



AUTORITÀ GARANTE  
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

# **Bollettino**

Settimanale

Anno XXXII - n. 12

**Publicato sul sito [www.agcm.it](http://www.agcm.it)  
4 aprile 2022**



## SOMMARIO

<b>INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE</b>	<b>5</b>
<b>A538 - SISTEMI DI SIGILLATURA MULTIDIAMETRO PER CAVI E TUBI</b>	
<i>Provvedimento n. 30062</i>	5
<b>1840 - OSTACOLI ALLE ARENE A TITOLO GRATUITO</b>	
<i>Provvedimento n. 30065</i>	7
<b>OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE</b>	<b>67</b>
<b>C12414B - PROJECT INFORMATICA/CENTRO COMPUTER</b>	
<i>Provvedimento n. 30039</i>	67
<b>C12432 - CLESSIDRA PRIVATE EQUITY SGR/FORMULA IMPRESOFT</b>	
<i>Provvedimento n. 30063</i>	70
<b>C12433 - HITACHI RAIL STS/RAMO DI AZIENDA DI ALSTOM</b>	
<i>Provvedimento n. 30064</i>	76
<b>ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA</b>	<b>83</b>
<b>AS1821 - BANDI DI GARA DEI CONCESSIONARI AUTOSTRADALI</b>	<b>83</b>
<b>AS1822 - BANDO DI GARA PER L'AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI STAMPA E RECAPITO</b>	
<b>DOCUMENTI ACEA ATO 5</b>	90
<b>PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE</b>	<b>93</b>
<b>PS12029 - ILIAD-OFFERTE 5G</b>	
<i>Provvedimento n. 30073</i>	93



## INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

### **A538 - SISTEMI DI SIGILLATURA MULTIDIAMETRO PER CAVI E TUBI** *Provvedimento n. 30062*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 15 marzo 2022;

SENTITO il Relatore, Professor Michele Ainis;

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

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO il Regolamento n. 1/2003 del Consiglio del 16 dicembre 2002, concernente l'applicazione delle regole di concorrenza di cui agli articoli 81 e 82 del Trattato CE (ora 101 e 102 TFUE);

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

VISTA la Comunicazione della Commissione sulla cooperazione nell'ambito della rete delle Autorità garanti della concorrenza, del 27 aprile 2004;

VISTO il proprio provvedimento del 13 aprile 2021, n. 29629, con cui è stata avviata un'istruttoria, ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, nei confronti delle società Roxtec Italia S.r.l. e Roxtec AB;

VISTI tutti gli atti del procedimento;

CONSIDERATE la complessità della fattispecie oggetto di analisi e l'esigenza di svolgere ulteriori approfondimenti istruttori, nonché la necessità di procedere ad una compiuta analisi delle numerose evidenze raccolte;

CONSIDERATA la necessità di garantire alle Parti il più ampio esercizio dei diritti di difesa e del contraddittorio;

RITENUTO, pertanto, necessario differire il termine di conclusione del procedimento, attualmente fissato al 30 aprile 2022;

DELIBERA

di prorogare al 30 dicembre 2022 il termine di conclusione del procedimento.

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

IL SEGRETARIO GENERALE  
*Guido Stazi*

IL PRESIDENTE  
*Roberto Rustichelli*

---

**1840 - OSTACOLI ALLE ARENE A TITOLO GRATUITO***Provvedimento n. 30065*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 15 marzo 2022;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTO l'articolo 101 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea (TFUE);

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

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la propria delibera del 17 giugno 2020, con la quale è stata avviata l'istruttoria ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90 nei confronti della Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Multimediali (ANICA), dell'Associazione Nazionale Esercenti Cinema (ANEC) e dell'Associazione regionale Lazio Esercenti Cinema (ANEC Lazio) per accertare l'esistenza di eventuali violazioni dell'articolo 101 del TFUE e/o dell'articolo 2 della legge n. 287/90, con contestuale avvio del *sub* procedimento per l'adozione di misure cautelari ex articolo 14-*bis* della legge n. 287/90;

