



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXX - n. 41

**Publicato sul sito www.agcm.it
19 ottobre 2020**

SOMMARIO

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	5
C12320 - CESED/TREDICI RAMI DIAZIENDA DI MARGHERITA DISTRIBUZIONE	
<i>Provvedimento n. 28363</i>	5
C12321 - MENDEL INVESTIMENTI/GENETIC-GENELIFE-MAX FARMA	
<i>Provvedimento n. 28364</i>	9
C12322 - DWS ALTERNATIVES GLOBAL LIMITED/MEDIPASS	
<i>Provvedimento n. 28365</i>	16
C12323 - UNIEURO/VENTI RAMI DI AZIENDA DI IPER MONTEBELLO	
<i>Provvedimento n. 28366</i>	20
ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA	27
AS1701 - COMUNE DI PIOMBINO (LI) - CONCESSIONI DEMANIALI MARITTIME CON FINALITÀ TURISTICO RICREATIVE	27
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	31
PS11594 - ELECTRONIC ARTS-ACQUISTI NEI VIDEOGIOCHI	
<i>Provvedimento n. 28368</i>	31
PS11740 - FINANZA E PREVIDENZA-VIDEO INVESTIMENTI	
<i>Provvedimento n. 28369</i>	56
PS11742 - SOLUZIONE DEBITO-VARIE CONDOTTE	
<i>Provvedimento n. 28370</i>	62
VARIE	71
MODIFICHE AL REGOLAMENTO ATTUATIVO IN MATERIA DI RATING DI LEGALITA'	
<i>Provvedimento n. 28361</i>	71

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

C12320 - CESED/TREDICI RAMI DIAZIENDA DI MARGHERITA DISTRIBUZIONE

Provvedimento n. 28363

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 settembre 2020;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione effettuata dalla società Cesed S.p.A., pervenuta in data 4 settembre 2020;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. CESED S.p.A. (di seguito anche Cesed) è una società che opera prevalentemente nel settore della distribuzione moderna di prodotti alimentari e non alimentari di largo e generale consumo, attraverso la propria controllata Dico S.p.A. (anche nota come "Gruppo TUO"), con una rete costituita da *discount* a insegna Tuodì e da supermercati e *superette* con insegne Fresco Market e Ingrande. I principali azionisti di Cesed sono Doreca Italia S.p.A. (48,91%) e Enerservice S.r.l. (49,41%). Il fatturato complessivo realizzato da Cesed nel 2019 è stato pari a circa [100-504]* milioni di euro.

2. Oggetto di acquisizione sono 13 rami d'azienda costituiti da altrettanti punti vendita situati nella provincia di Roma (di seguito anche *Target*), di cui 12 supermercati e una *superette*, attualmente controllati da Margherita Distribuzione S.p.A. (già Auchan S.p.A.), in un caso mediante contratto di affitto di ramo d'azienda. Margherita Distribuzione è controllata da BDC Italia, società partecipata al 51% da Conad – Consorzio Nazionale Dettaglianti soc. coop.. Il fatturato realizzato dalla *Target* nel 2019 è stato pari a circa 50 milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione comunicata consiste nell'acquisizione del controllo, da parte di Cesed, tramite società controllate, dei 13 rami d'azienda descritti. In particolare, l'acquisizione del controllo prevede: i) per il punto vendita rispetto al quale Margherita Distribuzione ha attualmente in essere un contratto di affitto, un subentro di Cesed in tale contratto o la stipula di un nuovo contratto di affitto tra Cesed e il proprietario dell'immobile; ii) la cessione del ramo d'azienda per i rimanenti punti vendita.

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

III. QUALIFICAZIONE DELL' OPERAZIONE

4. In via preliminare, si osserva che le acquisizioni comunicate, in quanto caratterizzate da interdipendenza funzionale, costituiscono un'unica operazione: ogni aspetto di essa è stato infatti definito simultaneamente in un unico Accordo Quadro stipulato tra Cesed e Margherita Distribuzione¹. L'operazione in esame, in quanto comporta l'acquisizione del controllo esclusivo di parti di impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/90.

5. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento n. 139/2004, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 504 milioni di euro e in quanto il fatturato totale realizzato individualmente a livello nazionale da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 31 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELL' OPERAZIONE

IV.1. I mercati rilevanti sotto il profilo merceologico

6. La presente operazione interessa i mercati della vendita al dettaglio e dell'approvvigionamento di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo attraverso punti vendita della Grande Distribuzione Organizzata (GDO). Tale settore viene solitamente suddiviso in: Grande Distribuzione (GD), nella quale sono comprese le grandi catene distributive organizzate in forma di impresa o di gruppo di imprese, e Distribuzione Organizzata (DO), di cui fanno parte le catene costituite da soggetti giuridici distinti, ma "legati" dalla comune adesione a formule associative di vario tipo, quali consorzi, unioni volontarie, società di servizi, cooperative di consumo, ecc..

7. Nel settore della GDO possono distinguersi diverse tipologie di punto vendita, sulla base di una serie di caratteristiche (dimensione, posizionamento, gamma di prodotti offerti, presenza di banchi del fresco, ecc.) che concorrono a determinarne la qualità e il livello di servizi offerti. In particolare, il settore viene generalmente suddiviso in: ipermercati (punti vendita di dimensione pari o superiore a 2.500 mq), supermercati (punti vendita di dimensione compresa tra 400 e 2.499 mq), *superette* (punti vendita di dimensione compresa tra 100 e 399 mq) e *discount* (punti vendita di dimensione medio piccola, che di norma non supera i 2.000 mq, con un assortimento limitato di referenze e di marchi e una strategia commerciale principalmente rivolta al contenimento dei costi e dei prezzi di vendita).

8. Ad esito dei più recenti approfondimenti istruttori svolti nell'ambito di procedimenti per la valutazione di operazioni di concentrazione nel settore della GDO², l'Autorità ha aggiornato la definizione dei mercati merceologici di supermercati, ipermercati e *superette*, individuandoli come segue:

¹ Cfr. Comunicazione consolidata della Commissione sui criteri di competenza giurisdizionale a norma del regolamento (CE) n. 139/2004 del Consiglio relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese, in particolare §43.

² Cfr.: C12279- DIPERDI/RAMI DI AZIENDA DI SMA E SOCIETÀ GENERALE DISTRIBUZIONE, provv. n. 28326 del 4 agosto 2020, in Boll. n. 34/20; C12247B - BDC ITALIA-CONAD/AUCHAN, provv. n. 28163 del 25 febbraio 2020, in Boll. n. 10/20; C12246 - FRATELLI ARENA/RAMI DI AZIENDA DI SMA-DISTRIBUZIONE CAMBRIA-ROBERTO ABATE, provv. n. 28038 del 20 dicembre 2019, in Boll. n. 52/2019.

- i. il mercato dei supermercati, composto da tutti i supermercati, dalle *superette*, dagli ipermercati e dai *discount*, ovvero da tutti i punti vendita con superficie a partire da 100 mq;
- ii. il mercato degli ipermercati, composto, oltre che dagli ipermercati stessi, da tutti i supermercati e dai *discount*, ovvero da tutti i punti vendita con superficie a partire da 400 mq;
- iii. il mercato delle *superette*, composto da *superette*, supermercati e *discount*, ovvero da tutti i punti vendita di superficie compresa tra i 100 e i 2.499 mq.

9. Alla luce di quanto esposto, i mercati rilevanti su cui incide la presente operazione risultano essere quello dei supermercati, per i 12 punti vendita di dimensioni comprese tra i 400 e i 2.499 mq, e quello delle *superette*, per l'unico punto vendita con dimensioni inferiori ai 400 mq.

10. L'operazione produce altresì effetti nei mercati dell'approvvigionamento di prodotti di largo consumo alimentari e non alla distribuzione moderna, nei quali le catene della GDO operano dal lato della domanda e i fornitori dei prodotti commercializzati dal lato dell'offerta. Pur potendo tali mercati essere suddivisi per categorie di prodotti e, all'interno di tali categorie, tra i prodotti a marca privata del distributore e i prodotti a marchio dell'industria, una loro esatta definizione non appare necessaria ai fini della presente valutazione: su tutti i mercati rilevanti dell'approvvigionamento, infatti, il potere di mercato di ciascuna catena dal lato della domanda può essere approssimato dalla quota che tale catena detiene nelle vendite complessive, potendosi presumere che, offrendo tutte le catene della GDO un paniere completo di prodotti di largo consumo, le quote di vendita, e quindi quelle degli acquisti effettuati da ciascun operatore, non si differenzino significativamente per categoria di prodotto.

IV.II. I mercati rilevanti sotto il profilo geografico

11. Dal punto di vista geografico, i mercati della GDO hanno dimensione locale, in considerazione dei comportamenti di acquisto dei consumatori e dell'importanza da questi attribuita alla prossimità dei punti vendita.

12. Nelle istruttorie svolte di recente per la valutazione di operazioni di concentrazione nel settore del GDO³, ad esito di una specifica *survey* condotta sulle abitudini di consumo nel settore della GDO, l'estensione geografica dei mercati relativi è stata individuata nell'area delimitata da curve isocrone costruite intorno ai punti vendita interessati di 15 minuti di guida, con riferimento ai supermercati e di 10 minuti di guida, con riferimento alle *superette*.

13. I mercati dell'approvvigionamento hanno, invece, una dimensione generalmente nazionale, effettuandosi a livello nazionale sia gli acquisti che le relative negoziazioni. Possono far eccezione alcune categorie di prodotti freschi o di tipicità locale, i cui acquisti e negoziazioni avvengono a livello locale. In ogni caso, le quote di mercato che gli operatori detengono a livello locale contribuiscono a qualificarne anche il potere di mercato in fase di acquisto, posto che un'impresa produttrice che voglia garantirsi una presenza diffusa in tutte le aree geografiche è in qualche misura "obbligata" a relazionarsi con le imprese distributive che detengono posizioni di forza sui mercati a valle della vendita al dettaglio.

IV.III. Gli effetti dell'operazione

14. A livello locale, l'operazione determina effetti di sovrapposizione orizzontale che, in tutte le 13 isocrone interessate, danno luogo a una quota di mercato in valore *post merger* del nuovo operatore

³ Cfr. nt n.2.

inferiore al 15%. Si tratta quindi di livelli di quota di gran lunga inferiori alla soglia di attenzione del 25%, utilizzata nei recenti precedenti citati⁴.

15. A livello nazionale, la catena facente capo a Cesed detiene nel settore della GDO una quota inferiore all'1%, che non si incrementerebbe significativamente ad esito della presente operazione. Con riguardo ai mercati dell'approvvigionamento, pertanto, l'operazione non determina significativi incrementi del potere di acquisto della catena. Con riferimento, invece, all'incremento di potere di acquisto determinato dal rafforzamento della posizione detenuta sui mercati locali, si ritiene che l'analisi sia assorbita dalla valutazione effettuata sui mercati a valle della vendita al dettaglio.

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

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Filippo Arena

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

⁴ Cfr. Regolamento (CE) del Consiglio n. 139/2004 del 20 gennaio 2004, relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese, par. 32: "*Le concentrazioni possono essere presunte compatibili con il mercato comune qualora, data la modesta quota di mercato delle imprese interessate, non siano tali da ostacolare la concorrenza effettiva. Fatti salvi gli articoli 81 [101 TFUE] e 82 [102 TFUE] del trattato, un'indicazione in tal senso sussiste qualora la quota di mercato delle imprese interessate non sia superiore al 25% né nel mercato comune né in una sua parte sostanziale*". Cfr. nota 2 per i precedenti.

C12321 - MENDEL INVESTIMENTI/GENETIC-GENELIFE-MAX FARMA*Provvedimento n. 28364*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 settembre 2020;

SENTITO il Relatore, Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione della società Mendel Investimenti S.p.A., pervenuta il 7 settembre 2020, e integrata il 15 settembre 2020;

CONSIDERATO quanto segue:

I. Le parti

1. La società acquirente, Mendel Investimenti S.p.A. (di seguito, "Mendel"), è una società per azioni italiana di nuova costituzione, interamente partecipata da Mendel Investments S. a r.l. (di seguito, "Mendel Investments"), società a responsabilità limitata lussemburghese che svolge attività di gestione di partecipazioni finanziarie. Mendel medesima svolge attività di gestione diretta e indiretta di partecipazioni societarie in società che operano nel settore farmaceutico e, in particolare, nel mercato della produzione e vendita di farmaci. Ad esito dell'operazione comunicata, Mendel Investments, e dunque anche Mendel, farà indirettamente capo a un fondo di investimento specializzato costituito ai sensi della legge del Gran Ducato di Lussemburgo. In particolare, Mendel sarà indirettamente controllata da CVC Capital Partners SICAV-FIS S.A. (di seguito, "CVC"), facente parte del c.d. CVC Network.

Il fatturato realizzato nel 2018 da CVC è stato pari a circa [1-2]* miliardi di euro.

2. La prima società oggetto di acquisizione, Genetic S.p.A. (di seguito, "Genetics"), è una società per azioni italiana che opera prevalentemente come produttore di prodotti farmaceutici per conto terzi in qualità di *Contract Development Manufacturing Organization* ("CDMO"). Genetic svolge altresì attività di R&S, produzione e vendita di farmaci generici, soprattutto nei settori terapeutici respiratorio ed oftalmico, per i quali possiede l'autorizzazione all'immissione in commercio.

3. La seconda società acquisita, Genelife S.r.l. (di seguito, "Genetics"), è una società a responsabilità limitata di diritto italiano che opera parimenti come CDMO e si occupa dello sviluppo e produzione di integratori alimentari e cosmetici, oltre che, in modo limitato, di dispositivi medici.

4. La terza società acquisita, Max Farma S.r.l. (di seguito, "Max Farma"), è una società a responsabilità limitata italiana, che non è titolare di alcuna autorizzazione al commercio di farmaci e si limita a distribuire e commercializzare i prodotti fabbricati da Genetic e Genelife. In particolare,

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

Max Farma opera come distributore esclusivo dei prodotti di Genetic alle farmacie e/o ai grossisti in Italia e commercializza altresì prodotti fabbricati da Genelife.

5. Genetic, Genelife e Max Farma fanno parte del medesimo gruppo societario, che fa capo alla famiglia Pavese e, pertanto, ad esse si farà talvolta riferimento indistintamente come “Gruppo Genetic”.

Il fatturato realizzato in Italia nel 2019 dal Gruppo Genetic è stato pari a circa [40-50] milioni di euro.

II. L’operazione di concentrazione

6. L’operazione di concentrazione (di seguito, l’“Operazione”) è finalizzata a consentire a CVC, per il tramite di una società veicolo indirettamente controllata, Mendel, (i) di fare ingresso nel mercato dello sviluppo, produzione e confezionamento di prodotti farmaceutici per conto terzi e (ii) di espandere la propria presenza nel mercato italiano della R&S, produzione e vendita di prodotti farmaceutici, mentre il Gruppo Genetic, grazie alla cooperazione con un importante operatore finanziario internazionale, potrà rafforzare il processo di espansione del proprio *business*.

7. L’Operazione è disciplinata principalmente da un contratto di compravendita (di seguito, il “Contratto”), che consentirà a Mendel di acquisire la quota di maggioranza del capitale sociale delle società appartenenti al Gruppo Genetics (di seguito, l’“Acquisizione”), e si articola in diverse fasi, che si descrivono qui di seguito.

8. Il Contratto prevede che il Gruppo Genetic venga riorganizzato attraverso l’acquisizione da parte di Genetic del 90% del capitale sociale di Genelife, attualmente appartenente ad un’altra società del gruppo, Lux Pharma Holding S.r.l.. Pertanto, Genetic e Genelife non saranno più società c.d. sorelle, ma Genelife diventerà una società direttamente controllata da Genetic al 90%.

9. Inoltre, i soci attuali di Genetic, Max Farma e la maggioranza dei soci di Genelife (di seguito, i “Venditori”), cederanno a Mendel le proprie partecipazioni detenute, direttamente e indirettamente, nelle società del Gruppo Genetics.

10. Pertanto, ad esito dell’Operazione Mendel controllerà direttamente Genetic e Max Pharma e, indirettamente, tramite Genetic, anche Genelife. Ciò consentirà a CVC di controllare indirettamente, tramite Mendel, le società del Gruppo Genetic.

11. Tale controllo indiretto di CVC sul Gruppo Genetic sarà dapprima totalitario e poi diventerà maggioritario. Infatti, ai sensi di un successivo accordo di re-investimento alcuni soci attuali (diretti e indiretti) del Gruppo Genetic (gli “Investitori”) diventeranno possessori, collettivamente, di una quota di minoranza del capitale sociale della società controllante di Mendel Investments.

12. Come ultima fase l’Operazione prevede che Mendel sia incorporata in Genetic tramite fusione inversa, ai sensi dell’art. 2501-*bis* c.c..

13. A completamento dell’Operazione, l’art. 19 del Contratto prevede un obbligo di non concorrenza e un divieto di storno dei dipendenti in capo ai Venditori, entrambi validi per 36 mesi, con riferimento alle attività svolte dalle società *target*. Inoltre, l’art. 15 dell’accordo di re-investimento prevede in capo agli Investitori un obbligo di non concorrenza e un divieto di storno dei dipendenti analoghi a quelli disposti dal Contratto per l’intera durata del loro investimento e per i successivi 30 mesi.

III. Qualificazione dell'operazione

14. Tramite l'Operazione CVC acquisirà il controllo esclusivo, ancorché indiretto, del Gruppo Genetic, sia sotto il profilo proprietario sia sotto quello gestionale.

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

16. L'obbligo di non concorrenza e il divieto di storno dei dipendenti previsti dal Contratto e dall'accordo di re-investimento a carico, rispettivamente, dei Venditori e degli Investitori, costituiscono restrizioni direttamente connesse e necessarie alla realizzazione dell'Operazione, nella misura in cui sono strettamente funzionali alla salvaguardia del valore dell'azienda acquisita, incluso l'avviamento, e dunque fintanto che gli obblighi ivi previsti:

- sono riferiti ad attività nel mercato - del prodotto e geografico - interessato dalla presente operazione¹,
- si limitano ad una durata di due anni²; al riguardo occorre rilevare, infatti, che una durata superiore di tale patto risulterebbe eccedere l'esigenza di garantire all'acquirente il trasferimento dell'effettivo valore delle acquisizioni;
- sono circoscritte ad un ambito geografico in cui la società *target* svolge le attività oggetto della cessione³, e
- non impediscono al venditore di acquistare o detenere azioni a mero titolo di investimento finanziario, senza limiti quantitativi⁴.

Al riguardo occorre osservare, infatti, che una previsione di maggiore ampiezza rispetto alla portata materiale, ad una durata di due anni e ad un ambito geografico più esteso appare eccedere l'esigenza di garantire all'acquirente il trasferimento dell'effettivo valore dell'acquisizione.

IV. Valutazione dell'operazione

IV.1. I mercati interessati

a) L'attività di ricerca e sviluppo, produzione e vendita di prodotti farmaceutici, integratori e cosmetici

17. L'operazione notificata riguarda anzitutto il settore della ricerca e sviluppo, produzione e vendita di farmaci generici e OTC, nelle aree terapeutiche nelle quali è attiva Genetic.

¹ Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle operazioni di concentrazione (2005/C56/03) pubblicata in GUCE del 5 marzo 2005, par. 18.

² Comunicazione della Commissione cit., par. 20.

³ Comunicazione della Commissione cit., par. 22.

⁴ Comunicazione della Commissione cit., par. 25.

18. I mercati rilevanti nel settore farmaceutico, anche nell'ambito della valutazione delle concentrazioni, sono definiti sulla base delle classi terapeutiche, nelle quali i farmaci sono classificati tenendo conto della loro azione chimica e del loro scopo terapeutico. L'individuazione di tali classi nelle più recenti decisioni della Commissione europea si fonda sul ricorso all'*Anatomical Classification of Pharmaceutical Products*, un sistema di classificazione gestito dalla *European Pharmaceutical Market Research Association* (EphMRA), in forza del quale i farmaci sono suddivisi su quattro livelli gerarchici, individuati con sigle di tipo alfa-numerico⁵.

19. Più in dettaglio, il terzo livello di tale classificazione (ATC3) individua insieme di medicinali che hanno, in generale, le stesse indicazioni terapeutiche e non sono sostituibili con quelli appartenenti ad altre classi situate al primo e al secondo livello. È pertanto da tale livello che, di solito, si parte per individuare prodotti sostituibili ai fini della definizione del mercato rilevante per la valutazione di una concentrazione.

20. Sotto il profilo geografico, la dimensione dei mercati della produzione e commercializzazione di farmaci è ritenuta tradizionalmente nazionale: ciò in considerazione delle differenze tra le politiche sanitarie dei singoli Paesi (per tali intendendosi la regolamentazione dei prezzi, delle modalità di rimborso, della classificazione dei medicinali, dei canali distributivi, ecc.) e dei diversi regimi di accesso (ovvero i regimi di brevettazione e di autorizzazione all'immissione in commercio).

21. Nel caso di specie, i mercati rilevanti ai fini della presente Operazione coincidono con le classi terapeutiche in relazione alle quali Genetic e due delle Società Portafoglio dei Fondi CVC - Recordati S.p.A. (di seguito, "Recordati") e Theramex Italia S.r.l. (di seguito, "Theramex") - si sovrappongono sul territorio nazionale.

22. In particolare, l'Operazione produce delle sovrapposizioni tra le Parti in 13 mercati nazionali della produzione e vendita di farmaci corrispondenti a 13 diversi codici ATC3. Nello specifico, trattasi dei mercati della produzione e vendita dei farmaci regolatori di calcio per le ossa (M5B), delle preparazioni topiche per naso (R1A), dei corticoidi (R3D), dei farmaci per la vasoterapia cerebrale e periferica (C10A), dei farmaci per la regolazione del colesterolo e dei trigliceridi (C10A), dei prodotti per l'ipertrofia prostatica benigna (G4C), delle cefalosporine (J1D), degli agenti sistemici per le infezioni fungine (J2A), degli antivirali (J5B), dei B2-antagonisti (R3A), degli espettoranti (R5C), degli antistaminici sistemici (R6A) e degli antiulceranti (A2B)

23. Secondo le informazioni fornite dalle Parti, in nessuno di tali mercati la sovrapposizione tra le Parti che si viene a creare ad esito dell'Operazione è superiore al 15% negli ultimi tre anni, ad eccezione di quella relativa all'area terapeutica individuata con il codice ATC3 G4C (che identifica i prodotti per l'ipertrofia prostatica benigna), in relazione al quale la quota congiunta *post merger* risulta poco al di sopra del 15%.

b) Lo sviluppo, la produzione e il confezionamento di prodotti farmaceutici per conto terzi

24. L'Operazione notificata riguarda anche il settore dello sviluppo, della produzione e del confezionamento di prodotti farmaceutici per conto terzi nel quale è attiva Genetic.

⁵ Cfr. le decisioni della Commissione del 20 dicembre 2017, M.8675 – CVC/Teva Women's Health Business e la decisione del 4 febbraio 2009, M.5253 – Sanofi-Aventis/Zentiva.

25. Tale mercato, conformemente ai precedenti di questa Autorità, non necessita di essere ulteriormente segmentato in sottocategorie sulla base del prodotto fabbricato, in quanto le tecniche di produzione e confezionamento sono indipendenti dai principi attivi e dai materiali utilizzati⁶.

26. Sebbene risulti in atto ormai da tempo un accentuato processo di armonizzazione normativo e regolamentare a livello UE, anche nel caso del mercato della produzione e del confezionamento di farmaci per conto terzi la dimensione geografica è da ritenersi, allo stato attuale, di portata nazionale, in considerazione della diversa disciplina che caratterizza la regolazione dei singoli Paesi UE in tema di produzione dei farmaci.

27. In relazione a questo mercato l'Operazione non dà luogo a delle sovrapposizioni orizzontali tra le Parti, ma incide su un rapporto verticale esistente tra le stesse. In particolare, Genetic agisce in qualità di CDMO per conto di Recordati per la produzione di Budesonide per la nebulizzazione (codice ATC3 R3D) a marchio "Aircort" e di Lansoprazolo (codice ATC3 A2B) a marchio "Krovaneg".

