessione base annuo, potrebbe introdurre nella valutazione delle domande presentate un'importante variabile competitiva, purché il canone rifletta il reale valore economico e turistico del bene oggetto di affidamento¹². In tale caso, tuttavia, l'amministrazione comunale, in qualità di soggetto concessionario, dovrebbe individuare delle modalità che, secondo i principi di trasparenza, equità, non discriminazione, ragionevolezza e proporzionalità assicurino il contenimento dei costi per gli utenti finali.

L'Autorità invita il Comune di Camaione a comunicare, entro il termine di trenta giorni dalla ricezione del presente parere, le iniziative assunte con riguardo alle criticità concorrenziali evidenziate.

⁸ AS1930, cit.

⁹ Al riguardo, si ricorda che anche l'Adunanza Plenaria del Consiglio di Stato nelle sentenze gemelle del 2021 ha affermato il principio per cui “[l]’indizione di procedure competitive per l’assegnazione delle concessioni dovrà, pertanto, ove ne ricorrano i presupposti, essere supportata dal riconoscimento di un indennizzo a tutela degli eventuali investimenti effettuati dai concessionari uscenti, essendo tale meccanismo indispensabile per tutelare l’affidamento degli stessi”.

¹⁰ Similmente, l'Autorità si è già espressa con riferimento al diverso contesto delle gare per le grandi derivazioni idroelettriche (AS1137 *Proposte di riforma concorrenziale ai fini della legge annuale per il mercato e la concorrenza 2014* del 2 luglio 2014).

¹¹ Similmente, l'Autorità si è già espressa con riferimento al diverso contesto delle gare cui sono tenuti i concessionari autostradali ai sensi dell'articolo 37, comma 2, lettera g), del d.l. 201/2011” (cfr. p.8 del parere AS1821 del 15 marzo 2022 relativo alla Delibera dell'Autorità di Regolazione dei Trasporti n. 174/2021).

¹² Vale la pena ricordare che l'Autorità ha avuto occasione di segnalare come la ridotta misura dei canoni determinati secondo i criteri previsti dal d.l. 5 ottobre 1993, n. 400, sia causa anche di un evidente danno per le finanze pubbliche. Al riguardo cfr. AS1730 – *Proposte di riforma concorrenziale ai fini della legge annuale per il mercato e la concorrenza Anno 2021*, pubbl. in Bollettino 13/2021. In tale segnalazione l'Autorità auspicava una modifica legislativa che consentisse alle amministrazioni concedenti di sfruttare appieno il reale valore del bene demaniale oggetto di concessione. In tal senso, l'Autorità riteneva opportuno che anche la misura dei canoni concessori formasse oggetto della procedura competitiva per la selezione dei concessionari, in modo tale che, all'esito, essa possa riflettere il reale valore economico e turistico del bene oggetto di affidamento.

Il presente parere sarà pubblicato sul Bollettino dell’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato. Eventuali esigenze di riservatezza dovranno essere manifestate all’Autorità entro trenta giorni dalla ricezione del presente parere, precisandone i motivi.

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

AS2004 - REGIONE LOMBARDIA - DISCIPLINA DELL'ATTIVITA' DI TOILETTATURA DI ANIMALI DA COMPAGNIA

Roma, 3 giugno 2024

Regione Lombardia

Con riferimento alla richiesta di parere formulata, ai sensi dell'articolo 3, comma 3, del D.Lgs. n. 142/2020, da codesta Regione in relazione al progetto di legge regionale n. 22 rubricato "*Disciplina dell'attività di toelettatura di animali da compagnia*", l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella sua adunanza del 28 maggio 2024, ha osservato quanto segue.

Alla luce delle informazioni fornite nella documentazione allegata alla richiesta di parere, le previsioni legislative che si intendono introdurre comportano, dal punto di vista concorrenziale, restrizioni ingiustificate in quanto né necessarie (alla luce di motivi imperativi di interesse generale) né proporzionate (rispetto agli obiettivi perseguiti).

Innanzitutto, infatti, la previsione obbligatoria di un requisito di accesso quale la frequenza di un corso teorico/pratico di "*almeno trecento ore*" appare del tutto sproporzionata in relazione all'attività di cui trattasi, consistente nella toelettatura di animali domestici (cani e/o gatti). Tale obbligo finisce per costituire un'ingiustificata barriera all'accesso al mercato, richiedendo un investimento eccessivo e non proporzionato in termini di tempi e costi che un nuovo entrante sarebbe costretto a sostenere. In quest'ottica, l'ostacolo all'ingresso di nuovi operatori si tradurrebbe in un vantaggio per i toelettatori già attivi sul mercato, espressamente esentati dal nuovo obbligo formativo.

A ogni modo, il progetto di legge in esame non risulta soddisfare neanche il criterio della necessità, in quanto per la tutela del consumatore/proprietario, del benessere degli animali e degli stessi operatori del settore appaiono sufficienti, in considerazione dell'attività di cui trattasi, la predisposizione e il rispetto di adeguate norme igienico-sanitarie e di sicurezza.

Da questo punto di vista, la proposta normativa in argomento si tradurrebbe, di fatto, nella trasformazione di un'attività economica di vicinato (il negozio di toelettatura), consistente sostanzialmente nella fornitura di servizi di pulizia e tosatura di animali domestici (da erogarsi in regime di libera prestazione, ai sensi della Direttiva Servizi 2006/123/CE), in una nuova professione regolamentata¹.

In sostanza, quindi, il testo normativo proposto interverrebbe sulle possibilità di esercizio di un'attività economica, quella del toelettatore di animali da compagnia, introducendo un'ingiustificata (e non proporzionata) regolamentazione di tale attività, con particolare riferimento alle possibilità di accesso alla stessa.

In conclusione, l'Autorità ravvisa, nello schema di legge regionale proposto, elementi restrittivi sotto il profilo concorrenziale, ritenendosi preferibile, da questo punto di vista, il mantenimento dello

¹ Ai sensi dell'articolo 1, comma 2, della legge n. 4/2013 sulle professioni non ordinistiche (rubricata "*Disposizioni in materia di professioni non organizzate*"), una "*professione*" si caratterizza per la componente di lavoro intellettuale e deve rimanere distinta da attività artigianali, commerciali e di pubblico esercizio, quale risulta essere la toelettatura animale.

status quo e, quindi, non una formazione preventiva e obbligatoria, bensì esclusivamente volontaria e facoltativa, tale da costituire eventualmente, agli occhi dell'utenza, un fattore premiale del soggetto formato nel confronto competitivo con gli altri toelettatori (non formati o formati mediante corsi differenti).

Il presente parere sarà pubblicato sul Bollettino di cui all'articolo 26 della legge n. 287/1990. Eventuali esigenze di riservatezza dovranno essere manifestate entro trenta giorni dalla ricezione del presente parere, precisandone i motivi.