VISTA la propria delibera dell'8 luglio 2020, con la quale sono state adottate apposite misure cautelari ai sensi dell'articolo 14-*bis* della legge n. 287/90;

VISTA la comunicazione delle risultanze istruttorie inviata alle parti del procedimento in data 18 novembre 2021;

VISTA la propria delibera del 3 dicembre 2021, con la quale il termine del presente procedimento è stato prorogato al 28 febbraio 2022;

VISTE le memorie finali di: ANICA, ANEC, ANEC Lazio, Cinemusica Nova S.r.l., Associazione Piccolo America, Associazione Insieme per Balduina, Associazione Culturale La Guarimba, Associazione Laboratorio di Quartiere Giambellino – Lorenteggio, tutte pervenute in data 27 gennaio 2022;

VISTA la propria delibera dell'8 febbraio 2022, con la quale il termine del presente procedimento è stato prorogato al 15 marzo 2022;

SENTITI in audizione finale i rappresentanti di ANICA, ANEC, ANEC Lazio, Cinemusica Nova S.r.l., Associazione Piccolo America, Associazione Insieme per Balduina, Associazione Culturale La Guarimba, Associazione Laboratorio di Quartiere Giambellino – Lorenteggio in data 14 febbraio 2022;

VISTI gli atti del procedimento e la documentazione acquisita nel corso dell'istruttoria;

CONSIDERATO quanto segue:

## I. LE PARTI

1. L'ANICA – Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Multimediali – rappresenta le industrie italiane del cinema e dell'audiovisivo nei rapporti con le istituzioni e nelle trattative sindacali ed è deputata a stabilire relazioni con i maggiori attori del sistema per la valorizzazione del settore cinematografico e audiovisivo (in primo luogo quello nazionale) in Italia e all'estero.

L'Associazione è costituita da tre sezioni, attualmente denominate Unioni Costituenti<sup>1</sup>: Produttori, Distributori e Imprese Tecniche e Audiovisive. Sono aderenti all'ANICA, nella sezione Distribuzione, tutte le più importanti case di distribuzione attive a livello nazionale, nonché le filiali italiane delle *major* statunitensi, tra le quali: Adler Entertainment, Bim Distribuzione, Eagle Pictures, Lucky Red, Medusa Film, Notorious Pictures, Rai Cinema, Universal Pictures International Italy, Vision Distribution, Walt Disney Studios Motion Pictures Italia, Warner Bros Entertainment Italia<sup>2</sup>.

Quasi tutte le società appena richiamate figurano anche nella sezione Produttori Cinematografici di ANICA (attualmente denominata Unione Produttori).

In seno ad ANICA sono presenti tra le più importanti componenti dell'industria cinematografica italiana (in particolare, produzione e distribuzione) e tra le stesse vi sono significative compenetrazioni anche alla luce dei legami personali e/o societari tra soggetti attivi sia nella stessa fase della filiera dell'industria cinematografica, sia in fasi diverse, ivi inclusi gli esercenti<sup>3</sup>.

2. L'ANEC – Associazione Nazionale Esercenti Cinema – è un'associazione di diritto privato, cui aderiscono, attraverso le unioni territoriali, le imprese che svolgono attività di esercizio cinematografico. Le imprese cinematografiche che gestiscono più di 80 schermi possono essere associate direttamente ad ANEC<sup>4</sup>.

Rientrano tra gli scopi primari dell'associazione: la rappresentanza a livello nazionale, comunitario e internazionale dei propri associati nei confronti delle autorità, dei terzi e delle altre associazioni di imprenditori e di prestatori d'opera, per tutto quanto concerne questioni di carattere imprenditoriale; la tutela degli interessi e il sostegno dello sviluppo economico delle sale, anche attraverso la realizzazione di iniziative a carattere promozionale; la prestazione ai propri associati di servizi di consulenza e assistenza relativi al settore di appartenenza.

