



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXI - n. 10

Pubblicato sul sito *www.agcm.it*
il 28 marzo 2011

SOMMARIO

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE	5
A438 - SELECTA/POSTE ITALIANE	
<i>Provvedimento n. 22193</i>	5
I729 - GARA D'APPALTO PER LA SANITÀ PER LE APPARECCHIATURE PER LA RISONANZA MAGNETICA	
<i>Provvedimento n. 22196</i>	12
OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	13
C10937 - OPENJOB AGENZIA PER IL LAVORO/METIS	
<i>Provvedimento n. 22163</i>	13
C10949 - LINDE MATERIAL HANDLING/CAILOTTO CARRELLI	
<i>Provvedimento n. 22199</i>	17
C10950 - TOTO COSTRUZIONI GENERALI/STRADA DEI PARCHI	
<i>Provvedimento n. 22200</i>	20
C10951 - ASIAG SERVICE/RAMO DI AZIENDA DI EDILCOSTRUZIONI MARCHETTI	
<i>Provvedimento n. 22201</i>	23
C10954 - AVELAR ENERGY/KERSELF	
<i>Provvedimento n. 22202</i>	26
C10956 - MIROGLIO FASHION/RAMO DI AZIENDA DI GMF GRANDI MAGAZZINI FIORONI	
<i>Provvedimento n. 22203</i>	29
C10960 - E.ON CLIMATE & RENEWABLES ITALIA SOLAR/SCF2	
<i>Provvedimento n. 22204</i>	32
ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA	35
AS815 - BANDO DI GARA PER LA FORNITURA DI ENERGIA PER GLI IMMOBILI ADIBITI AD USO SANITARIO NELLE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI	35
AS816 - COMUNE DI AVIGLIANA (TO) - GESTIONE DELLA ILLUMINAZIONE PUBBLICA	37
PUBBLICITA' INGANNEVOLE E COMPARATIVA	39
PB585 - TURMAX-UTILIZZO MARCHI	
<i>Provvedimento n. 22197</i>	39
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	41
PS6102 - TECNOSOUND-RIPARAZIONI IN GARANZIA	
<i>Provvedimento n. 22190</i>	41
PS6586 - SINERGAS-PUBBLICITÀ COMUNE DI MIRANDOLA	
<i>Provvedimento n. 22192</i>	49

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

A438 - SELECTA/POSTE ITALIANE

Provvedimento n. 22193

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 9 marzo 2011;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'articolo 102 del TFUE;

VISTO il regolamento del Consiglio n. 1/2003 del 16 dicembre 2002;

VISTE le segnalazioni pervenute da parte della società Selecta S.p.A. in data 2, 10, 22 febbraio 2011 e, da ultimo, in data 24 febbraio 2011;

VISTA la documentazione in proprio possesso;

CONSIDERATO quanto segue:

I. PREMESSA

1. La società Selecta S.p.A. (di seguito, anche Selecta) ha segnalato, con comunicazioni pervenute rispettivamente in data 2, 10, 22 e 24 febbraio 2011, talune condotte di Poste Italiane S.p.A. (di seguito, anche "Poste Italiane") attraverso le quali quest'ultima ostacolerebbe, a vantaggio della propria controllata Postel S.p.A. (di seguito, anche Postel), l'attività di operatori indipendenti, quali la stessa Selecta, attivi nel settore dei servizi di intermediazione tra i clienti-mittenti e il fornitore del servizio di posta massiva.

2. Le segnalazioni hanno ad oggetto presunte condotte abusive di tipo escludente che sarebbero tenute da Poste Italiane a danno di Selecta, consistenti in specifiche modalità di regolazione e/o di esecuzione del rapporto contrattuale in essere tra Poste Italiane e Selecta – in particolare rispetto ai tempi di pagamento e alle esposizioni debitorie – per la fornitura del servizio di recapito, ciò a vantaggio della controllata di Poste Italiane, Postel.

II. LE PARTI

3. Poste Italiane S.p.A. è la società posta a capo dell'omonimo gruppo. Poste Italiane è stata trasformata da Ente Pubblico Economico in società per azioni a partire dal 28 febbraio 1998. Il capitale sociale di Poste Italiane è interamente posseduto dal Ministero dell'Economia e delle Finanze.

Il Gruppo Poste Italiane è attivo nell'offerta di servizi postali, finanziari e assicurativi. Per quanto concerne i servizi postali, le società del Gruppo offrono servizi rientranti negli oneri del Servizio Postale Universale, nonché servizi interamente liberalizzati e servizi a valore aggiunto. La società

controllata Postel offre servizi integrati per la gestione delle comunicazioni di *business* e di *marketing*.

Nel 2009, il fatturato complessivo a livello mondiale del Gruppo Poste Italiane è stato pari a circa 17,5 miliardi di euro, di cui circa 17,3 miliardi di euro sono stati realizzati in Italia.

4. Selecta S.p.A., già operatore di posta elettronica ibrida, è attiva dal settembre 2006 nel settore della posta massiva, oltre che nell'offerta di altri servizi quali il *direct marketing*, il *commercial printing*, servizi telematici, gestione di documenti aziendali, ecc..

Il capitale sociale di Selecta è interamente posseduto dalla società Gruppo Selecta S.r.l., costituita nel gennaio 2008 per l'implementazione dell'operazione di acquisto dal Gruppo Venturini della stessa Selecta e di altri rami d'azienda e società operanti nel *business* della c.d. "Comunicazione Obbligatoria" e del Direct Mailing. Gruppo Selecta S.r.l. è partecipata dal Fondo di Investimento I2 Capital Partners e dalla società Onetone BV.

Nel 2009, Selecta ha realizzato in Italia un fatturato complessivo pari a circa 46 milioni di euro.

III. I FATTI SEGNALATI

5. Secondo quanto riferito dalla segnalante, Selecta svolge essenzialmente attività di gestione dati, stampa e imbustamento di comunicazioni rivolte dalla clientela *business* a grandi masse di destinatari. Il medesimo tipo di attività è esercitata da Postel, appartenente al Gruppo Poste Italiane. Né Selecta né Postel operano nel recapito di tale corrispondenza, essendo a tal fine necessario disporre di strutture e soprattutto della rete su una parte rilevante del territorio nazionale.

6. Il recapito di tale tipologia di comunicazioni avviene tipicamente per mezzo del servizio c.d. di "posta massiva", che è stato prestato, sino al 31 dicembre 2010, in regime di esclusiva da parte di Poste Italiane S.p.A.. Altre modalità di invio, infatti, quali il servizio c.d. "Data ed Ora Certa" prestato anche da operatori alternativi a Poste Italiane, non sono sostituiti in quanto aventi caratteristiche di erogazione del servizio diverse e quindi non sarebbero utilizzate per il recapito di posta massiva: a tale proposito la segnalante dichiara, infatti, che «*a fine 2008 la quota di mercato non servita da Poste Italiane si ritiene che ammontasse a non più del 2,5/3%*».

7. In tale contesto, Selecta afferma che, nel corso del 2010, e precisamente a partire dal mese di settembre 2010, Poste Italiane avrebbe adottato una condotta diversa rispetto al passato, modificando repentinamente e immotivatamente alcune fondamentali condizioni alla base dei rapporti in essere con Selecta per l'erogazione dei servizi di recapito a valle dell'attività di posta massiva: da un lato sul rientro dal debito, dall'altro sui tempi di pagamento.

8. In merito all'indebitamento, Selecta afferma che «*a far tempo dal mese di settembre 2010, Poste ha posto in essere una serie di condotte chiaramente rientranti in un unico preordinato disegno teso non tanto a garantire il proprio credito o a ridurre la propria esposizione verso il debitore Selecta quanto ad abusare della propria posizione per colpire (potenzialmente in modo definitivo) un proprio concorrente e quindi con finalità ed effetti escludenti a tutto vantaggio della propria controllata Postel*»¹.

¹ Cfr. segnalazioni Selecta del 2, 10 e 22 febbraio 2011.

9. In particolare, Selecta, in quanto cliente di Poste Italiane per i servizi di recapito di posta massiva, dichiara di aver maturato nel corso degli anni un debito nei confronti del fornitore, Poste Italiane, «*dovendo[va] versare a 60 giorni gli importi dei bolli e potendo[va] ricevere tale pagamento dai suoi clienti anche prima di tale termine [...]*»². Tale debito di Selecta nei confronti di Poste Italiane «*a fine 2008 era di 65 milioni di euro in relazione ad un fatturato di recapito di 183 milioni di euro circa...A fine 2009 il debito di Selecta S.p.A. aumentava a 72,3 milioni di euro...Al 31 gennaio 2011 il debito di Selecta S.p.A. verso Poste Italiane si è ridotto [...] a 51 milioni di euro*»³.

10. In tale contesto, Poste Italiane «*dopo anni di consapevole tolleranza, [...], abusando della sua posizione e discriminando a favore di Postel*», avrebbe richiesto a Selecta, già in un primo incontro del 29 settembre 2010 e, successivamente, nei mesi di ottobre e novembre, la presentazione di un piano di rientro, rigettando tutte le diverse proposte avanzate dalla debitrice, fino a prospettare la possibilità della «*escussione della garanzia fideiussoria*» prestata nell'interesse di Selecta e iniziando a richiedere il pagamento delle affrancature non più dilazionato, come in passato, ma contestuale al deposito delle comunicazioni presso le proprie dipendenze per l'invio. Selecta riporta, sul punto, tra l'altro il contenuto della lettera inviata da Poste Italiane, in data 8 ottobre 2010, nella quale quest'ultima afferma «*si rende indispensabile che venga formalizzato e presentato in tempi brevi e – comunque, entro e non oltre giorni 7 dal ricevimento della presente – un adeguato piano di rientro [...]*» e che «*nelle more dell'approvazione da parte di Poste di detto piano di rientro, la Vs società dovrà continuare a rispettare il programma di pagamenti ...continuando a garantire condizioni di pagamento anticipato e contestuale*». Selecta risulta aver presentato vari piani di rientro tutti respinti da Poste Italiane che, infatti, ancora nel mese di gennaio 2011, richiedeva, di fatto, la cessione di crediti al fine di revocare l'obbligo di pagamento contestuale.

11. Selecta rileva che «*pagamenti contestuali sono stati imposti da Poste Italiane a Selecta dai primi giorni dello scorso mese di dicembre 2010. Alla data della presente comunicazione, 23 febbraio 2011, gli stessi stanno continuando senza soluzione di continuità*»⁴.

12. Relativamente al mese di febbraio 2011, Selecta riporta evidenze in merito alla avvenuta esecuzione di bonifici contestualmente alla spedizione.

13. Selecta segnala la potenziale condotta abusiva di Poste Italiane non solo in ordine alla condotta relativa al piano di rientro, ma anche alla contestuale modifica della tempistica per il pagamento del servizio di recapito. Infatti, mentre nel passato il termine per il saldo delle fatture a Poste era, in base al «*contratto di posta massiva*» di «*75 giorni dal mese di effettuazione del recapito in presenza di fatture emesse puntualmente da Poste Italiane*» e tollerata anche una dilazione superiore, dal mese di dicembre 2010 Poste subordina l'erogazione del servizio di recapito al contestuale pagamento.

14. Secondo Selecta sia la richiesta di rientro immediato dal debito sia la richiesta di pagamento contestuale dei servizi di recapito rappresenterebbero condotte abusive di tipo escludente, poste in essere da Poste Italiane, in quanto sarebbe «*evidente l'intenzione di Poste di costringere Selecta a*

² Cfr. segnalazioni Selecta del 2, 10 e 22 febbraio 2011.

³ *Ibidem.*

⁴ Cfr. documentazione Selecta pervenuta in data 23 febbraio 2011.

formulare ed implementare un Piano di rientro del debito non sostenibile, con garanzie parimenti non sostenibili, allo scopo di indebolire la posizione concorrenziale di Selecta»⁵.

15. Inoltre, tali condotte andrebbero a vantaggio della controllata del gruppo Poste Italiane Postel, concorrente di Selecta nell'erogazione dei servizi di intermediazione nella posta massiva. Sul punto, Selecta ha affermato che «*non risultano comportamenti analoghi di Poste Italiane nei confronti di Postel attuali a partire dallo scorso autunno in cui siano stati imposti pagamenti contestuali e/o significative e repentine riduzioni del debito verso Poste Italiane*»⁶.

16. A tale proposito Selecta rileva, da un lato, che Postel risulta avere debiti verso Poste Italiane per il servizio di recapito di posta massiva⁷ pari a 159,9 milioni di euro nel 2008 e 183,1 milioni di euro nel 2009, esposizione che non risulta oggetto di richiesta di rientro; ciò diversamente, come sopra descritto, rispetto a Selecta, che nel corso del 2010 ha ridotto la propria esposizione di circa 21 milioni di euro. Inoltre Postel avrebbe aumentato anche lo sbilancio bolli (ovvero la differenza tra crediti verso clientela per servizi di recapito e debiti verso il fornitore Poste Italiane per lo stesso servizio), con un differenziale, comparando i dati di bilancio al 31 dicembre 2008 e al 31 dicembre 2009, di 39 milioni di euro; ciò a fronte di un differenziale, nello stesso periodo, dello sbilancio bolli per Selecta, anch'esso positivo, ma largamente inferiore a quello di Postel (circa 8 milioni di euro). A ciò si aggiunga che Postel dispone di una linea di finanziamento su un conto corrente intersocietario affidato per 130 milioni di euro, cui corrisponde un debito effettivo di circa 74 milioni di euro⁸.

IV. VALUTAZIONI

IV. a) Il mercato rilevante

17. Selecta è attiva nel settore della ricezione dati, stampa, imbustamento e successiva consegna della corrispondenza all'operatore postale, il quale provvede a recapitare la comunicazione al destinatario. L'insieme di tali servizi sembra individuare un mercato rilevante in considerazione del fatto che lato domanda si tratta di un complesso di servizi espressamente richiesti dai clienti che intendono fare ricorso alla c.d. "posta massiva" e che, lato offerta, vengono erogati da coloro che, dotati delle strutture previste dalla regolamentazione vigente⁹, sono in grado di fornire l'attività di ricezione dati/stampa/imbustamento ma non l'attività di recapito. Quest'ultima, infatti, implica la disponibilità di una rete idonea a svolgere la consegna fisica della corrispondenza e che vede solo Poste Italiane dotata di una rete nazionale a ciò dedicata e attiva, fino al 31 dicembre 2010, in regime di monopolio legale.

18. La stessa Selecta si definisce un «*operatore postale virtuale ossia una società che affianca i clienti nella scelta del miglior network di recapito e/o nella scelta del miglior mix di copertura delle aree territoriali e della tipologia di servizio di recapito (posta massiva vs Data e ora certa), mettendo a disposizione dei clienti la tecnologia informatica e produttiva per poter attivare servizi*

⁵ Cfr. segnalazioni Selecta del 2, 10 e 22 febbraio 2011.

⁶ Cfr. documentazione Selecta pervenuta in data 23 febbraio 2011.

⁷ Cfr. bilanci Poste Italiane S.p.A. e Postel.

⁸ Cfr. dati di bilancio e segnalazione Selecta.

⁹ Cfr. Decreto del Ministero delle Comunicazioni del 12 maggio 2006. Si veda anche, Poste Italiane, Linee Guida, Condizioni tecniche attuative del servizio di posta massiva.

di recapito diversi, con operatori di recapito diversi, nelle diverse aree del territorio»¹⁰. Selecta, in sintesi, i) offre ai propri clienti i servizi di ricezione dati, stampa e imbustamento delle lettere e ii) svolge le funzioni di intermediario per i servizi di recapito, offrendo al cliente/mittente anche il recapito attraverso accordi con gli operatori postali dotati di rete (in particolare: Poste Italiane). Selecta, quindi, non è attiva nel mercato dei servizi postali di recapito, ma in quello dell'intermediazione rispetto al servizio di Posta Massiva (o di altri servizi di recapito, quale Posta Time), avente ad oggetto la gestione dei dati, la stampa, l'imbustamento della corrispondenza e la successiva consegna all'operatore postale.