28. Secondo le informazioni fornite, Recordati rappresenta il principale cliente di Genetic in relazione a Budesonide (pari a circa il [75-80%] del valore delle vendite generate da Genetic per questo prodotto nel 2019); tuttavia, in termini di vendite totali, tale prodotto rappresenta soltanto una quota pari a circa il [0-5%] delle vendite generate dal Gruppo Genetic su scala mondiale e circa [5-10%] di quelle a livello nazionale. Recordati ha inoltre acquistato circa il [25-30%] del valore delle vendite di Lansoprazolo generate da Genetic nel 2019 e, in termini di vendite totali, tale prodotto rappresenta soltanto circa lo [0-1%] delle vendite generate dal Gruppo Genetic su scala mondiale e circa lo [0-1%] di quelle a livello nazionale.

c) La produzione e commercializzazione di eccipienti

29. L'Operazione notificata riguarda, infine, il mercato della produzione e commercializzazione di eccipienti farmaceutici. Gli eccipienti farmaceutici sono sostanze, diverse dai principi attivi, usati nella produzione di una forma farmaceutica. La funzione degli eccipienti è quella di fungere da veicolo del farmaco, influenzarne le caratteristiche farmaceutiche, il gradimento e l'allestimento. Generalmente gli eccipienti sono considerati sostanze inerti rispetto al principio attivo; tuttavia, alcuni materiali possono modificare il rilascio del principio attivo e la stabilità del farmaco. Gli eccipienti farmaceutici possono avere diverse composizioni chimiche e sono basati su diverse sostanze di base tra cui lattosio, amido, cellulosa, magnesio, acido stearico, gelatina, saccarosio, talco o sodio.

30. In particolare, si ritiene che il segmento di mercato interessato nel caso di specie sia quello della produzione e commercializzazione di eccipienti a base di lattosio, da tenere distinto rispetto a quello della produzione e commercializzazione di altri eccipienti. Ciò in quanto, secondo la prassi della Commissione europea⁷, i farmaci a base di un determinato principio attivo e contenenti un certo eccipiente non sono necessariamente fungibili con un altro farmaco a base del medesimo principio attivo ma contenenti un diverso eccipiente. Invero, ciascun eccipiente è scelto dall'impresa produttrice del farmaco all'atto della scelta della formulazione, che a sua volta incide sulla modalità

⁶ V. il provv. n. 25610 del 3 settembre 2015 sul caso C12008 – Trilantic Capital Partners V (Europe) G.P. Trilantic Capital Partners V Management/Doppel Farmaceutici e il provv. n. 19509 del 5 febbraio 2009 sul caso C9917 - Haupt Pharma/Ramo di azienda di Pfizer Italia.]

⁷ Cfr. Commissione Europea, M.6313 ISP/Ashland (2011); M.5046 Friesland Foods/Campina (2008).

di assunzione del farmaco medesimo. Parimenti, l'eccipiente è scelto sulla base della sua compatibilità con gli altri eccipienti eventualmente presenti in un farmaco e con il principio attivo, *i.e.* in base alla sua stabilità. E anche se vi possono essere eccipienti che presentano un grado di stabilità e di adeguatezza per la formulazione farmaceutica prescelta, che consentono di non compromettere la funzionalità terapeutica del farmaco, occorre considerare che dal lato della domanda non tutti gli eccipienti possono essere considerati equivalenti, in ragione di potenziali allergie o intolleranze o altri effetti collaterali.

31. La dimensione geografica di tale mercato si estende quantomeno al territorio coincidente con lo Spazio Economico Europeo⁸. Tuttavia, nel caso di specie non si ritiene necessario fornire una definizione più specifica sotto il profilo geografico.

32. In relazione a questo specifico segmento di mercato l'Operazione parimenti non dà luogo a delle sovrapposizioni orizzontali tra le Parti, ma incide su un rapporto verticale esistente tra le stesse. Nel mercato così come definito, infatti, è attiva la società di diritto tedesco DFE Pharma GmbH & Co. KG (di seguito, "DFE Pharma"), Società Portafoglio di Fondi CVC, la quale produce principalmente eccipienti a base di lattosio. E Genetic acquista da DFE Pharma tali eccipienti per produrre i propri farmaci.

33. Alla luce delle informazioni fornite dalle Parti, emerge che DFE Pharma è il primo produttore europeo di eccipienti a base di lattosio con una quota di mercato di poco superiore al [al 50-60%], e che Genetic acquista eccipienti da DFE Pharma e nel 2018 tali acquisti ammontavano a meno dello [0-1%] delle vendite nel SEE di DFE Pharma nel 2018 nello Spazio Economico Europeo. Inoltre, le Parti hanno reso noto che, quantomeno per quanto riguarda il mercato statunitense, l'utilizzo del lattosio come eccipiente da parte delle imprese farmaceutiche sta via via diminuendo.

IV.2. Gli effetti dell'operazione

34. Sotto il profilo concorrenziale l'Operazione non determina effetti orizzontali apprezzabili in nessuno dei mercati rilevanti, neanche nel mercato della produzione e vendita dei prodotti per l'ipertrofia prostatica benigna, dove l'integrazione derivante dall'Operazione produce un aumento irrisorio, pari allo [0-1%] (sia in valore sia in volume), della quota di mercato detenuta da Recordati nell'anno 2019, più alta di quelle detenute negli altri mercati rilevanti ma in ogni caso di per sé non significativa.

35. Quanto agli effetti verticali, si osserva che l'Operazione non dà luogo ad alcuna integrazione di rilievo né nel mercato dello sviluppo, produzione e confezionamento di prodotti farmaceutici per conto terzi, né in quello della produzione e commercializzazione di eccipienti a base di lattosio, dal momento che tale integrazione riguarda prodotti e segmenti di mercato che generano una percentuale di vendite irrisorie, o comunque non significative, delle vendite generate dal Gruppo Genetic su scala mondiale e nazionale.

36. Alla luce delle considerazioni che precedono, l'Operazione in esame non appare idonea a determinare la costituzione di una posizione dominante, o a modificare in misura significativa le condizioni di concorrenza in alcuno dei mercati rilevanti citati.

⁸ Cfr. Commissione Europea, M.6313 ISP/Ashland (2011); M.5046 Friesland Foods/Campina (2008).

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

RITENUTO, altresì, che l'obbligo di non concorrenza e il divieto di storno di dipendenti descritti al § 13 *supra* siano direttamente connessi e necessari all'operazione di concentrazione nei soli limiti temporali, territoriali e di oggetto indicati al § 16 *supra* e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove ne sussistano i presupposti, i suddetti obbligo di non concorrenza e divieto di storno di dipendenti che si realizzino oltre il tempo, l'ambito geografico e l'oggetto ivi indicati;

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

C12322 - DWS ALTERNATIVES GLOBAL LIMITED/MEDIPASS

Provvedimento n. 28365

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 settembre 2020;

SENTITO il Relatore, Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione della società DWS Alternatives Global Limited, pervenuta in data 8 settembre 2020;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. DWS Alternatives Global Limited (di seguito DWS) è una società di diritto inglese controllata da una società di gestione patrimoniale (DWS Group GmbH & Co. KGaA) che opera a livello globale; in particolare, DWS gestisce *asset* e offre investimenti di varia tipologia (*hedge fund, private equity, real estate, ecc.*).

2. DWS è parte del gruppo Deutsche Bank, che fornisce servizi finanziari su scala mondiale.

3. Nel corso del 2019, il gruppo Deutsche Bank ha conseguito un fatturato complessivo pari a 37,4 miliardi di euro, di cui 22,0 e 1,1 miliardi per vendite realizzate, rispettivamente, nell'Unione Europea e in Italia.

4. Medipass S.r.l. (di seguito MP) è una società italiana attiva nella fornitura di servizi integrativi in ambito sanitario; insieme alle sue controllate, MP fornisce i propri servizi in Italia e anche, in misura minoritaria, nel Regno Unito e in India.

In particolare, MP risulta attiva nelle seguenti tre aree: il cosiddetto *outsourcing* clinico, ossia la gestione integrativa di reparti all'interno di ospedali pubblici o privati (che può includere, a seconda delle esigenze, la fornitura e manutenzione di apparecchiature e tecnologie nonché la messa a disposizione di personale clinico e amministrativo); la gestione di lungo periodo (8-24 anni) dei parchi tecnologici di ospedali pubblici e privati, che comprendono apparecchiature di medio-alta tecnologia (apparati radiologici, ecografi, risonanze, tac, ecc.); la gestione diretta di centri diagnostici e cliniche in regime privato o accreditato/convenzionato con il Servizio Sanitario Nazionale (nello specifico MP gestisce tre poli-ambulatori situati in Emilia Romagna e Toscana).

5. MP è allo stato parte del gruppo Kos, a sua volta riconducibile alla società Cir S.p.A. e alla società di gestione di fondi F2i SGR S.p.A..

6. MP e le società da essa controllate (Ecomedica S.p.A., El.si.da S.r.l., Medipass Healthcare Ltd, ClearMedi Healthcare Ltd, Clearview Ltd) hanno conseguito, nel corso del 2019, un fatturato totale

pari a 79 milioni di euro, di cui 58 e [31-100]* milioni per vendite realizzate rispettivamente nell'Unione Europea e in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

7. La comunicazione in esame ha per oggetto l'acquisizione, da parte di DWS e quindi del gruppo Deutsche Bank, del controllo di MP, mediante l'acquisto dell'intero capitale sociale di quest'ultima. Restano escluse dal perimetro dell'operazione le società di diritto indiano attualmente controllate da MP, e quindi le attività e i servizi sanitari da queste resi in India, che saranno trasferite in capo all'attuale socio unico di MP (la citata Kos) prima del *closing* dell'operazione.

8. L'operazione prevede, inoltre, alcuni obblighi di acquisto e fornitura. In particolare, al fine di garantire la continuità della propria operatività aziendale, MP ha sottoscritto con il gruppo Kos cedente, per un periodo transitorio di dodici mesi (rinnovabile una sola volta per ulteriori dodici mesi), un contratto di affidamento di alcuni servizi che MP deve garantire nell'ambito del servizio di pubblica utilità dalla stessa reso, e che sinora erano sempre stati forniti dalla stessa Kos in forza di accordi infragruppo (si tratta di servizi in materia di gestione del personale, gestione delle apparecchiature, consulenza in tema di *privacy* e servizi di ICT ivi inclusi i servizi di archiviazione sostitutiva).

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE 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 504 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 31 milioni di euro.

10. Le sopra descritte previsioni del contratto di affidamento di servizi possono essere qualificate come accessorie alla concentrazione comunicata nella misura in cui contengono obblighi di acquisto e fornitura direttamente connessi alla realizzazione dell'operazione e ad essa necessari¹. In particolare, nel caso di specie gli impegni assunti dal gruppo Kos vanno a beneficio dell'acquirente e rispondono all'esigenza di garantire la continuità di approvvigionamento di MP per i servizi necessari allo svolgimento delle attività rilevate dallo stesso acquirente; inoltre, la durata di tali obblighi di acquisto e fornitura appare limitata ad un periodo sufficiente a consentire la sostituzione dei rapporti di dipendenza con una posizione di autonomia sul mercato (si tratta infatti, come visto, di una durata pari a massimo due anni).

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

¹ Si veda, al riguardo, la Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (G.U.C.E. 2005/C-56/03 del 5 marzo 2005).

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto e geografico

11. Dal punto di vista merceologico, i settori interessati dall'operazione in esame sono quelli in cui opera la società MP oggetto di acquisizione; da una parte, la gestione in *outsourcing* di reparti ospedalieri e la gestione di lungo periodo in *outsourcing* di parchi tecnologici ospedalieri; dall'altra, la fornitura diretta di prestazioni sanitarie a carattere sia ospedaliero che ambulatoriale.

12. La prestazione di servizi in *outsourcing* consiste, tipicamente, nella fornitura, alle strutture sanitarie pubbliche o private interessate, di apparecchiature tecniche per la diagnostica (ad esempio per effettuare tac, risonanze magnetiche, ecografie, radiografie, ecc.) nonché del personale amministrativo, tecnico, medico e paramedico (ad esempio per la gestione delle liste d'attesa, la lettura dei referti, la conduzione degli impianti, ecc.)².

13. Per quanto riguarda la fornitura diretta di prestazioni sanitarie, occorre distinguere le prestazioni sanitarie in regime ambulatoriale da quelle a carattere ospedaliero, in ragione delle diverse caratteristiche e delle differenti modalità di erogazione³. In particolare, l'assistenza specialistica di tipo ambulatoriale si rivolge ad assistiti non ricoverati presso le strutture interessate, al contrario dell'assistenza di natura ospedaliera, che prevede l'erogazione di prestazioni anche in regime di ricovero.

14. Per il resto, le prestazioni sanitarie ambulatoriali, così come quelle ospedaliere, possono essere fornite sia da parte di strutture pubbliche nell'ambito del Sistema sanitario nazionale (Ssn), sia da parte di strutture private e professionisti privati; questi ultimi, a loro volta, possono operare sia in convenzione con il Ssn che al di fuori di tale regime di convenzionamento.

Per quanto riguarda la domanda, i pazienti che si rivolgono ad un ospedale pubblico o anche ad un centro privato convenzionato pagano solo il cosiddetto *ticket* sanitario - di importo variabile in funzione della prestazione richiesta, del reddito e della Regione in cui si trova la struttura - rimanendo il resto a carico del Ssn secondo tariffe stabilite a livello regionale. Diversamente, i pazienti che si rivolgono a centri privati non convenzionati sopportano l'intero costo dei servizi domandati. Di conseguenza, come nel caso ambulatoriale, le due modalità di acquisizione delle prestazioni sanitarie a carattere ospedaliero, attraverso il Ssn (mediante strutture pubbliche ovvero private convenzionate) o in regime privatistico, potrebbero individuare ambiti distinti.

15. Dal punto di vista della rilevanza geografica, sia il mercato dei servizi sanitari ambulatoriali che quello dei servizi ospedalieri presentano dimensioni locali, in particolare regionali (nel caso di specie, Emilia Romagna e Toscana), in considerazione del vincolo di prossimità con il luogo di cura che caratterizza le esigenze della domanda.

Per quanto riguarda i servizi in *outsourcing* resi in favore di strutture sanitarie, la rilevanza geografica può definirsi nazionale, stante la possibilità per un operatore di offrire i propri servizi su tutto il territorio, come riprova la stessa attività di MP (che serve strutture sanitarie dislocate in diverse regioni italiane).

² Cfr. ad esempio C10607 - KOS/EL.S.I.D.A. / GIORDANI-IMAGING, Provvedimento n. 21265 in Bollettino n. 24/2010.

³ Cfr. C11953 - HUMANITAS / PRESIDIO SANITARIO GRADENIGO, Provvedimento n. 25067 in Bollettino n. 34/2014.

16. Ad ogni modo, nel caso di specie, stante l'assenza di sovrapposizioni orizzontali e di relazioni verticali con le attività del gruppo acquirente, non risulta necessario addivenire a una esatta delimitazione della rilevanza merceologica e geografica dei mercati interessati dall'operazione.

Effetti dell'operazione

17. Come detto, il gruppo Deutsche Bank acquirente non risulta presente in alcuno dei mercati in cui opera MP, né in mercati posti a monte o a valle degli stessi.

18. L'operazione in esame, pertanto, non comporterà sovrapposizioni orizzontali o relazioni di tipo verticale tra le Parti, comportando soltanto la sostituzione di un operatore con un altro. Tra l'altro, MP detiene quote di mercato inferiori al 5% anche considerando le realtà regionali in cui opera.

19. Alla luce delle considerazioni che precedono, la concentrazione in esame non appare idonea a modificare significativamente le dinamiche concorrenziali nei mercati rilevanti.

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

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

C12323 - UNIEURO/VENTI RAMI DI AZIENDA DI IPER MONTEBELLO*Provvedimento n. 28366*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 settembre 2020;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTO l'atto della società Unieuro S.p.A., pervenuto in data 15 settembre 2020;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Unieuro S.p.A. (di seguito, Unieuro) è una società attiva prevalentemente nella distribuzione all'ingrosso e al dettaglio di elettrodomestici e articoli di elettronica di consumo (televisori, schermi, proiettori, videoregistratori, prodotti audiovisivi, *computer*, *scanner*, *hi-fi*, cellulari, videogiochi, ecc.) e, marginalmente, nella distribuzione di altri prodotti, quali casalinghi, prodotti per l'illuminazione, ecc. La società commercializza tali prodotti mediante una rete di vendita articolata nei seguenti canali: i) *retail*, tramite punti vendita gestiti direttamente dalla società, situati in diverse province italiane e presso i principali snodi di trasporto pubblico; ii) *wholesale*, tramite punti vendita affiliati; iii) *online* attraverso il sito *web www.unieuro.it*.

Secondo quanto comunicato, con l'uscita del socio di maggioranza Rhone Capital II L.P. dal capitale sociale di Unieuro S.p.A., quest'ultima non è più soggetta all'influenza determinante di alcuna società ed essendo quotata sul segmento STAR del Mercato Telematico Azionario di Borsa Italiana risulta essere una *public company*. Attualmente i principali azionisti di Unieuro detengono le seguenti quote di capitale: 1) Dixons Darphone PLC che, tramite la Alfa S.r.l., detiene una quota del 7,18%; 2) Amundi Asset Management che, tramite la Amundi SGR S.p.A. e la Amundi Asset management, detiene una quota del 5,016%; 3) la famiglia Silvestrini, che detiene complessivamente una quota del 5,6%; 4) alcuni manager della società che detengono complessivamente circa il 2%. Il restante capitale sociale è flottante sul mercato.

Nel 2019 Unieuro ha realizzato un fatturato di circa [2-3]* miliardi di euro, quasi interamente riferibili a vendite in Italia.

2. Oggetto dell'operazione notificata sono 20 punti vendita attivi nella vendita al dettaglio di prodotti di elettronica di consumo, di proprietà di Iper Montebello S.p.A. (di seguito Iper) e gestiti dalla Universo S.r.l.

Universo S.r.l. e Iper sono società interamente controllate da Finiper S.p.A., il cui capitale sociale è detenuto, per una quota del 96,1%, da Canova 2007 S.p.A..

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

Nel 2019 il fatturato realizzato dai 20 punti vendita è stato pari a [31-100] milioni di euro, interamente attribuibili a vendite in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione notificata prevede l'affidamento in gestione a Unieuro S.p.A. di 20 punti vendita di proprietà di Iper e attualmente gestiti da Universo S.r.l.. Si tratta di punti vendita tipo *corner* posti all'interno di ipermercati ad insegna "*Iper, la grande i*", localizzati nelle provincie di Treviso, Verona, Milano, Monza e Brianza, Varese, Como, Bergamo, Cremona, Brescia, Pavia, Alessandria e Forlì-Cesena.

4. I termini dell'operazione sono definiti da un Accordo Quadro e da una serie di "Accordi di affido di reparto", uno per ciascun punto vendita oggetto dell'operazione notificata, stipulati da Unieuro S.p.A. e Universo S.r.l. a valle dell'Accordo Quadro.

In particolare, l'Accordo Quadro disciplina e regola i rapporti tra le parti in ordine: ai termini e condizioni generali di affidamento dei 20 punti vendita e, di conseguenza, dei singoli contratti di affidamento da stipulare a valle; alle date nelle quali ciascun punto vendita verrà concesso in affidamento; ai corrispettivi che Unieuro deve corrispondere a Universo in relazione a ciascun contratto di affidamento; alla disciplina relativa ai dipendenti; ecc..

5. I singoli "Accordi di affido di reparto" dei 20 punti vendita,¹ tutti con medesimo testo, dispongono:

- all'art. 2.1 ("Oggetto dell'accordo"), che Unieuro ha "*il diritto di gestire il Corner presso l'Ipermercato, a decorrere dalla Data d'Efficacia [...] e, pertanto, di provvedere alla gestione commerciale del Corner al fine di commercializzare, tramite il proprio personale (di seguito, il "Personale Unieuro"), i Prodotti, nel rispetto della normativa vigente e sotto l'Insegna Unieuro;*

- che Unieuro gestisce i punti vendita con propri dipendenti, prevedendo all'art. 5.2 che "*assume la qualifica, ad ogni effetto, di "datore di lavoro" nei confronti del Personale Unieuro ..., esercitando ... ogni ed esclusivo controllo sullo stesso Personale Unieuro impiegato nel Corner ai sensi della vigente normativa*";

- all'art. 3.1 che Unieuro "*si obbliga ad allestire, a sua cura e spese, il Corner sulla base di un progetto strutturale idoneo alla commercializzazione della tipologia dei Prodotti, che deve essere predisposto*" dalla stessa Unieuro e a "*gestire l'attività commerciale all'interno del Corner curando l'approvvigionamento dei Prodotti e l'attività ulteriore sino all'offerta in vendita al cliente finale, tramite il Personale Unieuro*";

- all'art. 3.2 che "*i Prodotti sono consegnati al pubblico dei consumatori dal, e in ogni caso sotto il diretto controllo del, Personale Unieuro*";

- all'art. 3.3 che Unieuro "*ha la necessaria autonomia nell'organizzazione delle diverse procedure necessarie per l'operatività del Corner, anche se differenziate rispetto ai criteri uniformi adottati nell'Ipermercato*";

¹ Secondo quanto comunicato, dei 20 punti vendita oggetto dell'operazione, due sono già gestiti direttamente da Unieuro in forza di due "Accordi di affido di reparto" stipulati da Unieuro e Universo il 27 marzo e il 1° aprile 2019. Si tratta dei punti vendita siti a San Martino Buon Albergo (VR) e a Savignano sul Rubicone (FC) e la relativa operazione non era stata notificata all'Autorità in quanto – alla data della stipula dei due suddetti "Accordi di affido di reparto" – il loro fatturato aggregato era inferiore alla soglia di 30 milioni di euro.

- all'art. 6 che Unieuro stabilisce sia *"l'assortimento dei Prodotti presso il Corner è ... secondo il proprio know-how e il savoir faire commerciale"*, sia *"il prezzo di vendita al cliente"*;

- all'art. 7 che Unieuro *"è direttamente responsabile verso Universo e i terzi e si impegna a risarcire e tenere indenne Universo da qualsiasi danno, onere e/o responsabilità derivante dalla gestione del Corner"*.

6. I suddetti accordi prevedono, altresì, la possibilità per Universo di variare l'ubicazione del reparto (art. 2.2), di approvare il progetto del *corner* predisposto da Unieuro sotto il profilo della conformità e compatibilità con le modalità di svolgimento dell'attività dell'ipermercato nel suo complesso (art. 3.1.1), di *"procedere all'emissione del documento commerciale mediante i registratori telematici di proprietà di Unieuro e da quest'ultima installati presso il Corner"* in occasione della vendita dei prodotti (art. 3.2),² nonché l'obbligo di *"prestare a favore di [Unieuro] il servizio di pulizia del Corner, nonché di vigilanza e guardiania"* (art. 3.8); di *"prestare a favore di [Unieuro] il servizio di videosorveglianza"* (art. 3.9).

7. I singoli *"Accordi di affido di reparto"* devono essere stipulati entro il 30 ottobre 2020 e scadono il 31 dicembre 2022, ma si intendono automaticamente rinnovati di anno in anno, salvo disdetta di una delle parti.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

8. L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parti di impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/90. Al riguardo, si rileva che in base a quanto previsto dall'Accordo Quadro e dai singoli *"Accordi di affido di reparto"*, Unieuro gestirà i 20 punti vendita oggetto dell'operazione notificata in completa autonomia, con l'uso di risorse proprie e assumendosi il rischio commerciale.

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

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

I mercati rilevanti della distribuzione

10. Sotto il profilo merceologico, vista l'attività svolta dai 20 punti vendita oggetto dell'operazione comunicata, risulta interessato il mercato della distribuzione al dettaglio di elettrodomestici e di prodotti di elettronica di consumo³ che può essere effettuata sia tramite vendite nei canali tradizionali, sia tramite le vendite *on-line*.

² Ciò in recepimento di quanto previsto dall'Accordo Quadro secondo cui i prodotti da commercializzare all'interno di ciascun punto vendita *"verranno acquistati direttamente da Unieuro e resteranno nella titolarità della stessa fino al momento del trasferimento della loro proprietà a Universo che avverrà al momento dell'acquisto da parte dei clienti del reparto ... sarà Universo a procedere all'emissione del documento commerciale mediante registratori telematici di proprietà di Unieuro e da quest'ultima installati presso il relativo reparto"* (art. 9.1).

³ Cfr., tra gli altri, provvedimento n. 27561 del 13 febbraio 2019, caso C12217-Unieuro/Ramo d'azienda di Pistone, Boll. 9/2019.

11. Sotto il profilo geografico, in considerazione dei comportamenti di acquisto dei consumatori e dell'importanza da questi attribuita alla prossimità dei punti vendita, secondo la prassi consolidata dell'Autorità per il mercato sopra descritto è stato finora individuato un ambito locale, circoscritto ai confini dell'isocrona di riferimento definita da una distanza di più o meno 30 minuti di percorrenza dai punti vendita interessati all'operazione,⁴ sulla base dell'evidenza che il canale distributivo dei punti vendita *off-line* rappresentava la modalità di acquisto prevalente⁵.

12. Sul punto, Unieuro ha sottolineato la crescita delle vendite *on-line* che si è verificata negli anni più recenti e, in particolare, negli ultimi mesi caratterizzati dall'emergenza sanitaria dovuta al Covid-19.⁶ In particolare, tra i prodotti venduti *on-line* quelli del comparto informatica ed elettronica risultano avere realizzato un tasso di crescita del 18%,⁷ attestandosi a circa il 24% degli acquisti complessivi di tale tipologia di prodotti.⁸

Date le dinamiche in atto, la Parte sostiene che l'area geografica rilevante per il mercato sopra individuato potrebbe essere estesa all'intero territorio nazionale.

