



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXVI - n. 3

**Publicato sul sito www.agcm.it
15 febbraio 2016**

SOMMARIO

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	5
C11072B - MOBY/TOREMAR	
<i>Provvedimento n. 25828</i>	5
C12017 - RETI TELEVISIVE ITALIANE/GRUPPO FINELCO	
<i>Provvedimento n. 25858</i>	7
INDAGINI CONOSCITIVE	17
IC49 - MERCATO DELLA GESTIONE DEI RIFIUTI SOLIDI URBANI	
<i>Provvedimento n. 25823</i>	17
ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA	18
AS1251 - AFFIDAMENTO DELLA GESTIONE DEI SERVIZI DI TPL NEL BACINO TERRITORIALE OTTIMALE DI VENEZIA	
	18
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	22
PS4656B - TRENITALIA-SANZIONI PER IRREGOLARITÀ DI VIAGGIO-RIDETERMINAZIONE SANZIONE	
<i>Provvedimento n. 25824</i>	22
IP248 - GE.RI. GESTIONE RISCHI	
<i>Provvedimento n. 25851</i>	24

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

C11072B - MOBY/TOREMAR

Provvedimento n. 25828

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 27 gennaio 2016;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTI gli artt. 6, 18 e 19, comma 1, della citata legge;

VISTA la propria delibera del 27 maggio 2015 n. 25485, con la quale è stata contestata alla società Moby S.p.A. la violazione di cui all'articolo 19, comma 1, della legge n. 287/90 per non aver ottemperato alle lettere *a)* e *b)* del dispositivo della delibera dell'Autorità del 19 luglio 2011 n. 22622;

VISTA la propria delibera del 27 maggio 2015 nella quale il termine di chiusura del procedimento è stato fissato al 30 novembre 2015;

VISTA la propria delibera del 18 novembre 2015 nella quale il predetto termine di chiusura del procedimento è stato prorogato al 30 gennaio 2016;

VISTA la richiesta di proroga del termine di conclusione del procedimento, pervenuta in data 14 gennaio 2016, da parte della società Moby S.p.A. motivata con il fatto che *“vista l'intensa attività istruttoria ancora in corso e l'intenzione dell'APP di depositare ulteriori scritti nel corso dei prossimi giorni, il ravvicinato termine di chiusura del procedimento rischia di non consentire il pieno e completo esercizio del diritto di difesa da parte di Moby e la corretta applicazione del principio del contraddittorio”*;

VISTI gli atti del procedimento;

RITENUTO necessario accogliere l'istanza della società Moby S.p.A. allo scopo di garantire la piena applicazione del principio del contraddittorio e l'interesse di tutte le parti a una valutazione accurata delle problematiche rilevanti del procedimento;

RITENUTO, pertanto, necessario disporre una proroga del termine di conclusione del procedimento;

DELIBERA

di prorogare il termine di conclusione del presente procedimento al 30 aprile 2016.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella

C12017 - RETI TELEVISIVE ITALIANE/GRUPPO FINELCO*Provvedimento n. 25858*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 10 febbraio 2016;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione delle società RTI – Reti Televisive Italiane S.p.A., pervenuta in data 20 ottobre 2015 e successivamente integrata in data 23 ottobre 2015;

VISTA la richiesta di informazioni, inviata in data 18 novembre 2015, con conseguente interruzione dei termini ai sensi dell'articolo 5, comma 3, del D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTE le informazioni aggiuntive inviate dalle società RTI – Reti Televisive Italiane S.p.A. pervenute in data 2 dicembre 2015;

VISTA la reiterata richiesta di informazioni, inviata in data 22 dicembre 2015, con conseguente interruzione dei termini ai sensi dell'articolo 5, comma 3, del D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTE le informazioni aggiuntive inviate dalle società RTI – Reti Televisive Italiane S.p.A. pervenute in data 19 gennaio 2016;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. R.T.I. – Reti Televisive Italiane S.p.A. (nel seguito, "RTI") è una società controllata da Mediaset S.p.A. ("Mediaset") che ne detiene interamente il capitale. Il gruppo Mediaset è attivo (i) nella realizzazione, manutenzione e gestione delle reti televisive, disponendo di 5 *multiplex* nazionali, (ii) nella produzione e gestione di contenuti televisivi, (iii) nella diffusione di contenuti televisivi in modalità *free* e *pay*, (iv) nella raccolta pubblicitaria e (v) nella distribuzione cinematografica. L'azionista di controllo di Mediaset S.p.A. è Finanziaria d'Investimento Fininvest S.p.A. ("Fininvest"), la quale rappresenta la *holding* di riferimento a cui fa capo un gruppo di imprese attive prevalentemente nei settori dell'editoria, del cinema, della raccolta pubblicitaria e della televisione commerciale.

2. Il 30 settembre 2015, il gruppo Mediaset ha altresì acquisito, mediante un'operazione interna al gruppo Fininvest di cui Mediaset fa parte, il controllo di Monradio S.r.l. ("Monradio"), società che esercisce il servizio di radiodiffusione sonora a carattere commerciale (Radio 101) e che dispone di un canale televisivo (R101TV). Il ricavo consolidato del gruppo Mediaset nel 2015¹ è pari a 3,41 miliardi di euro, di cui [3-4]² miliardi di euro realizzati all'interno dell'Unione Europea e [2-3] miliardi di euro realizzati in Italia.

¹ Fonte: Bilancio consolidato del gruppo Mediaset, anno 2012.

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

3. Il Gruppo Finelco S.p.A. (nel seguito, "Finelco") è attivo nei campi dell'ideazione, realizzazione, produzione e trasmissione di programmi radiofonici, nonché nella commercializzazione di spazi pubblicitari. Finelco produce e trasmette tre emittenti radiofoniche (Radio 105, RMC Radio Montecarlo e Virgin Radio) in tecnica analogica e digitale terrestre. Finelco è altresì attiva nell'offerta di contenuti su Internet e dispone di due autorizzazioni per la trasmissione di altrettanti canali televisivi in tecnica digitale terrestre, aventi numerazioni LCN³ 157 e 257. I ricavi complessivi di Finelco, interamente realizzati in Italia, ammontano a 81,6 milioni di euro nel 2014.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

4. L'operazione in esame consiste nell'acquisto delle azioni di Finelco detenute da RCS Mediagroup S.p.A. ("RCS") da parte di Unibas Sgps Lda ("Unibas"), che in qualità di socio di Finelco con il 32,53% delle azioni ha esercitato il diritto di prelazione sulle azioni detenute da RCS. Successivamente, il gruppo Fininvest, per il tramite di RTI, acquisirà il controllo indiretto di Finelco, mediante (i) la partecipazione all'aumento del capitale della società RB1 S.p.A. con sottoscrizione di azioni ordinarie (19% del capitale sociale) e di azioni senza diritto di voto convertibili (50% del capitale sociale) e (ii) la successiva conversione delle suddette azioni in ordinarie.