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

IP371 - COMUNE DI LETINO/PRESCRIZIONE BIENNALE SETTORE IDRICO

Provvedimento n. 31269

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 giugno 2024;

SENTITO il Relatore, Saverio Valentino;

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'articolo 27, comma 12, del Codice del consumo, in base al quale in caso di inottemperanza ai provvedimenti d'urgenza o a quelli inibitori o di rimozione degli effetti, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 10.000.000 euro e nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni;

VISTA la legge 24 novembre 1981, n. 689;

VISTO l'articolo 19 del "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*", adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015, n. 25411;

VISTA la propria delibera n. 30471 del 24 gennaio 2023, con la quale l'Autorità ha accertato la scorrettezza della pratica commerciale posta in essere dal Comune di Letino, in qualità di Gestore locale dei servizi idrici, consistente in condotte elusive degli obblighi di cui alla legge n. 205/2017 (Legge di Bilancio 2018) sulla prescrizione biennale;

VISTI gli atti del procedimento;

VISTA la sentenza n. 11922/2024, resa dal TAR del Lazio, sez. I, in data 12 giugno 2024;

CONSIDERATO quanto segue

1. Con provvedimento n. 30471 del 24 gennaio 2023, l'Autorità, a esito del procedimento istruttorio PS12262, ha deliberato, ai sensi degli articoli 20, 22, 24 e 25 del Codice del consumo, la scorrettezza di una pratica commerciale consistente nell'inosservanza da parte del Comune di Letino degli obblighi informativi previsti dalla vigente disciplina legislativa e regolatoria sulla prescrizione biennale nel settore idrico, nonché nel rigetto delle istanze e dei reclami dei consumatori-utenti intesi a eccepire la prescrizione biennale, con motivazioni generiche, insufficienti od opache, comunque non in linea con la disciplina legislativa e regolatoria dell'istituto.

Con la suddetta delibera al Comune di Letino è stata irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria pari a diecimila euro, è stata vietata la diffusione o continuazione della pratica sanzionata e disposto che il Professionista comunicasse - entro il termine di sessanta giorni dalla notifica del provvedimento - le iniziative assunte in ottemperanza a tale diffida¹.

¹ Cfr. dispositivo della Delibera n. 30471 del 24 gennaio 2023, punti *sub a), b) e c)*.

2. La Delibera n. 30471 del 24 gennaio 2023, è stata comunicata al Comune-Gestore in data 6 febbraio 2023².
3. Malgrado l'invio di plurime comunicazioni³ intese a sollecitare l'invio della relazione sulle iniziative assunte in ottemperanza alla diffida, il Professionista ometteva qualsiasi riscontro.
4. Solo in data 29 novembre 2023 è giunta una comunicazione da parte del Comune-Gestore⁴ mediante la quale, tra altro:
- ha confermato l'emanazione, nel 2020 e nel 2021, di fatturazione anche a conguaglio, relativa a consumi pregressi, imputabili anche a oltre due anni addietro;
 - non ha reso evidenze sull'invio di informative – generali e individuali – destinate all'utenza in merito alla disciplina della prescrizione biennale e alla possibilità di sollevare, mediante moduli predisposti, la relativa eccezione in caso di tardiva fatturazione;
 - si è comunque dichiarato “*disponibile, nell'immediato, a porre in essere, da oggi, azioni*” in esecuzione della Delibera 24 gennaio 2024⁵.
5. A fronte della sopra dichiarata disponibilità, il Comune-Gestore è stato quindi sollecitato - con comunicazione del 21 febbraio 2024⁶ - a dare seguito a quanto dichiarato dandone evidenza all'Autorità con documentata relazione di ottemperanza.
6. A tale lettera non è pervenuto alcun riscontro da parte del Professionista.
7. Recenti verifiche d'ufficio sul sito internet istituzionale del Comune (<https://www.comune.letino.ce.it/hh/index.php>) hanno confermato l'assenza di comunicati/avvisi/informative all'utenza e, altresì, di moduli scaricabili *on line* per eccepire la prescrizione biennale su crediti idrici⁷.
8. Pertanto, allo stato, la condotta *sub a)* ritenuta scorretta con la Delibera n. 30471 del 24 gennaio 2023, non risulta cessata.
9. Con la richiamata sentenza n. 11922/2024, il TAR Lazio, I sez., pronunciandosi sull'impugnativa della Delibera n. 30471 del 24 gennaio 2023, ha accolto parzialmente il ricorso del Comune di Letino, e confermato la scorrettezza – in violazione degli articoli 20 e 22 del Codice del consumo - della condotta *sub a)* di cui alla predetta Delibera⁸.
10. Ricorrono, in conclusione, i presupposti per l'avvio del procedimento previsto dall'articolo 27, comma 12, del Codice del consumo, volto all'irrogazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 10.000.000 euro.

² Comunicazione del 6 febbraio 2023, prot. n. 18891.

³ Cfr. comunicazioni del 17 aprile (prot. n. 37008), del 6 settembre (prot. n. 71981) e del 4 ottobre 2023 (prot. n. 79203).

⁴ Cfr. prot. n. 99490.

⁵ In particolare, tali azioni avrebbero riguardato, nello specifico:

- “*modifica del sito istituzionale con la pubblicazione di tutte le informative per i consumatori, relativamente ai ruoli emessi dopo il 2020 e riferiti a consumi degli anni precedenti;*
- *comunicazione ai soli 141 contribuenti che hanno provveduto al pagamento, dell'emissione del ruolo 2018 oltre i termini prescritti dalla normativa;*
- *comunicazione ai contribuenti della possibilità di esercizio dell'eccezione di prescrizione con conseguente richiesta di rimborso degli importi pagati;*
- *predisposizione dei moduli per la richiesta del rimborso delle somme pagate su fatture prescritte e messa a disposizione degli stessi sul sito istituzionale del Comune”.*

Cfr. (prot. n. 99490 (pagg. 3 e 4).

⁶ Cfr. comunicazione inviata al Professionista il 21 febbraio 2024 (prot. n. 24532).

⁷ Le verifiche d'ufficio sono avvenute in data 6 giugno 2024.

⁸ Cfr. paragrafi da 9 a 9.3 della sentenza TAR Lazio, I sez. n 11922/2024.

RITENUTO, pertanto, che i fatti descritti integrano una fattispecie di inottemperanza alla delibera dell'Autorità n. 30471 del 24 gennaio 2023, ai sensi dell'articolo 27, comma 12, del Codice del consumo;

DELIBERA

a) di contestare al Comune di Letino – nella qualità di Gestore dei Servizi idrici locali - la violazione di cui all'articolo 27, comma 12, del Codice del consumo, per non aver ottemperato alla delibera dell'Autorità n. 30471, del 24 gennaio 2023;

b) l'avvio del procedimento per eventuale irrogazione della sanzione pecuniaria prevista dall'articolo 27, comma 12, del Codice del consumo;

c) che il responsabile del procedimento è la dott.ssa Carmela Celotto;

d) che può essere presa visione degli atti del procedimento presso la Direzione Trasporti Energia e Ambiente del Dipartimento per la Tutela del Consumatore-1 dell'Autorità, dai legali rappresentanti del Comune di Letino, ovvero da persone da essa delegate;

e) che, entro il termine di trenta giorni dalla comunicazione del presente provvedimento, gli interessati possono far pervenire all'Autorità scritti difensivi e documenti, nonché chiedere di essere sentiti;

f) che il procedimento deve concludersi entro centoventi giorni dalla data di comunicazione del presente provvedimento.