L'ANEC ha circa 3.500 schermi associati in tutte le Regioni d'Italia, che rappresentano tutte le tipologie di esercizio cinematografico, dai *multiplex* ai monosala.

L'ANEC partecipa, come invitato, al Consiglio Cinema, Audiovisivo, Digitale dell'ANICA.

L'ANEC è articolata in 15 sezioni regionali e interregionali che coprono l'intero territorio nazionale.

<sup>1</sup> Cfr. Statuto ANICA modificato a partire dal 24 giugno 2021 e attualmente disponibile sul sito dell'Associazione [www.anica.it](http://www.anica.it); sul punto v. anche **doc. 663**, Verbale audizione ANICA dell'8 novembre 2022 e documentazione allegata, e **doc. 726**, ANICA, Memoria finale pervenuta in data 27 gennaio 2022.

<sup>2</sup> Tutte le informazioni relative all'ANICA qui illustrate sono tratte dal sito dell'Associazione [www.anica.it](http://www.anica.it).

<sup>3</sup> Sui legami che caratterizzano l'industria cinematografica in Italia si vedano anche le relazioni annuali dell'Autorità, per gli anni 2017, 2018 e 2019, sullo stato della concorrenza nella distribuzione cinematografica, ai sensi dell'articolo 31, comma 4, della legge 14 novembre 2016, n. 220.

<sup>4</sup> Cfr. Statuto ANEC disponibile sul sito di ANEC [www.anecweb.it](http://www.anecweb.it) e cfr. anche in **doc. 725**, ANEC, Memoria finale pervenuta in data 27 gennaio 2022.

3. L'ANEC Lazio (Associazione regionale Lazio esercenti cinema) è l'associazione di categoria dell'esercizio cinematografico regionale, delegazione territoriale di ANEC. L'ANEC Lazio è la sezione regionale col maggior numero di cinema indipendenti<sup>5</sup> (ca. 140), schermi (ca. 400) e spettatori annui (ca. 11 milioni).

Il compito principale dell'ANEC Lazio è rappresentare gli esercenti cinema della regione nei confronti delle Istituzioni, del Governo centrale, dei Ministeri competenti e degli Enti Locali, delle altre associazioni imprenditoriali e sindacali. L'Associazione si propone di tutelare gli interessi dell'esercizio cinematografico sia per il singolo imprenditore, che per la categoria nel suo complesso<sup>6</sup>.

ANEC Lazio, direttamente e/o attraverso società controllate, organizza arene estive in Roma, quali Notti Cinema di Piazza Vittorio e CineVillage Talenti.

4. Cinemusica Nova S.r.l. semplificata (in seguito "Cinemusica Nova") dal 2016 organizza arene estive nelle regioni Abruzzo, Lazio, Marche ed Emilia Romagna per conto di altri soggetti, spesso enti locali di piccole dimensioni<sup>7</sup>. Cinemusica Nova svolge la propria attività prevalentemente in piccoli comuni dove, in alcuni casi, non vi sono sale cinematografiche di prossimità.

5. L'Associazione Piccolo America è un'impresa cinematografica e gestisce tre arene all'aperto tutte nell'area di Roma e precisamente: *i*) l'Arena di Piazza San Cosimato, la prima sviluppata dall'Associazione nel quartiere Trastevere di Roma che ha acquisito notevole notorietà; *ii*) l'Arena del Casale della Cervelletta, situata in una zona periferica di Roma e *iii*) l'Arena Porto Turistico di Ostia, che insiste su un'area sottratta alla mafia e che il Tribunale di Roma ha dato in uso al Piccolo America per scopi sociali e per favorire la riqualificazione dell'area, poi sostituita, nella stagione estiva 2021, con l'arena Parco di Monte Ciocchi.