19. Nell'erogazione dei servizi di intermediazione come sopra descritti, ovvero ricezione dati/stampa/imbustamento, Selecta dichiara di detenere una quota pari a circa il 12-15% del mercato, indicando il principale concorrente in Postel, con una quota pari a circa il 45-50%, società interamente controllata da Poste Italiane. In base a quanto dichiarato da Selecta, il restante 35-40% del mercato è suddiviso tra operatori quali Rotomail, Abramo, TNT, EDP, Compunte, Pozzoni, Leaderform.

20. Rileva, pertanto, osservare che Poste Italiane, controllante di Postel, è un operatore verticalmente integrato perché è attivo sia sul mercato a valle dei servizi di recapito, sia su quello dell'intermediazione, attraverso Postel.

21. In questo quadro, Poste Italiane è il principale fornitore di Selecta, in quanto, allo stato, unica società in grado di garantire l'offerta dei servizi di recapito su tutto il territorio nazionale¹¹. Più in generale, Poste Italiane deterrebbe quote superiori al 90% nel mercato dei servizi di recapito di posta massiva.

22. Pertanto, tanto nel mercato della intermediazione a monte che in quello di recapito di posta massiva a valle, Poste Italiane sarebbe l'operatore dominante, sia per quote di mercato detenute, sia per l'assetto di gruppo verticalmente integrato con il quale opera anche come fornitore dei concorrenti a monte.

IV. b) L'abuso di posizione dominante

23. Sulla base delle informazioni disponibili, Poste Italiane potrebbe aver abusato della propria posizione dominante nel mercato dei servizi di recapito di posta massiva, ponendo in essere condotte di tipo escludente.

24. La condotta abusiva di tipo escludente sarebbe ravvisabile nel repentino cambiamento di strategia da parte di Poste Italiane che, mentre avrebbe consentito nel tempo la creazione di una esposizione debitoria di Selecta pari a 65 milioni di euro nel 2008 e a 72,3 milioni di euro nel 2009, avrebbe richiesto, a partire da settembre 2010, un piano di rientro, pena la mancata erogazione del servizio e/o dietro pagamento contestuale. Ciò, secondo Selecta, a fronte di una politica di riduzione del debito di circa 21 milioni di euro nel periodo compreso tra gennaio 2010 e gennaio 2011.

¹⁰ Cfr. segnalazioni Selecta del 2, 10 e 22 febbraio 2011.

¹¹ Per il recapito della corrispondenza dei propri clienti, Selecta si avvale, in misura minore, anche di altri operatori quali TNT e di operatori a carattere locale.

25. La mancata accettazione di piani di rientro, come evidenziato dai documenti¹² potrebbe assumere la natura di condotta abusiva posta in essere da un operatore dominante che, proprio in una fase di liberalizzazione dei mercati, utilizza la leva della esposizione debitoria dei clienti nel mercato a valle del recapito per escludere, ostacolandone l'operatività, il concorrente Selecta nel mercato a monte della intermediazione dei servizi di posta massiva.

26. Inoltre, Poste Italiane avrebbe richiesto il pagamento contestuale dei servizi, evento questo che, analogamente al rientro dal debito, costituisce un mutamento repentino rispetto alla situazione pregressa nella quale il pagamento poteva avvenire, in base alle condizioni contrattuali, nel termine di 75 giorni, ma che di fatto risulta essere stato anche oggetto di dilazioni¹³.

27. Anche tale condotta potrebbe avere carattere escludente, non essendo finanziariamente sostenibile, per un operatore come Selecta, alla luce di quanto dichiarato dalla stessa, una simile tempistica di pagamento. Tempistica che tra l'altro è stata condizionata alla adozione di un piano di rientro soggetto alla valutazione della stessa Poste Italiane che, peraltro, non ha approvato alcuna delle versioni sottoposte, come emerge dalla cessione dei crediti e dai pagamenti contestuali effettuati da Selecta a favore di Poste Italiane nel periodo a partire da dicembre 2010.

28. Una simile condotta, come richiamato da Selecta, comporterebbe un vantaggio per la stessa Poste Italiane che acquisirebbe, tramite Postel, la quota di mercato attualmente detenuta da Selecta, con possibili riflessi sulle condizioni dell'offerta e conseguentemente con possibile pregiudizio per i consumatori, atteso che gli utenti del servizio di posta massiva vedrebbero ridursi la possibilità di rivolgersi ad operatori diversi dalla società integrata nel Gruppo Poste Italiane.

29. Rileva, in tal senso, il ruolo verticalmente integrato del gruppo Poste Italiane, con Postel soggetto concorrente di Selecta e con Poste Italiane fornitore di entrambe per i servizi di recapito di posta massiva. In tale contesto emerge la circostanza che Postel, primo operatore nel mercato dei servizi di intermediazione ove opera Selecta, non avrebbe subito i cambiamenti nelle modalità di pagamento e di rientro dai debiti rispetto a Poste Italiane. Diversamente da Selecta, Postel avrebbe anzi aumentato il proprio debito dal 2008 al 2009, non avrebbe eseguito i pagamenti contestualmente all'erogazione del servizio di recapito da parte di Poste e avrebbe goduto di una linea di finanziamento non disponibile ai concorrenti quali Selecta.

IV. c) Il pregiudizio al commercio intracomunitario

30. Le condotte sopra descritte rientrano nell'ambito di applicazione della normativa comunitaria in materia di concorrenza e, segnatamente, nell'ambito dell'art. 102 del TFUE, relativo al divieto di abuso di una posizione dominante.

31. Tali condotte, infatti, appaiono coinvolgere l'intero territorio nazionale, e sono suscettibili di produrre un impatto negativo rispetto alla concorrenza potenziale, anche nell'ottica della estensione della propria operatività da parte di imprese appartenenti ad altri Paesi comunitari, tanto più in considerazione del processo di completamento della liberalizzazione dei servizi postali ai sensi della direttiva n. 2008/6/CE del Parlamento Europeo e del Consiglio, del 20 febbraio 2008.

¹² Cfr. Comunicazione fax del 16 dicembre 2010, da Poste Italiane a Selecta, avente ad oggetto "Situazione debitoria posta massiva". Un nuovo piano di rientro sarebbe stato respinto nel corso di una riunione tenutasi in data 1 febbraio 2011 tra i rappresentanti delle due società presso la sede di Poste Italiane.

¹³ Il termine di 75 giorni è dato dalla somma del termine di 60 giorni dall'emissione della fattura, e del termine di 15 giorni dalla fine del periodo di riferimento, entro il quale Poste Italiane è tenuta, mensilmente, ad emettere le fatture. In tal senso si vedano le Condizioni tecniche attuative del servizio di posta massiva (cit. alla nota 9), richiamate dall'accordo stipulato da Poste Italiane e Selecta.

Pertanto, le condotte in esame sono idonee a pregiudicare il commercio tra Stati membri, poiché consolidano la compartimentazione del mercato a livello nazionale, ostacolando così l'integrazione economica voluta da Trattato¹⁴.

RITENUTO, pertanto, alla luce delle considerazioni su esposte, che i comportamenti descritti potrebbero dare luogo a una violazione dell'articolo 102 del TFUE;

DELIBERA

- a) l'avvio dell'istruttoria ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, nei confronti della società Poste Italiane S.p.A. per accertare l'esistenza di violazioni dell'articolo 102 TFUE;
- b) la fissazione del termine di giorni trenta decorrenti dalla notificazione del presente provvedimento per l'esercizio da parte dei legali rappresentanti delle parti del diritto di essere sentiti, precisando che la richiesta di audizione dovrà pervenire alla Direzione Credito della Direzione Generale per la Concorrenza di questa Autorità almeno quindici giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;
- c) che il responsabile del procedimento è il Dott. Gilberto Guardavaccaro;
- d) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione Credito della Direzione Generale per la Concorrenza di questa Autorità dai rappresentanti legali delle parti, nonché da persona da essi delegata;
- e) che il procedimento deve concludersi entro il 15 marzo 2012.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

¹⁴ Cfr. Comunicazione della Commissione recante: "Linee direttrici sulla nozione di pregiudizio al commercio tra Stati membri di cui agli articoli 81 e 82 del Trattato", in GUCE C101/81 del 27 aprile 2004.

I729 - GARA D'APPALTO PER LA SANITÀ PER LE APPARECCHIATURE PER LA RISONANZA MAGNETICA

Provvedimento n. 22196

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 9 marzo 2011;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO il provvedimento del 4 febbraio 2010, con il quale è stata avviata un'istruttoria, ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, per una presunta violazione dell'articolo 101 del TFUE, nei confronti delle società Toshiba Medical Systems S.r.l., Philips S.p.A., Siemens Healthcare Diagnostics S.r.l. e Alliance Medical S.r.l., al fine di accertare l'eventuale esistenza di un'intesa volta a limitare il confronto concorrenziale tra le stesse nell'ambito della gara bandita in data 17 giugno 2009 dalla Società Regionale per la Sanità - SO.RE.SA. S.p.A. per l'acquisto e il noleggio di apparecchiature per risonanza magnetica (in seguito anche RM);

VISTO il provvedimento del 14 marzo 2010, con il quale l'istruttoria è stata soggettivamente estesa nei confronti della società Siemens S.p.A.;

VISTO il provvedimento del 10 novembre 2010, con il quale sono stati rigettati gli impegni presentati da tutte le parti del procedimento ai sensi dell'art. 14-ter della legge 10 ottobre 1990 n. 287;

CONSIDERATO che la complessità del settore interessato dalla gara bandita da SO.RE.SA e la consistente mole di documentazione acquisita nel corso del procedimento rendono necessari ulteriori approfondimenti istruttori;

CONSIDERATO che il termine di chiusura del procedimento è attualmente fissato al 31 marzo 2011;

RITENUTO opportuno procedere alla proroga del termine di conclusione del procedimento per consentire gli approfondimenti istruttori propedeutici alla valutazione della fattispecie oggetto del procedimento;

DELIBERA

di prorogare al 30 giugno 2011 il termine di conclusione del procedimento.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

C10937 - OPENJOB AGENZIA PER IL LAVORO/METIS

Provvedimento n. 22163

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 23 febbraio 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Comarfin S.p.A., pervenuta in data 4 febbraio 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Openjob Agenzia per il Lavoro S.p.A. (di seguito, Oj) è una società di diritto italiano attiva come agenzia per il lavoro, esercitando in particolare attività di somministrazione di lavoro, di intermediazione tra domanda e offerta di lavoro, di ricerca e selezione del personale, di supporto alla ricollocazione professionale, di formazione del personale.

Oj risulta allo stato soggetta al controllo di Wise Sgr S.p.A. (società di gestione del risparmio specializzata nella gestione di fondi chiusi di *private equity*, di seguito Wise) che ne detiene l'87,5% del capitale, con la rimanente frazione di proprietà di Mti Investimenti S.a. (di seguito, Mti), società costituita dagli attuali *manager* della stessa Oj.

Il fatturato conseguito dal gruppo Wise nell'esercizio 2009 è stato complessivamente pari a [100-472]¹ milioni di euro, di cui [100-472] milioni di euro e [100-472] milioni di euro per vendite realizzate rispettivamente nell'Unione europea e in Italia.

Metis S.p.A. (di seguito, Mts) è una società italiana attiva come agenzia per il lavoro, esercitando in particolare attività di somministrazione di lavoro, di intermediazione tra domanda e offerta di lavoro, di ricerca e selezione del personale, di supporto alla ricollocazione professionale, di formazione del personale.

Il capitale sociale di Mts risulta suddiviso tra sei società (Comarfin S.p.A., di seguito, Comarfin, e Unicredit S.p.A. le maggiori azioniste con il 23% circa ciascuna) e sette persone fisiche, con nessun soggetto tuttavia in grado, singolarmente o congiuntamente, di esercitarne il controllo.

Il fatturato conseguito, nel corso del 2009 e interamente in Italia, da Mts è stato complessivamente pari a [100-472] milioni di euro.

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

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame riguarda l'acquisizione da parte di Oj del controllo di Mts, mediante l'acquisto dell'intero capitale sociale.

In particolare, l'operazione in esame consta di diversi passaggi. Inizialmente, gli azionisti di Mts diversi da Comarfin trasferiranno a questa, ovvero ad un soggetto da questa designato, le loro quote di capitale di Mts. Comarfin, società attiva nell'assunzione di partecipazioni in imprese, svolgerà nell'operazione il ruolo di acquirente a titolo temporaneo con impegno a trasferire le azioni all'acquirente finale effettivo. In un momento immediatamente successivo, infatti, le quote azionarie verranno trasferite a Oj, che arriverà così a detenere l'intero capitale sociale di Mts.

L'operazione prevede inoltre che, una volta trasferite le azioni di Mts ad Oj, quest'ultima sarà soggetta ad un aumento di capitale ad esito del quale Wise e Mti scenderanno ad una quota pari, rispettivamente, al 67 e all'8% circa, mentre nella compagine azionaria entrerà Comarfin con il rimanente 25% circa. Ciò, tuttavia, secondo quanto rappresentato dalle parti, non muterà sostanzialmente la posizione di controllo di Oj esercitata da Wise, che in particolare passerà da un controllo esclusivo *standard* ad uno di tipo negativo².

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90 non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE 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 472 milioni di euro e in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dalla società di cui è prevista l'acquisizione è stato superiore a 47 milioni di euro.

² In particolare, Wise sarà l'unico socio a poter esercitare un diritto di veto sulle decisioni strategiche d'impresa. Secondo gli accordi di governance, infatti, il Consiglio di amministrazione (Cda) di Oj sarà composto da nove membri, cinque/sei dei quali (a seconda che si consideri o meno la designazione, già stabilita, di un azionista di Mti ma formalmente designato da Wise) appannaggio di Wise, due appannaggio di Comarfin e uno/due appannaggio di Mti. Il Cda delibererà a maggioranza (cinque membri), ad eccezione di alcune materie speciali inerenti le questioni strategiche di impresa (in particolare nomina e revoca dei vertici societari, budget e piani finanziari, industriali e strategici pluriennali, investimenti e finanziamenti di importi elevati, impegni contrattuali elevati non previsti a budget, ristrutturazioni e riorganizzazioni di gruppo) per le quali occorrerà una maggioranza di sette consiglieri, quest'ultima raggiungibile da Wise con Comarfin e/o Mti ma non da questi ultimi due soggetti soltanto, neanche in unione tra loro. Per quanto riguarda l'Assemblea dei soci, essa delibererà in sede ordinaria con le maggioranze di legge.

I poteri attribuiti a Comarfin in sede di organo amministrativo (voto favorevole di almeno un suo amministratore per alcune situazioni quali acquisti/ vendite di partecipazioni, di immobili, di aziende, di rami d'azienda, distribuzione di dividendi, acquisto di azioni proprie, eventuali progetti di quotazione) e in sede assembleare (maggioranza qualificata dell'80% per la distribuzione di utili, gli acquisti di azioni proprie, le deliberazioni in sede straordinaria) appaiono più configurabili come rientranti nella tutela dei diritti degli azionisti di minoranza.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

Da un punto vista merceologico, il settore interessato dall'operazione in esame è quello delle agenzie per il lavoro in cui opera la società Mts oggetto di acquisizione, con particolare riferimento alla fornitura di lavoro temporaneo (lavoro interinale)³.

Nel medesimo ambito opera anche Oj, ma non, secondo quanto riportato dalle Parti in termini di partecipazioni di controllo, i suoi azionisti Wise, Comarfin e Mti.

Il mercato geografico

Per quel che riguarda la rilevanza geografica, la dimensione del mercato può ritenersi nazionale⁴. Tale ipotesi trae origine, in particolare, da considerazioni legate alle differenze linguistiche e ai diversi regimi normativi vigenti nei vari Stati, che possono agire dal lato dell'offerta nel senso di richiedere un'adeguata presenza nei diversi contesti nazionali, nonché da considerazioni legate alle preferenze dei lavoratori e alle indicazioni delle imprese utilizzatrici in termini di sede lavorativa, che possono invece agire dal lato della domanda (dei servizi di agenzia per il lavoro).