Ai fini della quantificazione dell'eventuale sanzione pecuniaria prevista dall'articolo 27, comma 12, del Codice del consumo, si richiede al Comune di Letino di fornire copia dell'ultimo bilancio ovvero idonea documentazione contabile attestante le condizioni economiche nell'ultimo anno.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Guido Stazi

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

PS12679 - IOSONOVISIBILE-VENDITA DI APPREZZAMENTI

Provvedimento n. 31270

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 giugno 2024;

SENTITO il Relatore, Saverio Valentino;

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

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*” (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015, n. 25441;

VISTA la comunicazione del 29 novembre 2023 con cui è stato avviato il procedimento PS12679 nei confronti dell'impresa IOSONOVISIBILE di Luigi Arcovio;

VISTO il proprio provvedimento del 12 marzo 2024 con il quale, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. IOSONOVISIBILE di Luigi Arcovio (nel prosieguo anche “IOSONOVISIBILE”) in qualità di professionista ai sensi dell'articolo 18, lett. *b*), del Codice del consumo, è una impresa individuale che presta servizi di *social media marketing* tramite il sito internet <https://adcrecendo.com>.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento concerne la presunta illiceità della condotta posta in essere da IOSONOVISIBILE, tramite il proprio sito internet <https://adcrecendo.com>, consistente nell'offerta di “pacchetti” di recensioni e interazioni/apprezzamenti *social* tra utenti (*like, follower, commenti, amici, ecc.*) destinate alle principali piattaforme digitali.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO**1) L'iter del procedimento**

3. Sulla base di informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del consumo, in data 29 novembre 2023 è stato comunicato l'avvio del procedimento istruttorio PS12679 nei confronti dell'impresa IOSONOVISIBILE, ipotizzando che la condotta contestata potesse configurare una pratica commerciale scorretta, in possibile violazione degli articoli 20 e 23, lett. *bb-quater*), del Codice del consumo, secondo cui è vietato “*inviare, o incaricare un'altra persona giuridica o fisica di inviare, recensioni di consumatori false o falsi apprezzamenti o di fornire false informazioni in merito a recensioni di consumatori o ad apprezzamenti sui media sociali, al fine di promuovere prodotti*”.

4. Il professionista ha fornito riscontro alla richiesta di informazioni formulata nella comunicazione di avvio in data 21 dicembre 2023.

5. IOSONOVISIBILE ha avuto accesso agli atti del procedimento il 16 gennaio 2024.

6. Il 1° febbraio 2024 si è tenuta l'audizione con la Parte, ad esito della quale il professionista ha inviato ulteriori informazioni il 16 febbraio 2024.

7. Il 14 marzo 2024 è stata comunicata al professionista la proroga del termine di conclusione del procedimento.

8. In data 10 aprile 2024 è stata comunicata al professionista la data di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento.

9. Il 30 aprile 2024 è stato richiesto all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni il parere, ai sensi dell'articolo 16, commi 3 e 4, del Regolamento, che è pervenuto in data 21 maggio 2024.

2) *Le evidenze acquisite*

10. IOSONOVISIBILE ha prodotto l'elenco delle fatture elettroniche emesse nel 2023, scaricato dal suo *software* gestionale. La descrizione delle prestazioni effettuate, riportata nelle fatture, reca indicazioni quali "gestione sito web", "social media marketing", "articoli seo militia", "acconto articoli", "effetto valanga sito web"¹.

11. Inoltre, il professionista, a seguito dell'avvio istruttorio, ha eliminato dal proprio sito *internet* <https://adcrecendo.com/> qualsiasi riferimento alla vendita di *like*, *followers* e recensioni².

3) *Le argomentazioni difensive della Parte*

12. IOSONOVISIBILE ha affermato che l'offerta di "pacchetti" di recensioni o interazioni sul sito <https://adcrecendo.com/> era stata prospettata al solo fine di rendere più appetibile il sito stesso e ricevere maggiori contatti da potenziali clienti. Pertanto, a detta del professionista, tali servizi non sarebbero mai stati disponibili o acquistabili attraverso il sito, in quanto egli svolgerebbe soltanto servizi di *social media marketing*, *SEO marketing* (*search engine optimization*) e redazione di articoli informativi per il *web*. Il prospettato incremento delle interazioni sui *social media* sarebbe ottenibile tramite tali servizi, in quanto gli stessi determinerebbero un aumento della visibilità sul *web*³.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

13. Poiché le condotte oggetto del presente provvedimento sono state poste in essere tramite la rete *internet*, in data 30 aprile 2024 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del consumo.

14. Con parere pervenuto in data 21 maggio 2024 la suddetta Autorità ha ritenuto che nel caso di specie *internet* sia uno strumento di comunicazione idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale contestata al professionista.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

15. Il procedimento ha ad oggetto l'offerta di pacchetti di recensioni e interazioni/apprezzamenti *social* sul sito https://adcrecendo.com.

16. Dagli elementi acquisiti nel corso dell'istruttoria non emergono elementi sufficienti a provare che l'offerta di pacchetti di recensioni e interazioni/apprezzamenti *social* destinata a piattaforme digitali sia mai stata disponibile o acquistabile sul sito del professionista.

¹ Cfr. comunicazione del 21 dicembre 2023 (prot. 105079).

² Cfr. acquisizioni delle pagine del sito *internet* <https://adcrecendo.com/> del 9 aprile 2024.

³ Cfr. comunicazioni del 21 dicembre 2023 (prot. 105079), 16 febbraio 2024 (prot. 23049) e verbale di audizione del 1° febbraio 2024.

17. Infatti, le considerazioni svolte dalla Parte nelle proprie difese hanno trovato conferma nella documentazione versata in atti: le fatture emesse dal professionista nel 2023 riguardano attività diverse dalla vendita di interazioni e recensioni *social* riferendosi ad attività pubblicitarie, vendita di servizi di *social media marketing*, ottimizzazione dei risultati dei motori di ricerca (SEO), nonché pubblicazione di “*articoli*” su siti *internet* di proprietà del professionista.

18. Inoltre, risulta che sul sito *internet* <https://adcrescendo.com> è stata eliminata la sezione relativa all’offerta di “pacchetti” di interazioni e recensioni *social*.

19. Ciò posto, le evidenze raccolte non sono sufficienti a ritenere che IOSONOVISIBILE abbia posto in essere una pratica commerciale scorretta.

RITENUTO, pertanto, sulla base e nei limiti delle considerazioni suesposte e tenuto conto del parere dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, che la pratica commerciale in esame non presenti, allo stato, elementi sufficienti a integrare una violazione degli articoli 20 e 23, lett. *bb-quater*, del Codice del consumo;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dall’impresa IOSONOVISIBILE di Luigi Arcovio, non presenta, allo stato, elementi sufficienti a integrare una violazione degli articoli 20 e 23, lett. *bb-quater*, del Codice del consumo.