5. Ad esito della conversione, RTI deterrà il 69% di RB1 S.p.A che attualmente detiene il controllo di Finelco per il tramite della società Unibas Sgps Lda. Pertanto, con l'operazione in esame, RTI deterrà il controllo esclusivo di Finelco.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

6. L'operazione comunicata, avendo ad oggetto il passaggio di controllo di un'impresa, si qualifica come concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*) della legge n. 287/90. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della stessa legge, in quanto sono soddisfatte entrambe le condizioni di cui all'articolo 16.

IV. I MERCATI RILEVANTI

7. L'operazione in esame interessa una pluralità di mercati nei settori televisivo, radiofonico e di Internet. In ragione delle attività di Fininvest e di Finelco, infatti, è possibile individuare i seguenti mercati rilevanti ai fini dell'operazione:

- i. il mercato della televisione gratuita e il connesso mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo televisivo;
- ii. il mercato delle infrastrutture per la radiodiffusione sonora;
- iii. il mercato della trasmissione via etere del segnale radiofonico;
- iv. il mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo radiofonico;

³ LCN (logical channel number) è una funzione che consente di assegnare automaticamente a ogni servizio televisivo ricevuto una posizione predefinita all'interno della lista dei canali televisivi.

v. il mercato della raccolta pubblicitaria *on-line*.

8. La televisione gratuita assume tipicamente la configurazione a due versanti – da un lato, infatti, i fornitori di servizi media competono per ottenere il seguito del pubblico e, dall'altro, cedono spazi pubblicitari agli inserzionisti – e, pertanto, secondo consolidati orientamenti, il mercato della *pay-tv* è tradizionalmente distinto dal mercato della televisione in chiaro (*free-to-air*) e, più specificatamente, dal connesso **mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo televisivo**⁴. La dimensione geografica del suddetto mercato è nazionale, in considerazione del regime normativo, delle barriere linguistiche, nonché di fattori culturali. È peraltro possibile distinguere anche un ambito locale rispetto a quello nazionale, in base alle caratteristiche della domanda di inserzioni.

9. In tale mercato il gruppo Mediaset presenta una quota in valore superiore al 50%. Il gruppo Finelco opera nel mercato mediante alcuni canali televisivi gratuiti a carattere musicale. In particolare, dal novembre 2010 al luglio 2012 il gruppo ha trasmesso il canale tematico musicale denominato “*Virgin Radio Television*” poi ceduto nel 2012⁵. Dal settembre 2015, il gruppo Finelco ha attivato due nuovi canali tematici musicali – *105 TV*, canale LCN 157, e *RMC TV*, canale 257 – la cui estensione del segnale è, ad oggi, il territorio di Roma e limitrofo⁶. Su tali canali, il gruppo Finelco non effettua attualmente alcuna raccolta pubblicitaria.

⁴ Cfr. provv. n. 24206, A418C – Procedure selettive Lega Calcio 2010/11 e 2011/12; provv. n. 23112 del 14 dicembre 2011, A422 – Sky Italia/Auditel e provv. n. 9142; C4158 – Seat Pagine Gialle/Cecchi Gori Communications, provv. n. 15632 del 28 giugno 2006, A362 – Diritti Calcistici e le decisioni della Commissione europea nei casi: COMP/M.5121 – NewsCorp/Premiere del 25 giugno 2008; COMP/M.4504 –SFR/Télé2 France del 18 luglio 2007; COMP/M.4204 – Cinven/UPC France del 13 luglio 2006; COMP/M.3411 – UGC/Noos del 17 maggio 2004; e COMP/M.2876 – NewsCorp/Telepiù del 13 luglio 2003.

⁵ Cfr. doc. 1, all. f.4.4, Bilancio 2012 Gruppo Finelco S.p.A., pag. 4.

⁶ Cfr. doc. 11.

Tabella 1 - Mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo televisivo - Quote di mercato in valore⁷

	2012	2013	2014
Gruppo Fininvest	[50-55%]	[50-55%]	[50-55%]
Gruppo Finelco	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]
Totale	[50-55%]	[50-55%]	[50-55%]
RAI	[15-20%]	[15-20%]	[20-25%]
Sky Italia	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]
Cairo	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]
Discovery	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]
Altri	[15-20%]	[10-15%]	[10-15%]

10. Il mercato delle infrastrutture per la radiodiffusione sonora, di estensione geografica nazionale, interessa il settore delle infrastrutture dedicate all'ospitalità di impianti di diffusione dei segnali radiofonici ("tower business"), costituite da infrastrutture verticali (torri, pali, tralicci) idonee a ospitare le antenne degli operatori di rete e da fabbricati attrezzati per l'ospitalità degli apparati trasmettenti. Secondo i consolidati orientamenti dell'Autorità⁸, è possibile distinguere le infrastrutture dedicate all'ospitalità di impianti di diffusione dei segnali televisivi, radiofonici e di telecomunicazione radiomobile in ragione delle caratteristiche tecniche dei segnali radioelettrici e delle conseguenti esigenze di posizionamento delle infrastrutture.

11. Nel mercato in esame, il gruppo Fininvest, per il tramite di EI Towers S.p.A., dispone di circa [0-500] siti, che rappresentano una quota di mercato in volume di circa il [10-15%] nel 2014⁹. Il gruppo Finelco detiene [0-500] siti dedicati all'ospitalità di impianti per la radiodiffusione sonora, che costituiscono una quota in valore [inferiore all'1%] del totale di infrastrutture per la radiodiffusione sonora nel medesimo anno.

12. Il mercato della trasmissione via etere del segnale radiofonico (radiodiffusione sonora) riguarda le attività di diffusione dei segnali radiofonici in modalità analogica (FM, OM) o digitale (DAB)¹⁰. In tale mercato sono presenti diversi operatori radiofonici analogici nazionali: RAI, Monradio del Gruppo Fininvest, Ass. Radio Maria, Finelco, RTL 102,500 Hit Radio, Radio Italia, Radio Kiss Kiss, Elemedia, Radio Dimensione Suono, Il Sole 24 Ore, Radio Padania Libera. Tali

⁷ Elaborazioni dell'Autorità su dati della Parte e dati pubblici. Cfr. doc. 2 e Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, Relazione Annuale 2015. Per il fatturato del gruppo Finelco nel 2012 si veda doc. 1, all. f.4.4, Bilancio 2012 Gruppo Finelco S.p.A., pag. 33.