13. Nel caso di specie si ritiene che l'esatta delimitazione del mercato può essere lasciata aperta in quanto, anche assumendo la definizione più restrittiva circoscritta ai confini dell'isocrona definita da una distanza di più o meno 30 minuti di percorrenza dai punti vendita interessati, l'operazione non sarebbe idonea a mutare sostanzialmente le condizioni concorrenziali dei mercati rilevanti.

Effetti dell'operazione

14. I punti vendita oggetto della presente operazione sono attivi nelle province di Bologna, Verona, Treviso, Milano, Monza Brianza, Varese, Como, Bergamo, Brescia, Pavia, Cremona e Alessandria. Più precisamente, sono stati individuati 20 mercati rilevanti, considerando, come detto, l'area definita in base ad isocrone di 30 minuti circa dal punto vendita oggetto di affidamento in gestione. Come risulta dalla Tab. 1, a seguito dell'operazione Unieuro aumenterà la propria presenza di un solo punto vendita in ciascun mercato rilevante individuato.

⁴ Cfr., tra gli altri, provvedimento n. 27561 del 13 febbraio 2019, citato.

⁵ Infatti, come risulta dal citato provv. N. 27561, le vendite *on-line* non andavano oltre il 20% delle vendite complessivamente realizzate in Italia nel 2017 e tale percentuale non è stata ritenuta sufficiente per considerare i due canali distributivi (*on-line* e *off-line*) un unico mercato nazionale.

⁶ Fonte: rilevazioni di GFK.

⁷ Cfr. Studio "L'eCommerce B2c in Italia" elaborato da Netcomm in collaborazione con il Politecnico di Milano.

⁸ Cfr. Osservatorio Digital Innovation "L'eCommerce B2c: cresce il mercato ma anche il valore?", www.osservatori.net.

Tab. 1: Numero di punti vendita oggetto dell'operazione per isocrona

Isocrone 30 minuti ⁹	Post-merger	di cui affiliati a Unieuro	di cui punti vendita oggetto dell'operazione
San Martino Buon Albergo (VR)	8	1	1
Savignano sul Rubicone (BO)	10	6	1
Castel Franco Veneto (TV)	10	3	1
Rozzano (MI)	7	2	1
Arese (MI)	4	n.a.	1
Vittuone (MI)	1	n.a.	1
Magenta (MI)	2	n.a.	1
Busnago (MI)	2	1	1
Monza (MB)	5	1	1
Solbiate Olona (VA)	10	1	1
Varese	3	n.a.	1
Grandate (CO)	4	2	1
Seriate (BG)	1	n.a.	1
Brembate (BG)	2	n.a.	1
Orio al Serio (BG)	3	n.a.	1
Gadesco Pieve Delmona (CR)	2	n.a.	1
Lonato (BS)	5	n.a.	1
Montebello della Battaglia (PV)	2	n.a.	1
Tortona (AL)	1	n.a.	1
Serravalle Scrivia (AL)	2	n.a.	1

15. Sulla base dei dati prodotti dalla Parte, le quote *pre* e *post* concentrazione attribuibili a Unieuro sono rappresentate nella Tab. 2, da cui risulta che in nessuno dei 20 ambiti locali di riferimento vi sono significative sovrapposizioni.

⁹ Ad eccezione del punto vendita di Serravalle Scrivia (AL), per cui l'isocrona è stata calcolata su 50 minuti, poiché è sito all'interno di un parco commerciale con alta affluenza che attira visitatori anche da lontano.

Tab. 2: Quote di mercato risultanti dall'operazione per isocrona

Isocrone a 30 minuti	Post-merger	di cui affiliati a Unieuro	di cui punti vendita oggetto dell'operazione
San Martino Buon Albergo (VR)	[20-25%]	[inf. all'1%]	[1-5%]
Savignano sul Rubicone (BO)	[25-30%]	[inf. all'1%]	[5-10%]
Castel Franco Veneto (TV)	[30-35%]	[1-5%]	[1-5%]
Rozzano (MI)	[10-15%]	[inf. all'1%]	[1-5%]
Arese (MI)	[5-10%]	n.a.	[1-5%]
Vittuone (MI)	[5-10%]	n.a.	[5-10%]
Magenta (MI)	[10-15%]	n.a.	[1-5%]
Busnago (MI)	[25-30%]	[10-15%]	[10-15%]
Monza (MB)	[5-10%]	[inf. all'1%]	[1-5%]
Solbiate Olona (VA)	[20-25%]	[1-5%]	[1-5%]
Varese	[25-30%]	n.a.	[5-10%]
Grandate (CO)	[15-20%]	[5-10%]	[5-10%]
Seriate (BG)	[5-10%]	n.a.	[5-10%]
Brembate (BG)	[5-10%]	n.a.	[1-5%]
Orio al Serio (BG)	[20-25%]	n.a.	[1-5%]
Gadesco Pieve Delmona (CR)	[15-20%]	n.a.	[1-5%]
Lonato (BS)	[15-20%]	n.a.	[1-5%]
Montebello della Battaglia (PV)	[25-30%]	n.a.	[10-15%]
Tortona (AL)	[5-10%]	n.a.	[5-10%]
Serravalle Scrivia (AL)	[20-25%]	n.a.	[5-10%]

16. Nel mercato in cui la quota di Unieuro risulta più elevata a seguito della concentrazione, ossia a Castelfranco Veneto, la Parte ha comunicato che i valori dell'indice HHI sono i seguenti: *pre-merger* 986; *post-merger* 1202, con un delta di 216.

17. Anche a voler adottare delle stime più conservative rispetto a quelle fornite dalla Parte sui dati utilizzati per la valorizzazione del mercato relativo a ciascuna isocrona, l'operazione non desta preoccupazioni concorrenziali tenuto conto che essa riguarda solo un punto vendita per ciascun ambito locale, avente le caratteristiche di *corner* posto all'interno di supermercati, nonché della presenza, in ciascuna isocrona, di punti vendita di altre qualificate catene con marchi affermati nel settore di riferimento.

18. A fini della valutazione dell'operazione in esame rileva, infatti, che nella distribuzione al dettaglio di elettrodomestici e di prodotti di elettronica di consumo operano diverse catene specialistiche, con modelli di *business* analoghi a quello di Unieuro e una presenza significativa delle stesse negli ambiti locali sopra individuati, tra cui Mediaworld, Trony, Euronics, Expert, GRE (marchi Trony e Sinergy).

19. In virtù di quanto rilevato, si ritiene che nei mercati di riferimento l'operazione non avrà effetti pregiudizievoli per la concorrenza, non determinando modifiche sostanziali nella struttura concorrenziale degli stessi.

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

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Filippo Arena

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

AS1701 – COMUNE DI PIOMBINO (LI) - CONCESSIONI DEMANIALI MARITTIME CON FINALITÀ TURISTICO RICREATIVE

Roma, 4 agosto 2020

Comune di Piombino

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella sua riunione del 28 luglio 2020, ha deliberato di esprimere il proprio parere, ai sensi dell'articolo 21-*bis* della legge 10 ottobre 1990, n. 287, con riferimento alla determina dirigenziale del 21 maggio 2020, n. 408, avente ad oggetto le *"concessioni demaniali marittime aventi finalità turistico ricreative. Legge 30/12/2018, n. 145, art. 1, commi n. 682, n. 683, n. 684. Determinazione in esecuzione delle disposizioni legislative per l'estensione della scadenza al 31/12/2033"*.

In particolare, il Comune di Piombino, mediante suddetta determina, in considerazione di quanto previsto dall'art. 1, commi 682, 683 e 684 della legge n. 145/2018, laddove, in particolare, ha disposto un nuovo termine di scadenza delle concessioni demaniali marittime con finalità turistico-ricreative alla data del 31 dicembre 2033, nonché in virtù di quanto dettato dall'art. 182, comma 2, del decreto legge 19 maggio 2020, n. 34, come convertito con legge del 17 luglio 2020, n. 77, laddove ha previsto la prosecuzione dell'attività in favore dei concessionari esistenti di beni del demanio marittimo¹, ha deliberato l'attivazione del procedimento per l'estensione della durata delle concessioni demaniali marittime con finalità turistico ricreative in favore dei concessionari esistenti. In linea generale, l'Autorità ricorda che in materia di affidamenti riguardanti l'uso di beni pubblici (rientranti nel demanio o nel patrimonio indisponibile dello Stato o degli enti locali), l'individuazione del privato affidatario deve sempre avvenire mediante l'espletamento, da parte della Pubblica Amministrazione, di procedure ad evidenza pubblica².

Al riguardo, si evidenzia che gli articoli 49 e 56 del TFUE impongono agli Stati membri l'abolizione delle restrizioni ingiustificate alla libertà di stabilimento e alla libera prestazione dei servizi, ossia di tutte le misure che vietano, ostacolano o, comunque, sono idonee a comprimere l'esercizio di tali

¹ Vale altresì evidenziare che la Regione Toscana, con delibera n. 711/2019 ha approvato gli adempimenti procedurali inerenti alle concessioni demaniali marittime ad uso turistico ricreativo conseguenti all'applicazione della legge statale n. 145/2018.

² Cfr., *ex multis*, Consiglio di Stato, sent. del 25 settembre 2009, n. 5765; Consiglio di Stato, Sez. VI, sent. 18 novembre 2019, n. 7874. In tal senso si è espressa, di recente, anche l'ANAC con la delibera del 17 gennaio 2019, n. 25.

libertà. Secondo la Corte di giustizia, una normativa nazionale che consente la proroga automatica delle concessioni demaniali pubbliche in essere per attività turistico-ricreative deve considerarsi in violazione di dette disposizioni³.

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

Come noto, gli Stati membri sono tenuti a conformarsi ai richiamati principi eurounitari e, ove la normativa interna non rispetti le disposizioni della direttiva citata, contrastando di riflesso con i principi di libera circolazione e di libertà di stabilimento, se ne impone la relativa disapplicazione⁴. In tal senso, l'Autorità, in precedenti interventi di *advocacy*, si è più volte pronunciata sulla necessità di procedere agli affidamenti delle concessioni – tra cui quelle riguardanti i beni demaniali marittimi ed aventi finalità turistico-ricreative⁵ – mediante lo svolgimento di procedure ad evidenza pubblica. In particolare, è stato osservato che, nei mercati in cui, in ragione delle specifiche caratteristiche oggettive delle attività tecniche, economiche e finanziarie, esiste un'esclusiva, o sono ammessi ad operare un numero limitato di soggetti, l'affidamento delle concessioni deve comunque avvenire mediante procedure concorsuali trasparenti e competitive, al fine di attenuare gli effetti distortivi della concorrenza, connessi alla posizione di privilegio attribuita al concessionario⁶.

³ Cfr. Sentenza della Corte di Giustizia del 14 luglio 2016, cause riunite C-458/14 e C-67/15 – *Promoimpresa srl e a. contro Consorzio dei comuni della Sponda Bresciana del Lago di Garda e del Lago di Idro e a.*

⁴ La Corte di Giustizia ha disposto, da ultimo nella sentenza del 4 dicembre 2018, caso C-378/17, che *“il principio del primato del diritto dell'Unione impone non solo agli organi giurisdizionali, ma anche a tutte le istituzioni dello Stato membro di dare pieno effetto alle norme dell'Unione”* (par. 39), ricorda che l'obbligo di disapplicare riguarda anche *“tutti gli organismi dello Stato, ivi comprese le autorità amministrative, incaricati di applicare, nell'ambito delle rispettive competenze il diritto dell'Unione”* (par. 38) In proposito si vedano altresì CDG causa C-106/77, cause riunite C-52/16 e C-113/16.

⁵ Cfr. la segnalazione resa dall'Autorità in data 12 dicembre 2018 ai sensi degli artt. 21 e 22 della legge n. 287/1990, AS1550 – Concessioni e criticità concorrenziali, in Boll. AGCM n. 48/2018.

⁶ Anche la giurisprudenza amministrativa ha rilevato un disallineamento tra la normativa nazionale che dispone la proroga delle concessioni e la normativa eurounitaria, evidenziando la necessità per le Amministrazioni pubbliche di disapplicare la normativa nazionale in modo da garantire che la selezione degli operatori economici interessati avvenga in ogni caso tutelando la concorrenza e rispettando i principi di libera circolazione dei servizi, *par condicio*, imparzialità, proporzionalità, non discriminazione e trasparenza. In proposito, *ex multis*, TAR Veneto, sent. n. 218/2020, TAR Puglia, sent. n. 36/2020; Consiglio di Stato, Sez. VI, sent. n. 7874/2019.

Con specifico riferimento alle procedure e ai provvedimenti di proroga delle concessioni già in essere⁷, l'Autorità ha più volte sottolineato⁸ che è nell'interesse del mercato effettuare un attento bilanciamento tra i benefici di breve periodo e i possibili costi che si potrebbero manifestare in un orizzonte temporale più ampio. La concessione di proroghe in favore dei precedenti concessionari, infatti, rinvia ulteriormente il confronto competitivo per il mercato, così impedendo di cogliere i benefici che deriverebbero dalla periodica concorrenza per l'affidamento attraverso procedure ad evidenza pubblica. Quindi, eventuali proroghe degli affidamenti non dovrebbero comunque eccedere le reali esigenze delle amministrazioni, per consentire quanto prima l'allocazione efficiente delle risorse pubbliche mediante procedure competitive.

Di conseguenza, l'Autorità ritiene che, per le ragioni sopra esposte, codesto Comune avrebbe dovuto disapplicare la normativa posta a fondamento della determina dirigenziale n. 408/2020 per contrarietà della stessa ai principi e alla disciplina eurounitaria sopra richiamata. Le disposizioni relative alla proroga delle concessioni demaniali marittime con finalità turistico-ricreative contenute nel provvedimento amministrativo, integrano, infatti, specifiche violazioni dei principi concorrenziali nella misura in cui impediscono il confronto competitivo che dovrebbe essere garantito in sede di affidamento di servizi incidenti su risorse demaniali di carattere scarso, in un contesto di mercato nel quale le dinamiche concorrenziali sono già particolarmente affievolite a causa della lunga durata delle concessioni attualmente in essere.

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

⁷ Si ricorda inoltre che la Corte di Giustizia dell'Unione europea nello stabilire che l'affidamento delle concessioni demaniali marittime ad uso turistico-ricreativo, che riguardano risorse naturali scarse, debba necessariamente realizzarsi attraverso una procedura di selezione tra candidati potenziali nel rispetto di tutte le garanzie di imparzialità e di trasparenza, nonché di adeguata pubblicità, ha posto in rilievo che una normativa nazionale che preveda una proroga *ex lege* della data di scadenza di tali concessioni equivale a rinnovo automatico in contrasto con il dettato dell'art. 12, par. 2, della direttiva 2006/123/CE. Cfr. CGUE, Sez. V, sentenza del 14 luglio 2016, cause riunite C-458/14 e C-67/15.

⁸ Cfr. la segnalazione resa dall'Autorità in data 1° luglio 2020 ai sensi dell'art. 21 della legge n. 287/1990, AS1684 – Osservazioni in merito alle disposizioni contenute nel decreto rilancio, in Boll. AGCM n. 28/2020. Si vedano, inoltre, le segnalazioni AS135 - *Proroghe delle concessioni autostradali*, in Bollettino n. 19/98; AS491 - *Disposizioni sul rilascio delle concessioni di beni demaniali e sull'esercizio diretto delle funzioni amministrative in materia di demanio marittimo*, in Bollettino n. 46/2008; AS1114 - *Regime concessorio presente nel porto di Livorno*, in Bollettino n. 12/2014; AS1137 – *Proposte di riforma concorrenziale ai fini della legge annuale per il mercato e la concorrenza anno 2014*, in Bollettino n. 27/2014

Ai sensi dell'articolo 21-*bis*, comma 2, della legge n. 287/90, il Comune di Piombino dovrà comunicare all'Autorità, entro il termine di sessanta giorni dalla ricezione del presente parere, le iniziative adottate per rimuovere le violazioni della concorrenza sopra esposte. Laddove entro il suddetto termine tali iniziative non dovessero risultare conformi ai principi concorrenziali sopra espressi, l'Autorità potrà presentare ricorso entro i successivi trenta giorni.

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

Comunicato in merito al mancato adeguamento del Comune di Piombino al parere motivato espresso dall'Autorità, ex art. 21-bis della legge n. 287/1990, avverso la determina dirigenziale n. 408 del 21 maggio 2020, avente ad oggetto la proroga delle concessioni demaniali marittime con finalità turistico ricreative, in esecuzione delle disposizioni legislative per l'estensione della scadenza al 31/12/2033, ai sensi della legge 30 dicembre 2018, n. 145, art. 1, commi nn. 682, 683 e 684.

Nella propria riunione del 28 luglio 2020, l'Autorità ha deliberato di inviare un parere motivato ai sensi dell'articolo 21-*bis* della legge 10 ottobre 1990, n. 287, pubblicato in calce alla presente comunicazione, in merito al contenuto della determina dirigenziale n. 408 del 21 maggio 2020 adottata dal Comune di Piombino.

In particolare, con la determina dirigenziale in questione, il Comune di Piombino ha disposto la proroga automatica di tutte le concessioni demaniali marittime con finalità turistico ricreative sino al 31 dicembre 2033, dando applicazione a una normativa nazionale (legge 30 dicembre 2018, n. 145, art. 1, commi nn. 682, 683 e 684) che, ponendosi in contrasto con il diritto eurounitario, in particolare con gli artt. 49 e 56 TFUE e con i principi di concorrenza ed evidenza pubblica negli affidamenti, avrebbe dovuto essere disapplicata.

A seguito del ricevimento di detto parere motivato, il Comune di Piombino, con comunicazione dell'8 settembre 2020, ha informato l'Autorità di ritenere legittimo il proprio operato, principalmente in quanto la proroga interesserebbe un numero limitato di concessioni balneari marittime con finalità turistico ricreative rispetto a quelle attualmente assegnate e il provvedimento si fonderebbe comunque su motivi imperativi di interesse generale, nonché sulla necessità di tutelare il legittimo affidamento degli attuali concessionari, trattandosi di concessioni assegnate prima dell'adozione della direttiva 2006/123/CE (c.d. "direttiva Servizi") e del suo recepimento nell'ordinamento italiano.

Pertanto, preso atto del mancato adeguamento dell'amministrazione al suddetto parere motivato, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella propria riunione del 22 settembre 2020, ha disposto di impugnare dinanzi al TAR Toscana la determina dirigenziale n. 408/2020 adottata dal Comune di Piombino e concernente la proroga automatica delle concessioni demaniali marittime con finalità turistico ricreative.

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

PS11594 - ELECTRONIC ARTS-ACQUISTI NEI VIDEOGIOCHI

Provvedimento n. 28368

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 settembre 2020;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

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

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

VISTA la comunicazione, pervenuta in data 4 febbraio e successivamente integrata nelle date 26 marzo, 27 maggio, 11, 17, 22 e 24 giugno 2020, , con la quale le società Electronic Arts Inc., Electronic Arts Swiss Sàrl e Electronic Arts Italia S.r.l. hanno presentato impegni, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento;

VISTI l'art. 103 del d.l. n. 18/2020 e l'art. 37 del d.l. n. 23/2020, che dispongono una sospensione *ex lege* dei termini procedurali, per effetto della quale il termine di conclusione del presente procedimento è stato posticipato al 7 ottobre 2020;

VISTA la "*Comunicazione sull'interpretazione dell'articolo 103 del decreto legge 17 marzo 2020, n. 18, così come modificato dall'articolo 37 del decreto legge 8 aprile 2020, n. 23*", approvata dal Collegio dell'Autorità nelle sedute del 1° aprile e del 10 aprile 2020;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Electronic Arts Inc. (di seguito, EA Inc), in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera b), del Codice del Consumo. La società, con sede negli Stati Uniti, è attiva nello sviluppo, commercializzazione e distribuzione di videogiochi, contenuti e servizi *online* che possono essere riprodotti su diverse piattaforme e *device* quali *console*, *personal computer* e dispositivi mobili.

2. Electronic Arts Swiss Sàrl (di seguito, EA Svizzera), in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera b), del Codice del Consumo. La società, con sede in Svizzera, pubblica e gestisce tutti i videogiochi con marchio EA in Europa. La società inoltre commercializza e distribuisce videogiochi, contenuti e servizi *online* connessi, che possono essere riprodotti su diverse piattaforme e *device* quali *console*, *personal computer* e dispositivi mobili. Il professionista è attivo in Italia anche mediante la società Electronic Arts Italia S.r.l. (di seguito, EA Italia), con sede in Milano, la quale svolge il ruolo di rivenditore di videogiochi per *personal computer* e *console* a marchio EA in Italia.

3. Altroconsumo, Associazione Codici, Movimento Difesa del Cittadino e Unione Nazionale Consumatori, in qualità di associazioni di consumatori segnalanti.

II. LE CONDOTTE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

4. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dalle società Electronic Arts Inc., Electronic Arts Swiss Sàrl e Electronic Arts Italia S.r.l. (nell'insieme, gruppo EA), in relazione alla promozione e vendita sul mercato italiano, tramite i siti *internet* www.ea.com/it-it e www.origin.com/ita¹, di alcuni videogiochi del Gruppo che offrono la possibilità di effettuare acquisti *in-game* e acquisti tramite *loot box* (segnatamente, *FIFA 19*, *FIFA 20*, *Star Wars Battlefront II* e *Apex Legends*).

5. Gli acquisti *in-game* possono essere effettuati all'interno di un videogioco, utilizzando denaro reale. Per loro tramite si ottengono varie utilità (quali armi, attrezzature, calciatori, mosse speciali, *upgrade* vari legati alla natura del gioco, monete virtuali, etc.), che permettono di potenziare il proprio personaggio o la propria squadra e avanzare rapidamente nel gioco. In altri casi, gli acquisti realizzano miglioramenti estetici o coreografici del personaggio senza influenzare le *performance* di gioco.

6. Le *loot-boxes* sono un insieme particolare di acquisti *in-game*. Esse consentono di ottenere in maniera casuale una certa quantità di elementi di gioco, non previamente conosciuti dai giocatori, che possono avere un effetto diretto sulle *performance* di gioco, ovvero di decorazioni estetiche o coreografiche senza effetti sul *gameplay* (nell'insieme acquisti *in-game* e *loot-box* vengono anche denominati microtransazioni).

7. Dalle segnalazioni acquisite agli atti del fascicolo e dalle rilevazioni d'ufficio svolte nelle date 4 novembre² e 3 dicembre 2019³, è emerso che i siti non evidenzierebbero in maniera chiara e agevolmente percepibile, sin dal primo contatto, l'informazione che i videogiochi includono acquisti *in-game*. Inoltre, i giochi *free to play* (ovverosia i giochi che non hanno un costo iniziale di acquisto come *Apex Legends*), sono presentati come gratuiti, ma prevedono acquisti *in-game* all'interno del gioco, in assenza di indicazioni contestuali che chiariscano la presenza di tali acquisti.

8. In sede di avvio del procedimento è stato contestato al gruppo EA:

a) di aver diffuso, tramite i siti sopra indicati, informazioni ingannevoli e/o omissive con riferimento alle caratteristiche e ai costi da sostenere nei videogiochi che implementano acquisti *in-game* e *loot box*, anche quando tali giochi possono essere utilizzati da bambini e adolescenti. Da questo punto di vista, la mancanza di informazioni trasparenti ed esaustive circa la presenza di acquisti *in-game* e *loot boxes* all'interno dei giochi e la presentazione del gioco *Apex legends* come gratuito, senza una contestuale indicazione della presenza di acquisti *in-game* all'interno del gioco, appaiono suscettibili di ingannare i consumatori riguardo alle caratteristiche del videogioco e agli effettivi costi da sostenere per la sua fruizione. Inoltre, tale carenza informativa potrebbe non consentire ai genitori di

¹ Tramite il sito www.origin.com, il Gruppo EA commercializza direttamente anche sul mercato italiano i suoi videogiochi nella versione destinata ai *Personal Computer*. Il sito www.ea.com è invece il sito del Gruppo destinato alla presentazione e promozione dei videogiochi.

² Cfr. doc. n. 7 del fascicolo istruttorio, rilevazioni effettuate in data 4 novembre 2019.