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

Avverso il presente provvedimento, può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell’articolo 135, comma 1, 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’articolo 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell’articolo 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Guido Stazi

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

PS12680 - ELEGANT BILLIONAIRE-VENDITA DI APPREZZAMENTI

Provvedimento n. 31271

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 giugno 2024;

SENTITO il Relatore, Saverio Valentino;

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

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*” (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015, n. 25441;

VISTA la comunicazione del 29 novembre 2023 con cui è stato avviato il procedimento PS12680 nei confronti del Sig. Simone Perez, in qualità di titolare dell'impresa individuale Elegant Billionaire di Simone Perez;

VISTO il proprio provvedimento del 19 marzo 2024 con il quale, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Sig. Simone Perez, in qualità di titolare dell'impresa individuale Elegant Billionaire di Simone Perez (nel prosieguo anche “Elegant Billionaire”) in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera b), del Codice del consumo. L'impresa presta servizi di *social media marketing* tramite il sito *internet* <https://elegantbillionaire.cloud>.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento concerne la presunta illiceità della condotta posta in essere da Elegant Billionaire, tramite il proprio sito *internet* <https://elegantbillionaire.cloud>, consistente nell'offerta di “pacchetti” di interazioni/apprezzamenti *social* tra utenti (*like, follower, commenti, amici, ecc.*) destinate alle principali piattaforme digitali.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO**1) L'iter del procedimento**

3. Sulla base di informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del consumo, in data 29 novembre 2023 è stato comunicato l'avvio del procedimento istruttorio PS12680 a Elegant Billionaire, ipotizzando che la condotta contestata potesse configurare una pratica commerciale scorretta, in possibile violazione degli articoli 20 e 23, lett. *bb-quater*), del Codice del consumo, secondo cui è vietato “*inviare, o incaricare un'altra persona giuridica o fisica di inviare, recensioni di consumatori false o falsi apprezzamenti o di fornire false informazioni in merito a recensioni di consumatori o ad apprezzamenti sui media sociali, al fine di promuovere prodotti*”.

4. Il professionista ha fornito riscontro alla richiesta di informazioni formulata nella comunicazione di avvio in data 11 e 27 dicembre 2023, 9 e 15 gennaio, 27 febbraio 2024.

5. Il 21 marzo 2024 è stata comunicata alla Parte la proroga del termine di conclusione del procedimento.

6. In data 10 aprile 2024 è stata comunicata a Elegant Billionaire la data di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento.

7. Il 30 aprile 2024 è stato richiesto all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni il parere ai sensi dell'articolo 16, commi 3 e 4, del Regolamento, che è pervenuto in data 21 maggio 2024.

2) *Le evidenze acquisite*

8. Con comunicazioni del 9 e 15 gennaio e del 27 febbraio 2024¹, Elegant Billionaire ha prodotto copia delle fatture emesse nel corso degli anni 2022², 2023 e 2024. La descrizione delle prestazioni effettuate riportata nelle fatture relative al periodo febbraio 2022 - giugno 2023 recava l'indicazione "Servizio Creazione Sito Web" o "Servizio Gestione Social Media"; successivamente l'attività svolta dal professionista si è concentrata sulla gestione di affitti brevi, con specificazione in fattura della tipologia di alloggio oggetto di locazione.

9. Inoltre, il professionista, a seguito dell'avvio istruttorio, ha chiuso il sito <https://elegantbillionaire.cloud>³, in cui erano presenti i *claim* evidenziati nell'apertura del procedimento relativi alla vendita di interazioni *social*.

3) *Le argomentazioni difensive della Parte*

10. Elegant Billionaire ha fatto presente che l'offerta di "pacchetti" di recensioni o interazioni sul sito <https://elegantbillionaire.cloud> era stata prospettata al solo fine di rendere più appetibile il proprio sito *web* e ricevere maggiori contatti da potenziali clienti. Pertanto, tali servizi non sarebbero mai stati disponibili o acquistabili attraverso il sito in quanto egli avrebbe svolto, peraltro per un breve periodo, soltanto l'attività di creazione/miglioramento di siti *web* e di gestione *social media*.

11. Successivamente, il professionista avrebbe iniziato, con la stessa denominazione sociale e partita IVA, ma con un diverso codice attività e un diverso sito *web*, un'attività di agenzia di gestione di affitti brevi o B&B⁴.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

12. Poiché le condotte oggetto del presente provvedimento sono state poste in essere tramite la rete *internet*, in data 30 aprile 2024 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del consumo.

13. Con parere pervenuto in data 21 maggio 2024 la suddetta Autorità ha ritenuto che nel caso di specie *internet* sia uno strumento di comunicazione idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale contestata al professionista.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

14. Il procedimento ha ad oggetto l'offerta di pacchetti di interazioni/apprezzamenti *social* sul sito <https://elegantbillionaire.cloud>.

¹ Cfr., rispettivamente, i documenti con protocollo nn. 11430, 13020 e 27608.

² Il professionista ha iniziato l'attività nel mese di febbraio 2022.

³ Ciò risulta confermato da una verifica effettuata dalla Direzione in data 10 gennaio 2024.

⁴ Cfr. comunicazioni dell'11 e 27 dicembre 2023 con protocollo, rispettivamente, n. 102306 e n. 106065.

15. Dagli elementi acquisiti nel corso dell'istruttoria non emergono elementi sufficienti a provare che l'offerta di pacchetti di recensioni e interazioni/apprezzamenti *social* destinata a piattaforme digitali sia mai stata disponibile o acquistabile sul sito del professionista.

16. Infatti, le considerazioni svolte dalla Parte nelle proprie difese hanno trovato conferma nella documentazione versata in atti: le fatture emesse dal professionista negli anni 2022, 2023 e 2024⁵ riguardano attività diverse dalla vendita di interazioni *social* riferendosi, per un periodo, alla creazione/miglioramento di siti *web* e gestione *social* e, successivamente, alla gestione di affitti brevi o B&B.

17. Inoltre, risulta che il sito <https://elegantbillionaire.cloud>, mediante il quale era prospettata l'offerta di "pacchetti" di interazioni *social*, sia stato chiuso dal professionista immediatamente dopo l'avvio dell'istruttoria⁶.

18. Ciò posto, le evidenze raccolte non sono sufficienti a ritenere che Elegant Billionaire abbia posto in essere una pratica commerciale scorretta.

RITENUTO, pertanto, sulla base e nei limiti delle considerazioni suesposte e tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, che la pratica commerciale in esame non presenti, allo stato, elementi sufficienti a integrare una violazione degli articoli 20 e 23, lettera *bb-quater*), del Codice del consumo;

DELIBERA

che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dal Sig. Simone Perez, in qualità di titolare dell'impresa individuale Elegant Billionaire di Simone Perez, non presenta, allo stato, elementi sufficienti a integrare una violazione degli articoli 20 e 23, lettera *bb-quater*), del Codice del consumo.

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

Avverso il presente provvedimento, può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 135, comma 1, lettera *b*), del Codice del processo amministrativo (decreto legislativo 2luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'articolo 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

⁵ Cfr., le citate comunicazioni del 9 e 15 gennaio e del 27 febbraio 2024 con protocollo, rispettivamente, nn. 11430, 13020, e 27608.

⁶ Ciò risulta confermato da una verifica effettuata dalla Direzione in data 10 gennaio 2024.

PS12699 - CEREALITALIA-TBS CREW-FENICE/SOSTEGNO A I BAMBINI DELLE FATE

Provvedimento n. 31272

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 luglio 2024;

SENTITO il Relatore, Presidente Roberto Rustichelli;

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

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

VISTE le comunicazioni, pervenute in data 15 e 22 maggio 2024, con le quali le società Cerealitalia Industrie Dolciarie S.p.A., Fenice S.r.l., TBS Crew S.r.l. e Sisterhood S.r.l. (cumulativamente, anche i "Professionisti") hanno presentato, in versione definitiva, impegni ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell'articolo 9 del Regolamento;

VISTO il proprio provvedimento del 28 maggio 2024, con il quale, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per esigenze legate allo svolgimento degli ulteriori adempimenti procedurali;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Cerealitalia Industrie Dolciarie S.p.A., in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera *b*), del Codice del consumo (di seguito anche "Cerealitalia").