⁸ Cfr. provv. n. 25359 del 10 marzo 2015, C11987 – EI Towers/Rai Way e provv. n. 23117 del 14 dicembre 2/C011, C11205 – Elettronica Industriale/Digital Multimedia Technologies.

⁹ Cfr. doc. 2. Si veda inoltre, provv. n. 25359 del 10 marzo 2015, C11987 – EI Towers/Rai Way.

¹⁰ Cfr. provv. n. 23829 dell'8 agosto 2012 nel caso C 11707 - Gruppo Finelco-Virgin Radio Italy/ Impianto di Radiodiffusione di Radio Fm Classics; provv. n. 23798 del 2 agosto 2012 nel caso C11656 - Monradio/Impianto di Radiodiffusione di Lifegate Radio.

soggetti dispongono di diverse frequenze nazionali per la trasmissione dei loro programmi editoriali. La dimensione geografica del mercato è nazionale in relazione all'estensione del segnale e ai regimi regolamentari prevalenti sul mercato.

13. La radiodiffusione sonora sta affrontando la fase di digitalizzazione del segnale. Con la Delibera n. 664/09/CONS, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha individuato i criteri di digitalizzazione del segnale stabilendo, tra l'altro, che un blocco di diffusione radiofonica (*multiplex*) sia assegnato alla concessionaria del servizio pubblico e, in considerazione dell'esigenza di ottimizzare l'utilizzazione delle risorse radioelettriche scarse, almeno altri due *multiplex* siano riservati a società consortili partecipate esclusivamente da emittenti radiofoniche nazionali con quote paritetiche che rappresentino almeno il 40% delle emittenti nazionali.

14. Il gruppo Fininvest è presente, mediante Radio 101, nel consorzio Club Dab Italia insieme ad altre sei emittenti radiofoniche nazionali. Tale consorzio trasmette su uno dei blocchi di frequenze attualmente assegnati. Il gruppo Finelco partecipa al consorzio C.R.DAB. S.c.a.r.l., che non è assegnatario di diritti d'uso delle frequenze.

15. Il **mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo radiofonico** è definito dal punto di vista merceologico come la vendita agli inserzionisti di spazi pubblicitari su emittenti radiofoniche, rappresentando un mercato a due versanti¹¹. Dal punto di vista geografico, è possibile distinguere anche un ambito locale rispetto a quello nazionale.

16. Dal punto di vista dell'offerta, le emittenti radiofoniche si affidano alle concessionarie pubblicitarie per effettuare la raccolta. La maggior parte delle emittenti radiofoniche si affidano a concessionarie pubblicitarie che fanno parte del proprio gruppo societario. Tuttavia, alcune concessionarie pubblicitarie (Mediamond del gruppo Fininvest e A. Manzoni & C. del Gruppo Editoriale L'Espresso S.p.A.) operano nel mercato per conto sia delle emittenti del proprio gruppo societario che di radio terze.

17. I contratti di concessione pubblicitaria hanno generalmente carattere esclusivo e una durata di 1-4 anni. Con tali contratti le emittenti radiofoniche danno mandato alle concessionarie di vendere una certa quantità di spazi pubblicitari disponibili, generalmente la totalità, secondo listini e prezzi minimi concordati tra i due soggetti. La concessionaria pubblicitaria dispone di autonomia organizzativa e commerciale nella definizione delle condizioni commerciali. Generalmente, restano al di fuori del contratto di concessione pubblicitaria alcune iniziative pubblicitarie, quali i c.d. *cambio spazi* e *cambio merce*¹², i messaggi promozionali di interesse diretto delle medesime emittenti (autopromozione), i comunicati informativi su richiesta delle autorità pubbliche e, in alcuni casi, i messaggi promozionali di taluni clienti delle emittenti.

18. I contratti stabiliscono anche le quote di ripartizione dei ricavi e delle spese, nonché gli obiettivi di fatturato tra editore e concessionaria pubblicitaria. Una parte del fatturato totale della

¹¹ Cfr. provv. n. 25359 del 10 marzo 2015, C11987 – EI Towers/Rai Way. Si veda, ex multis, provv. 23460 del 28 marzo 2012, C11485 – Elemedia/Impianto di radiodiffusione di Black Lemin (Arzignano) e provv. 16980 del 21 giugno 2007, C8507 – RCS Mediagroup/Gruppo Finelco.

¹² Le operazioni di cambio merce riguardano la permuta di spazi pubblicitari con beni o servizi dei clienti inserzionisti, mentre il cambio spazi consiste nello scambio di spazi pubblicitari con altri mezzi di comunicazione (televisione, editoria, ecc.)

concessionaria pubblicitaria, vale a dire la quota di *intermediato*, viene trasferita all'emittente radiofonica (quota editore). Tale quota è generalmente superiore al 60% dell'intermediato¹³.

19. Il gruppo Fininvest, mediante Mediamond, effettua la raccolta pubblicitaria per la radio del gruppo, Radio 101, e per alcune radio terze (Radio Italia, Radio Subasio, Radio Kiss Kiss, Radio Norba, Media Hit e Radio AUT). Per ciò che riguarda le quote di mercato in valore, la Tabella 2 presenta i fatturati relativi al mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo radiofonico e le quote di mercato in valore.

20. In relazione al fatturato, è stato utilizzato il c.d. fatturato *intermediato*, sebbene parte di tale fatturato venga trasferito alle emittenti radiofoniche. Il motivo di tale scelta risiede nel fatto che le concessionarie pubblicitarie a cui è affidata la raccolta pubblicitaria, anche per conto di soggetti terzi, determinano le condizioni commerciali di vendita degli spazi pubblicitari sull'intero valore dell'intermediato. La loro leva concorrenziale, pertanto, ha effetti sull'intero fatturato intermediato e non solo sulla parte di fatturato al netto della quota dell'editore.

¹³ Cfr. doc. 11, allegati 2.e, 2.g e 2.i.