Ciascuna di queste tre arene ha una capienza di circa 1000 posti ciascuna, per un totale di circa 3000 ingressi potenziali.

Il Piccolo America ha acquisito anche la licenza per gestire il cinema al chiuso, ovvero la Sala Troisi sempre a Roma, che ha, nel mese di settembre 2021, aperto al pubblico.

Per la stagione 2018, il Piccolo America ha sostenuto un costo complessivo per il noleggio film superiore a € 70.000 (per 201 proiezioni), mentre ha raccolto complessivamente la cifra pari a circa € [150.000-250.000]<sup>\*</sup> a titolo di contributi privati, sponsorizzazioni e servizi di visibilità e ha incassato circa € [50.000-100.000] dal servizio bar svolto nelle arene<sup>8</sup>.

Per la stagione 2019, il Piccolo America ha sostenuto un costo complessivo per il noleggio film pari a circa € [1-100.000] (per 104 proiezioni), mentre ha raccolto complessivamente la cifra di oltre €

<sup>5</sup> I circuiti cinematografici essendo attivi su tutto il territorio nazionale possono aderire direttamente ad ANEC, v. *supra*.

<sup>6</sup> Tutte le informazioni relative all'ANEC Lazio qui illustrate sono tratte dal sito dell'Associazione [www.aneclazio.com](http://www.aneclazio.com).

<sup>7</sup> Ad es. per i comuni di Pescocostanzo (AQ), Fabriano (AN), e Tortoreto (TE).

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

<sup>8</sup> Cfr. **doc. 616**, Informazioni pervenute dal Piccolo America in data 5 maggio 2021.

200.000 a titolo di contributi privati, sponsorizzazioni e servizi di visibilità e ha incassato circa € [1-100.000] dal servizio bar svolto nelle arene<sup>9</sup>.

Per la stagione 2020, il Piccolo America ha sostenuto un costo complessivo per il noleggio film pari a circa € [1-100.000] (per 104 proiezioni), mentre ha raccolto complessivamente la cifra di oltre € [100.000 – 200.000] a titolo di contributi privati, sponsorizzazioni e servizi di visibilità e ha incassato circa € [1-100.000] dal servizio bar svolto nelle arene<sup>10</sup>.

6. L'Associazione Insieme per Balduina, anch'essa attiva a Roma, è un'associazione di quartiere che svolge le proprie manifestazioni all'interno del parco di Monte Mario, presso l'Istituto Comprensivo Parco della Vittoria – Giacomo Leopardi, con una capienza di circa 300 posti.

Per la stagione 2018, l'Associazione ha sostenuto il costo per il noleggio dei film, pari a circa € [1-100.000] (per 14 proiezioni), mentre ha raccolto circa € [1-100.000] a titolo di sponsorizzazioni<sup>11</sup>.

Per la stagione 2019, Insieme per Balduina ha sostenuto un costo complessivo pari a circa € [1-100.000], di cui circa € [1-100.000] per il noleggio film, mentre ha raccolto circa € [1-100.000] a titolo di sponsorizzazioni<sup>12</sup>.

Per la stagione 2020, Insieme per Balduina ha sostenuto un costo complessivo pari a circa € [1-100.000], di cui circa € [1-10.000] per il noleggio film (per 10 proiezioni), mentre ha raccolto circa € [1-100.000] a titolo di contributi pubblici e/o sponsorizzazioni<sup>13</sup>.

7. L'Associazione Laboratorio di Quartiere Giambellino – Lorenteggio (di seguito il "Giambellino") organizza arene estive nella città di Milano, soprattutto nei quartieri più popolari<sup>14</sup>. Storicamente, l'Associazione organizzava 10 serate a stagione estiva ma ha ridotto, nel 2020, la programmazione nella stagione estiva a 4 serate, stante le difficoltà di reperire un numero di proiezioni adeguato<sup>15</sup>.