La società è attiva nella fabbricazione e commercializzazione di prodotti dolciari, anche tramite il marchio "*Dolci Preziosi*".

2. Fenice S.r.l. (di seguito anche "Fenice") in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera *b*), del Codice del consumo.

La società è titolare dei marchi "*Chiara Ferragni*" ed è attiva nella gestione dei relativi diritti di proprietà intellettuale.

3. TBS Crew S.r.l. (di seguito anche "TBS"), in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera *b*), del Codice del consumo.

La società dispone dei diritti relativi alla personalità e all'identità personale della Signora Chiara Ferragni.

4. Sisterhood S.r.l. (di seguito anche "Sisterhood") in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera *b*), del Codice del consumo.

La società è stata licenziataria dei diritti di immagine della Signora Chiara Ferragni fino al mese di giugno 2021.

5. L'associazione di consumatori Movimento Difesa del Cittadino - Friuli Venezia Giulia e l'associazione di promozione sociale Jules Verne, in qualità di segnalanti.

II. LA CONDOTTA OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

6. La presente istruttoria riguarda la promozione e commercializzazione, da parte dei Professionisti, in occasione delle festività pasquali del 2021 e del 2022, delle uova di Pasqua con il marchio "Dolci Preziosi" in collaborazione con Chiara Ferragni, con l'indicazione di un'iniziativa benefica a favore dell'impresa sociale "I Bambini delle Fate", che si occupa di progetti di inclusione sociale a beneficio di bambini e ragazzi affetti da autismo ed altre disabilità (nel prosieguo, anche le Uova "griffate Ferragni").

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO: LA PRESENTAZIONE DI IMPEGNI

1) L'iter del procedimento

7. In data 16 gennaio 2024, è stato avviato, nei confronti di Cerealitalia, Fenice e TBS, il procedimento istruttorio PS12699, per verificare la possibile violazione degli articoli. 20, comma 2, 21 e 22, del Codice del consumo.

8. Oggetto dell'avvio di istruttoria è la diffusione di informazioni e messaggi tramite cui Cerealitalia, Fenice e TBS hanno pubblicizzato le Uova "griffate Ferragni" in occasione delle festività pasquali del 2021 e del 2022, con l'indicazione di un'iniziativa benefica a favore dell'impresa sociale "I Bambini delle Fate". Ciò al fine di verificare se dette informazioni potessero indurre i consumatori a ritenere che: (i) acquistando le suddette Uova avrebbero potuto contribuire a sostenere economicamente l'impresa sociale "I Bambini delle Fate" e (ii) Chiara Ferragni fosse stata co-ideatrice del progetto benefico e parte attiva della donazione. La diffusione delle predette informazioni ai consumatori sarebbe avvenuta tramite il sito *The Blonde Salad* e *Instagram*, i post/messaggi su *internet* riconducibili a Chiara Ferragni e a Cerealitalia, nonché il *packaging* delle Uova "griffate Ferragni".

9. In data 18 gennaio 2024, sono stati svolti accertamenti ispettivi presso le società Fenice, TBS e Cerealitalia.

10. Fenice e TBS hanno avuto accesso agli atti del fascicolo in data 15 febbraio e 26 aprile 2024. Cerealitalia ha avuto accesso agli atti del fascicolo in data 8 marzo e 26 aprile 2024.

11. Cerealitalia ha inviato memorie con note pervenute in data 20 e 22 febbraio, nonché 15 marzo 2024. Fenice e TBS hanno inviato memorie in data 21 febbraio 2024.

12. In data 14 marzo 2024, è stata disposta l'integrazione soggettiva della comunicazione di avvio del procedimento nei confronti di Sisterhood.

13. Sisterhood ha inviato una memoria in data 3 aprile 2024.

14. L'audizione richiesta da Cerealitalia si è tenuta il 27 marzo 2024 e quella richiesta da Fenice, TBS e Sisterhood (di seguito, cumulativamente, anche le "Società Chiara Ferragni") l'8 maggio 2024.

15. Le imprese hanno presentato proposte di impegni: in data 15 maggio 2024, Cerealitalia ha presentato la versione definitiva dei propri impegni; in data 22 maggio 2024, Fenice, TBS e Sisterhood hanno presentato la versione definitiva dei propri impegni.

16. In data 28 maggio 2024, è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento.

17. In data 27 giugno 2024, è pervenuto il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.

2) Gli elementi acquisiti e gli impegni proposti dai Professionisti

18. La collaborazione tra Fenice, TBS e Sisterhood, da un lato, e Cerealitalia, dall'altro, ha comportato, per entrambe le annualità considerate, la conclusione di un contratto di licenza dei marchi "*Chiara Ferragni*" e di un contratto di sponsorizzazione.

19. A seguito dell'integrazione soggettiva della comunicazione di avvio, Sisterhood ha indicato di essere stata licenziataria dei diritti di immagine della signora Chiara Ferragni fino al giugno 2021. Per questo motivo, il contratto di sponsorizzazione per la Pasqua 2021 è stato stipulato tra Cerealitalia e Sisterhood, mentre quello per la Pasqua 2022 ha riguardato Cerealitalia e TBS. Da luglio 2021, Sisterhood svolge il ruolo di mera *holding*, detenendo, tra l'altro, il 100% di TBS. Per entrambe le annualità considerate, il contratto di licenza dei marchi "*Chiara Ferragni*" è stato stipulato tra Cerealitalia e Fenice.

(A) Impegni presentati da Fenice e TBS

20. Di seguito, sono sinteticamente descritti gli impegni definitivi proposti da Fenice e TBS.

Con l'Impegno **I** ("**SEPARAZIONE TRA ATTIVITÀ BENEFICHE E COMMERCIALI**"), Fenice e TBS si vincolano per il futuro a "*rinunciare, in via definitiva, a realizzare iniziative commerciali che presentino al contempo una componente benefica*". Ciò implica "*la separazione delle iniziative benefiche rispetto a qualsiasi iniziativa commerciale intrapresa dalle Società (nello specifico, con riferimento a Fenice, attività di concessione di licenza dei marchi «Chiara Ferragni» e, con riferimento a TBS, attività di concessione in licenza dei diritti di immagine e della personalità di cui è titolare Chiara Ferragni, inclusa ogni attività di sponsorizzazione), anche nel caso in cui le stesse non siano svolte in partnership con soggetti terzi, ma siano svolte in modo totalmente autonomo dalle Società*" (cfr. punto 4.2.1 degli Impegni).