Tabella 2 - Mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo radiofonico - Fatturato intermediato (mln di Euro) e quote di mercato in valore¹⁴

	2012		2013		2014	
Gruppo Fininvest	[10-49]	[5-10%]	[10-49]	[10-15%]	[10-49]	[10-15%]
di cui radio terze	[10-49]	[1-5%]	[10-49]	[5-10%]	[10-49]	[10-15%]
Gruppo Finelco	[49-100]	[15-20%]	[49-100]	[20-25%]	[49-100]	[20-25%]
Totale	[49-100]	[25-30%]	[100-492]	[30-35%]	[100-492]	[35-40%]
Gruppo L'Espresso	[49-100]	[20-25%]	[49-100]	[20-25%]	[49-100]	[20-25%]
di cui radio terze	[10-49]	[5-10%]	[10-49]	[5-10%]	[10-49]	[5-10%]
Openspace Pubblicità (RTL 102,5)	[49-100]	[10-15%]	[49-100]	[15-20%]	[49-100]	[15-20%]
RDS Advertising	[10-49]	[10-15%]	[10-49]	[10-15%]	[10-49]	[10-15%]
RAI	[10-49]	[5-10%]	[10-49]	[5-10%]	[10-49]	[5-10%]
Il Sole 24 ore	[10-49]	[1-5%]	[10-49]	[1-5%]	[10-49]	[1-5%]
Totale mercato	360,67		330,76		324,39	

21. Inoltre, si deve rilevare che nel corso degli ultimi anni il mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo radiofonico ha sperimentato una concentrazione dell'offerta con l'uscita dal mercato di Radio e Reti S.r.l., l'unica concessionaria indipendente dai grandi gruppi editoriali e non integrata in alcuna delle radio per le quali svolge attività di concessionaria¹⁵.

22. Il mercato della raccolta pubblicitaria *on-line* consiste nella vendita di spazi grafici pubblicitari sui siti Internet. Secondo gli orientamenti dell'Autorità¹⁶, l'offerta di spazi pubblicitari *on-line* costituisce un mercato distinto rispetto alle forme tradizionali di pubblicità in ragione delle peculiarità di Internet, che si caratterizza per la sua estesa capacità di raggiungere efficientemente un particolare *target* di *audience* nonché per la possibilità di avere un sistema di *reporting* idoneo a consentire una misurazione precisa e continua dell'efficacia dell'inserzione. Inoltre, anche le modalità di definizione dei prezzi sono differenti per la pubblicità *on-line*, dove il prezzo può essere definito in funzione dell'effettiva capacità dell'inserzione di raggiungere il *target* desiderato.

¹⁴ Cfr. doc.11, all. 2.k e doc. 17, all. A e B. Per i fatturati relativi al Gruppo L'Espresso, RDS e RTL 102,5 si vedano i docc. 12, 13 e 14, all. 4. Per il totale del mercato della raccolta radiofonica nazionale nel 2014 si veda il doc. 10.

¹⁵ Cfr. Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, Indagine conoscitiva sul settore della raccolta pubblicitaria, Delibera n. 551/12/CONS, allegato A.

¹⁶ Cfr. ex multis provv. 20224 del 26 agosto 2009, A420 – FIEG - Federazione Italiana Editori Giornali/Google e provv. 16980 del 21 giugno 2007, C8507 – RCS Mediagroup/Gruppo Finelco.

23. Inoltre, è possibile distinguere varie forme di pubblicità *on-line* in ragione di una molteplicità di elementi e, in particolare, in base alla natura della pagina *web* dove compare l'inserzione e dalle caratteristiche del messaggio pubblicitario stesso. In tal senso è possibile individuare diversi canali, quali il canale *search* e il canale *content*. In passato, non si è escluso che le diverse forme di pubblicità *search* e *content* individuino mercati rilevanti distinti nell'ambito della raccolta pubblicitaria *on-line*¹⁷. Ai fini della valutazione della presente operazione di concentrazione, tuttavia, tale definizione può essere lasciata aperta.

24. Il fatturato totale derivante dalla raccolta pubblicitaria *on-line* realizzato in Italia nel 2014 è pari a 1.632 milioni di euro¹⁸, di cui 886 milioni realizzati nel segmento *content*. La raccolta pubblicitaria *on-line* del gruppo Mediaset è pari a [10-49] milioni di euro nel 2014, che rappresenta il [1-5%] della quota di mercato in valore rispetto al segmento *content*. Il gruppo Finelco realizza un fatturato pari a [1-10] milioni di euro, corrispondente a una quota di mercato [inferiore all'1%] considerando il solo segmento *content*.

V. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

25. L'operazione di concentrazione in esame comporta l'acquisizione da parte del gruppo Fininvest, per il mezzo di RTI, di Finelco, soggetto operante in diversi settori dell'editoria (radiofonica, televisiva e *on-line*).

26. In relazione agli effetti dell'operazione di concentrazione nel **mercato della televisione gratuita e il connesso mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo televisivo**, si rileva che il gruppo Finelco è sostanzialmente inattivo in tale mercato. Il gruppo, infatti, ha avviato nel settembre 2015 la trasmissione di due nuovi canali televisivi (canali 157 e 257 del digitale terrestre) a tematica musicale che, ad oggi, non effettuano raccolta pubblicitaria. Inoltre, le specifiche numerazioni dei canali (LCN) assegnate a Finelco non costituiscono una risorsa scarsa, idonea a conferire un vantaggio concorrenziale all'acquirente, in quanto ricadono in due decadi (posizioni) non di primaria importanza. Per tali considerazioni, si ritiene che la concentrazione in esame non sia idonea a determinare un significativo mutamento delle condizioni concorrenziali del suddetto mercato tale da pregiudicarne i meccanismi concorrenziali.

27. Nel **mercato delle infrastrutture per la radiodiffusione sonora**, ad esito dell'operazione il gruppo Fininvest disporrà di una quota di mercato in volume inferiore al 15% e, pertanto, l'operazione in esame non è idonea a costituire una posizione dominante sul suddetto mercato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza.

28. Nel **mercato della trasmissione via etere del segnale radiofonico** sono presenti svariati operatori radiofonici analogici che dispongono delle frequenze di trasmissione. Ad esito dell'operazione, il gruppo Fininvest disporrà di 4 radio analogiche rispetto ad almeno 18 radio aventi carattere nazionale. Inoltre, in merito alle frequenze digitali si deve rilevare che Finelco è presente nel consorzio C.R.DAB. S.c.a.r.l., che non è assegnatario di diritti d'uso delle frequenze digitali per la radiofonia. Pertanto, l'operazione in esame non è idonea a determinare la costituzione di una posizione dominante sul suddetto mercato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza.

¹⁷ Cfr. ex multis provv. 20224 del 26 agosto 2009, A420 – FIEG - Federazione Italiana Editori Giornali/Google.

¹⁸ Cfr. doc. 2.

29. Nel mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo radiofonico, le Parti detengono una quota di mercato in valore congiunta del [35-40%]. Il secondo operatore nel mercato, il gruppo L'Espresso, disporrà del [20-25%]. Inoltre, ad esito della concentrazione, l'indice di concentrazione (CR2) varierebbe dal 47% al 61%, mentre l'indice HHI passerebbe da 1765 a 2442, con una variazione di 677 punti.