³ Cfr. doc. n. 8 del fascicolo istruttorio, rilevazioni effettuate in data 3 dicembre 2019.

effettuare un acquisto consapevole, né successivamente di esercitare il controllo sull'attività di gioco dei propri figli;

b) di aver attivato, nei videogiochi destinati ai bambini o che possono essere utilizzati anche dai bambini, un meccanismo di gioco volto ad indurli ad effettuare acquisti o a richiedere ai genitori di farlo, diffondendo messaggi finalizzati al medesimo scopo;

c) di aver omesso o fornito in modo inadeguato, nel processo di acquisto dei videogiochi, talune informazioni precontrattuali previste come obbligatorie dalla legge, in merito al diritto di recesso e alla sua eventuale esclusione, in possibile violazione dell'art. 49, comma 1, lettere h) ed m), 52, 54 e 59, del Codice del Consumo.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO: LA PRESENTAZIONE DEGLI IMPEGNI

1) L'iter del procedimento

9. In relazione alle condotte sopra descritte, in data 19 dicembre 2019⁴ è stato comunicato alle società Electronic Arts Inc., Electronic Arts Swiss Sàrl e Electronic Arts Italia S.r.l. l'avvio del procedimento istruttorio n. PS11594. In tale sede, è stato ipotizzato che le condotte delle società fossero suscettibili di integrare fattispecie di pratiche commerciali scorrette, in violazione degli articoli 20, 21, comma 1, lettere b) e d), 21, comma 4, 22, 24 e 26, lettera e), del Codice del Consumo, nonché degli artt. 49, comma 1, lettere h) e m), 52, 54 e 59, del Codice del Consumo, in quanto contrarie alla diligenza professionale e potenzialmente idonee, da un lato, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico dei consumatori in relazione alla promozione e vendita dei videogiochi del professionista; dall'altro, ad ostacolare l'esercizio di diritti contrattuali dei consumatori.

10. In data 28 gennaio 2020, il gruppo EA ha fornito riscontro alla richiesta di informazioni formulata nella comunicazione di avvio del procedimento e ha svolto le proprie argomentazioni difensive con note pervenute nelle date 9 marzo e 21 luglio 2020.

11. Il gruppo EA ha avuto accesso agli atti del procedimento ed estratto copia dei documenti acquisiti al fascicolo nelle date 15 gennaio 2020 e 16 luglio 2020.

12. In data 31 gennaio 2020, il gruppo EA è stato sentito in audizione.

13. In data 4 febbraio 2020, il gruppo EA ha presentato una proposta di impegni, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 9 del Regolamento, successivamente integrata nelle date 26 marzo, 27 maggio, 11, 17, 22 e 24 giugno 2020. Una versione consolidata degli impegni è stata trasmessa in data 14 luglio 2020.

14. In data 10 luglio 2020, è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

2) Gli elementi acquisiti e gli impegni del gruppo EA

15. Il gruppo EA ha fatto presente di vendere direttamente videogiochi digitali per PC all'interno dello store della piattaforma *Origin*, accessibile all'indirizzo www.origin.com/ita e, tramite distributori, videogiochi fisici confezionati per le console PlayStation 4, Xbox One e Nintendo Switch. Con note difensive del 28 gennaio 2020 e del 9 marzo 2020, il gruppo EA ha descritto le caratteristiche e il funzionamento degli acquisti *in-game* presenti nei suoi videogiochi. Il Gruppo EA

⁴ Cfr. doc. n. 12 del fascicolo istruttorio.

ritiene che le proprie condotte siano pienamente legittime e non integrino in alcun modo violazioni della normativa a tutela dei consumatori. In particolare, secondo il professionista, i videogiochi di EA, così come tutto il materiale pubblicitario ad essi connesso, ivi incluse le informazioni presenti sulla piattaforma *Origin*, risultano pienamente conformi alle indicazioni del sistema PEGI e i videogiochi oggetto di istruttoria sono soggetti ad uno stringente sistema di *parental control*.

3) I sistemi PEGI e AGCOM di classificazione dei videogiochi

16. Il *Pan European Game Information* (PEGI) è un sistema di classificazione dei videogiochi in base all'età, che utilizza cinque categorie di età e otto descrizioni di contenuto. La classificazione PEGI esamina l'idoneità di un gioco fornendo una raccomandazione relativa all'età minima sulla base dei contenuti del gioco. Istituito nella primavera del 2003 per aiutare i genitori europei ad adottare decisioni informate nell'acquisto dei giochi per *computer*, il sistema PEGI ha sostituito svariati sistemi nazionali di classificazione in base all'età e si è affermato come sistema unico in gran parte dei Paesi europei⁵.

17. A tal riguardo, si fa presente che l'art. 17 della delibera dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni 74/19/cons, del 6 marzo 2019, *Regolamento sulla classificazione delle opere audiovisive destinate al web e dei videogiochi di cui all'art. 10, commi 1 e 2, del D.Lgs. 7/12/2017 n. 203*, recante "*Esposizione dei pittogrammi e dei descrittori tematici nei videogiochi*", stabilisce che: "*I pittogrammi associati a ciascuna classe di età e i descrittori tematici sono esposti, nelle forme e con le modalità dettagliate nelle linee guida di cui all'art. 14, sul prodotto fisico, sul prodotto digitale e nella promozione e vendita on-line*". Il paragrafo 2 delle linee guida relative alla classificazione dei videogiochi ("*regolamento sulla classificazione delle opere audiovisive destinate al web e dei videogiochi*", approvato con delibera n. 74/19/cons), ha considerato conformi alle disposizioni di tale Regolamento i videogiochi già sottoposti alla procedura di classificazione PEGI, riconoscendo l'equipollenza tra i sistemi di classificazione PEGI e AGCOM⁶.

18. Uno dei descrittori tematici dei videogiochi previsti dal sistema di classificazione PEGI è quello relativo agli acquisti *in-game*. Il pittogramma degli acquisti *in-game*, introdotto nel settembre 2018, è rappresentato da una mano con una carta di credito nell'atto di effettuare un pagamento. Recentemente, nell'aprile 2020, PEGI ha annunciato una nuova descrizione tematica nel caso in cui gli acquisti *in-game* includano oggetti casuali (come le *loot-boxes*). Le informazioni dovranno essere fornite sotto forma di un avviso (*Includes Paid Random Items*) sulla confezione del gioco o sulla

⁵ Albania, Austria, Belgio, Bosnia-Erzegovina, Bulgaria, Croazia, Cipro, Repubblica Ceca, Danimarca, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Ungheria, Islanda, Irlanda, Israele, Italia, Kosovo, Lettonia, Lituania, Lussemburgo, Malta, Moldavia, Montenegro, Paesi Bassi, Norvegia, Slovacchia, Slovenia, Polonia, Portogallo, Romania, Serbia, Spagna, Svezia, Svizzera e Regno Unito.

⁶ "*Ai sensi dell'articolo 11 comma 2 del Regolamento di cui alla delibera n. 74/19/CONS, i videogiochi che risultino sottoposti alla procedura di classificazione PEGI, siano essi già distribuiti sul mercato alla data di entrata in vigore del Regolamento o lo siano in una qualunque data successiva, si considerano conformi alle disposizioni del Regolamento, senza ulteriori oneri per i soggetti individuati alle lettere g) e h) dell'articolo 1 del Regolamento medesimo*". Il paragrafo 3 delle linee guida recante "*Dimensioni ed esposizione dei pittogrammi e dei descrittori*" stabilisce che: "*le etichette delle classi di età PEGI e i descrittori PEGI devono comparire sui prodotti o essere associati ai prodotti in una dimensione che consenta al messaggio di essere leggibile e chiaramente visibile al consumatore nel punto vendita o nella pagina prodotto di uno store online, in linea con i modelli grafici contenuti nella versione più aggiornata delle Linee Guida PEGI "Etichettatura e Pubblicità" [...]. I videogiochi che risultino in linea con quanto previsto dalla versione più aggiornata delle Linee guida PEGI "Etichettatura e Pubblicità", si considerano conformi alle disposizioni previste dagli articoli 13 e 17 del Regolamento*".

19. Al fine di superare le preoccupazioni sollevate dall'Autorità nella comunicazione di avvio del procedimento, il Gruppo EA ha presentato, in data 4 febbraio 2020, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 9 del Regolamento, una proposta di impegni, successivamente integrata nelle date 26 marzo, 27 maggio, 11, 17, 22 e 24 giugno 2020. Una versione consolidata degli impegni è stata trasmessa in data 14 luglio 2020,.

1) Impegno 1: informazioni fornite ai consumatori relativamente alla presenza nei videogiochi ed al funzionamento di acquisti in-game e loot boxes all'interno della piattaforma Origin

20. Per quanto riguarda i giochi commercializzati attraverso la propria piattaforma *Origin*, il gruppo EA si impegna ad adottare le seguenti misure:

- a) utilizzare, nell'ambito della pagina di descrizione del gioco, l'ultima versione del pittogramma PEGI relativo agli acquisti *in-game*, contenente, oltre all'icona grafica, anche: (i) la dicitura "Acquisti *in-game*", quando sono previsti all'interno del videogioco acquisti di oggetti che non vengono attribuiti tramite una selezione casuale; (ii) la dicitura "Acquisti *in-game* (contiene elementi casuali)", per tutti i giochi che contengono microtransazioni per acquistare oggetti di gioco virtuali, attribuiti anche tramite una selezione casuale (cfr. figura Impegno 1 lettera a) della dichiarazione di impegni);
- b) aumentare le dimensioni del pittogramma PEGI relativo agli acquisti *in-game* al fine di renderlo il 66% più grande di quanto appariva in precedenza e più chiaramente visibile (cfr. figura Impegno 1 lettera b) della dichiarazione di impegni);
- c) inserire, nell'ambito della pagina di descrizione del gioco in modo chiaramente visibile oltre al pittogramma PEGI come sopra illustrato, la descrizione della presenza e del funzionamento di acquisti *in-game* e *loot boxes* mediante la dicitura: "Questo gioco include la possibilità di acquistare all'interno del gioco tramite denaro reale una valuta virtuale da utilizzare per acquistare oggetti di gioco virtuali, che potrebbero essere attribuiti anche tramite una selezione casuale" (cfr. figura Impegno 1 lettera c) della dichiarazione di impegni);
- d) inserire il pittogramma PEGI relativo agli acquisti *in-game*, come sopra declinato, prima dell'acquisto, in modo chiaramente visibile vicino al bottone "Acquista ora" (cfr. figura Impegno 1 lettera d) della dichiarazione di impegni).

21. Electronics Arts si è impegnata ad estendere gli impegni di cui sopra, oltre che ai giochi *FIFA 19*, *FIFA 20*, *Star Wars Battlefront II* e *Apex Legends*, a tutti i giochi EA pubblicati prima dell'introduzione del nuovo pittogramma PEGI e commercializzati sulla piattaforma *Origin*, che prevedano microtransazioni per acquistare oggetti di gioco virtuali, compresi quelli attribuiti tramite una selezione casuale.

22. Per quanto riguarda le confezioni dei giochi fisici di *FIFA 19*, *FIFA 20*, *Star Wars Battlefront II* e *Apex Legends* e di qualsiasi gioco pubblicato prima dell'introduzione del pittogramma PEGI per gli acquisti *in-game*, ovvero quelli contenenti microtransazioni per acquistare oggetti di gioco virtuali, compresi quelli attribuiti tramite una selezione casuale, EA si impegna ad utilizzare in esse il nuovo pittogramma PEGI. Ciò vale anche per tutte le future edizioni dei giochi EA che contengono acquisti *in-game* e *loot boxes* quando verranno distribuite (ad esempio *FIFA 2021*).

23. Il gruppo Electronics Arts si impegna ad implementare le misure di cui alle precedenti lettere a), b) e c) dell'Impegno n. 1 entro il 31 dicembre 2020.

24. Con riferimento alla lettera d) dell'Impegno 1 (inserimento del pittogramma PEGI anche nella schermata con il tasto "Acquista ora"), EA ha rappresentato che l'impostazione di un *beta-test* del nuovo flusso di acquisto richiede diversi mesi per lo sviluppo, l'ingegnerizzazione e la garanzia della qualità del *software*; ciò anche perché si tratta di inserire, all'interno dell'architettura dello *store* EA predisposta per il mercato globale, i pittogrammi PEGI specifici e diversificati per gioco e per paese, per renderli visibili agli utenti in maniera dinamica durante il flusso di acquisto di ogni singolo videogioco. Per tali motivi, il professionista sarà in grado di implementare tale impegno al più tardi entro il 30 giugno 2021.

2) Impegno 2: Informazioni fornite ai consumatori relativamente alla presenza nei videogiochi ed al funzionamento di acquisti in-game e loot boxes all'interno del sito web www.ea.com/it

25. Electronics Arts si impegna ad adottare le seguenti misure sul sito *web* www.ea.com/it:

a) aggiornare il pittogramma PEGI nel *footer* delle pagine del sito www.ea.com/it, includendo il pittogramma PEGI sia nei giochi che prevedono acquisti *in-game*, sia nei giochi contenenti microtransazioni volte all'acquisto di oggetti di gioco virtuali che potrebbero essere attribuiti anche tramite una selezione casuale, laddove applicabile;

b) aggiungere una pagina di transizione che verrà visualizzata prima del *download* dei videogiochi che possono essere scaricati direttamente dal sito www.ea.com/it (a titolo meramente esemplificativo, Apex Legends), senza essere reindirizzati a Origin o a un'altra piattaforma (Playstation, Xbox e/o Nintendo). Tale pagina riporterà il *rating* PEGI e i relativi pittogrammi PEGI degli acquisti *in-game*, come da impegno n. 1, lettere a) e b), e la descrizione della presenza e delle caratteristiche degli acquisti *in-game*, come da impegno n. 1, lettera c);

c) aggiungere i *rating* e i pittogrammi PEGI sugli acquisti *in-game* (vedi Impegno n. 1 lettere a e b), nonché la descrizione della presenza e del funzionamento degli acquisti *in-game* e delle *loot boxes* con la dicitura "*Questo gioco include la possibilità di acquistare all'interno del gioco tramite denaro reale una valuta virtuale da utilizzare per acquistare oggetti di gioco virtuali, che potrebbero essere attribuiti anche tramite una selezione casuale*" (impegno n. 1 lettera c), nelle seguenti pagine del sito *web* di www.ea.com/it che includono offerte di vendita:

- le pagine del sito *web* che includono offerte di vendita dei giochi *FIFA 19*, *FIFA 20*, *Star Wars Battlefront II* e *Apex Legends*;

- le pagine del sito *web* dei giochi pubblicati dal 1° gennaio 2019, o di cui sia stata rilasciata una nuova versione dal 1° gennaio 2019, che includono offerte di vendita;

- le pagine del sito *web* riservate ai "*Giochi in evidenza*" che includono offerte di vendita;

- le pagine del sito *web* che includono le offerte di vendita per tutti i nuovi giochi che saranno pubblicati da EA da settembre 2020 in poi.

26. Tali informazioni ai consumatori saranno espone con la stessa grandezza degli esempi della piattaforma *Origin* mostrati nell'impegno n. 1 alle lettere a), b) e c).

27. Con riferimento all'Impegno n. 2, lettera b), il gruppo EA ha precisato che, una volta visualizzata la menzionata pagina di transizione, sarà possibile per l'utente, alternativamente, procedere al *download* del gioco, oppure arrestare il processo. In altri termini, la visualizzazione della menzionata pagina di transizione non determinerà automaticamente il *download* del gioco, il quale si avvierà solo cliccando su di un apposito comando inserito sulla stessa pagina di transizione.

28. Le misure dell'impegno n. 2 saranno implementate entro il 31 dicembre 2020.

3) Impegno 3: informazioni fornite ai consumatori relativamente al diritto di recesso e alle limitazioni connesse alla fruizione dei contenuti digitali

29. Relativamente al diritto di recesso e alle sue limitazioni per i contenuti digitali, EA si impegna ad adottare le seguenti misure sulla piattaforma *Origin*:

a) modificare le informazioni già fornite ai consumatori in ordine al diritto di recesso presenti nelle Condizioni generali di vendita e prima dell'acquisto al fine di indicare chiaramente il regime del recesso e le sue limitazioni ai sensi del Codice del Consumo. La terminologia utilizzata sarà la seguente: "**Diritto di recesso:** recesso e diritto al rimborso entro 14 giorni dalla data di acquisto.

Importante: Se scarichi il gioco entro 14 giorni dalla data di acquisto, perderai il tuo diritto di recesso. Se avrai diritto al rimborso, ti rimborseremo il costo del gioco entro 14 giorno dalla data di richiesta del rimborso. È in ogni caso fatta salva la garanzia legale dell'utente. **Clicca qui per richiedere il rimborso.** Alternativamente, ti invitiamo a contattare la pagina **Aiuto EA**. I giochi possono beneficiare delle condizioni di rimborso previste dalla Garanzia Grandi Giochi come mostrato nella pagina di Riepilogo dell'Ordine e nella e-mail di conferma d'acquisto". Sarà inoltre reso disponibile il modulo per esercitare il recesso;

b) EA si impegna anche ad inserire un *tool* sulla piattaforma *Origin* che permetterà di annullare gli acquisti e ottenere il rimborso entro 24 ore dopo la prima esecuzione del gioco, ovvero entro 14 giorni dal giorno dell'acquisto, se il cliente non ha avviato il gioco.

30. Tale impegno sarà implementato entro il 31 dicembre 2020.

4) Impegno 4: Inserire come impostazione predefinita per gli Account Adolescenti un limite di spesa pari a 0 Euro

31. EA ha premesso che già attualmente: (i) con l'account Bambino non è possibile accedere ad alcun contenuto *online* e dunque non è possibile partecipare alla modalità di gioco *online* (tra cui la modalità FUT di FIFA) né procedere con alcun tipo di acquisto; (ii) gli *account* per Adolescenti (per ragazzi dai 16 ai 18 anni) hanno invece un limite di spesa mensile predefinito di 25 euro, indipendentemente dal fatto che siano collegati o meno all'account del genitore. Attualmente, l'unico modo per modificare tali limiti è quello di collegare un *account* Adolescente all'account del genitore.

32. Il gruppo Electronics Arts si impegna ad abbassare sino alla soglia minima di zero euro il limite di spesa anche per l'account Adolescente; tale limite potrà essere modificato solo attraverso la scelta consapevole del genitore mediante il collegamento del proprio *account* a quello dell'*Account* Adolescente. Questa misura sarà implementata sulla piattaforma *Origin* e riguarderà *tutti* i videogiochi venduti da EA su tale piattaforma.

33. Anche tale impegno verrà implementato entro il 31 dicembre 2020.

5) Impegno 5: Informazioni fornite ai genitori su come creare un Account Bambino durante il processo di registrazione

34. Con riferimento alle informazioni fornite ai genitori in relazione alle funzionalità del *Parental Control* all'interno della piattaforma *Origin*, Electronics Arts si impegna a inserire, sulla pagina iniziale del processo di registrazione, un collegamento ipertestuale (cd. *hyperlink*) che identifica chiaramente le opzioni disponibili per i genitori al momento della creazione di un *account* Bambino e rimanda immediatamente alla procedura e ai passaggi su come creare un *account* Bambino con la dicitura "*Vuoi creare un account EA per tuo figlio?*" (cfr. figura Impegno 5 della dichiarazione di impegni).

35. L'impegno sarà attuato entro il 31 dicembre 2020.

6) Impegno 6: informare i fornitori di piattaforme sugli impegni proposti all'Autorità per il mercato italiano

36. In merito agli impegni proposti in materia di trasparenza, Electronics Arts comunicherà ai fornitori di altre piattaforme di gioco le misure che saranno implementate all'interno della piattaforma *Origin* e invierà all'Autorità la prova dell'avvenuta comunicazione.

37. Anche in questo caso l'impegno sarà attuato entro il 31 dicembre 2020.

38. Electronics Arts ha infine ribadito che gli impegni sopra descritti riguarderanno tutti i videogiochi venduti dal professionista sulla piattaforma *Origin* e non solo quelli menzionati nella comunicazione di avvio del Procedimento⁷ e saranno implementati, ad eccezione dell'impegno 1, lettera d), entro il 31 dicembre 2020.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

39. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa anche a mezzo *internet*, in data 22 luglio 2020 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

40. Con parere pervenuto in data 10 agosto 2020, la suddetta Autorità ha ritenuto che il mezzo *internet* sia uno strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica in esame. Ciò in quanto il mezzo di comunicazione utilizzato, nel caso di specie, risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori, inducendoli ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso e manifestando così, in concreto, la piena potenzialità promozionale della comunicazione *on-line*.

V. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

41. Gli impegni proposti dal Gruppo EA vanno valutati nell'ambito di una tendenza commerciale che ha introdotto all'interno dei videogiochi, destinati anche a bambini e adolescenti, acquisti *in-game* e acquisti tramite *loot-box*⁸. Il modello di *business* dei videogiochi si sta gradualmente spostando dalla vendita delle copie di un certo gioco ad un prezzo remunerativo alla costruzione di un ambiente coinvolgente che induca l'utilizzatore all'acquisto di contenuti e funzionalità all'interno del gioco medesimo. Gli acquisti *in-game* stanno diventando sempre di più una rilevante fonte di remunerazione (se non l'unica come nel caso dei giochi *free to play*) per gli operatori del settore.

42. In tale contesto, poiché i videogiochi sono destinati anche a fruitori vulnerabili come bambini e adolescenti che possono non avere una chiara consapevolezza dei meccanismi economici e psicologici sottesi agli acquisti *in-game*, è necessaria la massima chiarezza e trasparenza per i consumatori e i genitori circa la possibilità di effettuare tali acquisti. Ciò è tanto più vero in relazione ai videogiochi che contengono acquisti *in-game* sotto forma di *loot-box*, dove l'aleatorietà è un elemento caratterizzante.

⁷ Per quanto riguarda il sito www.ea.com/it, gli impegni saranno implementati per tutti i giochi con le specificazioni di cui all'impegno 2, lett. c).

⁸ Si fa presente, a tal proposito, che il sito *internet* PEGI contiene una specifica sezione dedicata agli acquisti *in-game*, nella quale si danno consigli ai genitori sulle modalità per controllare tali acquisti sulle piattaforme e sui dispositivi utilizzabili dai propri figli (cfr. <https://pegi.info/it/node/50>).

43. Ciò posto, l’Autorità ritiene che gli impegni presentati dal gruppo EA siano idonei a sanare i profili di possibile scorrettezza delle pratiche commerciali contestate nella comunicazione di avvio del procedimento del 19 dicembre 2019.

44. Le misure proposte, infatti, offrono concreti elementi per fornire ai consumatori consapevolezza circa le caratteristiche dell’acquisto che stanno per effettuare, o del videogioco che stanno per scaricare, vale a dire che la fruizione del gioco può comportare pagamenti sotto forma di acquisti *in-game* ovvero *loot-boxes*.

45. In questo senso rilevano gli impegni n. 1 e 2 - inserimento del pittogramma PEGI con dimensioni, tali da renderlo maggiormente visibile accompagnato da una didascalia esplicativa - che avvertono l’utente, nelle pagine di descrizione del gioco e, dunque, prima dell’acquisto, che sono possibili pagamenti con denaro reale all’interno del gioco (cfr. figura 1 con riferimento al videogioco *FIFA 20*). L’inserimento del pittogramma PEGI con maggiori dimensioni e della relativa didascalia contribuisce a rafforzare la scelta responsabile di acquisto dei consumatori, amplificando l’utilità del sistema PEGI ai fini dell’adozione di decisioni informate da parte dei genitori.

Figura 1



46. Occorre sottolineare che le informazioni sugli acquisti *in-game* saranno fornite ai consumatori non soltanto sul sito *Origin* (impegno n. 1), sul quale è unicamente possibile procedere all’eventuale acquisto dei giochi, ma anche sul sito *www.ea.com/it* (impegno n. 2) che è il sito generalista del Gruppo destinato alla presentazione dei videogiochi. Tale circostanza permette ai consumatori di ottenere tutte le informazioni necessarie fin dal primo contatto con il professionista, anche tramite il sito *www.ea.com/it*.

47. Gli impegni appaiono inoltre idonei a sanare la contestazione della comunicazione di avvio del procedimento con riferimento alla circostanza che i giochi *free to play* (ovvero i giochi che non hanno un costo iniziale di acquisto, come ad esempio il videogioco *Apex Legends*), scaricabili direttamente dal sito *www.ea.com/it*, siano presentati come gratuiti.

48. Infatti, con l’impegno di cui al n. 2 lettera b) - introduzione di una pagina di transizione prima del *download* del gioco - EA fornisce un’adeguata informativa che qualifica l’eventuale presenza del termine “*gratuito*” e ne specifica i limiti. L’informativa è collocata subito prima del *download*

attivabile cliccando su un apposito comando inserito nella stessa pagina di transizione. Ciò dà all'informativa una posizione di particolare evidenza che non può sfuggire al consumatore.

49. Merita rimarcare l'impegno di EA di implementare gli impegni proposti anche al di là dei videogiochi individuati nella comunicazione di avvio del procedimento. Electronic Arts, infatti, si impegna ad estendere gli interventi descritti a tutti i videogiochi dalla stessa sviluppati e offerti al pubblico tramite il sito *internet Origin*.