In aggiunta, le Parti sottolineano come le condizioni concorrenziali siano sostanzialmente omogenee sull'intero territorio nazionale, con una presenza ivi piuttosto capillare degli operatori.

Effetti dell'operazione

Nel mercato nazionale dei servizi di agenzia per il lavoro l'incidenza delle parti viene stimata su valori piuttosto contenuti e pari, rispettivamente per Oj e Mts, a [1-5%] e a [1-5%].

Il mercato in esame risulta inoltre caratterizzato dall'assenza di particolari barriere all'entrata e dalla presenza di un numero piuttosto elevato di operatori (circa ottanta, tra cui anche multinazionali quali Adecco e Manpower); in particolare, diversi soggetti detengono una quota sostanzialmente pari o superiore a quella congiunta delle parti (Randstad, Obiettivo Lavoro, Generale Industrielle e, soprattutto, Manpower e Adecco).

Alla luce delle considerazioni che precedono, la concentrazione in esame non appare idonea a modificare significativamente le dinamiche concorrenziali nel mercato rilevante.

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 nel mercato interessato, 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.

³ Cfr. C8475 - *Wise Sgr/ Openjob*, provv. n. 16846 del 17 maggio 2007 in Boll. n. 20/2007, e C9133 - *Trenkwalder Italia/Eurolabour*, provv. n. 18000 del 13 febbraio 2008 in Boll. n. 6/2008.

⁴ Cfr. casi citati.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

C10949 - LINDE MATERIAL HANDLING/CAILOTTO CARRELLI*Provvedimento n. 22199*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 9 marzo 2011;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Linde Material Handling S.p.A., pervenuta in data 15 febbraio 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Linde Material Handling S.p.A. (di seguito, LMH) è una società attiva nella progettazione e nel commercio di macchine e mezzi di movimentazione di ogni genere e dei relativi accessori e pezzi di ricambio, nonché in attività collaterali quali montaggio, assemblaggio, magazzinaggio, manutenzione, riparazione, revisione e assistenza in proprio o per conto terzi. LMH è controllata al 100% da Linde Material Handling GmbH, società di diritto tedesco controllata al 100% da Kion Group, a sua volta controllato da Kion Holding 2 GmbH, controllato da Kion Holding 1 GmbH. Quest'ultimo fa capo ad un fondo di investimento, Kohlberg Kravis Roberts & Co LP (KKR) e a Goldman Sachs Group (GS)

Il fatturato conseguito da KKR nell'esercizio 2009 è stato complessivamente pari a [50-60]¹ miliardi di euro, di cui [20-30] miliardi di euro e [1-2] miliardi di euro realizzati, rispettivamente, nell'Unione europea e in Italia; il fatturato conseguito da GS nell'esercizio 2009 è stato complessivamente pari a [40-50] miliardi di euro, di cui circa [10-20] miliardi di euro realizzati nell'Unione europea.

Cailotto Carrelli S.p.A. (di seguito, CC) è una società attiva principalmente nella vendita, noleggio e manutenzione di carrelli elevatori e macchinari per la movimentazione di merci di magazzino a marchio Linde. CC è controllata interamente da Car Due S.r.l., società facente capo a due persone fisiche.

Nel corso del 2009 CC ha conseguito un fatturato complessivo pari a circa [1-10] milioni di euro, interamente realizzato in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame riguarda l'acquisizione da parte di LMH della totalità del capitale sociale di CC, attualmente detenuto interamente da Car Due S.r.l. L'operazione è finalizzata alla realizzazione di un'integrazione verticale tra LMH e CC, tra cui è già in essere un contratto di distribuzione in esclusiva dei carrelli di marca Linde per alcune province italiane.

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

L'accordo per la cessione delle azioni prevede una clausola di non concorrenza con la quale Car Due S.r.l. si impegna, per la durata di due anni dall'operazione, a non esercitare in Lombardia, Veneto, Trentino e Friuli Venezia Giulia attività in concorrenza con quella di CC e LMH, sia per quanto concerne la vendita dei carrelli che per l'assistenza.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE 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 472 milioni di euro.

Il patto di non concorrenza descritto in precedenza può essere qualificato come accessorio alla concentrazione comunicata in quanto contiene restrizioni direttamente connesse alla realizzazione dell'operazione e ad essa necessarie, a condizione che la durata sia circoscritta al periodo di due anni, in quanto l'acquirente risulta già attivo nei mercati rilevanti, e al territorio in cui la stessa risulta operativa².

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

I mercati interessati dalla presente concentrazione sono quelli della produzione e commercializzazione dei carrelli elevatori controbilanciati "a forca"³ e della produzione e commercializzazione di macchinari per la movimentazione di merci in magazzino, su cui opera CC. Secondo le Parti, i due mercati, pur presentando caratteristiche in parte analoghe, devono considerarsi distinti.

I carrelli elevatori controbilanciati "a forca" sono veicoli azionati da un operatore ed equipaggiati con una forca o un pistone per caricare o trasportare merci. Questi andrebbero tenuti distinti dai macchinari per la movimentazione di merci, che possono essere di due tipi: rimorchiatori a motore elettrico, ovvero macchinari di grandi dimensioni, manovrati da un pilota; e rimorchiatori a mano elettrici, ovvero di dimensioni modeste, che il pilota conduce in piedi attraverso la spinta della braccia.

In ogni caso, non appare necessario procedere ad una definizione più precisa del mercato in quanto, indipendentemente dalla definizione adottata, l'operazione non risulta essere in grado di modificare gli assetti concorrenziali esistenti.

Dal punto di vista della rilevanza geografica, i mercati di entrambi i prodotti interessati possono essere considerati di dimensione almeno comunitaria, alla luce dell'omogeneità delle condizioni concorrenziali, dell'assenza di significative barriere all'ingresso, della bassa incidenza dei costi di trasporto sul valore del prodotto, dell'esistenza di listini a livello europeo che hanno condotto

² 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).

³ Cfr. provv. del 23 ottobre 2008 n. 19039, C9692 - *Kion Group GmbH/Kion Baoli Forklift Co., Ltd*, in Boll. n. 40/2008; provv. del 16 gennaio 2003 n.11618 C5672 - *Toyota carrelli elevatori Italia/Ramo di azienda di società di Persone*, in Boll. n. 3/2003.

all'omogeneità dei prezzi ecc. Tale valutazione si pone in linea con quanto riconosciuto dalla Commissione Europea⁴.

Anche da questo punto di vista non appare necessario procedere ad una definizione più precisa del mercato in quanto, indipendentemente dalla definizione adottata, l'operazione non risulta essere in grado di modificare gli assetti concorrenziali esistenti.

Infatti, benché Kion Group detenga nel mercato europeo dei carrelli elevatori "a forca" e dei macchinari per la movimentazione di merci una quota pari rispettivamente a [35-40%] e a [30-35%], l'esiguità della quota di mercato della società acquisita (inferiore, in entrambi i mercati all'1%) fa sì che l'impatto dell'operazione sui mercati rilevanti sia marginale.

Alla luce di tali considerazioni, si ritiene che la concentrazione in esame non appaia idonea a modificare significativamente le dinamiche concorrenziali nel mercato rilevante.

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 nel mercato interessato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

RITENUTO, altresì, che le clausole di non concorrenza pattuite sono accessorie alla presente operazione nei soli limiti sopra precisati, e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove ne sussistano i presupposti, tali clausole nella misura in cui si realizzino oltre la durata e l'ambito territoriale 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 verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

⁴ Cfr. COMP/M.4478 – KKR/Goldman Sachs/Kion, decisione del 20 dicembre 2006.

C10950 - TOTO COSTRUZIONI GENERALI/STRADA DEI PARCHI

Provvedimento n. 22200

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 9 marzo 2011;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabittti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Toto Costruzioni Generali S.p.A., pervenuta in data 15 febbraio 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Toto Costruzioni Generali S.p.A. (di seguito, Toto Costruzioni), con sede legale a Chieti, è la società posta a capo di un gruppo di imprese principalmente attive nella costruzione di strade, viadotti, gallerie e opere ferroviarie, sia in Italia sia all'estero.

Il fatturato, realizzato interamente in Italia, nel 2009 è stato pari a circa 152 milioni di euro.

2. Strada dei Parchi S.p.A. (di seguito, SDP) è la società che, dal 1° gennaio 2003, ha la concessione di costruzione ed esercizio delle tratte autostradali italiane A24 (Roma-L'Aquila-Teramo) e A25 (Torano-Avezzano-Pescara). Il capitale sociale della SDP è attualmente detenuto per il 40% da Toto Costruzioni e per il 60% da Autostrade per l'Italia S.p.A. (di seguito, ASPI).

Il fatturato, realizzato interamente in Italia, nel 2009 è stato pari a circa 137 milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione in esame consiste nell'acquisto da parte di Toto Costruzioni di un ulteriore 58% del capitale sociale di SDP da ASPI. Le parti hanno previsto che ad ASPI sia concessa l'opzione di vendere a Toto Costruzioni il restante 2% del capitale sociale di SDP e che a Toto Costruzioni sia concessa l'opzione di acquistare tale rimanente quota. Al termine dell'operazione comunicata, anche indipendentemente dall'esercizio dei predetti diritti di opzione, Toto costruzioni deterrà il controllo esclusivo su SDP.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'impresa di cui è prevista l'acquisizione è stato superiore a 47 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

I mercati rilevanti

5. L'operazione interessa il mercato della gestione della rete autostradale e il mercato della costruzione e manutenzione di opere pubbliche¹.

a) Gestione della rete autostradale

Mercato del prodotto

Il mercato della gestione della rete autostradale comprende l'insieme delle attività connesse alla gestione della rete autostradale. Si tratta di tutte le attività atte a garantire la sicurezza sulla rete autostradale, il controllo e l'assistenza al traffico, l'esazione di pedaggi, l'informazione, nonché tutti gli interventi di manutenzione ordinaria e straordinaria, di ampliamento ed ammodernamento delle infrastrutture. La rete autostradale italiana fa interamente capo all'ANAS (Gestore della rete stradale e autostradale italiana di interesse nazionale), il quale ne affida in larga misura la gestione a società concessionarie mediante apposite convenzioni che fissano la durata dell'esercizio, i diritti e gli obblighi delle concessionarie, nonché i criteri per l'adeguamento delle tariffe. La concessione riguarda non solo l'affidamento della gestione della rete autostradale in senso stretto, ma anche di tutti i servizi che vengono resi agli utenti di tale rete.

Mercato geografico

La dimensione del mercato è nazionale, in quanto le convenzioni per l'affidamento della gestione delle tratte contengono previsioni analoghe per tutto il territorio nazionale e la gestione complessiva della rete autostradale italiana è disciplinata da un quadro regolamentare unico che si differenzia rispetto a quello vigente in altri Paesi. In tale mercato la domanda è rappresentata dalle imprese che svolgono le diverse attività in cui si articola la gestione della rete autostradale e delle sue pertinenze. Per tali imprese le varie tratte autostradali offrono, a parità di traffico, un elevato grado di sostituibilità.

b) Costruzione e manutenzione di opere pubbliche

Mercato del prodotto

Il mercato della costruzione e manutenzione delle opere pubbliche ricomprende l'insieme delle gare e degli appalti per cui concorrono i c.d. *general contractor* per la progettazione e la realizzazione dei lavori di ingegneria civile e industriale, prevalentemente relativa ad opere pubbliche, tra le quali in particolare strade e autostrade.

Mercato geografico

Seppur liberalizzato all'interno del territorio dell'Unione Europea (Direttive 93/37/CEE e 93/38/CEE), il mercato in esame può ancora oggi essere circoscritto a livello nazionale per il persistere di difficoltà logistiche e amministrative alla partecipazione alle gare da parte di operatori esteri.

¹ Cfr. ad es. casi C8304 *Aurelia/Fimpre Finanziaria Imprenditoriale*, in Boll. n. 8/07; C6890 *Società Autostrada Ligure Toscana-Grassetto Lavori-Itinera Concessione per il collegamento autostradale a pedaggio Asti-Cuneo*, in Boll. n. 7/05; C6507 *Aurelia/CIV*, in Boll. n. 24/04.

Effetti dell'operazione

6. Nel mercato della gestione della rete autostradale Toto Costruzioni è attiva unicamente attraverso la partecipazione detenuta in SDP².

Per quanto riguarda la costruzione e manutenzione di opere pubbliche, Toto Costruzioni e SDP detengono ciascuna una quota marginale. A seguito dell'operazione, avranno complessivamente una quota di mercato che si stima [*inferiore all'1%*]³.

Per quanto precede, in considerazione della contenuta quota di mercato che verrà a detenere l'impresa dopo l'operazione di concentrazione, dell'assoluta marginalità del suo incremento e della presenza nei medesimi mercati di diversi altri operatori di rilievo, quali tra gli altri Autostrade per l'Italia S.p.A - per ciò che attiene la gestione della rete autostradale - e Impregilo S.p.A. - nel mercato della costruzione e manutenzione di opere pubbliche - con quote pari, rispettivamente, a circa il [50-55%], e il [10-15%], l'operazione non risulta in grado di modificare in maniera sostanziale l'assetto concorrenziale del mercato.

Sulla base delle precedenti considerazioni, l'operazione in esame non appare dunque idonea a modificare in maniera sostanziale l'assetto concorrenziale dei mercati interessati.

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 verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

² SDP ha una quota di mercato pari a circa il [1-5%].

³ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

**C10951 - ASPIAG SERVICE/RAMO DI AZIENDA DI EDILCOSTRUZIONI
MARCHETTI**

Provvedimento n. 22201

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 9 marzo 2011;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società ASPIAG SERVICE S.r.l., pervenuta in data 16 febbraio 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Aspiag Service S.r.l. (di seguito, ASPIAG SERVICE) è una società il cui capitale è interamente detenuto da Aspiag Management AG, società con sede in Svizzera, holding a capo del gruppo Aspiag (di seguito, ASPIAG), che opera prevalentemente nella distribuzione commerciale di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo con una rete di punti vendita attivi con le insegne Despar, Eurospar e Interspar.

Il fatturato realizzato nel 2009 da ASPIAG in Italia è stato di circa 900 milioni di euro.

2. Oggetto di acquisizione è un ramo d'azienda, appartenente a EDILCOSTRUZIONI MARCHETTI S.r.l. (di seguito, EDILCOSTRUZIONI MARCHETTI), società che opera sia nel settore immobiliare, sia nella distribuzione commerciale all'ingrosso e al dettaglio di prodotti alimentari e non alimentari.

Tale ramo d'azienda è relativo ad un punto vendita al dettaglio, di prodotti alimentari e non alimentari, ubicato in Venzone (UD), frazione Carnia, ed è costituito, in particolare, da:

- beni mobili, in particolare attrezzature, arredi, macchinari;
- avviamento commerciale;
- autorizzazione commerciale per una superficie di vendita di 1929 m2.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione in esame consiste nell'acquisizione, da parte di ASPIAG SERVICE, del ramo di azienda sopradescritto, sulla base del contratto preliminare di cessione di tale ramo stipulato tra ASPIAG SERVICE ed EDILCOSTRUZIONI MARCHETTI.

L'operazione è finalizzata all'apertura di un nuovo punto vendita nel Comune di Venzone, ad insegna "Despar", con superficie di vendita di 1929 m2.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 472 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

5. Il settore interessato dalla concentrazione in esame è quello della distribuzione moderna di prodotti alimentari e non alimentari di largo e generale consumo.

All'interno della distribuzione moderna possono distinguersi diverse categorie di punti vendita (ipermercati, supermercati, *superette* e *discount*) che si differenziano in base a caratteristiche quali la dimensione della superficie di vendita, il posizionamento di prezzo, l'ampiezza e la profondità della gamma di prodotti offerti, le caratteristiche espositive, la presenza di banchi per i prodotti freschi, la disponibilità di parcheggi. Secondo quanto stabilito dall'Autorità¹, la diversità nella qualità e nel livello di servizi offerti dalle varie tipologie di punto vendita ne rende piuttosto deboli i rapporti di sostituibilità reciproci, che risultano sostanzialmente limitati alle categorie immediatamente contigue.