30. Secondo i consolidati orientamenti in materia di valutazione delle operazioni di concentrazione¹⁹, anche nel caso di quote di mercato congiunte inferiori al 50% o inferiori al 40% si può giungere alla creazione o al rafforzamento di una posizione dominante. Nel caso di specie, il gruppo Fininvest acquisirebbe ad esito della concentrazione una quota di mercato rilevante, di circa il doppio rispetto al secondo operatore del mercato. Inoltre, l'operazione di concentrazione comporterebbe l'incremento della concentrazione (HHI) ben oltre i valori di riferimento (150 punti).

31. Oltre a ciò, nel valutare la posizione del gruppo Fininvest nel mercato, è necessario rilevare che essa può offrire agli inserzionisti e ai centri media un ampio ventaglio di mezzi di comunicazione, potendo fare leva sulla primaria posizione detenuta sul mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo televisivo²⁰. Il gruppo Fininvest, infatti, dispone di un'ampia varietà di *media* in grado di completare l'offerta radiofonica e, tra questi, il mezzo televisivo, nel quale detiene una quota di mercato superiore al 50%. Il gruppo Fininvest potrebbe condizionare le proprie vendite in modo da collegare la raccolta pubblicitaria televisiva al contiguo mercato della raccolta pubblicitaria nazionale.

32. Infatti, la radio è un mezzo sul quale l'attività programmata è "*generalmente volta al mantenimento del ricordo del prodotto reclamizzato in televisione*"²¹ e, pertanto, presenta caratteristiche idonee a collegarlo a tale mezzo. Sfruttando tale effetto leva, il gruppo Fininvest potrebbe estendere la propria posizione di predominanza sul contiguo mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo radiofonico, a danno dei concorrenti e dei consumatori. Occorre altresì valutare se e in che misura l'operazione di concentrazione è idonea a precludere gli sbocchi al mercato della raccolta radiofonica per gli operatori di minori dimensioni.

33. Per tali motivi, la concentrazione in esame potrebbe dare luogo alla creazione di una posizione dominante idonea a eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza nel mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo radiofonico.

34. Nel mercato della raccolta pubblicitaria *on-line* l'operazione di concentrazione non è idonea a determinare la costituzione di una posizione dominante, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza. Infatti, la quota di mercato congiunta delle Parti dell'operazione è inferiore al 5%. Inoltre, nel mercato sono presenti numerosi e qualificati soggetti, quali Google, Seat Pagine Gialle/Italiaonline, Facebook, Yahoo!. Pertanto, l'operazione in esame non è idonea a determinare la costituzione di una posizione dominante sul suddetto mercato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza.

¹⁹ Cfr. Orientamenti relativi alla valutazione delle concentrazioni orizzontali a norma del regolamento del Consiglio relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese (2004/C 31/03).

²⁰ Cfr. Orientamenti relativi alla valutazione delle concentrazioni non orizzontali a norma del regolamento del Consiglio relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese (2008/C 265/07).

²¹ Cit. Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, Indagine conoscitiva sul settore della raccolta pubblicitaria, Delibera n. 551/12/CONS, allegato A.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame sia suscettibile di determinare, ai sensi dell'articolo 6 della legge n. 287/90, la creazione o il rafforzamento di una posizione dominante nel mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo radiofonico, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

a) l'avvio dell'istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, nei confronti delle società RTI – Reti Televisive Italiane S.p.A. e Gruppo Finelco S.p.A.;

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

c) che il responsabile del procedimento è il Dott. Luigi Di Gaetano;

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

e) che il procedimento deve concludersi entro quarantacinque giorni decorrenti dalla data di delibera del presente provvedimento, fatti salvi i termini necessari per l'acquisizione del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

INDAGINI CONOSCITIVE

IC49 - MERCATO DELLA GESTIONE DEI RIFIUTI SOLIDI URBANI

Provvedimento n. 25823

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 21 gennaio 2016;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO, in particolare, l'articolo 12, comma 2, della legge citata, ai sensi del quale l'Autorità può procedere a indagini conoscitive di natura generale nei settori economici nei quali l'evoluzione degli scambi, il comportamento dei prezzi od altre circostanze facciano presumere che la concorrenza sia impedita, ristretta o falsata;

VISTO il D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217 e, in particolare, l'articolo 17, relativo alle indagini conoscitive di natura generale;

VISTO il proprio provvedimento del 1 agosto 2014, con il quale l'Autorità ha deciso di procedere, ai sensi dell'articolo 12, comma 2, della legge n. 287/90, a un'indagine conoscitiva volta ad effettuare una ricognizione degli assetti istituzionali e di mercato nel settore della gestione dei rifiuti urbani, nell'ottica di verificare gli spazi per la concorrenza lungo l'intera filiera, inerente sia la frazione indifferenziata sia la frazione differenziata di rifiuti;

VISTO l'allegato al presente provvedimento, contenente il testo conclusivo dell'indagine conoscitiva sugli assetti istituzionali e di mercato nel settore della gestione dei rifiuti urbani;

DELIBERA

di procedere alla chiusura dell'indagine conoscitiva.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

AS1251 - AFFIDAMENTO DELLA GESTIONE DEI SERVIZI DI TPL NEL BACINO TERRITORIALE OTTIMALE DI VENEZIA

Roma, 22 dicembre 2015

Ente di governo del trasporto pubblico locale del bacino territoriale ottimale e omogeneo di Venezia

Città metropolitana di Venezia (ex Provincia di Venezia)

Comune di Venezia

Comune di Chioggia

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, a seguito di svariate denunce ricevute a riguardo, intende effettuare alcune considerazioni, ai sensi degli articoli 21 e 22 della legge n. 287/90, in relazione alle criticità concorrenziali riscontrate nel complessivo *modus operandi* dell'Ente di governo e degli enti locali che ne fanno parte, con riferimento all'affidamento dei servizi di TPL del bacino di competenza. Ci si riferisce, in particolare, alle problematiche concorrenziali emerse in relazione ai seguenti aspetti: 1) le scelte in materia di affidamento dei servizi di TPL effettuate dalla Provincia di Venezia (ora Città metropolitana) - in attuazione della relazione predisposta nel dicembre 2013 ai sensi dell'art. 34, comma 20, del DL n. 179/2012, convertito con legge n. 221/2012¹ - e nello specifico la decisione di affidare direttamente alla società AVM S.p.A., in regime di *in house providing*, i servizi relativi al Veneto centro-meridionale, tranne il 10% dei servizi, da affidare con gara, ai sensi dell'art. 4 *bis* del DL n. 78/2009, e alla società ATVO S.p.A. i servizi relativi al Veneto orientale, attraverso una procedura denominata impropriamente "a doppio oggetto", volta all'individuazione di un socio di ATVO S.p.A. mediante sottoscrizione e aumento di capitale sociale (pari al 15%); 2) le due specifiche