50. In particolare, è apprezzabile anche l'impegno ad utilizzare il nuovo pittogramma PEGI sulle future confezioni fisiche dei videogiochi attualmente in commercio e su tutte le future edizioni dei giochi EA che contengono acquisti *in-game* e *loot boxes* quando verranno distribuite (ad esempio *FIFA 2021*).

51. I miglioramenti informativi sopra descritti sono accompagnati da strumenti che permettono ai genitori di esercitare con estrema facilità il controllo sull'attività di gioco dei propri figli (impegni n. 4 e 5) e permettono di superare le possibili criticità evidenziate nella comunicazione di avvio del procedimento. In particolare, l'abbassamento della soglia a zero euro come limite di spesa per l'Account *Adolescente* (analogamente a quella già prevista per l'Account *Bambino*), evita che bambini e adolescenti possano effettuare acquisti all'interno del gioco senza uno specifico consenso da parte dei genitori. Inoltre, tramite l'impegno n. 5, i genitori sono informati sulle funzionalità del *Parental Control* disponibile all'interno della piattaforma *Origin* e sulla procedura da seguire per impostare gli *account* per i bambini. Tramite il *Parental Control* i genitori possono controllare e impostare numerosi parametri di gioco dei propri figli attraverso una serie di funzionalità che riguardano, tra l'altro, l'accesso a determinati giochi, il tempo di gioco, la possibilità di interagire con altri utenti e, infine, la possibilità o meno di effettuare acquisti e con quale limite di spesa mensile. Gli impegni rendono molto più agevole per il genitore la possibilità di creare un *account* per il minore tramite un *link* ipertestuale e di accedere tramite esso alle funzionalità del *Parental Control*.

52. Nella comunicazione di avvio del procedimento è stata altresì rilevata la mancanza di chiarezza delle informazioni fornite durante il processo di acquisto dei videogiochi, con riferimento al diritto di recesso. Tale *deficit* informativo sarà pienamente rimosso dall'implementazione degli impegni presentati.

53. L'impegno n. 3, infatti, che modifica le informazioni fornite ai consumatori sia nelle Condizioni generali di vendita sia prima dell'acquisto, appare particolarmente apprezzabile, in quanto prevede un ampliamento del diritto di recesso a favore del consumatore rispetto a quanto previsto dal Codice del Consumo con riferimento ai contenuti digitali. Infatti, attraverso l'introduzione di un *tool* nella piattaforma *Origin* (dove si effettuano gli acquisti), sarà possibile annullare gli acquisti e ottenere il rimborso entro 24 ore successive alla prima esecuzione del gioco (oltre naturalmente entro 14 giorni dal giorno dell'acquisto, se il cliente non ha avviato il gioco, così come previsto dal Codice del Consumo). L'utente avrà pertanto la possibilità di acquistare il videogioco e, qualora non soddisfatto dopo una prima prova, ottenere l'annullamento dell'acquisto e il rimborso di quanto pagato.

54. Infine attraverso l'Impegno n. 6 - informativa ai fornitori delle altre piattaforme che distribuiscono i giochi del Gruppo (Sony, Microsoft e Nintendo) circa le modifiche implementate sul sito *Origin* - EA divulga uno *standard* di trasparenza a beneficio dei consumatori italiani che può innescare un processo virtuoso anche da parte di altri operatori del mercato, con potenziali benefici per gli utenti nella promozione e vendita di videogiochi che includono acquisti *in-game*.

55. Gli impegni sopra descritti, complessivamente considerati, per le motivazioni sopra esposte, sono tali da rimuovere le criticità di cui alla comunicazione di avvio del procedimento.

56. Alla luce delle suesposte considerazioni, si ritiene che gli impegni presentati soddisfino i requisiti previsti dall'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo.

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati dalle società Electronic Arts Inc., Electronic Arts Swiss Sàrl e Electronic Arts Italia S.r.l., nei termini sopra esposti, siano idonei a far venir meno i possibili profili di scorrettezza delle pratiche commerciali oggetto di istruttoria;

RITENUTO di disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni nei confronti delle società Electronic Arts Inc., Electronic Arts Swiss Sàrl e Electronic Arts Italia S.r.l.;

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

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti delle società Electronic Arts Inc., Electronic Arts Swiss Sàrl e Electronic Arts Italia S.r.l., ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, lettera a), del Regolamento, gli impegni dalle stesse società proposti in data 4 febbraio 2020, successivamente integrati nelle date 26 marzo, 27 maggio, 11, 17, 22 e 24 giugno 2020 e sottoposti nella versione consolidata definitiva in data 14 luglio 2020, come descritti nella dichiarazione allegata al presente provvedimento;

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

c) che le società Electronic Arts Inc., Electronic Arts Swiss Sàrl e Electronic Arts Italia S.r.l., entro novanta giorni dalla data di notifica del presente provvedimento, informino l'Autorità dell'avvenuta attuazione degli impegni, fatto salvo l'impegno n. 1, lettera d), della cui attuazione le medesime società dovranno informare l'Autorità entro il 30 giugno 2021.

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

- a) il professionista non dia attuazione agli impegni;
- b) si modifichi la situazione di fatto rispetto ad 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'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza, l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Filippo Arena

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

Allegato 1**DICHIARAZIONE DI IMPEGNI**

Nell'ambito del procedimento n. PS11594 avviato dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato in data 19 dicembre 2019 e avente ad oggetto la condotta commerciale delle società Electronic Arts Inc., Electronic Arts Swiss Sàrl e Electronic Arts Italia S.r.l. con riferimento alla promozione e vendita di videogiochi tramite i siti internet *www.ea.com/it-it* e *www.origin.com/ita*, di videogiochi del Gruppo che implementano la possibilità di effettuare acquisti *in-game* e di effettuare acquisti di *loot box*, Electronic Arts Inc., Electronic Arts Swiss Sàrl e Electronic Arts Italia S.r.l., ai sensi e per gli effetti dell'art. 27, comma 7, del “*Codice del Consumo*” (Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206 e successive modificazioni) si impegnano, a decorrere dalla data di comunicazione del provvedimento dell'Autorità, a dare attuazione alle seguenti misure con le modalità e nei tempi di seguito indicati:

TESTO DEGLI IMPEGNI

Contenuto testuale degli impegni proposti:

IMPEGNO n. 1 – informazioni fornite ai consumatori relativamente alla presenza nei videogiochi ed al funzionamento di acquisti *in-game* e *loot boxes* all'interno della piattaforma Origin.

Relativamente a questo aspetto, EA intende impegnarsi ad adottare le seguenti misure sulla piattaforma *Origin*:

- a) utilizzare l'ultima versione del pittogramma PEGI relativo agli acquisti *in-game* nella sua forma contenente, oltre all'icona grafica, anche la dicitura: (i) "*Acquisti in-game*", quando sono previsti acquisti all'interno del videogioco che non vengono attribuiti tramite una selezione casuale (tale Pittogramma è stato presentato all'Autorità nella precedente risposta alle richieste di informazioni); (ii) "*Acquisti in-game (contiene elementi casuali)*", per tutti i giochi che contengono microtransazioni per acquistare oggetti di gioco virtuali, che potrebbero essere attribuiti anche tramite una selezione casuale. Per esigenze di chiarezza, si rappresenta che la dicitura del pittogramma PEGI è stabilita autonomamente da PEGI per il settore dei videogiochi al fine di garantire uniformità e le Società del Gruppo EA non esercitano alcun controllo su di esso;

Esempio del Pittogramma PEGI per FIFA 20

Panoramica

FIFA 20 si è rinnovato: l'INTELLIGENZA CALCISTICA sblocca un livello di realismo inedito delle dinamiche di gioco, FIFA Ultimate Team™ offre più modi per costruire la squadra dei sogni e EA SPORTS VOLTA fa tornare il gioco in strada con una forma di calcio a ranghi ridotti. Questo gioco include la possibilità di acquistare, al interno del gioco, tramite denaro reale una valuta virtuale da utilizzare per acquistare oggetti di gioco virtuali, che potrebbero essere attribuiti anche tramite una selezione casuale.

3 Acquisti in-game (contiene elementi casuali)
www.pegi.org

GENERE
Azione Sport

EDITORE ELECTRONIC ARTS

SVILUPPATORE EA CANADA

LINGUE SUPPORTATE
English (US), Español (IEM), Français (FR), 日本語, 简体中文, Português (BR), 中文 (台), 中文 (簡), 中文 (香港)

LINK SOCIALI f t y

REQUISITI DI SISTEMA [VISUALIZZA](#)

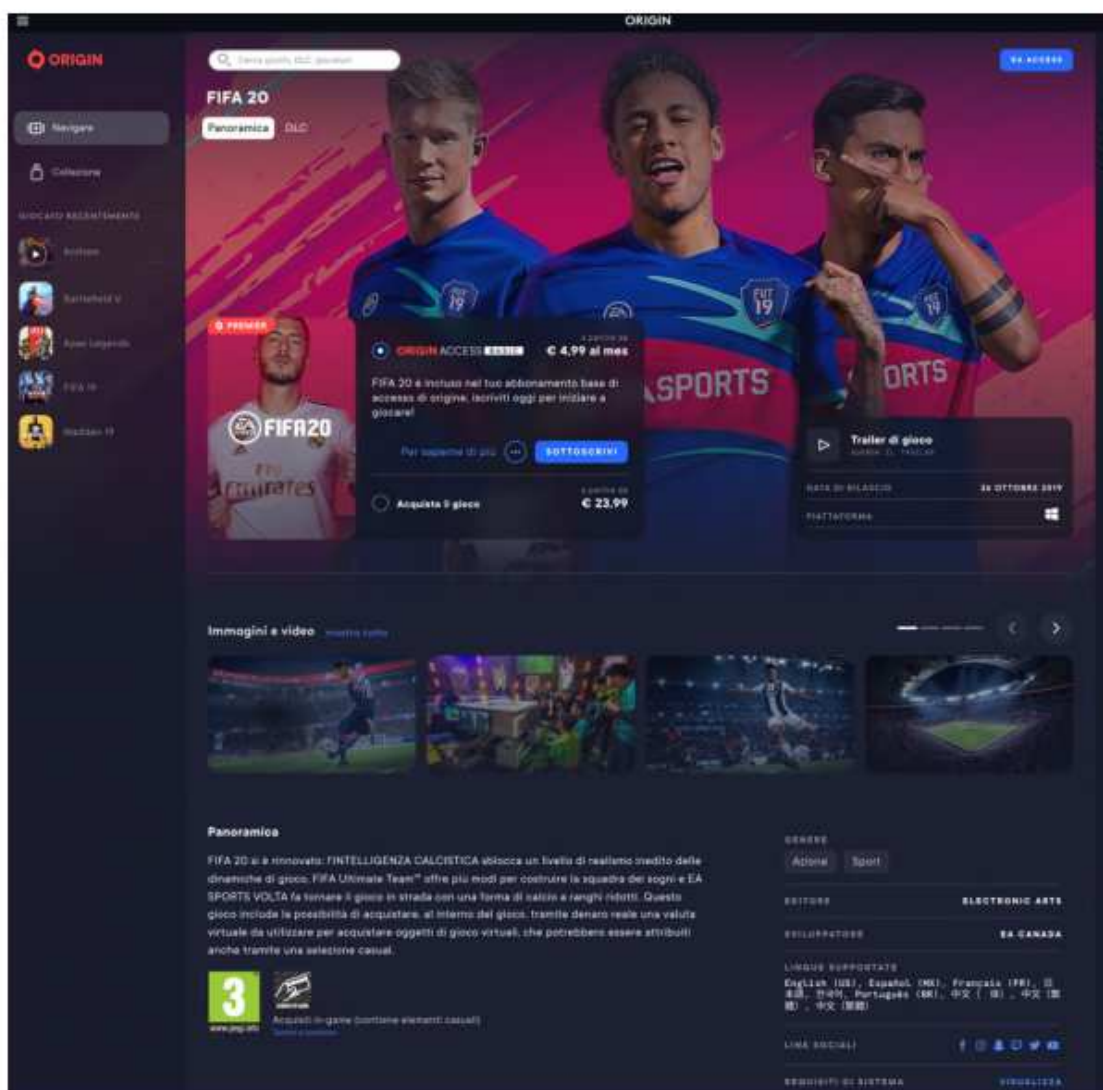
- b) aumentare le dimensioni del pittogramma PEGI relativo agli acquisti in-game al fine di renderlo il 66% più grande di quanto appariva in precedenza e più chiaramente visibile;

Pagina iniziale di FIFA 20 su Origin – Esempio – Prima e dopo l'impegno

Prima



Dopo

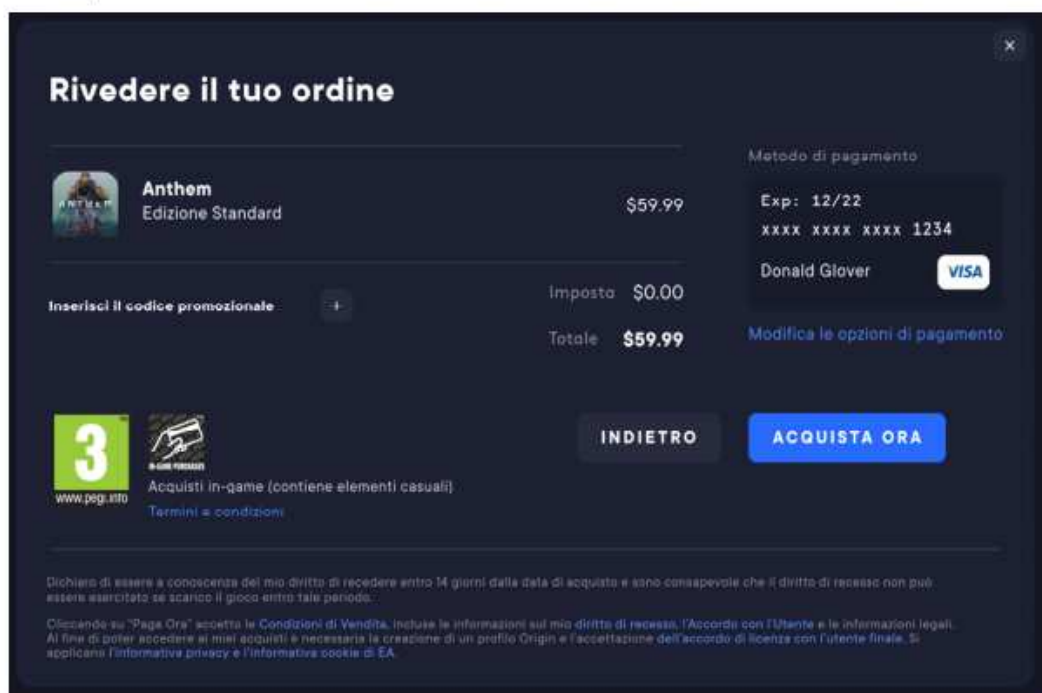


- c) inserire una descrizione della presenza e del funzionamento di acquisti *in-game* e *loot boxes* mediante la dicitura “Questo gioco include la possibilità di acquistare all’interno del gioco tramite denaro reale una valuta virtuale da utilizzare per acquistare oggetti di gioco virtuali, che potrebbero essere attribuiti anche tramite una selezione casuale” unitamente al pittogramma PEGI relativo agli acquisti in-game, come sopra declinato, in modo chiaramente visibile nell’ambito della pagina di descrizione del gioco;

Descrizione di Apex Legends – Esempio



- d) inserire il pittogramma PEGI relativo agli acquisti *in-game*, come mostrato negli esempi di cui sopra, in modo chiaramente visibile anche prima dell'acquisto, vicino al bottone "Acquista ora".



Le misure di cui alla lettera a), b) e c) dell'Impegno n. 1 saranno implementate entro il 31 dicembre 2020 con riferimento a FIFA 19, FIFA 20, Star Wars Battlefront II e Apex Legends, e EA si impegna inoltre ad estendere gli impegni di cui sopra a tutti i giochi EA contenenti microtransazioni per acquistare oggetti di gioco virtuali, che potrebbero essere attribuiti anche tramite una selezione casuale, pubblicati prima dell'introduzione del nuovo pittogramma PEGI.

Per quanto riguarda le confezioni dei giochi fisici di FIFA 19, FIFA 20, Star Wars Battlefront II e Apex Legends e di qualsiasi gioco pubblicato prima dell'introduzione del pittogramma PEGI per gli acquisti *in-game*, ovvero quelli contenenti microtransazioni per acquistare oggetti di gioco virtuali, che potrebbero essere attribuiti anche tramite una selezione casuale, EA intende impegnarsi ad utilizzare il nuovo pittogramma PEGI sulle future confezioni dei giochi attualmente in commercio (qualora fosse necessaria una successiva ristampa) e su tutte le nuove edizioni dei giochi EA che contengono acquisti *in-game* e *loot boxes* quando verranno distribuite (e.g. FIFA 2021).

Con riferimento alla lettera d) dell'Impegno 1, EA si impegna ad inserire il pittogramma PEGI anche durante il processo d'acquisto. Tuttavia, considerato che tale misura richiede significative modifiche nel sistema di back-end ed una notevole mole di lavoro di natura tecnica, EA si impegna ad implementarla entro il 30 giugno 2021.

La ragione di tale termine di attuazione della misura è dovuto all'elevato standard di prodotti e servizi che EA è disposta a fornire ai suoi clienti, il che fa sì che il lavoro per lo sviluppo, per l'ingegneria e per la garanzia della qualità del software richiederà diversi mesi per impostare un beta-test del nuovo flusso di acquisto.

Un altro fattore che influisce sui tempi di implementazione è la complessità dell'architettura globale di un sito web per uno *store* di giochi elettronici come quello gestito da EA. In particolare, uno *store* di giochi elettronici è composto da due componenti:

- il cd. *front-end* che è il codice che viene trasmesso nel browser dell'utente, che ne gestisce l'interazione e che crea l'interfaccia utente. Ciò significa che prima di un acquisto, i pittogramma PEGI (come quelli indicati nell'Impegno n. 1 lett. a e b) appaiono solo nelle pagine di descrizione del prodotto e si trovano in un database;

mentre

- il cd. *back-end* che è il codice che ruota sul server, che riceve le richieste dei clienti durante il flusso di acquisto e che elabora tali richieste per inviare i dati appropriati al cliente.

A questo proposito, l'implementazione dell'impegno richiede la riorganizzazione dello *store* di Origin che comprende tre sistemi:

- (i) un sito web o un cd. *client*,
- (ii) il *back-end* di Origin che contiene le informazioni per ogni singolo gioco, e
- (iii) la piattaforma dati di EA che gestisce il check-out dei prodotti e l'*e-commerce*.

Pertanto, il lavoro più significativo e complesso è quello di inserire, all'interno di una piattaforma predisposta per il mercato globale, i pittogrammi PEGI specifici e diversificati per gioco e per paese (come quello mostrato nell'Impegno n. 1 lett. d)), da poter rendere visibili agli utenti in maniera dinamica durante il flusso di acquisto di ogni singolo videogioco.

IMPEGNO n. 2 – Informazioni fornite ai consumatori relativamente alla presenza nei videogiochi ed al funzionamento di acquisti in-game e loot boxes all'interno del sito web www.ea.com/it.

Con riferimento al sito web www.ea.com/it EA si impegna ad:

- a) aggiornare il pittogramma PEGI nel *footer* delle pagine del sito www.ea.com/it per includere il relativo pittogramma PEGI, per gli acquisti *in-game*, ovvero quelli contenenti microtransazioni per acquistare oggetti di gioco virtuali, che potrebbero essere attribuiti anche tramite una selezione casuale, laddove applicabile;
- b) aggiungere una pagina di transizione che verrà visualizzata prima del download dei videogiochi che possono essere scaricati direttamente dal sito www.ea.com/it (a titolo meramente esemplificativo, Apex Legends), senza essere reindirizzati a Origin o a un'altra piattaforma (Playstation, Xbox e/o Nintendo), che includerà:
 - il rating PEGI e i relativi pittogrammi PEGI degli acquisti *in-game* (Impegno n. 1, lett. a) e b) e;
 - la descrizione e le caratteristiche degli acquisti *in-game*, insieme alle informazioni rilevanti per l'utente sulle *loot boxes*, ove applicabile (Impegno n. 1, lett. c); e
- c) aggiungere i rating e i pittogrammi PEGI sugli acquisti *in-game* (vedi Impegno n. 1 lett. a e b) e la descrizione della presenza e del funzionamento degli acquisti *in-game* e delle *loot boxes* con la dicitura "*Questo gioco include la possibilità di acquistare all'interno del gioco tramite denaro reale una valuta virtuale da utilizzare per acquistare oggetti di gioco virtuali, che potrebbero essere attribuiti anche tramite una selezione casuale*" (vedi Impegno n. 1 lett. c) nelle seguenti pagine del sito web di www.ea.com/it che includono offerte di vendita:
 - le pagine del sito web che includono offerte di vendita dei giochi FIFA 19, FIFA 20, Star Wars Battlefront II e Apex Legends;
 - le pagine del sito web dei giochi pubblicati dal 1° gennaio 2019, o di cui sia stata rilasciata una nuova versione dal 1° gennaio 2019, che includono offerte di vendita;
 - le pagine del sito web riservate ai "*Giochi in evidenza*" che includono offerte di vendita; e
 - le pagine del sito web che includono le offerte di vendita per tutti i nuovi giochi che saranno pubblicati da EA da settembre 2020 in poi.

Le informazioni fornite ai consumatori all'interno delle pagine del sito www.ea.com/it e quelle relative alle offerte di vendita di cui all'Impegno n. 2 lett. a), b) e c) saranno esposte con la stessa grandezza degli esempi della piattaforma Origin mostrati nell'Impegno n. 1 lett. a), b) e c).

Con riferimento all'Impegno n. 2, lett. b) si precisa che, una volta visualizzata la menzionata pagina di transizione, sarà possibile per l'utente, alternativamente, procedere al download del gioco, oppure non proseguire il processo di ottenimento del gioco stesso. In altri termini, la visualizzazione della menzionata pagina di transizione non determinerà automaticamente il download del gioco, il quale si avvierà solo cliccando su di un apposito comando inserito sulla stessa pagina di transizione.

Le misure a), b) e c) dell'Impegno n. 2 saranno implementate entro il 31 dicembre 2020.

IMPEGNO n. 3 – informazioni fornite ai consumatori relativamente al diritto di recesso ed alle limitazioni connesse alla fruizione dei contenuti digitali

Relativamente a questo aspetto, EA intende impegnarsi ad adottare le seguenti misure sulla piattaforma *Origin*:

- a) modificare le informazioni già fornite ai consumatori in ordine al diritto di recesso presenti nelle Condizioni generali di vendita e prima dell'acquisto al fine di indicare chiaramente il regime del recesso e le sue limitazioni, come da disposizioni di legge;

Nuova terminologia delle Condizioni generali di vendita – Esempio

Diritto di recesso: recesso e diritto al rimborso entro 14 giorni dalla data di acquisto.
Importante: Se scarichi il gioco entro 14 giorni dalla data di acquisto, perderai il tuo diritto di recesso. Se avrai diritto al rimborso, ti rimborseremo il costo del gioco entro 14 giorno dalla data di richiesta del rimborso. E' in ogni caso fatta salva la garanzia legale dell'utente. Clicca [qui](#) per richiedere il rimborso. Alternativamente, ti invitiamo a contattare la pagina [Aiuto EA](#). I giochi possono beneficiare delle condizioni di rimborso previste dalla Garanzia Grandi Giochi come mostrato nella pagina di Riepilogo dell'Ordine e nella e-mail di conferma d'acquisto.

Nuova terminologia della pagina "Richiesta di rimborso" – Esempio

Non sei soddisfatto del gioco? Puoi richiedere un rimborso attraverso questo modulo.

In aggiunta al diritto di recesso previsto dalla legge entro 14 giorni dall'acquisto qualora tu non abbia avviato il gioco, la Garanzia Grandi Giochi ti consente di restituire qualsiasi gioco EA** scaricato completamente (PC o Mac) e [titoli di terze parti partecipanti](#) acquistati su Origin per ottenerne il rimborso completo entro 24 ore dall'avvio del gioco ed entro 14 giorni dalla data di commercializzazione se hai prenotato il gioco e non l'hai avviato ancora.

Di conseguenza, puoi fare una richiesta di rimborso:

- entro 24 ore dopo il primo avvio del gioco;
- entro quattordici giorni da quando lo hai acquistato, se non hai avviato il gioco;
- entro quattordici giorni dalla data di commercializzazione se hai prenotato il gioco e non l'hai avviato ancora;

a seconda della circostanza che si verifica per prima.

Se acquisti un nuovo gioco EA nei primi 30 giorni dalla data di commercializzazione e non puoi giocarci per motivi tecnici dovuti a EA, puoi richiedere un rimborso entro 72 ore dal primo avvio del gioco. Invece di 24 ore.