Ai fini dell'individuazione del mercato rilevante dal punto di vista del prodotto, occorre pertanto partire da ciascuna tipologia di punto vendita e affiancare ad essa le categorie di punti vendita con le quali sussistano forti relazioni di sostituibilità.

6. Nel caso in esame, considerato che l'operazione risulta finalizzata all'acquisizione di un punto vendita con superficie di vendita di circa 1929 m², il mercato rilevante è quello degli ipermercati, composto da tutti i punti vendita della distribuzione moderna aventi una superficie superiore a 1.500 m².

Il mercato geografico

7. Da un punto di vista geografico, il mercato ha dimensione locale, in considerazione dei comportamenti di acquisto dei consumatori e dell'importanza da questi attribuita alla prossimità dei punti vendita. L'esatta delimitazione della dimensione geografica dei mercati deve essere effettuata caso per caso, sulla base della dimensione dei bacini di utenza dei singoli punti vendita delle imprese interessate e del loro livello di sovrapposizione. In prima approssimazione essa può essere circoscritta ai confini amministrativi provinciali.

Ai fini della valutazione dell'operazione comunicata, il mercato geografico interessato è quello della provincia di Udine, in cui è localizzato il punto vendita oggetto di acquisizione.

V. EFFETTI DELL'OPERAZIONE

8. Nel mercato degli ipermercati della provincia di Udine, i punti vendita con insegna "Despar" rappresentano una quota di mercato di circa il 37%, mentre al ramo d'azienda oggetto di acquisizione è attribuibile una quota inferiore all'1%.

¹ Cfr. Provvedimento n. 6113 del 18 giugno 1998, C3037, *Schemaventuno-Promodes/Gruppo GS*, in Boll. n. 25/98

9. Nel mercato degli ipermercati della provincia di Udine operano vari concorrenti qualificati, tra i quali CARREFOUR ITALIA, COOP ITALIA e BENNET, con quote pari, rispettivamente, al 18%, al 13% e al 7%.

Per quanto precede, l'operazione comunicata non altera significativamente le condizioni concorrenziali nel mercato rilevante.

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 sul mercato interessato, 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 verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

C10954 - AVELAR ENERGY/KERSELF

Provvedimento n. 22202

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 9 marzo 2011;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Avelar Energy, pervenuta in data 18 febbraio 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Avelar Energy Ltd. (di seguito, Avelar) è una società di diritto svizzero, facente parte di un gruppo (Gruppo Avelar) attivo, tra l'altro, nella produzione e vendita di gas ed energia elettrica, nonché nell'esplorazione e produzione di gas e altre fonti di energia prevalentemente in Europa. Il Gruppo Avelar è controllato dal gruppo Renova, presente sul mercato internazionale nei settori metallurgico e minerario, dell'elettricità, delle utilities, dei mezzi di comunicazione di massa, immobiliare, dell'industria chimica e finanziaria, nonché dell'energia.

Nel 2008 il fatturato complessivo realizzato dal gruppo Renova è stato pari a circa 34 miliardi di euro, di cui circa [10-20]¹ miliardi di euro realizzati in Europa e circa [1-2] miliardi di euro realizzati in Italia.

Oggetto dell'operazione è l'acquisizione da parte di Avelar del controllo esclusivo di Kerself S.p.A. (di seguito, Kerself), capogruppo del Gruppo Kerself, attivo nel settore fotovoltaico e, in particolare, nella progettazione e produzione di celle e moduli fotovoltaici, nonché nella progettazione, distribuzione e installazione di sistemi fotovoltaici. Kerself è inoltre attiva nella progettazione, produzione e distribuzione di elettropompe, pompe sommerse e motori sommersi per acqua, sia per uso industriale sia per uso professionale. Kerself è attualmente soggetta al controllo congiunto di una persona fisica e di Avelar.

Nel 2009 il fatturato del Gruppo Kerself è stato di circa 133 milioni di euro, di cui [100-472] milioni di euro realizzati in Europa e [100-472] milioni di euro realizzati in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione, da parte di Avelar, del controllo esclusivo di Kerself. Attualmente Avelar ed una persona fisica detengono l'intero capitale azionario della società FINMAV e, tramite tale società, controllano congiuntamente Kerself. Con l'operazione comunicata la persona fisica cede ad Avelar l'intera partecipazione detenuta, direttamente e indirettamente, nel capitale di FINMAV. FINMAV diventa così titolare del 26,72% del capitale di Kerself, quota sufficiente ad assicurare a FINMAV la maggioranza nell'assemblea di Kerself.

¹ 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

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

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 472 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE DI CONCENTRAZIONE

Da un punto vista merceologico, i settori interessati dall'operazione in esame sono quello della produzione, installazione e distribuzione di prodotti fotovoltaici e quello della produzione e distribuzione di elettropompe idrauliche, di superficie e sommergibili, e di motori sommersi.

Per quanto riguarda il primo settore, si precisa preliminarmente che i prodotti fotovoltaici sono trasformatori di energia solare in energia elettrica, e comprendono celle solari, moduli o pannelli solari e impianti solari. L'Autorità ha in precedenza ritenuto² che dal lato della domanda non sussista una distinzione d'uso tra celle e moduli solari, mentre l'acquisto di impianti dipende dalle politiche di incentivi e tutela dell'ambiente dei singoli paesi. Con riguardo ai consumatori industriali, l'utilizzo dell'energia fotovoltaica prodotta avviene senza che sia fatta alcuna distinzione circa la sua generazione. Dal lato dell'offerta, inoltre, va osservato che i produttori realizzano solitamente tutti i prodotti citati. Nel caso di specie, tuttavia, tenuto conto dei limitati effetti concorrenziali dell'operazione, non appare necessario stabilire se celle, moduli e sistemi solari rappresentino o meno mercati del prodotto distinti, né se sia opportuno adottare una distinzione sulla base del diverso uso dei prodotti.

Dal punto di vista geografico, le parti sostengono che il mercato dei prodotti fotovoltaici ha dimensione mondiale, in linea con quanto affermato dalla Commissione³ e dall'Autorità⁴, in considerazione dell'esistenza di standard tecnici uguali in tutto il mondo, dell'omogeneità dei prezzi e del fatto che i principali produttori operano a livello mondiale, senza che sussistano ostacoli di rilievo alla distribuzione dei prodotti dovuti all'ubicazione degli impianti produttivi, ai costi di trasporto o a barriere di tipo normativo-regolamentare.

In ogni caso, anche sotto questo profilo non appare necessaria un'esatta definizione del mercato per la valutazione dell'operazione comunicata in quanto, indipendentemente dalla definizione adottata, si ritiene che la stessa non sia idonea ad alterare gli equilibri concorrenziali esistenti nel mercato della produzione e commercializzazione di prodotti fotovoltaici.

Per quanto riguarda il secondo dei settori qui in esame, si osserva che le elettropompe sono impiegate per il sollevamento e la distribuzione di acque pulite destinate all'irrigazione, al lavaggio e all'uso alimentare. La movimentazione ed il trattamento delle acque rappresentano dunque una funzione essenziale in quasi tutti i processi industriali. Dal lato della domanda, gli acquirenti acquistano generalmente moduli comprensivi sia di elettropompe idrauliche che di

² Cfr. provv. del 20 novembre 2008 n. 19171, C9745 - *Kerself S.p.A./Ecoware S.p.A.*, in Boll. n. 44/08.

³ Cfr. Commissione europea, COMP/M.2712, del 5 giugno 2002 - *Electralabel/Total FinaElf/Photovoltech*; COMP/M2367, del 27 marzo 2001 - *Siemens/E.ON/Shell/SSG*.

motori sommersi; dal lato dell'offerta, i produttori di elettropompe idrauliche sono generalmente attivi anche nella produzione di motori sommersi. Le Parti ritengono dunque che esista un unico mercato del prodotto rilevante, che comprende sia le elettropompe che i motori sommersi.

Anche in questo caso, tenuto conto dei limitati effetti concorrenziali dell'operazione, non appare necessario stabilire con precisione la dimensione del mercato di riferimento.

Dal punto di vista geografico, le Parti sostengono, in linea con quanto già affermato dall'Autorità⁵, che il mercato dei citati prodotti abbia dimensione europea, se non sopranazionale, in considerazione della presenza di operatori di grandi dimensioni, attivi su base multinazionale, della ridotta incidenza dei costi di trasporto e dell'assenza di barriere tecniche e giuridiche idonee ad impedire la circolazione dei prodotti

In considerazione della modesta entità della quota detenuta dalla società acquisita sui mercati rilevanti e del fatto che Avelar non opera su tali mercati, si ritiene che l'operazione di concentrazione comunicata non avrà effetti pregiudizievoli per la concorrenza nei mercati della produzione, installazione e distribuzione di prodotti fotovoltaici e quello della produzione e distribuzione di elettropompe idrauliche di superficie e sommergibili e di motori sommersi.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non è suscettibile di determinare, ai sensi dell'articolo 6 comma 1 della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nel mercato interessato, 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 verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

⁴ Cfr. provv. C9745, cit., e provv. del 6 marzo 2008, n. 18105, C9185 - *Intek/Energetica*, in Boll. n. 9/08.

⁵ Cfr. provv. del 5 dicembre 2007, n.17692, C8946 - *Ascofin/Finder*, in Boll. n. 46/07.

C10956 - MIROGLIO FASHION/RAMO DI AZIENDA DI GMF GRANDI MAGAZZINI FIORONI

Provvedimento n. 22203

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 9 marzo 2011;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Miroglio Fashion S.r.l., pervenuta in data 18 febbraio 2011;

I. LE PARTI

Miroglio Fashion S.r.l. (di seguito, Miroglio Fashion) è una società di diritto italiano con sede in Alba (Cuneo), controllata interamente da Miroglio S.p.A. (di seguito, Miroglio), attiva nella produzione e commercializzazione di articoli tessili e filati, di articoli di abbigliamento ed accessori per l'abbigliamento femminile.

Miroglio è controllata congiuntamente dalla società Mirfin, società semplice facente capo alla famiglia Miroglio, e da tre persone fisiche, appartenenti alla medesima famiglia.

Nel 2009 Miroglio ha realizzato a livello mondiale un fatturato consolidato di circa 930 milioni di euro, di cui circa [700-1.000]¹ milioni di euro per vendite in Europa e circa [472-700] milioni di euro per vendite in Italia.

Oggetto dell'operazione è l'affitto di un ramo d'azienda della società G.M.F. Grandi Magazzini Fioroni S.p.A. (di seguito, GMF), costituito dall'esercizio commerciale per la vendita al dettaglio di articoli di abbigliamento donna, accessori e calzature, all'interno del Centro commerciale "Emisfero" in Perugia, via Fiesole n.1, precedentemente gestito dalla società Trops S.p.A..

GMF è una società attiva nella promozione, realizzazione e gestione di centri commerciali, supermercati, ipermercati, negozi ed altri esercizi commerciali nonché nella distribuzione all'ingrosso di generi alimentari e non alimentari ed è soggetta al controllo esclusivo di Unicomm S.r.l..

Nel 2009 il ramo d'azienda citato, gestito dalla società Trops S.r.l., ha realizzato circa 59.441 euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame ha ad oggetto l'affitto da parte di Miroglio, per un periodo di nove anni, del ramo di azienda di cui sopra, comprensivo dei locali, del godimento delle attrezzature, degli impianti, delle parti e dei servizi comuni oltre che dell'autorizzazione amministrativa per il commercio al dettaglio nel settore non alimentare.

L'operazione in esame è volta a far ottenere a Miroglio la disponibilità di un nuovo spazio commerciale per la vendita dei propri prodotti a marchio "Motivi".

¹ 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

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

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 472 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

Sotto il profilo merceologico, il settore interessato è quello della distribuzione al dettaglio di capi di abbigliamento "pronto", formale ed informale, e dei relativi accessori; in particolare, la società Miroglio, attiva nella produzione di capi femminili di genere sia formale sia informale, attraverso l'operazione di cui si tratta, intende integrarsi a valle acquisendo un nuovo punto vendita da gestire direttamente.

In Italia, la distribuzione dei capi d'abbigliamento e degli accessori avviene attraverso due canali principali: i negozi tradizionali, spesso specializzati per tipologie di prodotto, e la distribuzione moderna. La distribuzione moderna si distingue da quella tradizionale al dettaglio innanzitutto per il servizio offerto al cliente: nei punti vendita della distribuzione moderna prevale infatti il libero servizio, mentre nei negozi tradizionali la vendita assistita. Inoltre, la distribuzione moderna si caratterizza, dal punto di vista della tipologia dei punti vendita, per la grande superficie di questi ultimi e per la presenza di reparti dedicati a differenti categorie di prodotti (abbigliamento uomo, donna, bambino, abbigliamento intimo), mentre i punti vendita tradizionali sono spesso specializzati in una gamma ristretta di prodotti.

Deve, tuttavia, osservarsi che i punti vendita di abbigliamento sono, ormai in misura significativa, negozi specializzati nella vendita di un unico marchio, i cosiddetti negozi "monomarca" (ad esempio Max Mara, Stefanel, Replay, Mariella Burani e Max & Co.), dove prevale il libero servizio, che permette al consumatore di scegliere autonomamente, ma allo stesso tempo assicura, qualora venga richiesta, la vendita assistita tipica dei negozi tradizionali. E' necessario, inoltre, evidenziare come la disposizione in un unico punto vendita di tutte le tipologie di prodotto non rivesta un'importanza determinante, in quanto i capi di abbigliamento e gli accessori sono beni durevoli, di valore unitario elevato, che soddisfano vari bisogni: quello primario di vestirsi, ma anche un insieme complesso di altre necessità legate all'immagine individuale e sociale di una persona. Il consumatore è, dunque, disposto a visitare diversi negozi, comparandone le offerte in termini di qualità, prezzo e gusto, nonché a ripetere la ricerca per ogni articolo di cui ha bisogno. Sulla base delle considerazioni che precedono, può, dunque, affermarsi che la distribuzione moderna e i negozi tradizionali facciano parte del medesimo mercato.

Il mercato geografico

Dal punto di vista geografico, il mercato del prodotto ha dimensione locale. L'esatta delimitazione della dimensione geografica deve essere effettuata caso per caso sulla base della dimensione dei

bacini di utenza dei singoli punti vendita delle imprese interessate e del loro livello di sovrapposizione.

Pertanto, il mercato geografico rilevante ai fini della presente operazione può essere considerato di dimensioni provinciali, corrispondenti, nel caso di specie, alla provincia di Perugia.

Effetti dell'operazione

Nella provincia citata Miroglio è già presente con otto punti vendita e una quota di mercato pari a circa il [1-5%]. Si osserva, altresì, che nel mercato interessato sono attivi numerosi e qualificati concorrenti.

Pertanto, vista la modesta entità della quota detenuta da Miroglio e la trascurabile incidenza dell'acquisizione del controllo, da parte di quest'ultima, di un ulteriore punto vendita, si ritiene che l'operazione di concentrazione comunicata non avrà effetti pregiudizievoli per la concorrenza nel mercato della distribuzione di capi di abbigliamento e accessori nella provincia di Perugia.

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 sul mercato interessato, 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 verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

C10960 - E.ON CLIMATE & RENEWABLES ITALIA SOLAR/SCF2

Provvedimento n. 22204

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 9 marzo 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società E.On Climate & Renewables Italia Solar S.r.l., pervenuta in data 22 febbraio 2011

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

E.On Climate & Renewables Italia Solar S.r.l. (di seguito, E.On Renewables) è una società attiva principalmente nella produzione di energia elettrica da fonti rinnovabili, in particolare di energia fotovoltaica.

E.On Renewables ha come unico socio E.On Italia S.p.A., la quale a sua volta è integralmente controllata da E.On AG, società ad azionariato diffuso di diritto tedesco ed *holding* posta a capo del medesimo gruppo (di seguito, il Gruppo E.On), attivo nei settori del gas e dell'elettricità in tutti i segmenti delle relative filiere produttive. Attraverso il suo parco produttivo, nel 2009 il Gruppo E.On in Italia ha prodotto una quota di energia da fonti rinnovabili pari a circa il 4% del totale nazionale.