8. Sono altresì parti del presente procedimento i soggetti intervenuti successivamente all'avvio e di seguito richiamati: l'associazione a tutela dei consumatori Codacons<sup>16</sup> e le seguenti associazioni, tutte attive nell'organizzazione delle arene estive: Insensi; La Guarimba International Film Festival e Aristoria.

<sup>9</sup> Cfr. **doc. 616**, Informazioni pervenute dal Piccolo America in data 5 maggio 2021.

<sup>10</sup> Cfr. **doc. 616**, Informazioni pervenute dal Piccolo America in data 5 maggio 2021.

<sup>11</sup> Cfr. **doc. 613**, Informazioni pervenute da Insieme per Balduina in data 14 aprile 2021.

<sup>12</sup> Cfr. **doc. 613**, Informazioni pervenute da Insieme per Balduina in data 14 aprile 2021 e **doc. 626**, Informazioni pervenute da Insieme per Balduina in data 27 settembre 2021.

<sup>13</sup> Cfr. **doc. 613**, Informazioni pervenute da Insieme per Balduina in data 14 aprile 2021 e **doc. 626**, Informazioni pervenute da Insieme per Balduina in data 27 settembre 2021.

<sup>14</sup> Cfr. **doc. 20** del 13 dicembre 2019.

<sup>15</sup> Cfr. **doc. 568**, Informazioni pervenute dall'Associazione Laboratorio di Quartiere Giambellino Lorenteggio in data 10 settembre 2020.

<sup>16</sup> Cfr. Codacons, Istanza di partecipazione pervenuta in data 15 luglio 2020 (**doc. 542**) e accolta con comunicazione del 6 agosto 2020 (**doc. 554**).

## II. LE RISULTANZE ISTRUTTORIE

### II.1. Il procedimento

#### II.1.1. L'avvio del procedimento

9. A seguito di denunce da parte di Cinemusica Nova e delle associazioni Piccolo America, Insieme per Balduina e Giambellino, con delibera del 17 giugno 2020, l'Autorità ha avviato il procedimento istruttorio, ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, nei confronti di ANICA, ANEC e ANEC Lazio, onde accertare l'esistenza di eventuali violazioni dell'articolo 101 del TFUE e/o dell'articolo 2 della legge n. 287/90, consistenti in una possibile azione congiunta, anche nella forma di decisioni di associazioni di imprese, volta a ostacolare l'approvvigionamento dei *film* da parte delle arene a titolo gratuito.

#### II.1.2. Il sub procedimento cautelare

10. Contestualmente al procedimento principale, l'Autorità ha avviato il procedimento cautelare, ai sensi dell'articolo 14-bis della legge n. 287/90, per l'eventuale adozione di misure cautelari atte a evitare che, nelle more della definizione del procedimento principale, l'intesa, come delineata nella delibera dell'Autorità del 17 giugno 2020, potesse determinare danni gravi e irreparabili per la concorrenza nei mercati della proiezione di *film*, compromettendo lo svolgimento delle arene estive a titolo gratuito.

11. Ai fini dell'esercizio dei diritti di contraddittorio e di difesa nell'ambito del *sub*-procedimento per le misure cautelari, le seguenti Parti hanno prodotto memorie e documenti: Cinemusica Nova in data 30 giugno 2020; l'associazione Piccolo America, in data 30 giugno 2020; l'associazione Laboratorio di Quartiere Giambellino-Lorenteggio, in data 1° luglio 2020; l'Associazione regionale Lazio esercenti cinema (ANEC Lazio), in data 1° luglio 2020; l'Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Multimediali (ANICA), in data 2 luglio 2020; l'Associazione Nazionale Esercenti Cinema (ANEC), in data 2 luglio 2020.