Con l'Impegno **II** ("**ADOZIONE E IMPLEMENTAZIONE DI UN CODICE DI CONDOTTA, CALIBRATO SULLA COMPLIANCE ALLA DISCIPLINA CONSUMERISTICA**"), le Società si vincolano ad adottare un Codice di condotta interno ispirato alle *best practices* in materia di tutela del consumatore e predisposto anche in base alla casistica dell'Autorità in applicazione del Codice del Consumo. Tale Codice di condotta sarà recepito nel "*Modello 231*" di Fenice e TBS e il suo *enforcement* sarà affidato ad un Organismo di vigilanza interno alle Società, che sarà dotato di adeguati poteri sanzionatori. Inoltre, saranno organizzate attività di *training* periodico e continuativo per il personale delle Società addetto alla definizione delle campagne commerciali (cfr. punto 4.2.2 degli Impegni).

Tramite l'Impegno **III** ("**PREDISPOSIZIONE DI UNA SEZIONE, ALL'INTERNO DEI SITI WEB (RIFERIBILI AL MARCHIO E ALLA PERSONA DI CHIARA FERRAGNI), DEDICATA AD APPROFONDIRE I DETTAGLI DELLE INIZIATIVE CON FINALITÀ BENEFICHE**"), le Società "*si impegnano a realizzare sui propri siti (ossia, <https://www.chiaraferragnibrand.com/> e <https://www.theblondesalad.com/>) un'apposita sezione che illustri le rispettive iniziative benefiche riferibili a ciascuna di esse alle quali sarà associata la persona o il marchio «Chiara Ferragni», informando sul loro andamento e sui risultati conseguiti*".

La creazione di tali spazi informativi sarà comunicata al pubblico tramite gli *account social* delle Società e di Chiara Ferragni (cfr. punto 4.2.3 degli Impegni).

Tramite l'Impegno **IV** (recante "**DESTINAZIONE DI UNA PERCENTUALE DEGLI UTILI DISTRIBUIBILI AL SOSTEGNO DI CAUSE BENEFICHE**"), Fenice e TBS si impegnano a devolvere in beneficenza, in relazione agli esercizi finanziari 2024, 2025 e 2026, una percentuale dei propri utili distribuibili. In particolare, "*le Società devolveranno il maggiore tra i seguenti importi: (i) la somma del 5% degli utili distribuibili conseguiti da ciascuna nel corso degli esercizi*

finanziari 2024, 2025 e 2026, come risultanti dai bilanci di esercizio regolarmente approvati e depositati, ovvero (ii) un minimo garantito cumulativo per entrambe le Società pari a € 400.000,00 per annualità, che verrà corrisposto laddove la somma degli utili conseguiti dalle Società risultasse inferiore a tale cifra”.

Il beneficiario di tutte le citate contribuzioni sarà l’impresa sociale “*I Bambini delle Fate*”. Le Società daranno, altresì, evidenza dei versamenti effettuati alla predetta impresa sociale secondo le modalità di cui all’Impegno III.

Riguardo all’attuazione di tale Impegno, Fenice e TBS effettueranno “*il primo versamento pari a € 400.000,00 a «I Bambini delle Fate» entro 60 giorni dalla data di notifica del Provvedimento di Accettazione degli Impegni. Tale versamento sarà effettuato a valere sull’esercizio 2024, salvo eventuale conguaglio in seguito all’approvazione dei relativi bilanci di esercizio*” (cfr. punto 4.2.4 degli Impegni).

L’Impegno V riguarda la “*COMUNICAZIONE IN ORDINE ALLA CHIUSURA DEL PROCEDIMENTO*”. Con la citata misura, Fenice e TBS si impegnano, successivamente alla comunicazione del provvedimento di accettazione degli Impegni, a darne pubblica notizia tramite la diffusione di un’apposita comunicazione e di altri materiali.

21. Riguardo alla tempistica e durata degli impegni, gli Impegni I, II e III sono a tempo indeterminato, mentre l’Impegno IV riguarderà gli esercizi finanziari 2024, 2025 e 2026.

L’Impegno I sarà attuato immediatamente a seguito della notifica del provvedimento di accoglimento degli Impegni; l’Impegno II entro sei mesi dalla notifica del predetto provvedimento; l’Impegno III in occasione della prima iniziativa benefica successiva alla notifica del richiamato provvedimento e gli Impegni IV e V saranno attuati secondo le modalità sopra indicate e meglio dettagliate nel formulario impegni.

(B) Impegni presentati da Sisterhood

22. Di seguito, si descrivono sinteticamente gli impegni definitivi proposti da Sisterhood.

Si precisa che Sisterhood ha presentato impegni indicando di limitarsi, attualmente, a svolgere il ruolo di *holding*. Per questo motivo, Sisterhood attuerà alcuni impegni in ogni caso, mentre l’implementazione degli altri sarà subordinata alla ripresa, da parte della Società, dello svolgimento di attività operative.

(i) Impegni che saranno attuati in ogni caso

Con l’Impegno I (“*PREDISPOSIZIONE DI UNA PROCEDURA AZIENDALE RELATIVA ALL’ATTIVITÀ DI VIGILANZA E CONTROLLO CIRCA LA CORRETTA ESECUZIONE DEGLI IMPEGNI PRESENTATI DA FENICE S.R.L. E TBS CREW S.R.L.*”), Sisterhood, al fine di garantire “[1] *effettività e [1] efficacia degli impegni già presentati da Fenice e TBS*”, si vincola a predisporre “*una procedura aziendale di raccordo ed in coordinamento fra gli organi sociali di Sisterhood e quelli di Fenice e di TBS, volta a permettere e realizzare una piena ed effettiva vigilanza circa la corretta esecuzione ed implementazione degli stessi*”. Detta procedura di verifica riguarderà, in particolare, la realizzazione di attività benefiche e i conseguenti obblighi informativi (anche riguardo ai siti/*social* riconducibili a Chiara Ferragni; cfr. Impegno III del formulario Fenice e TBS), le eventuali violazioni dei Codici di Condotta adottati da Fenice e TBS (cfr. impegno II del formulario Fenice e TBS) e l’effettivo versamento degli importi di cui all’impegno IV del formulario Fenice e TBS.

Con l’Impegno II (recante “*PREVISIONE DI UN MECCANISMO A TUTELA DELL’EFFETTIVITÀ DEGLI IMPEGNI ECONOMICI PRESENTATI DA FENICE S.R.L. E TBS CREW S.R.L. DI CUI AL PAR. 4.2.4 DEL RELATIVO FORMULARIO IMPEGNI*”), Sisterhood si vincola a “*rendersi*

*responsabile con TBS, in via sussidiaria, nell'adempimento dell'impegno 4.2.4 [i.e., sostegno economico a "I Bambini delle Fate"] del Formulario TBS - Fenice*¹.

(ii) Impegni che saranno attuati solo ove Sisterhood torni a svolgere attività operative

L'Impegno **III** riguarda la "SEPARAZIONE TRA ATTIVITÀ BENEFICHE E COMMERCIALI". In particolare, ove Sisterhood riprenda a svolgere attività operative, si impegna (al pari di Fenice e TBS) a "rinunciare, in via definitiva, a realizzare iniziative commerciali che presentino al contempo una componente benefica".