Nello stesso anno il Gruppo E.ON ha realizzato a livello mondiale un fatturato pari a 81,8 miliardi di euro, di cui [70-80]¹ miliardi di euro nell'Unione Europea e circa [4-5] miliardi di euro in Italia.

SCF2 S.r.l. (di seguito, SCF2) è una società costituita nel 2009, titolare di un progetto autorizzato per la realizzazione ed esercizio di un impianto fotovoltaico nel Comune di Marino (RM), con una potenza di massimo picco complessiva non superiore a 3,041 MWp.

Gli azionisti di SCF2 sono unicamente persone fisiche delle quali nessuna esercita il controllo sulla società.

Nel 2009 SCF2 non ha realizzato alcun fatturato.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame si sostanzia nell'acquisizione del controllo esclusivo di SCF2 da parte di E.On Renewables.

L'operazione sarà realizzata tramite un contratto di cessione delle partecipazioni in base al quale E.On Renewables acquisirà l'intero capitale sociale di SCF2.

¹ 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

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

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 472 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato rilevante

L'operazione in esame riguarda l'attività di generazione di energia elettrica da fonti rinnovabili, in particolare da fonte solare, che rientra nell'ambito del più ampio settore della generazione di energia elettrica da fonti sia tradizionali sia rinnovabili. L'energia elettrica generata in Italia e quella importata definiscono, dal lato merceologico, l'offerta all'ingrosso di energia destinata alla copertura del fabbisogno nazionale e quindi il mercato dell'approvvigionamento all'ingrosso.

Dal punto di vista geografico, il mercato dell'approvvigionamento all'ingrosso di energia elettrica è di dimensioni sovragionali, sulla base di una suddivisione in macrozona (Nord, Sud, Sicilia e Sardegna) dettata sia da vincoli di trasmissione che da differenze nella struttura dell'offerta, che si riflettono in differenze stabili nei prezzi di vendita dell'energia elettrica². Dato che l'impianto di SCF2 sarà localizzato nel Lazio, la zona interessata dall'operazione in esame è la macrozona Sud.

Effetti dell'operazione

Nella macrozona Sud, la quota detenuta dal Gruppo E.On nel mercato dell'approvvigionamento all'ingrosso di energia elettrica, in termini di capacità installata, è inferiore al 5%³. L'entrata in funzione dell'impianto di SCF2 comporterà un incremento marginale di tale quota, stimato al di sotto del punto percentuale.

Ne discende che l'operazione comunicata non è idonea a modificare in maniera sostanziale le condizioni concorrenziali presenti nel mercato di riferimento.

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 sul mercato interessato, 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.

² Indagine conoscitiva sullo stato della liberalizzazione dei settori dell'energia elettrica e del gas naturale, febbraio 2005, in Boll. n. 6/05.

³ Tale quota considera la capacità installata di impianti di proprietà di imprese comuni tra E.On e altri operatori riferendola interamente ad E.On.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

AS815 - BANDO DI GARA PER LA FORNITURA DI ENERGIA PER GLI IMMOBILI ADIBITI AD USO SANITARIO NELLE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI

Roma, 1 febbraio 2011

Ministero dell'Economia e delle Finanze
Dipartimento dell'Amministrazione Generale del
Personale e dei Servizi -
Direzione Centrale dei Sistemi Informativi e
dell'Innovazione -
Ufficio per la razionalizzazione degli acquisti
nella Pubblica Amministrazione

CONSIP S.p.A.

Con riferimento alla richiesta di parere, formulata ai sensi dell'art. 22 della legge n. 287/90 dal Ministero dell'Economia e delle Finanze, concernente lo schema del bando di gara per l'affidamento di un multiservizio tecnologico integrato con fornitura di energia per gli immobili ad uso sanitario delle Pubbliche Amministrazioni, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella sua adunanza del 26 gennaio 2011 ha esaminato lo schema del suddetto bando di gara e intende svolgere le seguenti considerazioni.

Sulla base della documentazione concernente la gara che il Ministero intende bandire tramite Consip S.p.A., l'Autorità riscontra che il contenuto del Bando ed il relativo Disciplinare sono sostanzialmente in linea con gli orientamenti espressi nei precedenti pareri e nelle proprie segnalazioni (S536).

Tuttavia, l'Autorità osserva che le previsioni relative all'affidamento del subappalto contenute nel disciplinare di gara non appaiono conformi alle previsioni di cui all'art. 38 del D. Lgs. n. 163/2006, come novellato dall'art. 3, comma 1, della legge n. 166/2009, laddove espressamente stabiliscono che il divieto di subappalto non opera *“tra imprese controllate o collegate ai sensi dell'articolo 2359 del codice civile, e comunque tra imprese che rappresentano, ai fini della partecipazione alla gara, un unico centro decisionale”*.

L'Autorità resta in attesa di conoscere, entro il termine di sessanta giorni dal ricevimento della presente segnalazione, le iniziative adottate in relazione alle problematiche sopra evidenziate.

In ogni caso, l'Autorità si riserva di valutare, ove emergano elementi suscettibili di configurare l'esistenza di intese tra i partecipanti nel corso dello svolgimento della gara in oggetto, gli esiti della gara stessa ai sensi dell'articolo 2 della legge n. 287/90.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

AS816 - COMUNE DI AVIGLIANA (TO) - GESTIONE DELLA ILLUMINAZIONE PUBBLICA

Roma, 15 febbraio 2011

Comune di Avigliana
Segretario Generale

Oggetto: richiesta di parere in materia di affidamento del servizio di gestione della illuminazione pubblica.

In relazione alla richiesta di parere pervenuta in data 18 gennaio 2011 e relativa all'affidamento del servizio di gestione dell'illuminazione pubblica, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, ai sensi dell'art. 22 della legge n. 287/1990, così come deliberato nell'adunanza del 9 febbraio 2011, esprime le seguenti considerazioni.

Giova preliminarmente osservare che non rientra tra i compiti istituzionali dell'Autorità fornire un'interpretazione autentica delle norme vigenti, né sostituirsi alla giurisprudenza amministrativa. Tuttavia, posto che la recente normativa in materia di liberalizzazione dei servizi pubblici locali ha una *ratio* proconcorrenziale, l'Autorità, pur senza esprimere valutazioni in merito alle concrete fattispecie, può ritenere opportuno fornire orientamenti di carattere generale che agevolino gli enti locali nella implementazione ed applicazione della nuova disciplina.

Il servizio di illuminazione pubblica è un servizio pubblico locale di rilevanza economica e, in quanto tale, rientrante nell'art. 23 bis del D.L. n. 135/2009, convertito nella legge n. 133/2008¹.

Per quanto concerne l'istituto del riscatto degli impianti di illuminazione pubblica (cfr. RD. 15 ottobre 1925 n. 1568 e DL n. 902/1986), la giurisprudenza più recente si è espressa nel senso di ritenere tuttora sussistente in capo agli enti locali l'astratta possibilità di riscattare la proprietà degli impianti di illuminazione pubblica².

Quanto poi all'eventualità che l'ente locale non intenda o non abbia la possibilità di sostenere economicamente il riscatto, tale circostanza non osta al fatto che possa essere indetta la gara per il riaffidamento del servizio pubblico nell'ipotesi in cui gli impianti siano in parte o integralmente di proprietà di soggetti terzi.

Infatti, l'art. 10 del DPR 7 settembre 2010 n. 168 disciplina la cessione dei beni in caso di subentro prevedendo che, nei casi in cui i beni strumentali alla gestione del servizio non siano stati

¹ Cfr. da ultimo Sentenza del Consiglio di Stato del 25 novembre 2010 n. 8232.

² Cfr. Sentenza TAR Brescia 2 agosto 2010 n. 2612, ma anche ordinanza del Consiglio di Stato n. 6639/08 del 12 dicembre 2009.

interamente ammortizzati, il gestore subentrante corrisponda al precedente gestore un importo pari al valore contabile originario non ancora ammortizzato, al netto di eventuali contributi pubblici direttamente riferibili agli stessi. Tale importo è indicato nel bando o nella lettera di invito relativi alla gara per l'affidamento del servizio. Pertanto, gli enti locali non sono costretti a sostenere l'eventuale indennizzo da pagare al gestore uscente, potendolo indicare nel bando di gara come importo di cui si debba far carico il vincitore della gara.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

PUBBLICITA' INGANNEVOLE E COMPARATIVA

PB585 - TURMAX-UTILIZZO MARCHI

Provvedimento n. 22197

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 9 marzo 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTO il Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 145, recante "Attuazione dell'articolo 14 della direttiva 2005/29/CE che modifica la direttiva 84/450/CEE sulla pubblicità ingannevole" (di seguito, Decreto);

VISTO il "Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa illecita", adottato con delibera dell'Autorità del 15 novembre 2007, pubblicata nella G.U. n. 283 del 5 dicembre 2007, ed entrato in vigore il 6 dicembre 2007 (di seguito, Regolamento);

VISTO il provvedimento del 3 novembre 2010, con il quale l'Autorità ha accertato, ai sensi degli artt. 1, 2, lettera b), e 3, lettera c), Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 145, recante "Attuazione dell'articolo 14 della direttiva 2005/29/CE che modifica la direttiva 84/450/CEE sulla pubblicità ingannevole", l'ingannevolezza del messaggio pubblicitario diffuso da Turmax S.r.l. che, mediante il proprio sito ufficiale *www.turmax.com*, ha promosso la propria attività commerciale mediante l'utilizzo non autorizzato dei loghi di alcune note case produttrici nel settore motoristico;

VISTA la propria delibera del 1° dicembre 2010 di annullamento in autotutela del suddetto provvedimento del 3 novembre 2010 e di contestuale riapertura del procedimento ai soli fini della rideterminazione della sanzione;

VISTA la propria delibera del 26 gennaio 2011, con la quale era stata rideliberata la chiusura del procedimento con l'accertamento dell'ingannevolezza del suddetto messaggio pubblicitario diffuso da Turmax S.r.l. e con l'irrogazione di una sanzione amministrativa pecuniaria di 10.000 € (diecimila euro);

CONSIDERATO che a causa di un errore materiale, nel testo del provvedimento n. 22067, deliberato in data 26 gennaio 2011, relativo al procedimento PB585, al primo capoverso successivo al punto b) della DELIBERA finale, è stato erroneamente indicato il termine di sessanta giorni dalla notificazione del provvedimento per il pagamento della sanzione da irrogare a carico di Turmax S.r.l.;

RITENUTA la necessità di procedere alla rettifica del provvedimento n. 22067, deliberato in data 26 gennaio 2011, e, in particolare, del termine indicato al primo capoverso successivo al punto b) della DELIBERA finale, sostituendo il medesimo con la seguente formulazione:

“La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera b) 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”.

DELIBERA

di rettificare il provvedimento del 26 gennaio 2011, nei termini di cui sopra.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

PS6102 - TECNOSOUND-RIPARAZIONI IN GARANZIA

Provvedimento n. 22190

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 9 marzo 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante “*Codice del Consumo*”, come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146 (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette*”, adottato con delibera dell’Autorità del 15 novembre 2007, pubblicata nella G.U. n. 283 del 5 dicembre 2007, ed entrato in vigore il 6 dicembre 2007 (di seguito, Regolamento);

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

Sig. Giovanni Miotto, titolare dell’impresa individuale Tecnosound (di seguito, anche “Tecnosound”), in qualità di professionista ai sensi dell’art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. L’impresa è attiva nel commercio al dettaglio di prodotti di comunicazione elettronica e ha realizzato, nel 2009, un fatturato pari a circa [omissis]¹ euro e un utile di circa [omissis] euro².

II. LA PRATICA COMMERCIALE

1. Il procedimento riguarda l’imposizione di ostacoli all’esercizio dei diritti dei consumatori in tema di garanzia legale di conformità sui prodotti difettosi.

2. In particolare, secondo la segnalazione di un consumatore pervenuta in data 3 maggio 2010, risulta che, a fronte di una richiesta di assistenza in garanzia legale da parte di un cliente che lamentava la difettosità di un auricolare di marca Nokia acquistato presso il punto vendita del professionista, quest’ultimo ha comunicato al consumatore che non avrebbe potuto provvedere alla riparazione del prodotto né alla restituzione dell’importo del valore dello stesso, poiché il difetto non era più coperto dalla garanzia del produttore, la quale, rispetto agli accessori, aveva una durata limitata a sei mesi.

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

² Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

Attività preistruttoria

3. A seguito della segnalazione di un consumatore, pervenuta in data 3 maggio 2010³, il 30 giugno 2010 sono state richieste alcune informazioni al professionista⁴, che ha fornito riscontro in data 9 luglio 2010⁵.

Attività istruttoria

4. In data 10 novembre 2010 è stato comunicato al Sig. Giovanni Miotto, titolare dell'impresa individuale Tecnosound, l'avvio del procedimento istruttorio PS6102, per presunta violazione degli artt. 20, 21, comma 1, lettera g), 24 e 25, lettera d), del Codice del Consumo.

5. In particolare, nella comunicazione di avvio veniva contestata la possibilità che le condotte del professionista fossero suscettibili di integrare una pratica commerciale scorretta, consistente nella diffusione di informazioni non rispondenti al vero, o comunque inesatte, circa i diritti spettanti ai consumatori in materia di garanzia legale di conformità, di cui agli artt. 130 e ss. del Codice del Consumo, e nell'imposizione di ostacoli alla fruizione di tali diritti, attraverso il rifiuto di fornire la garanzia legale su un prodotto difettoso acquistato presso il punto vendita di Tecnosound.

6. Contestualmente all'avvio del procedimento è stato richiesto al professionista di fornire alcune informazioni utili alla valutazione delle pratiche commerciali in esame. Tecnosound ha fornito riscontro alla suddetta richiesta con risposta pervenuta in data 7 dicembre 2010⁶.

7. In data 24 gennaio 2011 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento⁷.

8. La Parte non ha prodotto memorie conclusive.

2) *Le evidenze acquisite*

9. Nella segnalazione pervenuta in data 3 maggio 2010 si lamenta la mancata riparazione da parte di Tecnosound, nell'aprile 2010, di un auricolare Bluetooth a marchio Nokia, acquistato in data 16 giugno 2009 presso l'esercizio commerciale del professionista, poiché – secondo quanto rappresentato da quest'ultimo al consumatore - il difetto si sarebbe manifestato dopo il termine di 6 mesi dall'acquisto del prodotto⁸.

10. A tale proposito è stato richiesto al professionista, ai sensi dell'art. 4, comma 1, del Regolamento, di fornire informazioni circa le procedure di applicazione della garanzia legale sui prodotti difettosi acquistati presso il proprio punto vendita (termini di validità, difetti non coperti dalla garanzia, ragioni dell'esclusione), nonché copia del certificato di garanzia del prodotto oggetto di segnalazione e chiarimenti in merito alla specifica vicenda segnalata⁹.

11. In risposta alla richiesta, il professionista ha precisato di aver inviato l'auricolare difettoso al centro di assistenza Nokia, nella medesima data della richiesta di assistenza (1° aprile 2010), ma di

³ Doc. 1.

⁴ Doc. 3.

⁵ Doc. 4.

⁶ Doc. 8.

⁷ Doc. 9.

⁸ Doc. 1.

⁹ Doc. 3.

non essere stato in grado di restituire al cliente il prodotto riparato, né l'importo del valore dello stesso, perché, secondo quanto comunicato dal centro di assistenza, il difetto non era più coperto dalla garanzia del produttore, di durata limitata a 6 mesi rispetto agli accessori. Tecnosound avrebbe quindi riconsegnato il prodotto difettoso al consumatore in data 22 aprile 2010¹⁰, informandolo di tale circostanza e invitandolo a far valere i propri diritti nei confronti del produttore¹¹.

12. A seguito della comunicazione di avvio del procedimento istruttorio, con memoria pervenuta in data 7 dicembre 2010¹², Tecnosound ha comunicato di adoperarsi, nel rispetto delle procedure di assistenza in garanzia legale, per il ritiro del prodotto difettoso, l'invio presso un centro di assistenza per la riparazione/sostituzione dello stesso e la riconsegna al cliente del prodotto funzionante. A tal fine, il professionista ha allegato l'elenco di tutte le riparazioni in garanzia effettuate negli anni 2009 e 2010, pari rispettivamente a 154 e 294¹³.