¹ Cfr. deliberazione di Giunta provinciale n. 176 del 2 dicembre 2013, che ha approvato la "relazione sulla sussistenza dei requisiti previsti dall'ordinamento europeo per la forma di affidamento del servizio di TPL" di cui all'art. 34, comma 20, del D.L. n. 179/2012. Cfr. altresì le modifiche successive: deliberazioni di Giunta provinciale n. 223 del 30/12/2013 e n. 28 del 01/04/2014, deliberazione di Consiglio provinciale n. 22 del 15 aprile 2014; infine, la relazione *ex art.* 34, comma 20, è stata approvata il 16 giugno 2014 dall'Assemblea dell'Ente di Governo.

procedure ristrette bandite dall'Ente di Governo, quella denominata "a doppio oggetto" e quella relativa al TPL gomma extraurbano sulla linea Chioggia-Venezia, quest'ultima al fine di conformarsi al citato art. 4 *bis*².

L'insieme di tali affidamenti appare privo di motivazioni plausibili e dei requisiti prescritti dalla normativa comunitaria e nazionale sull'affidamento dei servizi di TPL.

Con riferimento alle scelte in materia di affidamento da parte dell'allora Provincia di Venezia, appaiono in primo luogo mancare, in capo alle società AVM S.p.A. ed ATVO S.p.A., i requisiti che l'ordinamento comunitario e nazionale prescrivono per l'affidamento sulla base del modello di *in house providing*: la prima infatti è una *holding* in relazione alla quale la natura e l'ampiezza delle attività ricomprese nell'oggetto sociale della stessa potrebbero pregiudicare il rapporto di controllo tra l'Amministrazione affidante e l'impresa in esame, lasciando presumere l'esistenza di una (anche potenziale) vocazione commerciale basata sul rischio di impresa, suscettibile di condizionare le scelte strategiche della società stessa, distogliendola dalla cura primaria dell'interesse pubblico di riferimento³; anche la seconda società, in base allo Statuto, ha un oggetto sociale molto più ampio di quello proprio delle aziende *in house*, che si estende anche a servizi al di fuori del territorio di competenza e/o di mercato; tra l'altro, nel capitale sociale di ATVO sono già presenti soci privati. In assenza dei requisiti per l'affidamento *in house* per ATVO, nel caso dei servizi TPL del Veneto-orientale si è fatto ricorso ad una peculiare procedura di gara, denominata dall'amministrazione "a doppio oggetto", che presenta diverse criticità concorrenziali. Peraltro, preme rilevare che, a seguito di tale scelta, l'Ente di governo non ha neanche proceduto ad affidare con gara il 10% dei servizi in questione, reputando non sussistenti, in queste circostanze, gli obblighi di cui all'art. 4 *bis* del DL n. 78/2009.

In secondo luogo, le motivazioni addotte per giustificare l'affidamento diretto appaiono prive di qualsiasi effetto utile sia ai fini del miglioramento del servizio sia in termini di risparmio di risorse pubbliche, risultando invece idonee a sottrarre al processo di liberalizzazione i servizi di TPL rientranti nel bacino di competenza.

A giustificazione delle proprie scelte, in particolare, l'amministrazione richiama, da un lato, l'incertezza nel flusso dei finanziamenti pubblici e l'esigenza di disporre di servizi flessibili, dall'altro, l'allineamento dei conti aziendali con i costi standard stimati dalla Regione Veneto⁴.

Quanto al primo profilo, l'amministrazione trascura il fatto che, a prescindere dalla modalità di affidamento prescelta, la normativa comunitaria e nazionale prescrive comunque la sottoscrizione di un contratto di servizio volto ad individuare, *ex ante*, livelli di servizio e corrispettivi, fatte salve eventuali variazioni dell'offerta, che è possibile comunque prevedere nel contratto medesimo. Non è quindi consentito affidare i servizi ad una società *in house* (o con lo strumento della gara a doppio oggetto del tipo esperito) al fine di garantire una più ampia ed imprecisata discrezionalità dell'amministrazione competente in ordine a quantitativi e corrispettivi.

² Entrambe le gare hanno avuto inizio a gennaio 2015.

³ Cfr. AS1201 *Affidamento della gestione degli approdi all'interno della laguna di Venezia* in Boll. n. 27/2015.

⁴ A tale riguardo la ex Provincia di Venezia fa riferimento ad una delibera regionale (DGR 686 del 14 maggio 2013, in particolare l'allegato G), avente ad oggetto il riparto annuale del Fondo regionale per il TPL, nella quale si stabilisce di attribuire le risorse per il 2013 sulla base dei costi standard 2010, calcolati da un'apposita Commissione tecnica regionale; in allegato alla delibera è riportata la metodologia adottata per i costi standard.

Con riferimento al preteso allineamento dei costi delle aziende beneficiarie degli affidamenti diretti ai costi standard regionali, dai pertinenti atti amministrativi si evince che i costi standard regionali a cui ci si riferisce sono stati consapevolmente calcolati dalla Regione, ai fini del riparto dei fondi pubblici, in modo da non discostarsi troppo dai costi storici; dunque non è da escludere che gli affidamenti in esame siano difformi anche dalle condizioni, dettate dall'art. 4 del Regolamento n. 1370/2007, per la compatibilità delle compensazioni pubbliche nel TPL con il divieto di aiuti di stato⁵.

Nel complesso, dunque, le decisioni in materia di affidamenti dell'allora Provincia di Venezia, enunciate anche nella relazione ex art. 34, comma 20, non appaiono conformi alla normativa comunitaria e nazionale sull'affidamento dei servizi di TPL e sono particolarmente critiche in un'ottica di tutela della concorrenza, in quanto suscettibili di determinare il mantenimento di fatto e senza adeguata motivazione, per almeno altri 6 anni, dell'affidamento diretto dei servizi di TPL rientranti nel bacino di competenza, da parte dei gestori *incumbent*, con la sola eccezione del TPL extraurbano sulla linea Venezia-Chioggia.

L'Autorità intende anche rilevare le significative criticità concorrenziali che emergono con riguardo all'operato dell'Ente di governo del trasporto pubblico locale del bacino territoriale ottimale e omogeneo di Venezia, sia in relazione alla procedura ristretta da questi bandita per il TPL extraurbano sulla linea Venezia-Chioggia sia con riguardo alla procedura ristretta, c.d. "a doppio oggetto", volta all'individuazione di un socio di ATVO S.p.A. mediante sottoscrizione e aumento di capitale sociale (pari al 15%) e al contestuale affidamento alla medesima ATVO dei servizi di TPL nel Veneto orientale.