Scopri maggiori informazioni sulla [Garanzia Grandi Giochi di Origin](#).

- b) inserire un *tool* sulla piattaforma *Origin* che permetta di annullare gli acquisti e ottenere il rimborso entro 24 dopo la prima esecuzione del gioco ed entro 14 giorni dal giorno dell'acquisto, se il cliente non ha avviato il gioco.

I nostri giochi hanno il nostro massimo supporto.
Se non ti piace, restituiscilo!

È possibile restituire i giochi completi EA acquistati e scaricati da Origin per ottenere un rimborso.

Garanzia Grandi Giochi

La prima volta che carichi un gioco, ti aspetti che sia una bomba, che valga ogni centesimo che l'hai pagato. Anche per noi è così. E benché non possiamo garantirti che non avrai mai un problemino (per quanto ci impegniamo), possiamo garantirti un rimedio se qualcosa va storto.

Se non ti piace, restituiscilo!

[Richiesta di rimborso](#)

Puoi riconsegnare i download completi di un gioco EA (PC o Mac) e di [titoli di terze parti partecipanti](#) acquistati su Origin e ottenerne il rimborso completo.

In aggiunta al [diritto di recesso](#) previsto dalla legge entro 14 giorni dall'acquisto qualora tu non abbia avviato il gioco, le richieste di rimborso possono essere effettuate entro 24 ore dal primo avvio del gioco, entro quattordici giorni dalla data di acquisto oppure entro quattordici giorni dalla data di commercializzazione del gioco se l'hai prenotato, a seconda della circostanza che si verifichi per prima. Inoltre, se acquisti un nuovo titolo EA entro 30 giorni dalla data di commercializzazione e non riesci a giocarci per ragioni tecniche dipendenti da EA, puoi richiedere un rimborso entro 72 ore dal primo avvio del gioco, invece di 24.

1. Visita la tua [Cronologia degli ordini](#) e seleziona il link Richiesta di rimborso accanto a qualsiasi prodotto che lo prevede*.
2. Completa e invia la [Richiesta di rimborso](#).
3. Riceverai una risposta entro 48 ore e il tuo rimborso entro 14 giorni.

Puoi anche contattarci ed inviare la tua richiesta di rimborso e recesso tramite la pagina [Aiuto EA](#).

Per altre informazioni, consulta la [politica della Garanzia Grandi Giochi](#).

La Garanzia Grandi Giochi va a integrare qualsiasi tuo diritto riguardo a restituzioni o rimborsi, compresi eventuali diritti al rimborso o altri rimedi previsti dal diritto applicabile.

* Le edizioni di alcuni giochi che includono una valuta virtuale non possono godere della Garanzia Grandi Giochi. La possibilità di beneficiare delle condizioni di rimborso previste dalla Garanzia Grandi Giochi è mostrata nella pagina di Riepilogo dell'Ordine e nella e-mail di conferma d'acquisto.

Questo impegno verrà implementato entro il 31 dicembre 2020.

IMPEGNO n. 4 – Inserire come impostazione predefinita per gli Account Adolescenti un limite di spesa pari a 0 Euro.

Per quanto riguarda i profili che i minori possono attualmente attivare sulla piattaforma Origin, con l'Account Bambino non è possibile accedere ad alcun contenuto online. Ne deriva che con l'account Bambino non è possibile partecipare alla modalità FUT del gioco FIFA e non è possibile procedere con alcun tipo di acquisto nella piattaforma Origin.

Gli Account per Adolescenti hanno invece un limite di spesa mensile predefinito di € 25, indipendentemente dal fatto che siano collegati o meno all'account del genitore. L'unico modo per modificare tali limiti è quello di collegare un Account Adolescente all'account del genitore.

Relativamente a tale funzionalità, EA si impegna ad abbassare sino alla soglia minima di 0 Euro il limite di spesa prestabilito per l'Account Adolescente il quale potrà essere modificato solo attraverso la scelta consapevole del genitore mediante il collegamento del proprio account a quello dell'Account Adolescente.

Tali misure verranno implementate, come detto, sulla piattaforma *Origin*, riguardando dunque tutti i videogiochi venduti da EA su tale piattaforma (non solamente quelli menzionati nel Provvedimento).

Questo impegno verrà implementato entro il 31 dicembre 2020.

IMPEGNO n. 5 - Informazioni fornite ai genitori su come creare un Account Bambino durante il processo di registrazione.

Con riferimento alle informazioni fornite ai genitori in relazione alle funzionalità del Parental Control all'interno della piattaforma Origin, EA si impegna a inserire un collegamento ipertestuale (cd. *hyperlink*) sulla pagina iniziale del processo di registrazione che identifica chiaramente le opzioni disponibili per i genitori al momento della creazione di un Account Bambino e rimanda immediatamente alla procedura e ai passaggi su come creare un Account Bambino con la dicitura "*Vuoi creare un account EA per tuo figlio?*"

L'impegno sarà attuato entro il 31 dicembre 2020.

Origin

ACCEDI CREA UN ACCOUNT

Crea il tuo account EA

Paese/Regione

Italia

Data di nascita

Giorno Mese Anno

Accetto l'[Accordo con l'utente](#) e sono consapevole dell'applicazione della [Politica sulla privacy e sui cookie](#) di EA.

Avanti

[Vuoi creare un account EA per tuo figlio?](#)

EA Origin Origin fa parte di EA Network.

IMPEGNO n. 6 - Informare i fornitori di piattaforme sugli impegni proposti all'Autorità per il mercato italiano.

Per quanto riguarda gli impegni di trasparenza proposti nei confronti dell'Autorità, EA si impegna inoltre a comunicare ai fornitori di piattaforme (es. Sony, Microsoft e Nintendo) le misure che saranno implementate all'interno della piattaforma Origin e ad inviare all'Autorità la prova dell'avvenuta comunicazione.

L'impegno sarà attuato entro il 31 dicembre 2020.

Gli impegni sopra descritti saranno attuati entro il 31 dicembre 2020, nell'ambito di un processo di rifacimento della grafica (il cd. *rebranding*) della piattaforma Origin (con le eccezioni sopra descritte per l'Impegno n. 1 lett. d).

Gli impegni relativi alla piattaforma Origin (con le eccezioni sopra descritte per l'Impegno n. 2 che è riferito al sito web informativo www.ea.com/it) riguarderanno tutti i videogiochi venduti da EA su tale piattaforma (non solo quelli menzionati nel Provvedimento).

PS11740 - FINANZA E PREVIDENZA-VIDEO INVESTIMENTI

Provvedimento n. 28369

L' AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 settembre 2020;

SENTITO il Relatore, Dottoressa Gabriella Muscolo;

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

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

VISTO il proprio provvedimento dell'8 aprile 2020, con il quale è stata deliberata la non adozione della misura cautelare, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo;

VISTA la comunicazione del 29 aprile 2020 con la quale Finanza e Previdenza S.r.l. ha presentato impegni ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento;

VISTI l'art. 103 del d.l. n. 18/2020 e l'art. 37 del d.l. n. 23/2020, che dispongono una sospensione *ex lege* dei termini procedurali, per effetto della quale il termine di conclusione del presente procedimento è stato posticipato al 7 ottobre 2020;

VISTA la “*Comunicazione sull'interpretazione dell'articolo 103 del decreto legge 17 marzo 2020, n. 18, così come modificato dall'articolo 37 del decreto legge 8 aprile 2020, n. 23*”, approvata dal Collegio dell' Autorità nelle sedute del 1° aprile e del 10 aprile 2020;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Finanza e Previdenza S.r.l. (di seguito anche “*Professionista*” o “*Società*”), con sede legale in Imola (Bologna), è una società attiva nel settore della consulenza assicurativa.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento concerne la pratica commerciale adottata dal Professionista, consistente nel prospettare, tramite espressioni enfatiche, nel video diffuso sulla piattaforma Youtube dal 26 marzo 2020 al 3 aprile 2020, il fatto che gli investimenti finanziari che è in grado di proporre, effettuati in un periodo caratterizzato da forte instabilità finanziaria e prezzi bassi legati all'emergenza sanitaria da Covid-19, siano sicuri e redditizi, in possibile violazione degli artt. 20 e 21 del Codice del Consumo. La condotta descritta, come ipotizzato in avvio di istruttoria, potrebbe indurre i consumatori a ritenere erroneamente che gli investimenti prospettati siano in grado di generare sicuri e particolarmente elevati risultati positivi, quando invece, nel contesto emergenziale, non vi è alcuna garanzia sulla realizzazione e sulla consistenza di tali rendimenti, potendo quindi essa indurre i consumatori ad assumere decisioni commerciali che altrimenti non prenderebbero.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

3. In seguito alla segnalazione di un consumatore pervenuta in data 27 marzo 2020, in data 3 aprile 2020 è stato comunicato l'avvio del procedimento istruttorio PS11740 alla Società Finanza e Previdenza S.r.l., per possibile violazione degli artt. 20 e 21 del Codice del Consumo, con contestuale avvio del subprocedimento cautelare¹.

4. Con la comunicazione di avvio dell'istruttoria, al fine di acquisire elementi conoscitivi utili alla valutazione della pratica commerciale in esame, è stato chiesto al Professionista, ai sensi dell'articolo 27, commi 3 e 4, del Codice del Consumo e dell'articolo 12, comma 1, del Regolamento, di fornire informazioni corredate da documentazione circa gli investimenti proposti e i rendimenti ottenuti nel periodo in rilievo.

5. In data 7 aprile 2020, il Professionista ha inviato comunicazione relativa alla cessazione della diffusione del messaggio suddetto.

6. In data 8 aprile 2020, in considerazione della rimozione del video dalla piattaforma Youtube, visto anche che lo stesso messaggio non risultava diffuso altrimenti sulla rete *internet*, l'Autorità ha deliberato la non adozione della misura cautelare in relazione al comportamento del Professionista.

7. In data 29 aprile 2020, il Professionista ha fornito le informazioni e la documentazione richieste nella comunicazione di avvio del procedimento, successivamente integrate con comunicazione pervenuta in data 19 maggio 2020.

8. In pari data, il Professionista ha presentato, altresì, impegni ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento, finalizzati a rimuovere i profili di scorrettezza della pratica commerciale contestata.

9. In data 12 giugno 2020, è stata comunicata al Professionista la data di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento.

10. In data 2 luglio 2020, sono stati richiesti i pareri all'Istituto per la vigilanza sulle assicurazioni (di seguito IVASS), in quanto la condotta in rilievo è stata posta in essere da un operatore attivo nell'intermediazione di prodotti assicurativi, ai sensi dell'art. 27, comma 1-*bis*, del Codice del Consumo, e all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (di seguito anche AGCOM), in quanto la condotta è stata posta in essere tramite la diffusione di un video sulla rete *internet*, ai sensi dell'art. 16, commi 3 e 4, del Regolamento.

11. In data 28 luglio 2020, è pervenuto il parere dell'AGCOM.

12. In data 3 agosto 2020, è pervenuto il parere dell'IVASS.

2) *Gli elementi acquisiti*

13. Dagli elementi raccolti nel corso dell'istruttoria risulta che la società Finanza e Previdenza S.r.l. opera tramite la sede centrale sita in Imola ed è attiva nell'attività di intermediazione assicurativa, come agente plurimandatario iscritto alla sezione A del Registro RUI gestito da IVASS, e tramite sedi secondarie, tra cui quella di Ancona, i cui dipendenti sono iscritti alla sezione E del RUI (subagenti).

¹ Doc. 2.

14. Il video del Professionista intitolato “Finanza e Previdenza Smart.Working Agenzia di Ancona”, oggetto del procedimento, è visibile sulla piattaforma Youtube ed ha ad oggetto la promozione della propria attività professionale. In tale video, della durata di 2 minuti e 37 secondi, i consulenti pubblicizzano, con toni incalzanti, i diversi servizi assicurativi e finanziari forniti, per “tranquillizzare” e “proteggere” i clienti, nonché “tutelare i risparmi” attraverso redditi investimenti, mentre i clienti restano a casa nel periodo di emergenza sanitaria.

15. Le informazioni fornite ai consumatori che potrebbero indurli a ricorrere ai servizi promossi dal video al fine di proteggere e incrementare i propri risparmi sono:

- in apertura il primo consulente afferma: “Noi restiamo a casa ma continuiamo a proteggere e tutelare quello che hai costruito con tanto amore [...] i tuoi risparmi. Per questo siamo sempre pronti per ogni chiarimento [...] per studiare con te le strategie di investimento più efficaci [...] e per scegliere con te i prodotti assicurativi più innovativi che ti aiutino a tutelare, proteggere e incrementare i tuoi investimenti. Noi siamo qui perché ti vogliamo assicurare che questa fase di instabilità rappresenta una stupenda opportunità di incrementare i tuoi investimenti”;

- di seguito, il secondo consulente precisa quanto affermato dal primo: “Devi sapere che le oscillazioni finanziarie di questo periodo ti permettono di acquistare a prezzi eccezionalmente bassi per poi restituirti i rendimenti al di sopra della norma. Sono delle vere opportunità che raramente il mercato ci regala”;

- la conclusione del secondo consulente è: “questi fenomeni di instabilità vanno colti, affidandoti a noi che con razionalità gestiremo gli investimenti aiutandoti a cavalcare l’onda. Siamo qui per tranquillizzarti e farti vivere con serenità queste giornate”.

16. Dalle risultanze istruttorie è emerso che la Società, in seguito alla comunicazione di avvio del procedimento del 3 aprile 2020, ha proceduto alla rimozione immediata del messaggio dalla piattaforma YouTube; non risultavano in diffusione altri messaggi con analogo contenuto sulla rete internet.

17. Le evidenze mostrano che il messaggio in esame ha avuto una marginale diffusione, in quanto risulta esser stato visualizzato, su detta piattaforma, dal 26 marzo 2020 alla sera del 3 aprile 2020 da 99 spettatori per 182 volte.

18. Inoltre, dalla documentazione emerge che i consulenti della sede secondaria di Ancona, cui il messaggio fa riferimento, nel suindicato periodo di diffusione, non hanno stipulato alcun contratto assicurativo con componente finanziaria (cd. ramo III Vita che presenta accanto alla funzione di protezione in caso di decesso dell’assicurato anche finalità di protezione del risparmio e investimento) e che, nel periodo successivo fino al 16 aprile 2020, hanno stipulato un unico contratto con tali caratteristiche con un soggetto, già cliente di Finanza e Previdenza S.r.l. dal 2017.

3) Gli impegni del Professionista

19. Gli impegni presentati da Finanza e Previdenza S.r.l. in data 29 aprile 2020, ai sensi dell’articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell’articolo 9 del Regolamento, prevedono l’adozione delle seguenti misure, alcune delle quali già realizzate da parte del Professionista².

20. Finanza e Previdenza S.r.l. ha rimosso il video dalla piattaforma Youtube in data 3 aprile 2020.

² Doc. 7.

21. Finanza e Previdenza S.r.l. in data 8 aprile 2020, ha contestato formalmente ai dipendenti che hanno realizzato il video l'avvio di un procedimento disciplinare.
22. Finanza e Previdenza S.r.l. ha proceduto a redigere un documento interno, denominato *Social Media Policy*, indirizzato ai dipendenti e collaboratori, contenente nuove linee guida relativamente all'uso dei canali *social* e del *web* in cui si prevede che i dipendenti e i collaboratori non possono aprire *blog*, pagine *web* o altri canali utilizzando la denominazione "Finanza e Previdenza S.r.l." o che trattino argomenti riferiti all'attività assicurativa svolta dalla Società; tale documento è stato inviato ai destinatari il 17 aprile 2020.
23. Finanza e Previdenza S.r.l. si è impegnata a rafforzare i compiti di controllo, vigilanza e prevenzione tramite le seguenti misure:
- attribuzione all'Ufficio *Marketing* del monitoraggio permanente dei siti e degli *account* su *internet* per verificare la pubblicazione da parte di soggetti estranei alla Società di messaggi non conformi alla normativa vigente, a partire dal 2 maggio 2020;
 - svolgimento da parte dell'Amministratore Delegato di visite periodiche, avviate il 15 maggio 2020, presso le diverse sedi secondarie per la verifica dell'osservanza delle indicazioni fornite con il documento interno *Social Media Policy*;
 - programmazione di incontri formativi gratuiti tenuti da legali e altri professionisti del settore nel triennio 2020-2022, svolti durante l'orario lavorativo presso la sede centrale e le sedi secondarie, volti a sensibilizzare i dipendenti e collaboratori al rispetto delle normative anche con riferimento all'utilizzo del *web* per la promozione dell'attività professionale.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

24. Poiché la pratica oggetto del presente provvedimento è stata posta in essere tramite la diffusione di un video sulla rete internet è stato richiesto il parere all'AGCOM, ai sensi dell'art. 16, commi 3 e 4, del Regolamento.
25. Con parere pervenuto in data 28 luglio 2020, la suddetta Autorità ha ritenuto che il mezzo internet sia uno strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale in questione³.

V. PARERE DELL'ISTITUTO PER LA VIGILANZA SULLE ASSICURAZIONI

26. Poiché la pratica oggetto del presente provvedimento è stata posta in essere da un operatore attivo nell'intermediazione di prodotti assicurativi, in data 2 luglio 2020 è stato richiesto il parere all'Istituto per la vigilanza sulle assicurazioni (IVASS), ai sensi dell'articolo 27, comma 1-*bis*, del Codice del Consumo.
27. Con parere pervenuto in data 3 agosto 2020, il suddetto Istituto ha comunicato che, per quanto di competenza, non ha osservazioni da formulare⁴.

³ Doc. 12.

⁴ Doc. 13.

VI. VALUTAZIONI DEGLI IMPEGNI

28. L'Autorità ritiene che gli impegni proposti dal Professionista siano idonei a sanare i possibili profili di illegittimità della pratica commerciale contestata nella comunicazione di avvio del procedimento del 3 aprile 2020. In particolare, l'Autorità rileva come le misure prospettate ed in parte già attuate, siano connotate da caratteristiche tali da conferire loro concretezza ed efficacia nella tutela dei consumatori.

29. Tali misure risultano, nella prospettiva di tutela dei consumatori, idonee a eliminare, in via permanente e strutturale, potenziali comportamenti sia a livello centrale che nelle sedi secondarie del Professionista, volti a danneggiare i consumatori sotto il profilo contestato, relativo alla prospettazione di interventi finanziari in grado di generare sicuri e particolarmente elevati risultati positivi specialmente nell'attuale contesto emergenziale.

30. In tale ottica, l'impegno, volto a vietare forme di pubblicità tramite *blog* o altre pagine *web* che trattino di elementi finanziari a nome della Società, è in grado di bloccare l'adozione di condotte analoghe nel futuro da parte dei dipendenti tramite i canali *social*.

31. Inoltre, la nuova rafforzata *policy* aziendale, comunicata a tutto il personale, le neo-istituite funzioni di controllo e verifica dell'Amministratore Delegato presso le sedi secondarie, la centralizzazione presso l'Ufficio *Marketing* del compito di monitoraggio permanente degli *account* su *internet*, unitamente ai programmi di formazione per il periodo di tre anni, costituiscono, complessivamente considerate, misure idonee a garantire, in modo strutturato, un controllo e forme di prevenzione efficaci tali da impedire la diffusione di messaggi idonei a fuorviare i consumatori tramite la prospettazione non veritiera di sicuri risultati positivi.

32. In definitiva, le misure oggetto degli impegni risultano orientate ad offrire adeguata tutela nei confronti dei consumatori nella prospettazione dei servizi e prodotti offerti da parte del Professionista.

33. Alla luce delle suesposte considerazioni, si ritiene che gli impegni presentati dal Professionista soddisfino i requisiti previsti dall'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo.

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati da Finanza e Previdenza 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 di Finanza e Previdenza S.r.l.;

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

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti della società Finanza e Previdenza 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 proposti dalla stessa Società in data 29 aprile 2020, come descritti nel formulario allegato al presente provvedimento;

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

c) che la società Finanza e Previdenza S.r.l., entro sessanta giorni dalla data di notifica della presente delibera, informi l'Autorità dell'avvenuta attuazione degli impegni.

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

- a) il Professionista non dia attuazione agli impegni;
- b) la situazione di fatto si modifichi rispetto ad uno o più elementi su cui si fonda la decisione;
- c) la decisione di accettazione di impegni si fondi su informazioni trasmesse dalla Parte 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 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

PS11742 - SOLUZIONE DEBITO-VARIE CONDOTTE

Provvedimento n. 28370

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 settembre 2020;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

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

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

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Soluzionedebito S.r.l.s. (di seguito anche Soluzionedebito, Parte, Società o Professionista), con sede legale a Roma, in qualità di professionista ai sensi dell'art. 18 lett. *b*) del Codice del Consumo. La Società è attiva sul territorio nazionale ed offre servizi di consulenza ed intermediazione nel settore della risoluzione di situazioni debitorie controverse.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il provvedimento concerne la promozione dei servizi a pagamento di consulenza ed intermediazione offerti ai consumatori debitori da Soluzionedebito .

3. L'attività svolta dal Professionista viene presentata sul sito con modalità tali da far ritenere ai consumatori che sia sempre possibile, per i debitori che si avvalgono dell'attività di consulenza e intermediazione della Società, estinguere o ristrutturare i propri debiti e, sostanzialmente, concludere transazioni positive nei confronti dei loro creditori, in assenza di specifiche indicazioni sui limiti e sull'incertezza degli esiti dell'azione svolta, nonché di indicazione dei costi richiesti in modo da porre il consumatore nella condizione di poter effettuare una scelta pienamente consapevole¹.

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

4. In relazione alla condotta sopra descritta in data 7 aprile 2020 è stato comunicato a Soluzionedebito S.r.l.s. l'avvio del procedimento istruttorio n. PS11742 per possibile violazione degli artt. 20, 21 c. 1 lett. *b*) e *c*) e 22 c. 1 del Codice del Consumo².

¹ Cfr. Docc. NN. 1 e 2.

² Cfr. Doc. N. 3.

5. In data 7 luglio 2020 sono stati eseguiti rilievi d'ufficio sul sito aziendale del Professionista e acquisite agli atti del procedimento le relative pagine web³, a integrazione dei rilievi effettuati in data 3 aprile 2020⁴.

6. In data 19 giugno 2020 è stato richiesto al Professionista, ai sensi dell'articolo 27, comma 5 del Codice del Consumo e dell'articolo 15 del Regolamento, di fornire prove sull'esattezza materiale dei dati di fatto connessi alla pratica commerciale oggetto di istruttoria⁵, richiesta a cui il Professionista non ha dato riscontro.

7. In data 15 luglio 2020 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento⁶.

8. In data 20 agosto 2020 ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 27 comma 6 del Codice del Consumo è stata inoltrata richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni⁷. Il parere dell'Autorità di settore è pervenuto in data 11 settembre 2020⁸.

2. *Le evidenze acquisite*

9. In relazione alla condotta oggetto del procedimento, è pervenuta una segnalazione dell'Associazione Emergenza Debiti, inoltrata tramite la Guardia di Finanza in data 17 febbraio 2020⁹. In essa viene denunciata la presenza, sul sito *web* della Società, di informazioni idonee a confondere e alterare l'opinione della potenziale clientela – costituita da persone in sofferenza debitoria – circa le attività di consulenza svolte da Soluzionedebito e le possibilità di risoluzione delle posizioni dei debitori.

10. Nello specifico, l'attività svolta dalla Società viene presentata sul sito, facendo ritenere ai consumatori che Soluzionedebito sia in grado di risolvere, in ogni caso, la loro situazione debitoria, sostenendo sin dalla *homepage* che, attraverso la consulenza della Società, sia possibile ridurre il debito e recuperare "*ingenti somme sugli interessi ingiustamente pagati*"¹⁰, soprattutto attraverso il ricorso allo strumento efficace e garantito del "*saldo e stralcio*" per realizzare in via bonaria il rientro del debito¹¹.

11. Vengono enfatizzati, senza alcun riferimento ai costi, la natura e i risultati dei servizi di consulenza offerti da Soluzionedebito ai debitori, ai protestati e ai cattivi pagatori, ovvero a coloro che, versando in particolari condizioni di difficoltà economiche e/o finanziarie, non sono in grado di estinguere i propri debiti nei confronti dei loro creditori. Si tratta di servizi di consulenza per la ristrutturazione dei debiti, per la conclusione di transazioni con i creditori, per la cancellazione dalle banche dati dei cattivi pagatori e dei soggetti protestati.

³ Cfr. Doc. N. 6.

⁴ Cfr. Doc. N. 2.

⁵ Cfr. Doc. N. 5.

⁶ Cfr. Doc. N. 7.

⁷ Cfr. Doc. N. 8.

⁸ Cfr. Doc. N. 9.

⁹ Cfr. Doc. N. 1 allegati all'annesso A.

¹⁰ Cfr. Docc. NN 2 e 6. Nella *homepage* del sito *web* www.zerodebitigroup.com si legge: "*Riduci il debito. Recupera ingenti somme sugli interessi ingiustamente pagati*".