In data 3 luglio si è svolta l'audizione delle Parti innanzi al Collegio<sup>17</sup> e con delibera dell'8 luglio 2020 l'Autorità ha adottato le seguenti misure cautelari, disponendo che le sopra richiamate Associazioni "*cessino immediatamente, nelle more della definizione del procedimento avviato con delibera del 17 giugno 2020, di dare attuazione all'intesa ivi contestata, volta a ostacolare l'approvvigionamento dei film da parte di arene a titolo gratuito, e che revochino le comunicazioni/indicazioni contenenti ogni forma di condizionamento e/o orientamento della strategia di commercializzazione del prodotto cinematografico, dandone adeguata comunicazione agli iscritti*"<sup>18</sup>.

12. Successivamente, ciascuna delle tre Associazioni ha trasmesso, in data 14 luglio 2020<sup>19</sup>, la relazione di ottemperanza al provvedimento di adozione delle misure cautelari e, a seguito di

<sup>17</sup> Cfr. il Verbale di audizione cautelare del 3 luglio 2020, **doc. 520**.

<sup>18</sup> Provvedimento dell'Autorità dell'8 luglio 2020, n. 28286.

<sup>19</sup> Cfr. **docc. 538, 539 e 540** del 14 luglio 2020.

ulteriori informazioni richieste ad ANICA<sup>20</sup>, l'Autorità ha preso atto, con apposite comunicazioni inviate in data 21 ottobre 2020<sup>21</sup>, delle iniziative poste in essere da ciascuna delle tre associazioni.

**13.** Inoltre, ANICA, ANEC e ANEC Lazio hanno tutte impugnato, con istanza di sospensione in via cautelare, il provvedimento dell'Autorità di adozione delle misure cautelari e il TAR Lazio, con sentenza n. 9524 del 7 settembre 2021, ha respinto tutti i ricorsi promossi e ha integralmente confermato il provvedimento cautelare dell'Autorità. Attualmente, su ricorso delle tre Associazioni, è in corso il giudizio di appello.

### **II.1.3. L'attività istruttoria**

**14.** Contestualmente all'avvio del procedimento, in data 24 giugno 2020, l'Autorità ha svolto accertamenti ispettivi nelle sedi delle tre associazioni ANICA, ANEC e ANEC Lazio, nonché nelle sedi di alcune società di distribuzione e di un importante agente regionale – ovvero presso le sedi di RAI Cinema S.p.A., Universal Pictures International Italy S.r.l., Vision Distribution S.p.A. ed Emme Cinematografica S.r.l. – nel corso dei quali ha acquisito copiosa documentazione illustrata nel prosieguo.

**15.** Nel corso del procedimento hanno fatto istanza di partecipazione, successivamente accolta, l'associazione a tutela dei consumatori Codacons<sup>22</sup> e le seguenti associazioni, tutte attive nell'organizzazione delle arene estive: Insensi, che ha organizzato diversi eventi cinematografici<sup>23</sup>; La Guarimba International Film Festival<sup>24</sup>; Aristoria, attiva nell'organizzazione dell'iniziativa Furgoncinema volta a portare il cinema nelle aree del centro Italia colpite dagli eventi sismici del 2016<sup>25</sup>.

**16.** Inoltre, nel corso del procedimento, sono state acquisite ulteriori informazioni sia dalle associazioni ANICA, ANEC e ANEC Lazio<sup>26</sup> sia dagli intervenienti<sup>27</sup>, nonché da terzi soggetti, tra

<sup>20</sup> Cfr. Autorità, Richiesta d'informazioni ad Anica del 6 agosto 2020 (**doc. 548**), alla quale l'Associazione ha prestato riscontro in data 21 agosto 2020 (**doc. 565**); successivamente, l'Autorità ha inviato ad ANICA una seconda richiesta di informazioni in data 23 settembre 2020 (**doc. 572**), alla quale l'Associazione ha prestato riscontro in data 28 settembre 2020 (**doc. 574 e 575**).

<sup>21</sup> Cfr. le comunicazioni dell'Autorità in **doc. 587, 588 e 589**.