13. Con riferimento alla tempistica, il professionista ha evidenziato che dal ritiro del prodotto difettoso all'invio al centro di assistenza trascorrono generalmente uno o due giorni al massimo. I tempi di permanenza del prodotto presso il centro di assistenza variano a seconda del difetto e del produttore, ma sono mediamente pari a venti giorni. Nel momento in cui il prodotto ritorna presso Tecnosound, questa provvederebbe ad avvisare immediatamente il cliente dell'avvenuta riparazione.

14. Il professionista ha infine precisato di non aver mai ricevuto reclami, ricorsi o citazioni in giudizio per cause legate alla mancata prestazione della garanzia legale e di averla riconosciuta anche nei casi in cui la garanzia del produttore aveva una durata inferiore ai due anni¹⁴.

3) Le argomentazioni difensive della Parte

15. Con memoria pervenuta in data 7 dicembre 2010¹⁵, il professionista ha precisato di essere a conoscenza dell'esistenza di due differenti garanzie, una legale del venditore e una convenzionale o commerciale del produttore, e di riconoscere la garanzia legale su tutti prodotti venduti e risultati difettosi nei 24 mesi successivi alla vendita. Tale garanzia sarebbe esclusa solo nei casi in cui il difetto o guasto sia imputabile a danni causati da imperizia nell'uso del prodotto.

16. Rileva inoltre il professionista che la garanzia convenzionale fornita nel caso in esame dal produttore Nokia prevedeva, con riguardo agli accessori (tra cui gli auricolari), una garanzia

¹⁰ Cfr. allegato 3 a doc. 8.

¹¹ Doc. 4, ove si il professionista scrive: "Al rientro del prodotto dall'assistenza, scopriamo che è stato reso non riparato per fuori garanzia poiché gli accessori sarebbero coperti solo di 6 mesi, alla lettura della dichiarazione del reso anche noi ci siamo meravigliati, tanto che abbiamo invitato il cliente a non lasciar perdere e contattare l'associazione dei consumatori (può dichiararlo anche il cliente). Non ci sembra di aver abbandonato o maltrattato il cliente, non abbiamo chiesto nessun importo per il servizio dato, anzi, capivamo di recare un disservizio, ma avendo ricevuto un ko da Nokia non potevamo sinceramente restituire l'importo del valore dell'auricolare, credendo alle regole di garanzia imposte da Nokia. [...] Avremo invece piacere, che una volta per tutte si facesse chiarezza che i due anni di garanzia del produttore siano veramente d'obbligo, non come esempio [nomi di alcuni produttori] abbiano la facoltà di dare solo 1 anno, magari affermando che il secondo anno è a carico del commerciante, cosa inammissibile considerato il nostro guadagno ormai diventato irrisorio".

¹² Doc. 8.

¹³ Cfr. all. 6 a doc. 8. In tale documento, alla colonna "Garanzia si/no", relativa agli interventi effettuati, si legge "Garanzia costruttore" o "Garanzia H3G" o, in sporadici casi, "Garanzia 3 mesi TS".

¹⁴ Il professionista ha portato l'esempio, risalente al 2003, di un cliente con un cellulare Samsung difettoso, coperto da garanzia legale di conformità e non più dalla garanzia convenzionale del produttore, che sarebbe stato riparato da Tecnosound a proprie spese.

¹⁵ Doc. 8.

limitata a 6 mesi dalla data di acquisto del prodotto. Secondo il professionista, dal combinato disposto delle norme in tema di garanzia legale e garanzia convenzionale, le due garanzie si sommerebbero: per i primi sei mesi risponderrebbe Nokia, per i restanti 18 mesi il venditore (che ha comunque diritto di regresso nei confronti del produttore *ex art. 131 del Codice del Consumo*).

17. Sostiene il professionista che, nella vicenda oggetto di segnalazione, Tecnosound si sarebbe comunque dimostrata disponibile a sostituire il bene del consumatore o a risarcire lo stesso per il prodotto difettoso, di valore esiguo (39 euro circa). Secondo la Parte, infine, l'invito al cliente a rivolgersi ad un'associazione dei consumatori per ottenere ulteriori informazioni circa le limitazioni della garanzia convenzionale rappresenta esclusivamente un'indicazione aggiuntiva fornita dal venditore per offrire una maggiore tutela al proprio cliente, senza alcuna volontà di negare l'assistenza in garanzia legale prevista per legge.

IV. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

18. Le condotte del professionista, descritte al punto II del presente provvedimento, integrano una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, 24 e 25, lettera *d*), del Codice del Consumo, in quanto, dalle evidenze istruttorie raccolte, risulta che Tecnosound ha ostacolato la fruizione dei diritti dei consumatori in tema di garanzia legale di conformità, di cui agli artt. 130 e ss. del Codice del Consumo, non riconoscendo l'applicazione della garanzia legale su un prodotto difettoso acquistato presso il proprio punto vendita.

19. I contratti di vendita di beni di consumo sono soggetti alla disciplina sulla garanzia legale di conformità contenuta nel Titolo III, Parte IV, del Codice del Consumo, secondo la quale, in caso di difetto di conformità esistente al momento della consegna del bene e che si manifesti entro il termine di due anni dalla consegna stessa, il consumatore ha diritto, nei confronti del venditore, al ripristino, senza spese, della conformità del bene mediante riparazione o sostituzione, ovvero, in subordine (nei casi previsti dal comma 7 dell'art. 130), ad una riduzione adeguata del prezzo o alla risoluzione del contratto¹⁶.

20. L'art. 133 del Codice del Consumo prevede poi una garanzia per difetti di conformità ulteriore rispetto a quella legale dovuta dal venditore (c.d. garanzia convenzionale) e che vincola chi la offre -venditore o produttore- secondo le modalità indicate nella dichiarazione di garanzia medesima o nella relativa pubblicità.

21. Nel caso di specie, il rifiuto da parte del venditore di provvedere alla riparazione del prodotto o alla restituzione dell'importo del valore dello stesso, in quanto il difetto non era più coperto dalla garanzia del produttore (di durata limitata a sei mesi per gli accessori), si è sostanziato in un ingiustificato ostacolo all'esercizio da parte del consumatore di un diritto contrattuale a lui riconosciuto dalla normativa in tema di garanzia legale di conformità. Tale rifiuto, giustificato dal professionista in virtù di una asserita decadenza della garanzia dovuta al cliente, risulta idoneo a ingenerare nel consumatore l'erroneo convincimento di non aver diritto, nei confronti del

¹⁶ Cfr. artt. 130, 131 e 132 del Codice del Consumo. In particolare, ai sensi dell'art. 130, comma 3, del Codice, il consumatore può chiedere a sua scelta al venditore di riparare il bene o di sostituirlo (senza spese in entrambi i casi), salvo che il rimedio richiesto sia oggettivamente impossibile o eccessivamente oneroso rispetto all'altro. Le riparazioni o le sostituzioni devono essere effettuate entro un congruo termine dalla richiesta e non devono arrecare notevoli inconvenienti al consumatore, tenendo conto della natura del bene e dello scopo per il quale è stato acquistato. L'assistenza in garanzia può essere richiesta qualora i difetti di conformità si manifestino entro il termine di due anni dalla consegna del bene (art. 132, comma 1, del Codice).

venditore, ad alcuna garanzia di conformità sui prodotti difettosi, ulteriore rispetto a quella convenzionale offerta dal produttore. Come detto, invece, è il venditore a dover rispondere nei confronti del consumatore dei difetti riscontrati sul prodotto acquistato presso il proprio punto vendita e a doversi adoperare per rimuoverli -senza alcuna esclusione o limitazione rispetto ad eventuali parti o componenti accessorie- qualora tali difetti si manifestino entro il termine di due anni dalla consegna del bene.

22. Se pur Tecnosound ha dichiarato di essersi mostrata disponibile a sostituire il bene del consumatore o a risarcire quest'ultimo per il prodotto difettoso, tale circostanza non è stata in alcun modo provata dal professionista ed anzi appare singolare che il consumatore non si sia avvalso di alcuna di queste facoltà. L'invito poi rivolto al cliente a rivolgersi ad un'associazione di consumatori per far valere i propri diritti nei confronti del produttore appare proprio confermare l'intento del professionista di incoraggiare il cliente a richiedere l'assistenza in garanzia convenzionale, senza riconoscergli la garanzia del venditore dovuta invece per legge.

23. Va peraltro precisato che non è corretto quanto sostenuto da Tecnosound, secondo cui, nella vicenda segnalata, per i primi sei mesi dall'acquisto dell'auricolare la garanzia era dovuta dal produttore Nokia, mentre per i restanti 18 mesi dal venditore. Quest'ultimo è infatti sempre tenuto a rispondere nei confronti del consumatore dei difetti riscontrati sui prodotti acquistati presso il proprio esercizio commerciale¹⁷, indipendentemente dall'esistenza o meno di una garanzia convenzionale ulteriore offerta dal produttore¹⁸.

24. Si evidenzia infine che l'elenco delle riparazioni effettuate negli anni 2009 e 2010, se pur dimostra che il professionista ha provveduto a fornire l'assistenza in garanzia richiesta per vari prodotti difettosi, non è tale da escludere la scorrettezza della pratica commerciale in esame, posto che l'atteggiamento di rifiuto riscontrato, unitamente alle erronee motivazioni addotte (impossibilità di fornire l'assistenza in garanzia per decadenza della garanzia del produttore), appare idoneo a limitare considerevolmente la libertà di scelta o di comportamento di qualunque consumatore medio, falsandone così le decisioni economiche in relazione al contenuto, all'ampiezza e all'effettiva durata della garanzia legale, nonché al soggetto tenuto per legge a prestarla. Peraltro, dall'elenco delle riparazioni fornito dal professionista risulta che, per gli interventi effettuati in garanzia legale nel corso del biennio, era prevista comunque anche la garanzia del produttore¹⁹.

25. Dalle affermazioni dello stesso professionista, si evince piuttosto una scarsa conoscenza del venditore circa gli obblighi a lui imposti dalla normativa in materia di garanzia legale (nella misura in cui afferma "...capivamo di recare un disservizio, ma avendo ricevuto un ko da Nokia non potevamo sinceramente restituire l'importo del valore dell'auricolare, credendo alle regole di garanzia imposte da Nokia. [...] Avremo invece piacere, che una volta per tutte si facesse chiarezza che i due anni di garanzia del produttore siano veramente d'obbligo, non come esempio [nomi di alcuni produttori] abbiano la facoltà di dare solo 1 anno, magari affermando che il

¹⁷ Sempre che siano esistenti al momento della consegna del bene e manifestatisi entro il termine di due anni.

¹⁸ Fermo restando l'eventuale diritto di regresso del venditore verso il soggetto responsabile di tali difetti (art. 131 del Codice).

¹⁹ Per ogni intervento effettuato viene infatti indicato "Garanzia costruttore" o "Garanzia H3G", o, in sporadici casi, "Garanzia 3 mesi TS"; v. supra, nota 12.

secondo anno è a carico del commerciante, cosa inammissibile considerato il nostro guadagno ormai diventato irrisorio"²⁰).

26. L'ostacolo imposto dal professionista all'esercizio dei diritti derivanti dalla normativa in tema di garanzia legale di conformità non risulta peraltro conforme al livello di ordinaria diligenza ragionevolmente esigibile da un esercente il commercio al dettaglio. Il rispetto dei principi di correttezza e buona fede avrebbe, infatti, richiesto al professionista di offrire l'assistenza richiesta, fornendo al consumatore informazioni veritiere circa la reale durata e l'effettiva ampiezza della garanzia legale di conformità e il soggetto tenuto per legge a prestarla.

27. La pratica commerciale risulta pertanto scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, 24 e 25, lettera *d*), del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e suscettibile, attraverso l'imposizione di ostacoli all'esercizio di diritti contrattuali, di limitare considerevolmente il comportamento economico del consumatore medio, falsando le relative decisioni, in relazione al contenuto, all'ampiezza e all'effettiva durata della garanzia legale di conformità applicabile ai prodotti offerti dal professionista, nonché al soggetto tenuto per legge a prestarla.

V. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

28. Ai sensi dell'art. 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 500.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

29. 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.

30. Con riguardo alla gravità della violazione si tiene conto, nella fattispecie in esame, delle modeste dimensioni economiche del professionista e della ridotta diffusione della pratica commerciale riscontrata, che ha interessato un singolo esercizio commerciale di piccole dimensioni.

31. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere nell'aprile 2010 e non è ancora cessata.

32. Considerati tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile al Sig. Giovanni Miotto, nella sua qualità di titolare dell'impresa individuale Tecnosound, nella misura di 12.000 €(dodicimila euro).

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale di cui al punto II del presente provvedimento, risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, 24 e 25, lettera *d*), del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e suscettibile, attraverso l'imposizione di ostacoli all'esercizio di diritti contrattuali, di limitare considerevolmente il comportamento economico del consumatore medio, falsando le relative decisioni, in relazione al contenuto, all'ampiezza e all'effettiva durata della garanzia legale di

²⁰ Cfr. doc. 4, v. supra, nota 10.

conformità applicabile ai prodotti offerti dal professionista, nonché al soggetto tenuto per legge a prestarla;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dal Sig. Giovanni Miotto, nella sua qualità di titolare dell'impresa individuale Tecnosound, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, 24 e 25, lettera *d*), e ne vieta la continuazione;

b) di irrogare al Sig. Giovanni Miotto una sanzione amministrativa pecuniaria di 12.000 € (dodicimila euro).

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera 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. Tale modello può essere presentato in formato cartaceo presso gli sportelli delle banche, di Poste Italiane S.p.A. e degli Agenti della Riscossione. In alternativa, il modello può essere presentato 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*.

Ai sensi dell'art. 37, comma 49 del decreto legge n. 223/2006, i soggetti titolari di partita IVA, sono obbligati a presentare il modello F24 con modalità telematiche.

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 medesimo. 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.

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 150.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

A tal fine si chiede al professionista, entro il termine di sessanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, di comunicare all'Autorità le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui al punto a) della presente delibera.

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'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, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8, comma 2, 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
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

PS6586 - SINERGAS-PUBBLICITÀ COMUNE DI MIRANDOLA

Provvedimento n. 22192

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 9 marzo 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*", come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146 (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette*", adottato con delibera dell'Autorità del 15 novembre 2007, pubblicata nella G.U. n. 283 del 5 dicembre 2007, ed entrato in vigore il 6 dicembre 2007 (di seguito, Regolamento);

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Sinergas S.p.A. (di seguito anche Sinergas), in qualità di professionista ai sensi dell'art. 18, lettera b), del Codice del Consumo. La società è attiva prevalentemente nella provincia di Modena nella commercializzazione principalmente di gas ed, in minor misura, di energia elettrica nel mercato libero. Il fatturato realizzato nel 2009 è stato pari a circa 112.500 euro, con un utile di 2.500 euro circa.

II. LE PRATICHE COMMERCIALI

2. Il presente procedimento concerne le seguenti condotte poste in essere da Sinergas nella sua qualità di professionista:

a) la prima consisteva nell'aver inviato, nel periodo giugno-ottobre 2010, lettere ai residenti del comune di Mirandola, in provincia di Modena, in cui si legge: "*Sinergas S.p.A. è la società di vendita di gas ed energia elettrica del Comune di Mirandola*". Le lettere erano finalizzate a un'operazione di *win back* (riacquisizione) di ex clienti di Sinergas ai quali veniva proposta la riattivazione del rapporto di fornitura con la società laddove non fossero stati soddisfatti della qualità del servizio offerto dal loro fornitore. Nella lettera Sinergas comunicava il nuovo indirizzo degli uffici della società a Mirandola e informava di una imminente visita a domicilio di un proprio addetto, munito di regolare lettera di incarico e cartellino di riconoscimento, intesa a prospettare la proposta commerciale menzionata;

b) la seconda condotta contestata riguardava l'invio di lettere ad ex clienti di Sinergas che avevano appena scelto un nuovo fornitore nel mercato libero, in una fase in cui lo *switching* non è ancora stato completato. In tali lettere la società, oltre ad esprimere rammarico per non essere stata contattata dal consumatore prima di assumere la decisione di rivolgersi a un fornitore alternativo, Sinergas affermava: "*La invitiamo pertanto a verificare che il suo nuovo fornitore abbia chiesto e ottenuto l'accesso alla rete di distribuzione con l'avvertenza che, in caso contrario, il distributore è fin d'ora autorizzato alla chiusura del contatore*".