¹¹ *Ibidem*.

12. Nella pagina di atterraggio del link “Riduci il debito” presente sulla *homepage* si legge: “*Nel caso di posizioni in contenzioso o a sofferenza, uno strumento efficace che permette di chiudere un debito con una somma inferiore rispetto all’importo complessivo è il “Il saldo e stralcio”, ossia una transazione attraverso la quale le parti interessate risolvono in via bonaria il rientro del debito in modo da ottenere da una parte, una riduzione percentuale delle somme residue che il debitore deve corrispondere alla banca o alla società finanziaria, e dall’altra, riuscire a soddisfare le richieste del creditore che accetta dunque di rinunciare ad eventuali procedure esecutive nei confronti del debitore.[...]La chiusura a saldo e stralcio dei debiti è una procedura molto complessa; sono indispensabili esperienza e “potere di negoziazione”, bisogna conoscere le disposizioni di legge in materia e le giuste strategie da seguire*”¹².

13. Come risulta dalla documentazione in atti, nelle pagine di atterraggio dei link “Prestiti a cattivi pagatori” e “Cancellazione protesti” presenti sulla *homepage*, si legge che Soluzionedebito è in grado di ottenere la cancellazione dalla lista dei nominativi dei debitori e una loro completa riabilitazione, “*obbligando IN FORZA DI LEGGE qualunque banca dati a cancellare il protesto od i protesti di assegni e cambiali da qualunque archivio*”¹³.

14. Risultano, inoltre, assenti informazioni quali:

- una descrizione dettagliata di ciascuna attività che può essere fornita in merito alle specifiche situazioni debitorie;
- le condizioni economiche per ciascuna prestazione;
- le ulteriori spese da sostenere (amministrative e non), oltre al compenso dovuto alla Società;
- indicazioni sulle specifiche condizioni preliminari dei potenziali clienti, necessarie per consentire alla Società di intraprendere le azioni utili al raggiungimento di una soluzione positiva per le situazioni debitorie dei consumatori, e sul fatto che il risultato di tali azioni dipende, in ogni caso, dalla disponibilità della controparte creditrice.

15. Il Professionista non ha fornito alcun riscontro alla richiesta di informazioni formulata contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento.

16. Ritenendo dunque necessario richiedere a Soluzionedebito, ai sensi dell'art. 27, comma 5, del Codice del Consumo, di dimostrare l'esattezza dei dati di fatto connessi alla pratica commerciale in

¹² Cfr. Doc. N. 6

¹³ *Ibidem*. Nella pagina di atterraggio del link “Prestiti a cattivi pagatori” presente sulla *homepage* del sito web www.zerodebitigroup.com si legge: “[...] riteniamo che tornare a concedere prestiti a cattivi pagatori, per quanto non esente da rischi, sia un modo per restituire un’iniezione di coraggio e di fiducia alla piccola economia nel nostro Paese. Naturalmente, aiutando chi è in difficoltà a essere in regola e a gestire il proprio debito. Una possibilità perché ciò accada è offerta dalla cancellazione dello status di cattivo pagatore in tempi brevi, che l’agenzia Cancellazione Crif permette di ottenere. **La cancellazione dal registro** - che non è da intendersi come una blacklist, una lista nera, ma piuttosto come uno strumento che le banche e istituti di credito hanno per difendere il credito di tutti i clienti che si affidano a loro - **permette, infatti, una completa riabilitazione [...]** Mettersi in una posizione di mediazione tra gli istituti di credito e le banche e chi è in difficoltà **permette di sbloccare diverse situazioni che, con un piccolo aiuto soprattutto nella gestione dei debiti, possono rimettersi sulla giusta careggiata**”.

Nella pagina di atterraggio del link “Cancellazione protesti” presente sulla *homepage* del sito web www.zerodebitigroup.com si legge: “**La soluzione definitiva si chiama Riabilitazione protesti del Tribunale** (anche in assenza del titolo originale dopo 12 mesi) garantisce la cancellazione del protesto in base alle Lgs. 108/96 e 235/2000, quindi in base all’art. 17 c.6/bis “l’assegno protestato in seguito alla riabilitazione protesti è come se non fosse mai avvenuto” **obbligando così IN FORZA DI LEGGE qualunque banca dati a cancellare il protesto od i protesti di assegni e cambiali da qualunque archivio. Nei casi di blocco CAI invece esiste una procedura legale che in 30 gg sblocca la segnalazione in Banca d’Italia indipendentemente dalla cancellazione protesti**”.

esame, il Professionista è stato invitato a produrre idonea documentazione volta a dimostrare la specifica attività di intermediazione e consulenza offerta dal mese di luglio 2018 ad oggi ai consumatori debitori. In particolare, è stato richiesto alla Società di fornire il prospetto delle tariffe per ciascuna specifica attività e/o servizio offerto, indicando le somme effettivamente incassate nel medesimo periodo e gli elementi per comprovare l'esito positivo dei servizi pubblicizzati sul sito¹⁴.

17. Il Professionista non ha dato riscontro all'onere della prova di cui al punto precedente, né ha fornito o inviato durante l'iter procedimentale alcuna informazione, memoria o documentazione in merito alla condotta contestata.

18. Tenendo conto delle evidenze acquisite agli atti attraverso le segnalazioni e le rilevazioni d'ufficio, è stato possibile rilevare che la condotta è stata posta in essere almeno a partire dal mese di luglio 2018¹⁵, risultando ancora in corso¹⁶.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

19. In data 20 agosto 2020¹⁷ è stata inoltrata richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo poiché la condotta oggetto del presente provvedimento è stata attuata tramite Internet.

20. In data 11 settembre 2020 è pervenuto il parere¹⁸ della suddetta Autorità che, nella formulazione dello stesso, ha evidenziato che *“Internet è una rete di comunicazione globale, in grado di offrire velocemente all'utente una vasta sequenza di potenziali informazioni atte a influenzarne il comportamento. [...] Nel 2019 il 67,9% della popolazione con età pari o superiore a 6 anni ha utilizzato quotidianamente Internet e [...] il 57,2% degli utenti di 14 anni e più ha acquistato on line [...]”,* stimando *“in oltre 20 milioni le persone che hanno effettuato acquisti online, con una crescita del 9% su base annua. [...] Il mezzo di comunicazione utilizzato risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che sulla base delle informazioni contenute nel sito del professionista potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità promozionale della comunicazione on line”*.

21. Pertanto, considerando che la condotta è stata posta in essere su web, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ritiene che *“nel caso di specie il mezzo Internet sia uno strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale rispetto alla quale è richiesto parere a questa Autorità”*¹⁹.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

22. Il procedimento concerne la condotta posta in essere da Soluzionedebito e relativa alla promozione, tramite *internet*, dei servizi a pagamento di consulenza ed intermediazione dalla stessa

¹⁴ Cfr. Doc. N. 5.

¹⁵ Cfr. Doc. N. 1, Annesso A, allegato 1°, Segnalazione dell'Associazione Emergenza Debiti dell'11 luglio 2018.

¹⁶ Cfr. Doc. N. 6.

¹⁷ Cfr. Doc. N. 8.

¹⁸ Cfr. Doc. N.9.

¹⁹ *Ibidem*.

offerti ai consumatori debitori per risolvere positivamente le loro situazioni debitorie nei confronti dei creditori e le conseguenze ad esse connesse.

23. L'attività istruttoria ha consentito di accertare che, nell'ambito di tale attività promozionale via *web*, vengono omesse e/o fornite informazioni parziali o palesemente non veritiere che inducono o sono idonee ad indurre il consumatore debitore, che si trova peraltro in una particolare condizione di difficoltà economica e di fragilità emotiva, ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbe assunto.

24. Infatti, dalle evidenze agli atti risulta che il Professionista ha posto particolare enfasi sull'efficacia delle prestazioni offerte, inducendo in tal modo i consumatori ad avvalersi della consulenza e dell'intermediazione di Soluzionedebito, al fine di poter risolvere le proprie particolari situazioni debitorie ed evitare le conseguenze ad esse connesse nonché a corrispondere alla Società gli importi richiesti e non indicati sul sito per la prestazione di tali servizi che, diversamente da quanto affermato non possono, in realtà, essere sempre garantiti data l'incertezza derivante dalla specifica situazione debitoria, la complessità delle procedure coinvolte e, in ogni caso, la disponibilità del creditore.

25. Innanzitutto, nella *homepage* del sito della Società non viene immediatamente evidenziata la necessità che la formulazione di proposte risolutive richiede preliminarmente un'attenta valutazione della condizione di sofferenza debitoria di ciascun soggetto. Un riferimento a tale circostanza è inserito solo all'interno della pagina relativa alla riduzione del debito. Al consumatore debitore viene in questa sede comunicata l'impossibilità di stabilire "regole" e di determinare in anticipo la percentuale di abbattimento delle somme dovute che la Società riuscirà ad ottenere dal creditore in quanto "ciascuna situazione è diversa", ma certamente non viene messa in dubbio l'eventualità di ottenerne una riduzione.

26. I messaggi pubblicitari presenti sul sito del professionista, quali ad esempio "*riduci il debito*", tendono a far credere ai consumatori inadempienti che, attraverso l'intermediazione della Società, la riduzione del debito sia una certezza e non una mera eventualità dipendente dalla specifica situazione debitoria di ciascun soggetto e dalla volontà del creditore, così come esista con sicurezza la possibilità di ottenere la concessione di ulteriori prestiti, anche se i consumatori fossero classificati come "cattivi pagatori". Non viene specificato che tale circostanza si potrebbe verificare solo con l'assenso del prestatore, offrendo particolari garanzie e/o secondo determinate modalità (cessione del quinto, delega di pagamento, garanzia di un terzo coobbligato).

27. Inoltre, anche il conseguimento del "*saldo e stralcio*" del proprio debito, così come la "*cancellazione dei protesti dalle specifiche banche dati*", diversamente da come vengono prospettate sul sito, non sono operazioni garantite, per le quali basterebbero "*esperienza e potere di negoziazione*", oltre alla conoscenza delle "*disposizioni di legge in materia e [del]le giuste strategie da seguire*", competenze e conoscenze che la Società sarebbe in grado di offrire. Ciò anche alla luce della normativa di settore, e precisamente dell'art. 17 della legge n. 108 del 1996 sulla cancellazione dal Registro dei Protesti e degli artt. 6-20 della legge n. 3 del 2012 relativi al procedimento per la composizione delle crisi da sovraindebitamento, che prevedono procedure lunghe e complesse con l'intervento di soggetti terzi rispetto al debitore e al creditore.

28. In generale, i risultati enfaticamente promossi dal Professionista risultano astratti e condizionati da diversi fattori mentre, invece, il consumatore viene indotto a credere siano di facile e immediato conseguimento.

- 29.** Soluzionedebito tende ad evidenziare, tra l'altro, che la banca o la società finanziaria, con cui è stato contratto il debito, preferiscono ottenere "subito" il rientro di una parte del debito piuttosto che "intraprendere una lunga e incerta pratica giudiziale di recupero del credito con il rischio di non riavere indietro né l'intero capitale concesso a titolo di finanziamento né le spese e gli interessi".
- 30.** Appare evidente che informazioni di questo genere non possono che ingenerare nel consumatore debitore la convinzione circa l'esito positivo delle iniziative intraprese da Soluzionedebito per suo conto.
- 31.** E' indubbio anche che espressioni quali "recupero di ingenti somme sugli interessi ingiustamente pagati"²⁰, "potere di negoziazione" che la Società riconosce a se stessa, capacità di "obbligare in forza di legge qualunque banca dati a cancellare il protesto di assegni e cambiali", utilizzate sul sito, possano facilmente indurre soggetti esposti ad una situazione di sofferenza debitoria e in uno stato di forte fragilità emotiva ad assumere la decisione di farsi assistere dai consulenti di Soluzionedebito, data anche l'assenza di elementi necessari per ponderare adeguatamente tale decisione.
- 32.** Infatti, vengono evidenziate soltanto le supposte capacità e competenze della Società in merito alla composizione di controversie debitorie e le conseguenze a esse connesse, ma vengono al contempo anche omesse informazioni importanti: la descrizione dettagliata sulle attività che possono essere fornite in merito alle specifiche situazioni debitorie; il compenso richiesto dalla Società per le prestazioni offerte, anche in forma percentuale rispetto al debito, e le ulteriori spese da sostenere (amministrative e non).
- 33.** Tali informazioni sono fondamentali per il consumatore debitore al fine di consentirgli di valutare adeguatamente l'impegno che la Società assume rispetto alla sua specifica situazione, le effettive garanzie che essa può offrire al debitore, la congruità tra prestazione offerta e costo richiesto e gli ulteriori oneri economici necessari, in modo che la sua decisione sia consapevole in merito al reale vantaggio economico della consulenza offerta.
- 34.** Il Professionista, infine, non ha fornito alcun riscontro all'onere della prova, né ha inviato, durante l'attività istruttoria, documentazione che provasse l'efficacia della sua azione e i risultati che è in grado di ottenere. Pertanto, i presupposti di fatto alla base delle sue affermazioni riportate sul sito devono considerarsi non conformi alle affermazioni stesse.
- 35.** In conclusione, la condotta posta in essere da Soluzionedebito relativamente alla promozione delle attività offerte, così come presentata sul sito web www.zerodebitigroup.com, tenendo conto anche del particolare *target* di consumatori a cui è rivolta, consiste nella diffusione di informazioni non rispondenti al vero in merito alla composizione positiva delle controversie debitorie, nonché nell'omissione di tutte quelle informazioni economiche e tecniche necessarie ai consumatori debitori per far loro assumere una decisione consapevole.
- 36.** La Società Soluzionedebito non ha, dunque, riservato la necessaria attenzione alla qualità, completezza e correttezza dell'informazione presentata sul proprio sito in merito ai servizi che essa effettivamente offre e garantisce ai consumatori.

²⁰ Cfr. Docc. NN 2 e 6. Nella *home page* del sito web www.zerodebitigroup.com si legge: "Riduci il debito. Recupera ingenti somme sugli interessi ingiustamente pagati".

37. Tale condotta integra, pertanto, una violazione degli artt. 21 c. 1 lett. *b)* e *c)* e 22 c. 1 del Codice del consumo, in quanto idonea ad indurre in errore il consumatore medio e a fargli assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso.

V. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

38. Ai sensi dell'art. 27, comma 9, con il provvedimento che vieta le pratiche poste in essere in violazione degli artt. 20 e ss. del Codice del Consumo, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

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

40. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto, nella fattispecie in esame, del profilo di ingannevolezza che ha contraddistinto la fase promozionale dell'attività di Soluzionedebito, basato sull'omissione di informazioni inerenti alle prestazioni e ai relativi costi richiesti per esse ed anche sulla comunicazione di informazioni non veritiere relative all'esito certamente positivo delle azioni da essa intraprese.

41. Si tiene conto, inoltre, della modesta dimensione economica del professionista, considerando i ricavi di Soluzionedebito al 31 dicembre 2017, pari a 65.530 euro²¹.

42. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la condotta sia stata posta in essere almeno a partire dal mese di luglio 2018²², risultando ancora in corso²³.

43. Sulla base degli elementi suesposti, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Soluzionedebito nella misura di 10.000 € (diecimila euro).

RITENUTO, pertanto, in conformità del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e sulla base e nei limiti delle considerazioni suesposte, che la condotta descritta al par. II integra una violazione degli artt. 21 c. 1 lett. *b)* e *c)* e 22 c. 1 del Codice del Consumo per l'ingannevolezza delle informazioni e le omissioni relative alla promozione dei servizi a pagamento di consulenza ed intermediazione offerti ai consumatori debitori;

DELIBERA

a) che la condotta descritta al par. II del presente provvedimento, posta in essere da Soluzionedebito S.r.l.s., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una violazione degli artt. 21 c. 1 lett. *b)* e *c)* e 22 c. 1 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o reiterazione;

²¹ Cfr. Bilancio d'esercizio di Soluzionedebito S.r.l.s. al 31 dicembre 2017.

²² Cfr. Doc. N. 1, Annesso A, allegato 1°, Segnalazione dell'Associazione Emergenza Debiti dell'11 luglio 2018.

²³ Cfr. Doc. N. 6.

- b) di irrogare alla società Soluzionedebito S.r.l.s. una sanzione amministrativa pecuniaria di 10.000 € (diecimila);
- c) che il professionista comunichi all'Autorità, entro il termine di sessanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui al punto a).

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

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

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

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio di copia del modello attestante il versamento effettuato.

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Filippo Arena

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

VARIE

MODIFICHE AL REGOLAMENTO ATTUATIVO IN MATERIA DI RATING DI LEGALITA'

Provvedimento n. 28361

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 luglio 2020;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'art. 5-ter del decreto-legge 24 gennaio 2012, n.1, così come modificato dall'art. 1, comma 1-quinquies, del decreto-legge 24 marzo 2012, n. 29, convertito, con modificazioni, dalla legge 18 maggio 2012, n. 62;

VISTO il proprio regolamento attuativo in materia di *rating* di legalità adottato con delibera del 14 novembre 2012, n. 24075;

VISTE le proprie delibere 5 giugno 2014, n. 24953, 24 settembre 2014, n. 25121, 4 dicembre 2014, n. 25207, 13 luglio 2016, n. 26166, e 15 maggio 2018, n. 27165, con le quali si è ritenuto di modificare il Regolamento per assicurare una sempre maggior efficacia del controllo che l'Autorità è chiamata ad esercitare in sede di rilascio del *rating*;

VISTA la propria delibera del 20 dicembre 2019 con la quale si è ritenuto di procedere ad alcune modifiche del Regolamento volte alla valorizzazione della natura premiale dell'istituto, attraverso l'estensione dell'ambito di applicazione soggettivo e oggettivo del Regolamento, all'eliminazione di taluni dubbi interpretativi del Regolamento, all'adeguamento del Regolamento alla giurisprudenza intervenuta, alla semplificazione e chiarificazione del procedimento;

VISTA la consultazione pubblica preventiva per la revisione del Regolamento avente ad oggetto gli articoli 1, 2, 4, 5, 6, 7 e 8;

RITENUTO di dover approvare in via definitiva le modifiche al Regolamento attuativo in materia di *rating* di legalità adottato con delibera del 15 maggio 2018, n. 27165;

DELIBERA

di approvare le modifiche al Regolamento attuativo in materia di *rating* di legalità, il cui testo allegato è parte integrante del presente provvedimento.

Il presente provvedimento è pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato. Il Regolamento con le modifiche approvate è pubblicato in Gazzetta Ufficiale ed entra in vigore il giorno successivo alla sua pubblicazione.

IL SEGRETARIO GENERALE

Filippo Arena

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

REGOLAMENTO ATTUATIVO IN MATERIA DI RATING DI LEGALITÀ

(in attuazione dell'articolo 5-ter del decreto-legge 24 gennaio 2012, n. 1, così come modificato dall'art. 1, comma 1-quinquies, del decreto-legge 24 marzo 2012, n. 29, convertito, con modificazioni, dalla legge 18 maggio 2012, n. 62)

Articolo 1***Definizioni***

1. Ai fini del presente Regolamento si intende per:

a) Autorità, l'Autorità garante della concorrenza e del mercato, di cui all'articolo 10, della legge 10 ottobre 1990, n. 287;

b) Impresa, l'impresa (in forma individuale o collettiva) o l'ente che svolge attività d'impresa:

i) avente sede operativa nel territorio nazionale;

ii) che abbia realizzato un fatturato minimo di due milioni di euro, imputabile all'ultimo esercizio chiuso nell'anno che precede la richiesta di rilascio del *rating*, riferito alla singola impresa o al gruppo di appartenenza e risultante dal bilancio di esercizio, regolarmente approvato dal competente organo aziendale e pubblicato ai sensi di legge;

iii) che, alla data della richiesta di *rating*, risulti iscritta, da almeno due anni, nel registro delle imprese o nel Repertorio delle notizie Economiche e Amministrative (R.E.A.).

Articolo 2***Requisiti per l'attribuzione del rating di legalità***

1. L'impresa di cui all'articolo 1, lettera *b)*, che intende ottenere il rilascio del *rating* di legalità deve presentare all'Autorità un'apposita domanda sottoscritta dal legale rappresentante e redatta mediante la compilazione del formulario pubblicato sul sito dell'Autorità. L'inoltro della domanda deve avvenire per via telematica, secondo le indicazioni fornite sul sito dell'Autorità.

2. L'impresa deve dichiarare:

a) se impresa individuale, che nei confronti del proprio titolare, dell'istitutore, del direttore tecnico e dei procuratori, muniti di poteri decisionali e gestionali, ricavabili dalla procura e assimilabili ai poteri del titolare o con delega sulle materie di cui ai reati rilevanti ai sensi del presente articolo, non sono state adottate misure di prevenzione personale e/o patrimoniale e misure cautelari personali e/o patrimoniali e non è stata pronunciata sentenza di condanna, o emesso decreto penale di condanna divenuto irrevocabile, oppure sentenza di applicazione della pena su richiesta, ai sensi dell'articolo 444 del codice di procedura penale, per i reati di cui al decreto legislativo 8 giugno 2001, n. 231, per

i reati tributari di cui al decreto legislativo 10 marzo 2000, n. 74 e successive modifiche, per i reati in materia di tutela della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro di cui al decreto legislativo 9 aprile 2008, n. 81, per i reati di cui agli articoli 346-*bis*, 353, 353-*bis*, 354, 355, 356, 512-*bis*, 629 e 644 del codice penale, per il reato di cui all'art. 216 del Regio Decreto 16 marzo 1942, n. 267 e per il reato di cui all'art. 2, commi 1 e 1 bis del decreto-legge 12 settembre 1983, n. 463, convertito nella legge 11 novembre 1983, n. 638; che non è stata iniziata l'azione penale ai sensi dell'articolo 405 c.p.p. per delitti aggravati ai sensi dell'articolo 416 *bis*.1 c.p. La medesima dichiarazione deve essere resa anche in riferimento a tutte le persone fisiche, figure apicali dell'impresa, come sopra individuate, la cui carica e/o posizione è cessata nell'anno precedente la richiesta di *rating*;

b) se impresa collettiva, che nei confronti dei propri amministratori, dell'istitutore, del direttore generale, del direttore tecnico, dei procuratori, muniti di poteri decisionali e gestionali, ricavabili dalla procura e assimilabili a quelli degli amministratori dotati di poteri di rappresentanza o con delega sulle materie di cui ai reati rilevanti ai sensi del presente articolo, del rappresentante legale, nonché dei soci persone fisiche titolari di partecipazione di maggioranza o di controllo, non sono state adottate misure di prevenzione personale e/o patrimoniale e misure cautelari personali e/o patrimoniali e non è stata pronunciata sentenza di condanna, o emesso decreto penale di condanna divenuto irrevocabile, oppure sentenza di applicazione della pena su richiesta, ai sensi dell'articolo 444 del codice di procedura penale, per i reati di cui al decreto legislativo 8 giugno 2001, n. 231, per i reati tributari di cui al decreto legislativo 10 marzo 2000, n. 74 e successive modifiche, per i reati in materia di tutela della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro di cui al decreto legislativo 9 aprile 2008, n. 81, per i reati di cui agli articoli 346-*bis*, 353, 353-*bis*, 354, 355, 356, 512-*bis*, 629 e 644 del codice penale, per il reato di cui all'art. 216 del Regio Decreto 16 marzo 1942, n. 267 e per il reato di cui all'art. 2, commi 1 e 1 bis del decreto-legge 12 settembre 1983, n. 463, convertito nella legge 11 novembre 1983, n. 638; che non è stata iniziata l'azione penale ai sensi dell'articolo 405 c.p.p. per delitti aggravati ai sensi dell'articolo 416 *bis*.1 c.p.. La medesima dichiarazione deve essere resa anche in riferimento a tutte le persone fisiche, figure apicali dell'impresa, come sopra individuate, la cui carica e/o posizione è cessata nell'anno precedente la richiesta di *rating*;

b bis) se riveste forma societaria ed è controllata o sottoposta ad attività di direzione e coordinamento da parte di altra società o ente, che nei confronti degli amministratori della società controllante o della società o dell'ente che esercitano attività di direzione e coordinamento:

i) non sono state adottate misure di prevenzione personale e/o patrimoniale e misure cautelari personali e/o patrimoniali e non è stata pronunciata sentenza di condanna, o emesso decreto penale di condanna divenuto irrevocabile, oppure sentenza di applicazione della pena su richiesta, ai sensi dell'articolo 444 del codice di procedura penale, per i reati di cui al decreto legislativo 8 giugno 2001, n. 231, per i reati tributari di cui al decreto legislativo 10 marzo 2000, n. 74 e successive modifiche, per i reati in materia di tutela della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro di cui al decreto legislativo 9 aprile 2008, n. 81, per i reati di cui agli articoli 346-*bis*, 353, 353-*bis*, 354, 355, 356, 512-*bis*, 629 e 644 del codice penale, per il reato di cui all'art. 216 del Regio Decreto 16 marzo 1942, n. 267 e per il reato di cui all'art. 2, commi 1 e 1 bis del decreto-legge 12 settembre 1983, n. 463, convertito nella legge 11 novembre 1983, n. 638;

ii) non è stata iniziata l'azione penale ai sensi dell'articolo 405 c.p.p. per delitti aggravati ai sensi dell'articolo 416 bis.1 c.p.;

iii) la medesima dichiarazione di cui al presente comma deve essere resa anche con riferimento a tutte le persone fisiche, figure apicali dell'impresa, come sopra individuate, la cui carica e/o posizione è cessata nell'anno precedente la richiesta di *rating*.