In relazione alla prima gara, preme osservare che essa è stata strutturata in modo da attribuire un'elevata ed indebita discrezionalità alla stazione appaltante, tale da determinare un'alea eccessiva in merito all'esito della gara e dunque da scoraggiare anche la stessa partecipazione alla procedura di selezione. Anche in considerazione delle caratteristiche del servizio in questione, costituito da una sola linea di autobus, al fine di garantire la più ampia partecipazione alla gara e massimizzarne i possibili esiti concorrenziali, sarebbe stato senz'altro più opportuno predisporre una procedura ad evidenza pubblica, in luogo di una trattativa privata, dando un peso maggiore all'offerta economica e prevedendo criteri di valutazione dell'offerta tecnica precisi ed oggettivi.

Per quanto riguarda la c.d. gara "a doppio oggetto" per il Veneto-orientale, è opportuno segnalare altresì l'anomala architettura della procedura predisposta dall'Ente di governo. Infatti, i requisiti di partecipazione, oltre a risultare di importo eccessivamente elevato se rapportati al valore della procedura, risultano del tutto estranei rispetto al tipo di attività che il nuovo partner privato dovrà svolgere (la gestione dell'area tecnica-officina), così come lo sono i criteri di valutazione dell'offerta tecnica, per la gran parte tesi a valorizzare fattori quali gli spazi pubblicitari, l'incremento passeggeri, lo sviluppo dei ricavi e della qualità dei servizi, vale a dire elementi tipici della gestione dei servizi di TPL.

⁵ In particolare, la quarta condizione prevede che "quando la scelta dell'impresa da incaricare dell'adempimento di obblighi di servizio pubblico non viene effettuata nell'ambito di una procedura di appalto pubblico, il livello della compensazione deve essere determinato sulla base di un'analisi dei costi che un'impresa media, gestita in modo efficiente e adeguatamente dotata di mezzi di trasporto, avrebbe dovuto sopportare per adempiere tali obblighi, sempre tenendo conto dei relativi introiti e di un margine di utile ragionevole".

Inoltre, anche nell'ambito di questa procedura, viene assegnato un peso decisamente troppo ridotto all'offerta economica (20%), circostanza particolarmente anomala ove si consideri che nel caso in questione la base d'asta è rappresentata dal valore delle azioni. Il ricorso ad una procedura dalle caratteristiche così peculiari appare in sostanza volto a preservare l'affidamento diretto in capo ad ATVO Spa, sottraendo così ulteriormente al processo di liberalizzazione i servizi di TPL rientranti nell'area di competenza, senza alcun effetto utile ai fini del miglioramento del servizio né in termini di risparmio di risorse pubbliche.

Dall'insieme dei fatti e delle considerazioni sopra riportati, dunque, emerge un *modus operandi* degli enti locali in questione, in particolare la Città Metropolitana (ex Provincia) di Venezia nonché dell'ente di governo del trasporto pubblico locale del bacino territoriale ottimale e omogeneo di Venezia, complessivamente volto a ritardare ed ostacolare ogni reale apertura concorrenziale del settore del TPL nel bacino di competenza, con presumibili effetti negativi anche sul livello complessivo dei finanziamenti pubblici da destinare a tali servizi.

L'Autorità invita dunque gli enti sopra detti ad adoperarsi tempestivamente al fine di rimuovere ogni possibile ostacolo concorrenziale nell'affidamento della gestione dei servizi di TPL interessati, sia attraverso una revisione degli attuali affidamenti *in house* (o con gara "a doppio oggetto"), che mediante un fattivo ripensamento in senso pro-concorrenziale delle procedure di gara in corso, sopra nominate.

La presente segnalazione sarà pubblicata sul bollettino di cui all'articolo 26, legge n. 287/90. Eventuali esigenze di riservatezza dovranno essere manifestate dall'Autorità entro trenta giorni dal ricevimento della presente, precisandone i motivi.

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

PS4656B - TRENITALIA-SANZIONI PER IRREGOLARITÀ DI VIAGGIO- RIDETERMINAZIONE SANZIONE

Provvedimento n. 25824

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 21 gennaio 2016;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

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

VISTO il proprio provvedimento n. 25175 del 12 novembre 2014, adottato a conclusione del procedimento istruttorio relativo al caso PS4656– *TRENITALIA SANZIONI PER IRREGOLARITÀ DI VIAGGIO*, con il quale è stato deliberato: *i*) che la società Trenitalia S.p.A. ha posto in essere una pratica scorretta, *ex artt. 20, 24 e 25 del Codice del Consumo*, consistente nella definizione ed adozione di un articolato sistema "affittivo" per le *irregolarità di viaggio* riscontrate a bordo treno; *ii*) di irrogare una sanzione amministrativa pecuniaria di un milione di euro, nei confronti della società Trenitalia S.p.A. per la pratica di cui al precedente punto *i*);

VISTA la decisione del TAR del Lazio, sez. I, n. 12179/2015, del 26 ottobre 2015, che, in parziale accoglimento del ricorso proposto da Trenitalia S.p.a, ha disposto, da un lato, l'annullamento del suddetto provvedimento relativamente a due dei tre profili di aggressività della complessa pratica commerciale contestata - in particolare riguardo: *i*) al "*ricorso, da parte di Trenitalia, alle disposizioni dettate dagli artt. 23 e 80, dPR n. 753 del 1980*" assieme all'utilizzo "*di un lessico evocativo della citata disciplina pubblicistica, trattandosi di logica conseguenza della norma correttamente applicata*"; *ii*) all'identico trattamento sanzionatorio riservato dal professionista per le diverse fattispecie di mancanza di biglietto e di possesso di biglietto, quando questo risulti "*scaduto di validità o utilizzato oltre i limiti temporali previsti dall'offerta di riferimento oppure ancora utilizzato su treno diverso da quello prenotato*" - mentre ha confermato l'accertamento condotto dall'Autorità con riferimento alla "*compulsività derivante dallo scadenziario di pagamento*" come autonomamente adottato da Trenitalia S.p.A. al fine del recupero delle penalità stabilite in caso di rinvenuta irregolarità a bordo treno;

VISTA, in particolare, la motivazione della sentenza con cui il TAR ha parzialmente annullato la sanzione irrogata dall'Autorità;