3. Ciò premesso, le due condotte sopra descritte possono essere ricondotte a due pratiche commerciali distinte consistenti:

- nel caso *sub a)* nel fornire ai consumatori, che avevano scelto un fornitore alternativo concorrente, un'informazione ingannevole (il collegamento proprietario/societario con il Comune di Mirandola), con l'obiettivo di convincerli a rientrare in Sinergas (operazione di *win back*);
- nel caso *sub b)*, nella fase in cui il processo di *switching* del consumatore era in corso, nell'ingenerare nei consumatori il dubbio su possibili sospensioni della fornitura di energia elettrica e/o gas per carenze di tipo amministrativo da parte del nuovo fornitore relativamente alla richiesta ed ottenimento dell'accesso alla rete.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

4. Sulla base della segnalazione di una società concorrente pervenuta il 13 ottobre 2010, relativa alle lettere diffuse da Sinergas ai suoi ex clienti passati ad altri operatori nel mercato libero in cui la stessa si presenta come “*la società di vendita di gas ed energia elettrica del Comune di Mirandola*”, è stato comunicato a Sinergas l'avvio del procedimento istruttorio PS6586 per presunta violazione degli articoli 20 e 21 del Codice del Consumo.

5. Il 23 novembre 2010 Sinergas ha presentato le informazioni richieste all'atto dell'avvio del procedimento e una memoria difensiva.

6. Il 14 dicembre 2010 un altro concorrente ha segnalato all'Autorità il tenore di una missiva inviata da Sinergas a suoi ex clienti che si trovavano nella fase di *switching* conseguente alla scelta di un nuovo operatore. In tale missiva si indicava ai clienti il rischio di distacco della fornitura in caso di eventuali inadempienze del nuovo operatore con riguardo all'accesso alla rete di distribuzione.

7. Il 23 dicembre 2010 il procedimento è stato esteso oggettivamente anche alla condotta di Sinergas riguardante le lettere inviate ai suoi ex clienti in fase di *switching* per presunta violazione degli articoli 20, 21 e 24 del Codice del Consumo.

8. Ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, e dell'art. 8, del Regolamento, il professionista, il 10 dicembre 2010, ha presentato impegni volti a rimuovere i profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto della contestazione relativa al procedimento originariamente avviato. L'Autorità, nella sua adunanza del 9 febbraio 2011, ha ritenuto gli impegni presentati inammissibili in ragione della manifesta scorrettezza e gravità della pratica commerciale contestata, anche alla luce della pratica che ha fatto oggetto dell'estensione oggettiva del procedimento del 23 dicembre 2010.

9. Il 26 gennaio 2011 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria al 10 febbraio 2011, ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

2) *Le evidenze acquisite*

A) Le lettere ai consumatori relative al controllo di Sinergas da parte del Comune di Mirandola

10. Riguardo alla prima pratica contestata, le memorie e la documentazione prodotta da Sinergas hanno confermato che la società non è soggetta al controllo del comune di Mirandola. Il comune di

Mirandola, detiene, infatti, una quota di capitale sociale (ampiamente inferiore al 10%) in AIMAG S.p.A., società che detiene circa il 98% del capitale sociale di Sinergas ed il relativo controllo.

11. Sinergas ha affermato di aver inviato la lettera *sub a)* ad ex clienti dei comuni di Mirandola, Cavezzo, Midolla, San Prospero, Concordia nel periodo giugno-ottobre 2010. Le lettere sono state inviate a [200-1.000]¹ clienti, dei quali [0-500] sono stati riacquisiti (doc. 4).

12. Sinergas ha, infine, affermato di aver eliminato, in via cautelativa, dal momento di ricezione della comunicazione di avvio del procedimento, la frase contestata relativa ai rapporti con il Comune di Mirandola indicando più genericamente di essere la società di vendita del gruppo AIMAG².

B) Le lettere ai consumatori in fase di switching relative al rischio di sospensione della fornitura per inadempienza del venditore entrante

13. La regolazione vigente prevede che le operazioni di *switching* tra operatori nel mercato libero avvengano senza interruzione della fornitura. L'Autorità per l'Energia Elettrica e il Gas (AEEG) ha, infatti, precisato ai consumatori sul suo sito *internet* (www.autorita.energia.it) che il processo di *switching* non comporta in ogni caso interruzione della fornitura³.

14. Più di recente il regolatore è intervenuto proprio per migliorare il flusso di informazioni tra distributori e venditori al fine di consentire che i cambi di fornitura abbiano realizzazione possibilmente senza intralci e nel rispetto della tempistica prevista, nell'interesse reciproco sia del consumatore, sia del venditore⁴.

15. Il professionista ha indicato, dal momento di ricezione della comunicazione di estensione del procedimento per la condotta *sub b)*, di aver sostituito la frase contestata con “*la [sic] consigliamo pertanto di accertarsi che dal giorno successivo il nuovo fornitore abbia ottenuto l'accesso alla rete di distribuzione*” ed ha precisato di aver inviato la lettera *sub b)* a qualche migliaio di suoi ex clienti, a partire dal 2007, nei comuni del circondario di Carpi e Mirandola e in alcuni comuni della provincia di Mantova oltre a qualche caso isolato anche al di fuori dei circondari menzionati. Secondo quanto comunicato dal professionista, nessuno dei destinatari ha deciso di rinunciare a portare a termine lo *switching* successivamente al ricevimento della lettera (doc. 9).

3) Le argomentazioni difensive della Parte

16. Sinergas ha affermato che lo scopo della lettera che ha dato origine al procedimento era stata inviata agli ex clienti di Sinergas per informarli della nuova sede della società nel comune di Mirandola, preannunciando la visita di un incaricato che avrebbe prospettato un'offerta commerciale. La società avrebbe inteso riassumere sinteticamente, con la frase contestata, la

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

² Cfr. doc. n. 5.

³ Cfr. http://www.autorita.energia.it/it/schede/C/faq-mercato_elend_3.htm#top, per quanto riguarda l'energia elettrica è chiarito: “**In fase di cambio del venditore corra il rischio di rimanere senza elettricità? No, non ci sono rischi di interruzione. Le operazioni di trasferimento di un cliente da un venditore ad un altro non comportano alcun intervento sugli impianti. Quando si cambia venditore cambia solo la gestione commerciale e amministrativa della fornitura, la continuità del servizio resta assicurata.**”

⁴ Cfr. per l'energia elettrica il recente documento di consultazione del 26 luglio 2010 “*Standard nazionale di comunicazione tra distributori e venditori di energia elettrica per le prestazioni di qualità commerciale disciplinate dal TIQE*” e per il gas Allegato A della deliberazione 18/12/2006 n. 294/06 modificata ed integrata con deliberazione ARG/gas 185/08 “*Disposizioni dell'Autorità per l'Energia Elettrica e il Gas in tema di standard di comunicazione*”.

propria storia e ambito territoriale di attività come “*società del comune di Mirandola*” intendendo fare riferimento all’origine e all’ambito di operatività della stessa (doc. 4).

17. La società ha sottolineato di operare nel Comune di Mirandola da almeno 14 anni e di aver sempre avuto un’unità locale nello stesso Comune. La società ha operato come AIMAG S.p.A. fino al 2002 quando, per effetto del c.d. decreto Bersani in tema di *unbundling*, ha scorporato l’attività di vendita di gas e l’ha fatto confluire in Sinergas.

18. Sinergas ha affermato di aver inviato la lettera soltanto a suoi ex clienti che, quindi, ben conoscevano la società e non potevano essere ingannati rispetto alla sua origine, storia e assetto proprietario. La società ha, poi, indicato di essere fornitrice del gas per le utenze del Comune avendo vinto la gara indetta dallo stesso Comune di Mirandola.

19. Riguardo alla contestazione inerente alla lettera *sub b) supra*, la società ha riferito di aver inviato a qualche migliaio di ex clienti la lettera contenente la frase contestata dal 2007, sempre dopo il decorso del termine per l’esercizio del diritto di ripensamento. La società ha indicato la finalità della lettera nel comunicare al cliente l’ultimo giorno di fornitura da parte di Sinergas, ossia renderlo edotto del giorno preciso del passaggio operativo dello *switching*, anche al fine di rendere nota la mancanza di responsabilità della società per eventuali disguidi anche amministrativi che si fossero verificati in un momento successivo a tale data. Con l’invio di tali lettere, peraltro, la società sarebbe venuta a conoscenza, su denuncia dei consumatori stessi, di fatti illeciti compiuti da società di vendita concorrenti, nella stipula di contratti di fornitura di gas ed elettricità, tutti riconducibili a varie tipologie di forniture non richieste (falsificazione di firme o estensione dello *switching* anche a prodotti – gas/energia elettrica - su cui il consumatore non aveva espresso il proprio consenso), per le quali la società ha presentato querela (doc. 9).

IV. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

20. Le due condotte contestate a Sinergas consistono:

a) nell’aver inviato, nel periodo giugno-ottobre 2010, ai residenti dei Comuni di Mirandola, Cavezzo, Midolla, San Prospero, Concordia in provincia di Modena, in un contesto di un’operazione di *win back* di suoi ex clienti, lettere in cui Sinergas veniva definita “*società di vendita di gas ed energia elettrica del comune di Mirandola*”;

b) nell’aver inviato, a partire dal 2007, ai suoi ex clienti per i quali era in corso di definizione la procedura di *switching* verso operatori concorrenti nel mercato libero, lettere in cui si invitava il consumatore stesso ad effettuare un controllo con il nuovo operatore prescelto per verificare che avesse richiesto ed ottenuto l’accesso alla rete di distribuzione, paventando, altrimenti, il rischio di sospensione della fornitura.

21. Le due condotte sopra sintetizzate costituiscono pratiche commerciali distinte: la condotta *sub a)*, indipendente in sé dal processo di *switching*, appare scorretta in quanto idonea a trarre in inganno i consumatori attribuendo a Sinergas una caratteristica che non le appartiene (il legame di controllo societario/proprietario con il Comune di Mirandola); la condotta *sub b)* si colloca, invece, nell’ambito del processo di *switching* verso altri operatori concorrenti da parte di ex clienti di Sinergas e è idonea a suscitare ingiustificatamente nei consumatori il timore che il cambio di fornitore possa comportare una sospensione nell’erogazione della fornitura dovuta alle inadempienze dell’operatore prescelto.

A) La diffusione di informazioni non veritiere in merito alla qualifica del professionista

22. La condotta *sub a)*, nel presentare il professionista come società del Comune di Mirandola, è finalizzata a dare risalto, agli occhi dei consumatori, al fatto che si tratti di una società particolarmente affidabile e territorialmente radicata. L'operatività sul territorio, tuttavia, non passa attraverso alcun legame proprietario e/o societario di controllo con il predetto Comune. Né al riguardo si può condividere l'argomento del professionista di potersi considerare il fornitore di gas per le utenze del Comune di Mirandola in virtù del semplice fatto dell'aggiudicazione del contratto biennale per la fornitura a seguito di gara. In tal caso, infatti, al più Sinergas avrebbe potuto affermare di essere società che fornisce il Comune di Mirandola ma certamente non di essere società "del Comune" *tout court* atteso che un rapporto temporaneo di natura contrattuale non tramuta la società fornitrice in società controllata dall'ente fornito.

La fraseologia impiegata, tuttavia, non lascia dubbi sul fatto che al consumatore il messaggio che arriva è che Sinergas sia società del Comune, cioè di sua proprietà o soggetta al suo controllo mentre dalle evidenze acquisite e per stessa dichiarazione del professionista emerge che il Comune di Mirandola detiene una partecipazione largamente inferiore al 10% in AIMAG S.p.A. la quale, a sua volta, detiene il controllo di Sinergas.

23. La caratteristica, rivendicata da Sinergas nella lettera, e cioè di essere società "del Comune di Mirandola", pur senza ulteriori affermazioni, trasmette ai consumatori un messaggio di affidabilità e sicurezza, in particolare, rispetto a società, *new comers*, non note in ambito locale e che non derivano la propria notorietà dal fatto di operare su tutto il territorio nazionale. E' pur vero che il gruppo AIMAG, di cui Sinergas fa parte, è radicato nel territorio e che il capitale sociale di Aimag S.p.A. è detenuto in larga parte dai Comuni di Carpi e da diversi Comuni della provincia di Modena e Mantova, tuttavia, tale circostanza non può valere ad appellare Sinergas come società "del Comune di Mirandola" in quanto tale Comune non detiene nessuna autonoma posizione di controllo della società.

24. La diversa frase utilizzata da Sinergas, a partire dal ricevimento della comunicazione di avvio del procedimento (doc. 5) "società di vendita di gas ed energia elettrica del gruppo AIMAG" appare descrivere l'assetto societario e di controllo della stessa in maniera più aderente alla realtà.

25. La pratica commerciale sopra meglio descritta si ritiene contraria ai criteri di diligenza professionale e scorretta per ingannevolezza delle informazioni fornite ai consumatori e, quindi, contraria agli art. 20 e 21 del Codice del Consumo. L'ingannevolezza è *in re ipsa* atteso che la società non ha legami societari/proprietary né diretti, né di controllo con il Comune di Mirandola. Quanto alla violazione della diligenza professionale (art. 20 del Codice) si osserva che l'utilizzo di qualifiche non veritiere da parte di un professionista, con il fine di aumentare agli occhi dei consumatori le caratteristiche di affidabilità e sicurezza della propria attività imprenditoriale appare una condotta che viola la diligenza professionale perché contraria alla correttezza che dovrebbe sempre orientare le condotte reciproche dei professionisti così da consentire ad ognuno di vedere riconosciuto il proprio merito. Ciò è tanto più vero quanto più, come nel caso di specie, Sinergas fa parte di un gruppo (AIMAG) operante da lungo tempo nel settore dell'energia ed, in particolare, nell'area geografica in cui le pratiche sono state realizzate.

B) Le informazioni non veritiere in merito ai possibili disagi nel processo di switching**Lo switching nel settore elettrico**

26. Lo *switching* da parte dei clienti finali nel settore elettrico è stato disciplinato dall'AEEG con delibera n. 42/08 del 28 marzo 2008 e successive modifiche ed integrazioni. Per *switching* si intende il passaggio di un cliente finale da un venditore ad un altro. Il venditore che perde il cliente è detto "venditore uscente", quello che lo acquisisce è detto "venditore entrante".

La procedura può essere sintetizzata a grandi linee come segue: la richiesta di *switching*, in cui si indica anche la data a partire dalla quale lo *switching* deve considerarsi operativo, è presentata dal venditore entrante al distributore alla cui rete di distribuzione il punto di prelievo/cliente finale da acquisire è allacciato, una volta decorso il tempo a disposizione del cliente finale per esercitare il diritto di ripensamento e successivamente all'esercizio della facoltà di recesso da parte del cliente finale⁵.

27. Il distributore confronta i dati comunicati dal venditore entrante con quelli presenti nella propria banca dati. In caso di esito positivo, il distributore effettua lo spostamento del punto di prelievo dal contratto di dispacciamento e di trasporto del venditore uscente a quello del venditore entrante. Una volta effettuato tale spostamento si completa la fase di c.d. *switching* operativo.

28. Terminato lo *switching* operativo si avvia il c.d. *switching* commerciale, che si conclude con la comunicazione da parte del distributore della cosiddetta "lettura di *switching*", che rappresenta il dato a partire dal quale i prelievi di energia elettrica vengono fatturati dal venditore entrante, che sopporta i relativi oneri di trasporto e dispacciamento.