<sup>22</sup> Cfr. Codacons, Istanza di partecipazione pervenuta in data 15 luglio 2020 (**doc. 542**) e accolta con comunicazione del 6 agosto 2020 (**doc. 554**).

<sup>23</sup> Cfr. Associazione Insensi, Istanza di intervento pervenuta in data 5 agosto 2020 (**doc. 546**) e accolta con comunicazione del 6 agosto 2020 (**doc. 555**). L'Associazione ha organizzato manifestazioni quali: 4 edizioni di "Sguardi Italiani" e 3 edizioni di "Artinvita - Festival Internazionali degli Abruzzi".

<sup>24</sup> Cfr. Associazione La Guarimba, Istanza di intervento pervenuta in data 5 agosto 2020 (**doc. 547**) e accolta con comunicazione del 6 agosto 2020 (**doc. 556**).

<sup>25</sup> Cfr. Associazione Aristoria, Istanza di intervento pervenuta in data 6 agosto 2020 (**doc. 549**) e accolta con comunicazione del 6 agosto 2020 (**doc. 557**).

<sup>26</sup> Cfr., a titolo esemplificativo, le seguenti richieste di informazioni: ad ANICA in data 1° marzo 2021 (**doc. 595**), con successivo riscontro in data 19 marzo 2021 (**doc. 603**); ad ANEC in data 24 marzo 2021 (**doc. 604**), con successivo riscontro in data 12 aprile 2021 (**doc. 611**) e ad ANEC Lazio in data 24 marzo 2021 (**doc. 605**), con successivo riscontro in data 12 aprile 2021 (**doc. 610**). Inoltre, una nuova richiesta di informazioni è stata inviata ad ANICA in data 4 ottobre 2021 (**doc. 632**), con successivo riscontro in data 13 ottobre 2021 (**doc. 644**); ad ANEC in data 4 ottobre 2021 (**doc. 633**), con successivo riscontro in data 18 ottobre 2021 (**doc. 645**) e ad ANEC Lazio in data 4 ottobre 2021 (**doc. 634**), con successivo riscontro in date 12, 20 e 26 ottobre 2021 (**doc. 641, 646 e 648**).

<sup>27</sup> Cfr. le seguenti richieste di informazioni: a Cinemusica Nova in data 6 agosto 2020 (**doc. 550**), con successivo riscontro in data 10 settembre 2020 (**doc. 566**); Piccolo America in data 6 agosto 2020 (**doc. 551**), con successivo riscontro in data 10 settembre 2020 (**doc. 569**); Insieme Balduina in data 6 agosto 2020 (**doc. 552**), con successivo riscontro in data 10

cui i principali intermediari ai quali le arene gratuite tipicamente si rivolgono per l'approvvigionamento dei film, ovvero MPLC Italia S.r.l. e Pmmovies S.r.l.<sup>28</sup>

17. Oltre agli accessi agli atti svolti nella fase precedente all'adozione del provvedimento cautelare, le Parti hanno svolto i seguenti accessi: ANEC in date 17 novembre 2020, 25 gennaio 2021, 22 novembre 2021 e 28 gennaio 2022; ANICA in date 22 novembre 2021 e 28 gennaio 2022; ANEC Lazio in date 24 novembre 2021 e 28 gennaio 2022.

In data 8 novembre 2021, si è svolta l'audizione con i rappresentanti di ANICA<sup>29</sup>.

18. In data 18 novembre 2021, è stata inviata alle Parti del procedimento la Comunicazione delle Risultanze Istruttorie (di seguito CRI) e, il successivo 30 novembre 2021, ANICA e ANEC Lazio hanno presentato l'istanza di proroga del termine per presentare memorie e documenti.