VISTO, altresì, che il TAR ha rimesso all'Autorità l'obbligo di procedere alla "*revisione della misura del provvedimento sanzionatorio*" già emesso nei confronti di Trenitalia S.p.A., in esito all'accoglimento, nei limiti indicati dalla stessa sentenza, dell'atto introduttivo del giudizio;

CONSIDERATO che la rideterminazione della sanzione da comminare alla società Trenitalia S.p.A., per la violazione accertata con provvedimento n. 25175 del 12 novembre 2014, deve avvenire in contraddittorio con la Parte;

RITENUTO, pertanto, di dover procedere, in ottemperanza alla suddetta sentenza del TAR Lazio, all'avvio di un'istruttoria al fine di rideterminare la sanzione da irrogare a Trenitalia S.p.A. per la violazione accertata;

RITENUTO che la predetta rideterminazione della sanzione non costituisca acquiescenza e quindi, resta impregiudicata ogni determinazione da parte dell'Autorità ad esito dell'appello avverso la richiamata sentenza del TAR Lazio, sez. I, n. 12179/2015, del 26 ottobre 2015;

DELIBERA

- a) l'avvio del procedimento nei confronti della società Trenitalia S.p.A.;
- b) che la Parte può presentare memorie scritte e documenti entro venti giorni dal ricevimento della comunicazione del presente provvedimento;
- c) che il responsabile del procedimento è la dott.ssa Carmela Celotto;
- d) che l'ufficio presso cui le Parti possono accedere agli atti del procedimento, previa richiesta scritta e contatto telefonico per stabilire le modalità dell'accesso, è la Direzione A - *Industria primaria, energia, trasporti e commercio* della Direzione Generale per la Tutela del Consumatore (tel. 06/85821527; fax 06/85821256; e-mail: carmela.celotto@agcm.it). L'accesso potrà essere effettuato direttamente dalle Parti o da persona delegata per iscritto;
- e) che il procedimento si concluderà entro novanta giorni dalla data di protocollo della comunicazione del presente provvedimento.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella

IP248 - GE.RI. GESTIONE RISCHI*Provvedimento n. 25851*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 27 gennaio 2016;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

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

VISTO in particolare l'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in base al quale in caso di inottemperanza ai provvedimenti d'urgenza o a quelli inibitori o di rimozione degli effetti, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro e nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni;

VISTA la legge 24 novembre 1981, n. 689;

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

VISTA la propria delibera n. 25033 del 17 luglio 2014, con la quale l'Autorità ha accertato la scorrettezza della pratica commerciale consistente nell'inoltro di solleciti di pagamento con modalità aggressive, posta in essere dalla società GE.RI. Gestione Rischi S.r.l.;

VISTE le proprie delibere n. 25173 del 5 novembre 2014 e n. 25393 del 18 marzo 2015, con le quali l'Autorità ha dapprima contestato e poi accertato che il comportamento della società GE.RI. Gestione Rischi S.r.l. costituiva violazione dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo per non aver ottemperato alla delibera n. 25033 del 17 luglio 2014, con riferimento ai profili di scorrettezza ivi contestati;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

1. Con provvedimento n. 25033 del 17 luglio 2014 (di chiusura del procedimento PS6549), l'Autorità ha accertato che la società GE.RI. Gestione Rischi S.r.l. ha sollecitato il pagamento, su incarico di diversi committenti, di presunti crediti, in gran parte infondati o prescritti, anche minacciando, in caso di mancato pagamento, azioni legali o specificando che "al fine di ritentare la composizione bonaria del Vostro debito, desideriamo informarvi che abbiamo predisposto la visita di un nostro funzionario che si recherà all'indirizzo su indicato o eventualmente presso il vostro posto di lavoro". Alla luce di quanto precede, l'Autorità ha vietato l'ulteriore diffusione della pratica commerciale.

2. Con provvedimento n. 25393 del 18 marzo 2015 (di chiusura del procedimento IP211), notificato alla Parte in data 13 aprile 2015, l'Autorità ha accertato che il comportamento della società GE.RI. Gestione Rischi S.r.l. ha costituito violazione della propria delibera n. 25033 del 17 luglio 2014. In particolare, l'Autorità ha riscontrato che, a partire da settembre 2014, al fine di

recuperare presunti crediti, spesso insussistenti, il professionista ha continuato a inoltrare a consumatori, tramite missive, mail, telefonate ed SMS, solleciti di pagamento con le stesse modalità già valutate come aggressive dall'Autorità, prospettando potenziali ricorsi da parte del titolare del credito a forme di tutela in sede giudiziaria e rappresentando una minaccia di un'azione legale infondata.

3. Tra metà maggio 2015 e fine gennaio 2016 sono pervenute circa novanta richieste di intervento, almeno una metà delle quali volte a segnalare, in modo più circostanziato, la reiterazione della pratica commerciale oggetto del provvedimento sopra citato e, in particolare, che la società GE.RI. Gestione Rischi S.r.l. avrebbe continuato a richiedere il pagamento, su incarico di diversi committenti, di crediti infondati, anche minacciando, in caso di mancato pagamento, azioni legali o visite domiciliari.

4. La pratica commerciale sopra esposta presenta il medesimo profilo di scorrettezza già accertato.

5. Ricorrono, in conclusione, i presupposti per l'avvio del procedimento previsto dall'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, volto all'irrogazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro, nonché alla sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

RITENUTO, pertanto, che i fatti accertati integrano una fattispecie di reiterata inottemperanza alla delibera dell'Autorità n. 25033 del 17 luglio 2014, ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo;

DELIBERA

- a) di contestare alla società GE.RI. Gestione Rischi S.r.l. la violazione di cui all'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, per non avere reiteratamente ottemperato alla delibera dell'Autorità n. 25033 del 17 luglio 2014;
- b) l'avvio del procedimento per l'eventuale irrogazione della sanzione prevista dall'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo;
- c) che il responsabile del procedimento è il Dott. Alessandro Borruso;
- d) che può essere presa visione degli atti del procedimento presso la Direzione B, della Direzione Generale per la Tutela del Consumatore, dell'Autorità, dai legali rappresentanti della società GE.RI. Gestione Rischi S.r.l., ovvero da persone da essa delegate;
- e) che entro il termine di trenta giorni dalla comunicazione del presente provvedimento, gli interessati possono far pervenire all'Autorità scritti difensivi e documenti, nonché chiedere di essere sentiti;
- f) che il procedimento deve concludersi entro centoventi giorni dalla data di comunicazione del presente provvedimento.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

*Autorità garante
della concorrenza e del mercato*

Bollettino Settimanale
Anno XXVI- N. 3 - 2016

Coordinamento redazionale

Giulia Antenucci

Redazione

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

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

Realizzazione grafica

Area Strategic Design