L'Impegno **IV** ha ad oggetto la "ADOZIONE E IMPLEMENTAZIONE DI UN CODICE DI CONDOTTA, CALIBRATO SULLA COMPLIANCE ALLA DISCIPLINA CONSUMERISTICA". Conformemente agli impegni proposti da Fenice e TBS, anche Sisterhood si vincola, ove torni a svolgere attività operativa, "ad adottare un Codice di Condotta interno [predisposto anche in base alla casistica dell'Autorità in applicazione del Codice del consumo] volto a dettare regole operative, anche ispirate alle più recenti best practices in materia, per assicurare che le attività promozionali siano sempre trasparenti e corrette" e la cui osservanza sarà garantita tramite la previsione di apposite misure sanzionatorie. Inoltre, anche per il personale di Sisterhood, che sarà eventualmente addetto alla definizione delle campagne promozionali, saranno organizzate attività di *training* periodico e continuativo sulla disciplina consumeristica.

L'Impegno **V** riguarda la "PREDISPOSIZIONE DI UNA SEZIONE, ALL'INTERNO DEI SITI WEB (RIFERIBILI AL MARCHIO E ALLA PERSONA DI CHIARA FERRAGNI), DEDICATA AD APPROFONDIRE I DETTAGLI DELLE INIZIATIVE CON FINALITÀ BENEFICHE". In particolare, ove «la Società tornasse a svolgere attività promozionali con finalità benefiche [...] si impegna a rendicontare, sui canali riconducibili a TBS (ed in particolare gli account riferibili a TBS e alla Sig.ra Chiara Ferragni, il sito web <https://www.theblondesalad.com>, nonché gli eventuali futuri account e siti web riferibili a Sisterhood), le iniziative benefiche alle quali sarà associata la persona o il marchio "Chiara Ferragni", informando sul loro andamento e sui risultati conseguiti». La creazione di tali spazi informativi sarà comunicata al pubblico tramite gli *account social* di Chiara Ferragni.

23. Riguardo alla tempistica e durata degli impegni di Sisterhood: gli Impegni I, III, IV e V sono assunti a tempo indeterminato, mentre l'Impegno II riguarderà gli esercizi finanziari 2024, 2025 e 2026, conformemente all'Impegno IV del formulario Fenice-TBS. In particolare, l'Impegno III sarà implementato "contestualmente all'eventuale ripresa delle attività operative", l'impegno IV entro 6 mesi da tale data e l'impegno V "in occasione della prima iniziativa benefica successiva alla ripresa delle attività operative".

(C) Impegni presentati da Cerealitalia.

24. Di seguito, si descrivono sinteticamente gli impegni definitivi presentati da Cerealitalia.

L'Impegno **I** riguarda la "Separazione tra le attività commerciali e le iniziative benefiche". In proposito, la Società si impegna, per il futuro, a tenere completamente separate le proprie attività commerciali da ogni iniziativa benefica e di liberalità. In particolare, Cerealitalia si impegna a non pubblicizzare o "legare in alcun modo le proprie attività benefiche alla vendita dei propri prodotti".

¹ In particolare, Sisterhood si impegna a "destinare, in via sussidiaria rispetto a TBS, una somma di denaro equivalente al: (i) 5% degli utili distribuibili conseguiti da TBS nel corso degli esercizi finanziari 2024, 2025 e 2026, come risultanti dai bilanci di esercizio regolarmente approvati e depositati; ovvero (ii) la quota parte spettante a TBS del minimo garantito pari a € 400.000,00 per annualità, laddove la somma degli utili conseguiti da Fenice e TBS risultasse inferiore a tale cifra."

L'Impegno II ha ad oggetto il "Rinnovo del sostegno continuativo a favore dei Bambini delle Fate per il triennio 2024-2026 per un importo complessivo pari a € 100.000". In proposito, Cerealitalia si impegna a versare a "I Bambini delle Fate" un contributo complessivo di 100.000 euro, in tre rate annuali di uguale importo, per gli anni 2024, 2025 e 2026.

25. Riguardo alla tempistica e durata degli Impegni: l'Impegno I è a tempo indeterminato, mentre l'Impegno II sarà valido fino al 31 dicembre 2026.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

26. Poiché le condotte oggetto della comunicazione di avvio del procedimento e dell'integrazione soggettiva dell'avvio sarebbero state poste in essere anche tramite il sito *The Blonde Salad* e *Instagram*, nonché i *post*/messaggi su internet riconducibili a Chiara Ferragni e a Cerealitalia, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha espresso, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del consumo, il proprio parere, pervenuto in data 27 giugno 2024, ritenendo, nel caso di specie, i mezzi suddetti uno strumento di comunicazione idoneo ad influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale oggetto del procedimento, laddove ne sia confermata la valutazione della comunicazione di avvio dell'istruttoria.

V. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

27. Preliminarmente, si ricorda che l'Autorità, in materia di impegni, sulla base di consolidata giurisprudenza amministrativa², gode di ampia discrezionalità nel valutare sia l'idoneità delle misure proposte dai professionisti per rimuovere le possibili criticità contestate in sede di avvio istruttoria, sia la sussistenza o meno di un interesse pubblico all'accertamento dell'eventuale infrazione.

28. In tale contesto, l'Autorità - rilevato che tutti i Professionisti parti del procedimento hanno presentato impegni - ritiene che gli Impegni proposti, nel loro complesso, siano idonei a rimuovere i possibili profili di scorrettezza oggetto della comunicazione di avvio del procedimento e dell'integrazione soggettiva dell'avvio.

29. Complessivamente, gli Impegni possono ritenersi meritevoli di accoglimento, poiché consentono:

A) una separazione permanente e netta tra le attività dei Professionisti con finalità commerciali (nella promozione e vendita di prodotti o servizi) e quelle con finalità benefiche, con l'effetto di eliminare il rischio di diffusione di comunicazioni commerciali potenzialmente ingannevoli per i consumatori;

B) la devoluzione all'impresa sociale "I Bambini delle Fate", nel corso di 3 esercizi finanziari/anni, di somme consistenti (complessivamente pari ad almeno 1.300.000 euro). In proposito, il versamento a "I Bambini delle Fate" delle predette somme, nel corso degli esercizi finanziari/anni 2024-2026, costituisce una misura *lato sensu* "ripristinatoria", idonea a ristorare l'interesse dei consumatori, in ipotesi leso dalle condotte oggetto dell'atto di avvio d'istruttoria e dell'integrazione soggettiva, a devolvere un contributo economico alla citata impresa sociale tramite l'acquisto delle Uova "griffate Ferragni";

² *Inter alia*, cfr. Consiglio di Stato, 23 giugno 2023, n. 6177, secondo cui: "l'istituto degli impegni [...] si caratterizza per un'ampia discrezionalità dell'Autorità nell'accogliere o respingere tali proposte, [anche con riferimento all'] effettiva idoneità degli impegni proposti a rimuovere le situazioni che hanno dato causa alle contestazioni, rientrando la valutazione tecnico-discrezionale degli impegni presentati nella sfera di esercizio dell'ampio potere che compete all'Autorità" (sul punto cfr., *inter alia*, anche, Tar Lazio 26 febbraio 2024, n. 3732, Tar Lazio, sez. I, 12 maggio 2023, n. 8210 e Tar Lazio, sez. I, 3 marzo 2020, n. 1418).

C) al consumatore di ricevere informazioni corrette riguardo alle attività di sponsorizzazione/ licenza di marchi poste in essere dall'influencer Chiara Ferragni, assicurando - nel contempo - che le iniziative benefiche, dalla stessa sostenute, siano promosse ed effettuate secondo modalità trasparenti.