29. Le procedure previste dal regolatore non contemplano alcun onere in capo al consumatore relativamente alla verifica di buon esito dello *switching* tanto meno al fine di accertare che non vi siano rischi di sospensione della fornitura. E, infatti, previsto che non vi sia soluzione di continuità nella fornitura né potrebbe, del resto, essere altrimenti a pena di rendere pressoché inutilizzabile la procedura stessa qualora i consumatori fossero messi in condizione di non potersi sottrarre a simili disagi.

Lo switching nel settore del gas

30. Nel settore del gas lo *switching* dei clienti finali è disciplinato dalle delibere n. 137/02, n. 138/04 e n. 119/05 dell'AEEG e dal Codice di Distribuzione, dal Codice di Trasporto di Snam Rete Gas e di SGI e dal Codice di Stoccaggio di Stogit e di Edison Stoccaggi. In generale, il subentro nella fornitura di un cliente gas (*switching* operativo) richiede che:

- il nuovo esercente la vendita invii la richiesta di *switching* al distributore per ottenere l'accesso alla rete di distribuzione;
- inoltre, il nuovo venditore deve anche fare richiesta all'impresa di trasporto di subentrare nella capacità di trasporto nazionale, prima impegnata dal precedente venditore, indicando l'utente al quale si sostituisce ;

⁵ Articolo 3.2 del. AEEG n. 42/08. La richiesta di *switching* contiene soltanto tre informazioni: (i) il POD (Point of Delivery) identificativo del punto di prelievo del cliente; (ii) il codice fiscale o la partita IVA del cliente al fine del controllo di regolarità dei dati ottenuti dal cliente rispetto a quelli contenuti nella banca dati del distributore, (iii) la data in cui si richiede che lo *switching* diventi operativo.

– infine, il nuovo venditore deve fare richiesta all'impresa di stoccaggio di subentrare nella capacità di stoccaggio prima conferita al precedente venditore con riguardo a quel cliente finale, indicando l'utente al quale si sostituisce⁶.

31. Terminato lo *switching* operativo si avvia lo *switching* commerciale, che si conclude con la comunicazione da parte del distributore della "lettura di *switching*", che rappresenta il dato a partire dal quale i prelievi di gas vengono fatturati dal venditore entrante, che sopporta i relativi oneri di trasporto e distribuzione.

32. Come visto sopra, anche nel caso dello *switching* nel settore del gas le procedure previste dal regolatore non contemplano alcun onere in capo al consumatore relativamente alla verifica di buon esito dello *switching*, tanto meno al fine di accertare che non vi siano rischi di sospensione della fornitura. E, infatti, previsto che non vi sia soluzione di continuità nella fornitura né potrebbe, del resto, essere altrimenti a pena di rendere marginale il suo utilizzo.

La pratica commerciale contestata

33. La pratica *sub b)* si colloca in una fase in cui i consumatori hanno esercitato da poco la facoltà di cambiare fornitore e il tenore della lettera inviata da Sinergas, oltre a contenere un esplicito rimprovero per non essere stati contattati dal consumatore prima della scelta, include anche una frase in cui al consumatore viene suggerito di attivarsi per verificare che il nuovo fornitore abbia correttamente richiesto ed avuto accesso alla rete di distribuzione, paventando il rischio di sospensione della fornitura in caso di disguidi in merito all'accesso a tale rete: "*il distributore è fin d'ora autorizzato alla chiusura del contatore*".

34. La frase contestata non soltanto non risponde al vero, in quanto i cambi di fornitore avvengono senza soluzione di continuità per quanto riguarda i consumatori, così come la stessa AEEG ha sempre sottolineato ed indicato nella risposta alle FAQ sul mercato liberalizzato presenti sul suo sito *internet www.autorita.energia.it*, ma è idonea ad ingenerare nei consumatori, da un lato, la preoccupazione di doversi attivare in prima persona per una verifica di natura tecnica e di difficile comprensione e, dall'altro, il timore che la sospensione della fornitura sia realistico potendo far assumere loro decisioni che altrimenti non avrebbero preso, quali la rinuncia alla scelta di un fornitore alternativo a Sinergas, per non correre il rischio paventato.

35. Al riguardo, se il tempo per l'esercizio del diritto di ripensamento da parte del consumatore è già trascorso al momento dell'invio da parte di Sinergas della lettera oggetto di contestazione ai consumatori, è legittimo attendersi che l'espressione di un ripensamento, da un lato, sia comunque preso in considerazione dal venditore entrante laddove il processo di *switching* non si sia ancora perfezionato e, dall'altro, possa eventualmente, determinare due operazioni di cambio di fornitura di senso contrario, dal momento che la scelta di una società di vendita non è mai definitiva ed imm modificabile per i consumatori nel mercato liberalizzato dell'energia.

36. Sotto diverso profilo, la lettera, nella parte oggetto di contestazione sarebbe inutile, per la finalità dichiarata da Sinergas e cioè di indicare al cliente l'ultimo giorno utile di fornitura da parte del fornitore uscente e, quindi, renderlo edotto della data effettiva di *switching* anche al fine di chiarire le responsabilità dei diversi attori nell'iter. A tal fine, infatti, sarebbe stato sufficiente

⁶ Per portare a termine le richieste sopra descritte devono essere fornite informazioni relative ai dati identificativi del cliente, codice matricola contatore, codice identificativo del punto di riconsegna, codice identificativo del REMI, identificativo dell'utente del trasporto e dello stoccaggio uscente, data di decorrenza dello *switching* e varie dichiarazioni sostitutive di atti di notorietà.

indicare fino a che data dovesse considerarsi responsabile il venditore uscente e, di conseguenza, a partire da quale data fossero responsabilità del venditore entrante eventuali disguidi di natura amministrativa/tecnica.

37. Anche laddove la finalità principale di Sinergas, nell'invviare la lettera, fosse quella di verificare la reale intenzione del consumatore ad operare lo *switching* e smascherare, quindi, in questo modo, possibili condotte illecite riconducibili ad attivazioni non richieste da parte di società concorrenti, la formulazione usata sarebbe, comunque, non necessaria. Il semplice invio al consumatore di una lettera riepilogativa delle condizioni del passaggio ad altro operatore sarebbe sufficiente a sensibilizzare e mettere in allerta il consumatore laddove quest'ultimo non avesse avuto intenzione alcuna di effettuare un cambio.

38. Al riguardo, infine, si osserva che la frase che Sinergas ha affermato di utilizzare, a partire dal ricevimento dell'estensione oggettiva del procedimento, in alternativa a quella contestata: "*la [sic] consigliamo pertanto di accertarsi che dal giorno successivo il nuovo fornitore abbia ottenuto l'accesso alla rete di distribuzione*", non modifica in maniera significativa il messaggio inutilmente allarmistico trasmesso ai consumatori e, quindi, non si ritiene idonea a fare cessare i profili di scorrettezza contestati. Tale frase, infatti, continua a veicolare al consumatore l'opportunità di effettuare in prima persona una verifica di natura tecnica che lo stesso non è tenuto a compiere, sottintendendo che altrimenti vi potrebbero essere problemi nel cambio di fornitore.

39. La pratica commerciale sopra meglio descritta si ritiene contraria ai criteri di diligenza professionale e scorretta per aggressività delle informazioni fornite ai consumatori e, quindi, contraria agli art. 20 e 24 del Codice del Consumo.

40. La violazione dell'art. 24 del Codice deriva dal fatto che la frase contestata è idonea a trasmettere ai consumatori il messaggio che corrono il rischio di rimanere senza fornitura di energia elettrica e/o gas se il nuovo venditore non ha richiesto ed ottenuto l'accesso alla rete di distribuzione al momento in cui il vecchio fornitore cessa la fornitura e li invita ad attivarsi per verificare che tutto sia stato compiuto correttamente. Tale messaggio è, quindi, scorretto per il profilo dell'aggressività (art. 24 del Codice) in quanto idoneo a scoraggiare i consumatori ad effettuare il cambio di fornitore (rimanendo o tornando ad essere serviti dal fornitore abituale), condizionandone indebitamente le scelte economiche, sulla base del rischio paventato di sospensione della fornitura e del suggerimento di verificare in prima persona la correttezza della procedura di *switching* in corso (laddove è, invece, previsto che lo *switching* avvenga senza soluzione di continuità della fornitura e non vi è alcun onere per il consumatore di verificare che ciò avvenga). A quest'ultimo riguardo, si osserva che i settori energetici proprio per l'asimmetria informativa che li caratterizza ed il contenuto in buona parte tecnico e non facilmente comprensibile delle informazioni veicolate al consumatore medio, richiedono in capo agli operatori un'attenzione specifica che, partendo dal dato di comunicazione individuale e/o *marketing*, sia finalizzata a dare fiducia ai consumatori sulle potenzialità del mercato, consentendo loro di avvalersi dei vantaggi della liberalizzazione, piuttosto che arroccarsi sulle certezze derivanti dalla mancanza di cambiamento. I vantaggi di un mercato dinamico, del resto, sono specularmente fruibili dagli stessi operatori. Per questo motivo, affermazioni come quelle contestate che sono idonee a creare un ingiustificato allarmismo sulle possibili conseguenze dannose del cambiamento (sospensione della fornitura per inadempienze dell'operatore entrante)

non rispondono ai canoni di correttezza e buona fede e violano, quindi, anche il rispetto della diligenza professionale ai sensi dell'art. 20 del Codice.

V. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

41. Ai sensi dell'art. 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 500.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

42. Inoltre, in caso di procedimento che abbia ad oggetto una pluralità di illeciti amministrativi accertati, la giurisprudenza ha avuto modo di chiarire come l'articolo 8 della legge 24 novembre 1981, n. 689, enunciando principi generali in materia di sanzioni amministrative, sia pienamente applicabile anche alle materie di competenza dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato⁷.

In proposito, la sentenza n. 1271 del 2006 ha precisato che: “[...] *l'articolo 8, l. n. 689/1981, consente il cumulo giuridico delle sanzioni solo nel caso di <<concorso formale>> di illeciti amministrativi (unica condotta con cui si viola più volte la stessa disposizione normativa, o con cui si viola una pluralità di disposizioni normative), e non anche nel caso di <<concorso materiale>> di illeciti amministrativi (più condotte con cui si viola più volte la stessa disposizione normativa, o con cui si violano più disposizioni normative)*” e che “[...] *L'articolo 8, co. 2, l. n. 689/1981 consente di tener conto della <<continuazione>> (identità del disegno criminoso), nel caso di <<concorso materiale>> di illeciti amministrativi, solo se si tratta di violazioni amministrative in materia di previdenza e assistenza. L'intento del legislatore è stato quello di non estendere il regime del cumulo giuridico delle sanzioni ad altre tipologie di illeciti amministrativi*”.

43. Alla luce del quadro giurisprudenziale così delineato, poiché nel presente procedimento sono state accertate distinte pratiche commerciali, ciascuna delle quali dotata di autonomia strutturale, poste in essere con condotte prive del requisito dell'unitarietà, non appare applicabile né l'istituto del concorso formale né quello della continuazione, con conseguente esclusione del regime favorevole del cumulo giuridico e necessaria applicazione materiale delle sanzioni.

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

45. Riguardo alle condizioni economiche dell'impresa coinvolta si tiene conto del fatto che si tratta di un operatore di modeste dimensioni con un fatturato annuo per il 2009 di circa 112.000 euro.

46. Riguardo, invece, alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame che le condotte riconducibili alle pratiche contestate si inseriscono in un settore di mercato caratterizzato da asimmetria informativa e da diffidenza dei consumatori nei confronti di cambi di fornitura proprio per il timore che i nuovi fornitori del mercato libero non siano in grado di garantire una qualità del servizio adeguata, stante che i risparmi di prezzo offerti sono spesso di importo contenuto.

⁷ Consiglio di Stato, Sezione VI, sentenze 26 del 2007 e 1271 del 2006.

47. In un simile contesto, quindi, riguardo alla pratica *sub a*), il fatto di rivendicare il collegamento proprietario con il Comune di Mirandola per orientare la scelta dei consumatori da parte di un operatore che, a livello locale, ha una certa rilevanza e notorietà anche per la sua presenza storica nell'area, appare un comportamento grave ed idoneo a danneggiare i possibili *new comers* specie se si tratta di società non già note a livello nazionale. Nel caso di specie, si tiene conto del fatto che la lettera contenente la frase contestata è stata diffusa nel periodo giugno-ottobre 2010 e cioè per circa cinque mesi e le lettere distribuite sono state circa [200-1.000] e circa un terzo dei clienti che le hanno ricevute sono tornati in Sinergas.

48. Si ritiene, pertanto, congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Sinergas S.p.A. per la pratica commerciale di cui al punto II, *sub a*), nella misura di 10.000 €(diecimila euro).

49. Riguardo alla pratica *sub b*) si ritiene che veicolare ingiustificatamente informazioni che alimentino la diffidenza nei confronti dei concorrenti al punto da far temere la sospensione della fornitura appare condotta grave, idonea ad alterare il processo di formazione della volontà dei consumatori, rallentando/vanificando i benefici effetti della liberalizzazione in un settore, come detto sopra, già caratterizzato da asimmetria informativa e istintiva diffidenza dei destinatari delle prestazioni. Si tiene conto, peraltro, delle ridotte dimensioni economiche del professionista che ha fatturato, nell'anno 2009, 112.000 euro circa.

50. La pratica *sub b*), su riconoscimento del professionista, è stata posta in essere nei confronti di qualche migliaio di ex clienti di Sinergas nel momento in cui la società riceveva la comunicazione di recesso che le veniva inviata, per conto del cliente stesso, dal nuovo fornitore. Quanto agli effetti, dalle informazioni fornite dal professionista, la lettera non avrebbe dato origine a ripensamenti da parte degli ex clienti che l'hanno ricevuta. La pratica è stata posta in essere dal 2007 ed è tuttora in corso. Infatti, tenuto conto che la formulazione alternativa diffusa dal professionista successivamente al ricevimento della comunicazione di estensione oggettiva del presente procedimento, appare parimenti ingannevole e aggressiva, la pratica deve ritenersi tuttora in atto.

51. Si ritiene, quindi, congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Sinergas S.p.A. per la pratica commerciale di cui al punto II, *sub b*), nella misura di 15.000 €(quindicimila euro).

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale di cui al punto II, *sub a*), in esame risulta scorretta in violazione degli articoli 20 e 21 del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e suscettibile, attraverso la diffusione di informazioni non veritiere, di falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione alla qualifica del professionista;

RITENUTO, inoltre, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale di cui al punto II, *sub b*), in esame risulta scorretta in violazione degli articoli 20 e 24 del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante la diffusione di informazioni non veritiere, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in merito alla scelta di cambiare fornitore;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera *a*), del presente provvedimento, posta in essere dalla società Sinergas S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20 e 21 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera *b*), del presente provvedimento, posta in essere dalla società Sinergas S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20 e 24 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

c) di irrogare alla società Sinergas S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di 10.000 € (diecimila euro), con riferimento alla pratica commerciale descritta al punto II, lettera *a*), del presente provvedimento;

d) di irrogare alla società Sinergas S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di 15.000 € (quindicimila euro), con riferimento alla pratica commerciale descritta al punto II, lettera *b*), del presente provvedimento.

Le sanzioni amministrative di cui alle precedenti lettere devono essere pagate 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. Tale modello può essere presentato in formato cartaceo presso gli sportelli delle banche, di Poste Italiane S.p.A. e degli Agenti della Riscossione. In alternativa, il modello può essere presentato 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*.

Ai sensi dell'art. 37, comma 49 del decreto legge n. 223/2006, i soggetti titolari di partita IVA, sono obbligati a presentare il modello F24 con modalità telematiche.

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 medesimo. 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.

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 150.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

A tal fine si chiede al professionista, entro il termine di trenta giorni dalla notifica del presente provvedimento, di comunicare all'Autorità le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui al punto *b)* della presente delibera.

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'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, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8, comma 2, 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

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

*Autorità garante
della concorrenza e del mercato*

Bollettino Settimanale
Anno XXI- N. 10 - 2011

Coordinamento redazionale

Giulia Antenucci

Redazione

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

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

Realizzazione grafica

Area Strategic Design