c) che nei propri confronti non è stata pronunciata sentenza di condanna, sentenza di applicazione della pena su richiesta, ai sensi dell'articolo 444 del codice di procedura penale, e non sono state adottate misure cautelari per gli illeciti amministrativi dipendenti dai reati di cui al decreto legislativo 8 giugno 2001, n. 231;

d) di non essere destinataria di provvedimenti di condanna dell'Autorità e della Commissione europea per illeciti *antitrust* gravi, divenuti inoppugnabili o confermati, con sentenza passata in giudicato, nel biennio precedente la richiesta di *rating*, salvo il caso di non imposizione o riduzione della sanzione amministrativa pecuniaria, in seguito alla collaborazione prestata nell'ambito di un programma di clemenza nazionale o europeo;

d bis) di non essere destinataria di provvedimenti di condanna dell'Autorità per pratiche commerciali scorrette, ai sensi dell'art. 21, commi 3 e 4, del codice del consumo e di provvedimenti di condanna per inottemperanza a quanto disposto dall'Autorità, ai sensi dell'art. 27, comma 12, del codice del consumo, divenuti inoppugnabili o confermati, con sentenza passata in giudicato, nel biennio precedente la richiesta di *rating*;

e) di non essere destinataria di provvedimenti dell'Autorità competente di accertamento del mancato rispetto all'obbligo di pagamento di imposte e tasse e di accertamento di violazioni in materia di obblighi retributivi, contributivi e assicurativi e di obblighi relativi alle ritenute fiscali concernenti i propri dipendenti e collaboratori, divenuti inoppugnabili o confermati, con sentenza passata in giudicato, nel biennio precedente la richiesta di *rating*. Sono esclusi gli atti di accertamento per i quali, nei casi previsti dalla legge, vi sia stato il pagamento a seguito di adesione o acquiescenza;

f) di non essere destinataria di provvedimenti dell'Autorità competente di accertamento del mancato rispetto delle previsioni di legge in materia di tutela della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro, divenuti inoppugnabili o confermati, con sentenza passata in giudicato, nel biennio precedente la richiesta di *rating*, con esclusione degli atti endoprocedimentali;

g) di effettuare pagamenti e transazioni finanziarie di ammontare superiore alla soglia fissata dalla legge in vigore sulla disciplina dell'uso del contante, esclusivamente per il tramite di strumenti di pagamento tracciabili, anche secondo le modalità previste nella determinazione n. 4 del 7 luglio 2011 dell'Autorità di Vigilanza sui Contratti Pubblici;

h) di non essere destinataria di provvedimenti di revoca di finanziamenti pubblici di cui è o è stata beneficiaria, per i quali non siano stati assolti gli obblighi di restituzione, divenuti inoppugnabili o confermati, con sentenza passata in giudicato, nel biennio precedente la richiesta di *rating*;

i) di non essere destinataria di provvedimenti sanzionatori dell'ANAC in materia di prevenzione della corruzione, trasparenza e contratti pubblici di natura pecuniaria e/o interdittiva e che non sussistono annotazioni nel Casellario informatico delle imprese di cui all'art. 213, comma 10, del decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50, che implicino preclusioni alla stipula di contratti con la Pubblica amministrazione o alla partecipazione a procedure di gara o di affidamento di contratti pubblici di lavori, servizi o forniture divenuti inoppugnabili o confermati, con sentenza passata in giudicato, nel biennio precedente la richiesta di *rating*;

l) se impresa collettiva di non essere controllata di diritto o di fatto da società o enti esteri, per i quali, in virtù della legislazione dello Stato in cui hanno sede, non è possibile l'identificazione dei soggetti che detengono le quote di proprietà del capitale o comunque il controllo, salvo che la società che ha presentato domanda sia in grado di fornire informazioni sui predetti soggetti.

3. Il *rating* di legalità non potrà essere rilasciato alle imprese:

a) destinatarie di comunicazioni o informazioni antimafia interdittive, salvo che ne sia sospesa la relativa efficacia;

b) nei cui confronti sia stato disposto il commissariamento di cui all'art. 32, comma 1, ovvero di cui all'art. 32, comma 10, del decreto-legge 24 giugno 2014, n. 90, convertito, con modificazioni, dalla legge 11 agosto 2014, n. 114, limitatamente al periodo di efficacia del relativo provvedimento.

4. Dopo cinque anni dal passaggio in giudicato della sentenza o del provvedimento di condanna, il *rating* potrà essere rilasciato se:

a) nei confronti dei soggetti di cui al comma 2, lettere *a)* e *b)* non è stata avviata un'azione penale, ai sensi dell'articolo 405 c.p.p., per delitti aggravati ai sensi dell'articolo 416 *bis*.1 c.p., non sono state adottate misure cautelari, misure di prevenzione e non sono stati emessi provvedimenti o sentenze di condanna, anche non definitivi, ai sensi del presente articolo;

b) nei confronti dell'impresa non sono state emesse sentenze di condanna, sentenze di applicazione della pena su richiesta, ai sensi dell'articolo 444 del codice di procedura penale, e adottate misure cautelari di cui al comma 2, lettera *c)* del presente articolo e ricorrono gli ulteriori requisiti richiesti. L'impresa deve inoltre dimostrare la totale dissociazione dell'attuale struttura rispetto ai reati accertati in via definitiva.

5. In deroga a quanto previsto dal comma 2 lettere *a)*, *b)* e *c)*, il *rating* potrà essere rilasciato se:

a) l'impresa sottoposta a sequestro o confisca ai sensi dell'articolo 12-*sexies* del decreto-legge 8 giugno 1992, n. 306, convertito, con modificazioni, dalla legge 7 agosto 1992, n. 356, sia stata affidata ad un custode o amministratore giudiziario o finanziario per finalità di continuazione o ripresa dell'attività produttiva;

b) l'impresa sottoposta a misura di prevenzione patrimoniale del sequestro o della confisca ai sensi del decreto legislativo 6 settembre 2011, n. 159 sia stata affidata ad un amministratore giudiziario per finalità di continuazione o ripresa dell'attività produttiva;

c) i beni aziendali oggetto di confisca definitiva siano stati destinati all'affitto o alla vendita in favore di società o imprese pubbliche o private per finalità di continuazione o ripresa dell'attività produttiva con provvedimento dell'Agenzia nazionale per l'amministrazione, la gestione e la destinazione dei beni sequestrati e confiscati alla criminalità organizzata, ai sensi dell'articolo 48, comma 8 del decreto legislativo 6 settembre 2011, n. 159;

d) le partecipazioni di controllo dell'impresa sono state oggetto di sequestro ai sensi del codice di procedura penale con nomina di un custode o amministratore giudiziario;

e) l'impresa dimostra che vi sia stata completa ed effettiva dissociazione dalla condotta posta in essere rispetto ai reati ostativi al rilascio del *rating*, tenuta dai soggetti di cui al comma 2, lettere a) e b), cessati dalle cariche nell'anno precedente la richiesta del *rating*.

6. In deroga a quanto previsto dal comma 2, lettera e), il *rating* potrà anche essere rilasciato ove gli atti di accertamento abbiano ad oggetto un importo non superiore allo 0,5% dei ricavi delle vendite e/o delle prestazioni come risultanti dalla voce A1 del conto economico del bilancio dell'anno riferibile allo stesso accertamento. Tale importo, in ogni caso, non può essere superiore a 50.000 euro, anche nell'ipotesi di plurimi provvedimenti di accertamento, intervenuti nel biennio precedente la richiesta di rilascio del *rating*.

7. In deroga a quanto previsto dal comma 2, lettera f), il *rating* potrà anche essere rilasciato ove l'accertamento abbia ad oggetto un importo non superiore a 1.000 euro e, in ogni caso, non superiore a 3.000 euro, nell'ipotesi di più provvedimenti di accertamento, intervenuti nel biennio precedente la stessa richiesta di *rating*.

Articolo 3

Valutazione dei requisiti

1. Per l'attribuzione del *rating* di legalità è necessario il rispetto di tutti i requisiti di cui all'articolo 2, commi 2 e 3, del presente Regolamento. In questa ipotesi l'impresa ha diritto al riconoscimento di un punteggio base pari a ★.

2. Il punteggio base sarà incrementato di un + al ricorrere di ciascuna delle seguenti condizioni:

a) adesione ai protocolli o alle intese di legalità finalizzati a prevenire e contrastare le infiltrazioni della criminalità organizzata nell'economia legale, sottoscritti dal Ministero dell'Interno o dalle Prefetture-UTG con associazioni imprenditoriali e di categoria;

b) utilizzo di sistemi di tracciabilità dei pagamenti anche per somme di importi inferiori rispetto a quelli fissati dalla legge;

c) adozione di una funzione o struttura organizzativa, anche in *outsourcing*, che espleti il controllo di conformità delle attività aziendali alle disposizioni normative applicabili all'impresa o di un modello organizzativo ai sensi del decreto legislativo 8 giugno 2001, n. 231;

d) adozione di processi organizzativi volti a garantire forme di *Corporate Social Responsibility*, anche attraverso l'adesione a programmi promossi da organizzazioni nazionali o internazionali e l'acquisizione di indici di sostenibilità;

e) di essere iscritta in uno degli elenchi di fornitori, prestatori di servizi ed esecutori di lavori non soggetti a tentativi di infiltrazione mafiosa istituiti ai sensi delle vigenti disposizioni di legge (*white list*);

f) di aver aderito a codici etici di autoregolamentazione adottati dalle associazioni di categoria o di aver previsto, nei contratti con i propri clienti, clausole di mediazione, quando non obbligatorie per legge, per la risoluzione di controversie o di aver adottato protocolli tra associazioni di consumatori e associazioni di imprese per l'attuazione delle conciliazioni paritetiche;

g) di aver adottato modelli organizzativi di prevenzione e di contrasto della corruzione.

3. Il conseguimento di tre segni + comporta l'attribuzione di una ★ aggiuntiva, fino al conseguimento di un punteggio totale massimo di ★★★.

4. Ai fini dell'incremento del punteggio base, che non potrà in ogni caso superare il valore massimo di cui al precedente comma 3, l'impresa potrà conseguire un segno + ove dimostri di aver denunciato all'autorità giudiziaria o alle forze di polizia taluno dei reati previsti dal presente Regolamento, commessi a danno dell'imprenditore o dei propri familiari e collaboratori; l'attribuzione del segno + di cui al presente comma è subordinata all'esercizio dell'azione penale in relazione ai fatti di reato denunciati.

5. Il punteggio è ridotto di un segno + ove nel Casellario informatico delle imprese di cui all'art. 213, comma 10, del decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50, risultino annotazioni divenute inoppugnabili o confermate, con sentenza passata in giudicato, nel biennio precedente la richiesta di *rating*, che integrano condotte di grave negligenza o di errore grave nell'esecuzione dei contratti ovvero gravi inadempienze contrattuali, anche in riferimento all'osservanza delle norme in materia di sicurezza e degli obblighi derivanti dal rapporto di lavoro. L'accertamento non potrà, in ogni caso, determinare una riduzione del punteggio base (pari a una stelletta).

Articolo 4

Possesso dei requisiti

1. Il possesso dei requisiti di cui ai precedenti articoli 2, comma 2 e 3, commi 2 e 4, è attestato mediante autocertificazione del legale rappresentante dell'impresa. Trovano applicazione le norme che sanzionano, anche penalmente, le dichiarazioni false e mendaci e, in particolare, quanto previsto dal decreto del Presidente della Repubblica 28 dicembre 2000 n. 445.
2. Il possesso del requisito di cui all'articolo 2, comma 3, lett. a), è verificato dall'Autorità anche mediante consultazione diretta della Banca dati nazionale unica della documentazione antimafia, di cui agli artt. 96 e segg. del decreto legislativo 6 settembre 2011, n. 159 e successive modificazioni. Le modalità di consultazione sono indicate nella convenzione sottoscritta tra Ministero e Autorità.
3. La sussistenza di annotazioni di cui all'art. 3 comma 5 è verificata dall'ANAC, mediante consultazione del Casellario informatico, istituito presso l'Osservatorio.

Articolo 5

Procedimento per l'attribuzione del rating di legalità

1. L'Autorità, su proposta della Direzione competente, delibera l'attribuzione del *rating* entro sessanta giorni dal ricevimento della richiesta.
 2. In caso di incompletezza dell'istanza presentata, l'Autorità ne informa l'impresa entro quindici giorni; in tal caso, il termine di cui al comma 1 inizia a decorrere dalla data di ricevimento della richiesta completa. In caso di mancato riscontro entro il termine di trenta giorni dal ricevimento della comunicazione di incompletezza, la domanda stessa si intende respinta, salvo la possibilità per l'impresa di ripresentare la domanda.
- 2-bis.* In ogni caso, l'Autorità può chiedere all'impresa di fornire informazioni e documenti rilevanti ai fini del rilascio del *rating*.
3. Relativamente alle richieste di attribuzione del *rating* pervenute, l'Autorità trasmette tempestivamente all'Autorità nazionale anticorruzione – ANAC – gli elementi e le informazioni utili per l'espletamento delle verifiche di competenza. La predetta trasmissione avviene preferibilmente in formato digitale. L'ANAC può formulare eventuali osservazioni entro trenta giorni dal ricevimento. In tal caso il termine di cui al comma 1 è prorogato di trenta giorni. L'ANAC collabora con l'Autorità, ai sensi dell'art. 213, co. 7, decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50, per la rilevazione di comportamenti aziendali meritevoli di valutazione al fine dell'attribuzione del *rating*.
- 3-bis.* Ai fini delle valutazioni per il rilascio del *rating*, l'Autorità può sottoporre ai Ministeri dell'Interno e della Giustizia richieste di informazioni e/o di pareri su questioni di carattere generale e sui singoli aspetti attinenti le domande ricevute.

3-ter. Ove emergano o vengano segnalati da istituzioni preposte al controllo della legalità elementi o comportamenti oggettivamente rilevanti ai fini della valutazione delle richieste di attribuzione del *rating*, anche sotto il profilo della violazione di regole di diligenza e del mancato rispetto dei principi di legalità informatori dell'ordinamento, l'Autorità sospende il procedimento per un periodo di tempo non superiore ai dodici mesi, prorogabile motivatamente in casi di particolare gravità, al fine di svolgere i necessari accertamenti.

3-quater. L'Autorità per esigenze istruttorie può prorogare il termine di cui al comma 1 fino a un massimo di 60 giorni, dandone motivata comunicazione all'impresa richiedente.

4. In relazione alla veridicità delle dichiarazioni fornite dal legale rappresentante dell'impresa, l'Autorità può compiere le verifiche necessarie, anche richiedendo a tal fine informazioni a tutte le pubbliche amministrazioni sulla sussistenza dei requisiti dichiarati dal richiedente per l'attribuzione del *rating* di legalità. Le informazioni richieste alle pubbliche amministrazioni devono pervenire entro il termine di quarantacinque giorni dalla richiesta, decorso il quale l'esistenza dei requisiti dichiarati dalle imprese si intende confermata. La richiesta di informazioni alle pubbliche amministrazioni sospende, per un periodo non superiore a quarantacinque giorni, il termine di cui al precedente comma 1.

5. L'esistenza di condanne definitive per i reati di cui all'articolo 2, comma 2, del Regolamento è verificata dall'Autorità mediante consultazione diretta del sistema informativo del casellario giudiziale di cui all'articolo 3 del decreto del Presidente della Repubblica 14 novembre 2002, n. 313. Fino all'attuazione dell'interconnessione con tale sistema informativo, la verifica verrà effettuata, a campione, attraverso il Ministero della Giustizia, mediante richiesta all'ufficio del casellario giudiziale di Roma.

6. L'esistenza di carichi pendenti per i reati di cui all'articolo 2, comma 2, del Regolamento è verificata dall'Autorità mediante consultazione diretta del sistema informativo del casellario dei carichi pendenti, di cui all'art. 6 del decreto del Presidente della Repubblica 14 novembre 2002, n. 313. Fino all'attuazione di tale sistema, la verifica verrà effettuata, a campione, attraverso il Ministero della Giustizia, mediante richiesta agli uffici giudiziari competenti.

7. L'Autorità comunica al richiedente l'esito della richiesta. Nel caso di riscontro positivo, l'Autorità inserisce l'impresa nell'elenco di cui al successivo articolo 8 del presente Regolamento.

8. L'Autorità, ove intenda negare l'attribuzione del *rating*, comunica all'impresa i motivi ostativi all'accoglimento della domanda. Entro il termine di quindici giorni dal ricevimento della comunicazione, l'impresa ha la facoltà di presentare per iscritto le proprie osservazioni. La comunicazione di cui al primo periodo interrompe i termini per concludere il procedimento, che iniziano nuovamente a decorrere dalla data di presentazione delle osservazioni o, in mancanza, dalla scadenza del termine di cui al secondo periodo.

Articolo 6

Durata, modifica, rinnovo, annullamento, sospensione e revoca

1. Il *rating* di legalità ha la durata di due anni dal rilascio e può essere rinnovato su richiesta.
2. Ai fini del rinnovo l'impresa invia all'Autorità un'apposita domanda, da predisporre ed inoltrare in conformità con le prescrizioni di cui all'articolo 2, comma 1.

2-bis. La domanda di rinnovo può essere presentata a decorrere da sei mesi antecedenti la scadenza del *rating*. Ove la domanda di rinnovo sia depositata almeno sessanta giorni prima della scadenza, il *rating* mantiene la propria validità a tutti gli effetti sino alla data di adozione della delibera con la quale l'Autorità si pronuncia sulla richiesta. In caso di accoglimento, il *rating* viene confermato per un nuovo biennio decorrente dalla data della relativa delibera; in caso contrario, gli effetti del *rating* cessano dalla data di adozione della delibera di non accoglimento.

2-ter. Nel caso di sospensione del procedimento ai sensi dell'articolo 5, comma 3-ter, è sospesa l'efficacia del *rating* di cui si domanda il rinnovo.
3. L'Autorità delibera sulle richieste di rinnovo del *rating* di legalità e di incremento del punteggio applicando il procedimento di cui al precedente articolo 5.
4. In caso di perdita di uno dei requisiti di cui all'articolo 2, l'Autorità con proprio provvedimento dispone la revoca del *rating* con decorrenza dal momento in cui il requisito è venuto meno. Laddove il *rating* sia stato rilasciato sulla base di dichiarazioni false o mendaci relative ad elementi diversi dai requisiti di cui all'articolo 2, l'Autorità dispone la revoca a far data dal momento in cui viene a conoscenza della natura falsa o mendace della dichiarazione.

4-bis. Ove il *rating* sia stato rilasciato o rinnovato in carenza di uno o più dei requisiti di cui all'articolo 2, l'Autorità dispone l'annullamento del *rating*.
5. Al venir meno di uno o più dei requisiti di cui all'articolo 3, comma 2, l'Autorità dispone la riduzione del punteggio attribuito.
6. In caso di adozione di misure cautelari personali o patrimoniali, nell'ambito di un procedimento penale per uno dei reati di cui all'articolo 2 del presente Regolamento, l'Autorità dispone la sospensione del *rating* sino al perdurare dell'efficacia delle misure cautelari.
7. L'Autorità può disporre la sospensione del *rating*, in relazione alla gravità dei fatti e all'acquisizione di maggiori informazioni relativamente agli stessi, in presenza di uno dei provvedimenti di cui all'articolo 2, comma 2, lettere *d*), *d) bis*, *e*), *f*), *h*) e *i*) del presente Regolamento, ove tale provvedimento sia oggetto di contestazione e sino alla pronuncia passata in giudicato dell'autorità giudiziaria.

8. L'Autorità, prima della formale adozione del provvedimento di revoca, di riduzione del punteggio, di sospensione o di annullamento, comunica all'impresa i motivi che ostano al mantenimento del *rating*, alla conferma del punteggio già attribuito o che ne comportano la sospensione ovvero l'annullamento. Entro il termine di quindici giorni dal ricevimento della comunicazione, l'impresa ha il diritto di presentare per iscritto le proprie osservazioni. Il termine di cui all'articolo 5, comma 1, decorre dalla data di presentazione delle osservazioni o, in mancanza, dalla scadenza del termine di cui al secondo periodo.

9. In caso di richiesta di informazioni, effettuata ai sensi del comma 7, il termine di cui all'articolo 5 è interrotto fino al ricevimento delle informazioni richieste.

Articolo 7

Obblighi informativi

1. L'impresa richiedente o alla quale è stato attribuito il *rating* è tenuta a comunicare all'Autorità:

a) gli eventi che incidono sul possesso dei requisiti obbligatori di cui all'art. 2 e quelli di cui all'art. 6, commi 6 e 7, la perdita di requisiti premiali di cui all'art. 3, comma 2, nonché l'iscrizione nel Casellario informatico delle imprese di annotazioni rilevanti ai sensi dell'art. 3, comma 5, del Regolamento, entro dieci giorni dal verificarsi degli stessi, se di conoscenza immediata dell'impresa, o dalla notifica dei relativi provvedimenti;

b) le variazioni dei dati riportati nei propri certificati camerali rilevanti per il rilascio del *rating*, entro trenta giorni dal verificarsi delle stesse.

2. La violazione degli obblighi di cui al precedente comma determina la revoca di cui all'articolo 6, comma 4, del presente Regolamento, a far data dal momento in cui il requisito è venuto meno o dalla scadenza di tali obblighi di comunicazione.

3. Salvo il disposto di cui al comma 2, la mancata comunicazione di un evento che abbia comportato l'insorgere di un motivo ostativo all'attribuzione/mantenimento del *rating* comporta altresì il divieto di presentazione di una nuova domanda prima di un anno dalla cessazione di tale motivo ostativo, come stabilita dallo stesso Regolamento.

4. Nel caso in cui l'evento comunicato rilevi ai fini della determinazione del punteggio, l'Autorità dispone gli aggiornamenti necessari, dandone conto nell'elenco di cui all'articolo 8. Tali aggiornamenti non incidono sulla data di scadenza del *rating*.

5. Le pubbliche amministrazioni coinvolte nella verifica dei requisiti per il rilascio del *rating* di legalità, per i profili di loro competenza, non appena ne siano venute a conoscenza, comunicano all'Autorità le eventuali variazioni, nonché gli eventi di cui all'articolo 6, comma 7, del presente Regolamento.

6. Ogni anno l'Autorità individua un campione rappresentativo, uniformemente distribuito sul territorio nazionale, pari al 10% delle imprese in possesso del *rating* di legalità, e invia l'elenco alla Guardia di Finanza per verificare singoli profili di rilevanza fiscale e contributiva. Entro 60 giorni la Guardia di Finanza comunica all'Autorità gli esiti delle verifiche.

7. La verifica delle variazioni intervenute nel possesso dei requisiti di cui all'articolo 2, comma 2, lettere *a)*, *b)* e *c)* del presente Regolamento viene effettuata secondo le modalità indicate nell'articolo 5, commi 5 e 6.

Articolo 8

Elenco delle imprese con rating di legalità

1. L'Autorità pubblica e mantiene costantemente aggiornato in un'apposita sezione del proprio sito l'elenco delle imprese cui il *rating* di legalità è stato attribuito, sospeso, revocato o annullato, con la relativa decorrenza. Le iscrizioni relative alla revoca e all'annullamento permangono nell'elenco sino alla data di scadenza del *rating* ovvero, in ogni caso, per un periodo non inferiore a sei mesi.

2. E' vietato l'utilizzo del logo dell'Autorità. In caso di violazione, il *rating* è sospeso fino a quando la società non avrà provveduto alla sua rimozione.

Articolo 9

Entrata in vigore

1. Il presente Regolamento sostituisce il precedente approvato con delibera dell'Autorità del 15 maggio 2018, n. 27165, pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana del 28 maggio 2018, n. 122.

2. Il presente Regolamento entra in vigore il giorno successivo a quello della pubblicazione nella Gazzetta Ufficiale.

*Autorità garante
della concorrenza e del mercato*

Bollettino Settimanale
Anno XXX- N. 41 - 2020

Coordinamento redazionale

Giulia Antenucci

Redazione

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

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

Realizzazione grafica

Area Strategic Design