Anche le modalità e le tempistiche di attuazione degli Impegni appaiono congrue e monitorabili da parte dell'Autorità.

30. Rispetto ai singoli rimedi proposti dalle Società parti del procedimento, si osserva quanto segue.

Società Chiara Ferragni

31. La misura di separazione permanente tra attività di sponsorizzazione/ licenza di marchi e/o dei diritti di immagine e della personalità di Chiara Ferragni, rispettivamente, con finalità commerciale e con finalità benefica (cfr. Impegno I del formulario impegni Fenice-TBS e Impegno III del formulario impegni Sisterhood) riguarda ogni attività economica svolta, anche al di fuori di una *partnership* con soggetti terzi, dalle predette Società. La sua attuazione, che avverrà immediatamente a seguito della comunicazione del presente provvedimento di accettazione degli Impegni, impedirà, *pro futuro*, ogni possibile commistione/ sovrapposizione tra attività commerciali ed attività benefiche, eliminando così, in radice, il rischio di diffusione di comunicazioni commerciali potenzialmente ingannevoli per i consumatori. In particolare, in attuazione dell'Impegno I, le Società Chiara Ferragni non effettueranno più iniziative commerciali - tra cui quelle di sponsorizzazione/ promozione di prodotti e/o servizi - associandole, anche indirettamente, ad iniziative benefiche.

32. Gli Impegni II del formulario impegni Fenice-TBS e IV del formulario impegni Sisterhood, riguardanti, tra l'altro, l'implementazione di un codice di condotta sulla disciplina consumeristica, costituiscono efficaci misure di auto-regolamentazione volte a promuovere la diffusione, da parte delle Società, di comunicazioni commerciali corrette e trasparenti, nel rispetto, tra l'altro, delle norme a tutela dei consumatori.

33. Gli Impegni III del formulario impegni Fenice-TBS e V del formulario impegni Sisterhood, aventi a oggetto la predisposizione, all'interno dei siti *web* riferibili alle società- di una sezione riguardante i dettagli delle iniziative benefiche sostenute da Chiara Ferragni, contribuiscono a comunicare in maniera corretta e trasparente la realizzazione delle attività benefiche.

34. L'Impegno IV del formulario Fenice-TBS, la cui effettività è rafforzata dalla responsabilità sussidiaria di Sisterhood per le contribuzioni economiche dovute da TBS (cfr. impegno II del formulario Sisterhood), consente la devoluzione a "*I Bambini delle Fate*", di una somma che nel suo ammontare minimo (1.200.000 euro nel corso di tre esercizi finanziari) risulta superiore ai corrispettivi complessivamente ottenuti dalle predette Società per le campagne promozionali di Pasqua 2021 e 2022 (pari a [500.000-1.199.000]* euro oltre IVA).

35. L'Impegno V del formulario impegni Fenice-TBS amplifica la visibilità degli Impegni, così agevolando la conoscibilità delle misure che verranno adottate per guidare le future iniziative delle Società.

Cerealitalia

36. L'impegno proposto da Cerealitalia, riguardante la separazione tra attività commerciali (nella promozione e vendita di prodotti o servizi) e iniziative benefiche, consente di impedire, per il futuro, ogni possibile commistione/ sovrapposizione tra tali tipologie di attività, eliminando così in radice

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

il rischio di diffusione di comunicazioni commerciali potenzialmente ingannevoli per i consumatori³. Peraltro, la devoluzione a favore de "I Bambini delle Fate" di 100.000 euro in tre anni risulta in linea con le misure proposte dalle Società Chiara Ferragni di cui sopra.

37. Alla luce delle suesposte considerazioni, si ritiene che gli Impegni complessivamente presentati dai Professionisti soddisfino i requisiti previsti dall'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo.

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati dalle società Cerealitalia Industrie Dolciarie S.p.A., Fenice S.r.l., TBS Crew S.r.l. e Sisterhood S.r.l., nei termini sopra esposti, siano idonei a far venir meno i possibili profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di istruttoria;

RITENUTO, di disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni nei confronti delle società Cerealitalia Industrie Dolciarie S.p.A., Fenice S.r.l., TBS Crew S.r.l. e Sisterhood S.r.l.;

RITENUTO, pertanto, di poter chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione;

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti della società Cerealitalia Industrie Dolciarie S.p.A., ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell'articolo 9, comma 2, lettera a), del Regolamento, gli impegni dalla stessa presentati nella loro versione definitiva in data 15 maggio 2024, come descritti nel formulario Cerealitalia allegato, che costituisce parte integrante del provvedimento;

b) di rendere obbligatori, nei confronti delle società Fenice S.r.l. e TBS Crew S.r.l., ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del consumo e dell'articolo 9, comma 2, lettera a), del Regolamento, gli impegni dalle stesse presentati nella loro versione definitiva in data 22 maggio 2024, come descritti nel formulario Fenice-TBS Crew allegato, che costituisce parte integrante del provvedimento;

c) di rendere obbligatori, nei confronti della società Sisterhood S.r.l., ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell'articolo 9, comma 2, lettera a), del Regolamento, gli impegni dalla stessa presentati nella loro versione definitiva in data 22 maggio 2024, come descritti nel formulario Sisterhood allegato, che costituisce parte integrante del provvedimento;

d) di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell'art. 9, comma 2, lettera a), del Regolamento;

e) che le società Cerealitalia Industrie Dolciarie S.p.A., Fenice S.r.l., TBS Crew S.r.l. e Sisterhood S.r.l., entro novanta giorni e successivamente entro centottanta giorni dalla data di notifica della presente delibera, informino l'Autorità dell'avvenuta attuazione degli impegni;

f) che le società Cerealitalia Industrie Dolciarie S.p.A., Fenice S.r.l., TBS Crew S.r.l., ed eventualmente Sisterhood S.r.l.: comunichino e diano evidenza all'Autorità dei versamenti effettuati a favore dell'impresa sociale "I Bambini delle Fate", - in relazione agli esercizi finanziari 2024, 2025 e 2026, entro trenta giorni dall'effettuazione degli stessi versamenti.

³ Anche l'attuazione di tale impegno avverrà immediatamente a seguito della comunicazione del presente provvedimento di accettazione degli impegni.

Ai sensi dell'articolo 9, comma 3, del Regolamento, il procedimento potrà essere riaperto d'ufficio, laddove:

- a) i Professionisti non diano attuazione agli impegni;
- b) si modifichi la situazione di fatto rispetto a uno o più elementi su cui si fonda la decisione;
- c) la decisione di accettazione di impegni si fondi su informazioni trasmesse dalle Parti che siano incomplete, inesatte o fuorvianti.

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 10.000.000 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 notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

ILVICE SEGRETARIO GENERALE

Serena Stella

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

*Autorità garante
della concorrenza e del mercato*

Bollettino Settimanale
Anno XXXIV- N. 27 - 2024

Coordinamento redazionale

Giulia Antenucci

Redazione

Angela D'Auria, Valerio Ruocco, Manuela Villani
Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato
Direzione gestione documentale, protocollo e servizi
statistici
Piazza Giuseppe Verdi, 6/a - 00198 Roma
Tel.: 06-858211 Fax: 06-85821256

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

Realizzazione grafica

Area Strategic Design