Al fine di assicurare alle Parti il più ampio esercizio del diritto di difesa e di garantire appieno il contraddittorio, l'Autorità ha accolto tale istanza e, con delibera del 3 dicembre 2021, ha prorogato anche il termine di chiusura del procedimento al 28 febbraio 2022; per sopraggiunte esigenze organizzative, con delibera dell'Autorità dell'8 febbraio 2022, tale termine è stato ulteriormente prorogato al 15 marzo 2022.

19. Le memorie finali sono state presentate, in data 27 gennaio 2022, da Cinemusica Nova e dalle associazioni Piccolo America, Insieme per Balduina, Giambellino-Lorenteggio, La Guarimba, ANICA, ANEC, ANEC Lazio. Infine, il 14 febbraio 2022 si è tenuta l'audizione finale innanzi al Collegio a cui hanno partecipato ANICA, ANEC, ANEC Lazio e gli intervenienti appena richiamati.

## **II.2. Le evidenze probatorie acquisite**

### **II.2.1. Premessa**

20. Già nella delibera di avvio della presente istruttoria e successivamente nel provvedimento di adozione delle misure cautelari dell'8 luglio 2020, è stata richiamata copiosa documentazione<sup>30</sup> che

settembre 2020 (**doc. 567**); Ass. Giambellino in data 6 agosto 2020 (**doc. 553**), con successivo riscontro in data 10 settembre 2020 (**doc. 568**).

Questi stessi soggetti sono stati destinatari di due specifiche richieste di informazioni inviate, in data 1° aprile 2021, nella fase preparatoria della stagione 2021 (cfr. **doc. 606, 607, 608 e 609**) e in data 23 settembre 2021 ovvero a seguito della conclusione della stagione 2021 (cfr. **doc. 619, 620, 621 e 624**). I riscontri alla richiesta di informazioni inviata in data 1° aprile sono: Insieme per Balduina, Informazioni pervenute in data 14 aprile 2021 (**doc. 613**); Cinemusica Nova, Informazioni pervenute in data 16 aprile 2021 (**doc. 615**); Piccolo America, informazioni pervenute in data 4 maggio 2021 (**doc. 616**).

I riscontri alla richiesta di informazioni inviata in data 23 settembre 2021 sono: Insieme per Balduina, Informazioni pervenute in data 27 settembre 2021 (**doc. 626**); Cinemusica Nova, Informazioni pervenute in data 1° ottobre 2021 (**doc. 628**); Piccolo America, informazioni pervenute in data 1° ottobre 2021 (**doc. 630**).

Si vedano anche le richieste di informazioni a: Aristoria in data 4 marzo 2021 (**doc. 596**), con successivo riscontro in data 16 marzo 2021 (**doc. 602**) e in data 23 settembre 2021 (**doc. 618**), con successivo riscontro in data 30 settembre 2021 (**doc. 627**); La Guarimba in data 4 marzo 2021 (**doc. 597**), con successivo riscontro in data 5 marzo 2021 (**doc. 599**) e in data 23 settembre 2021 (**doc. 622**), con successivo riscontro in pari data (**doc. 625**); Insensi, in data 4 marzo 2021 (**doc. 598**) e in data 23 settembre 2021 (**doc. 623**).

<sup>28</sup> Cfr. richiesta di informazioni: a Q- S.r.l., ovvero l'emittente di Radio Rock (**doc. 571**), che ha fornito riscontro in data 29 settembre 2020 (**doc. 576**); a MPLC Italia S.r.l. in data 23 settembre 2021 (**doc. 617**), che ha fornito riscontro in data 8 ottobre 2021 (**doc. 640**) e a Pmmovies S.r.l., in data 4 ottobre 2021 (**doc. 635**), che ha fornito riscontro in data 5 ottobre 2021 (**doc. 636**).

<sup>29</sup> Cfr. **doc. 663**, Verbale di audizione ANICA dell'8 novembre 2021.

<sup>30</sup> Cfr. **doc. 1**, Denuncia di Cinemusica Nova pervenuta in data 22 maggio 2019, **doc. 3**, Documentazione di Cinemusica Nova pervenuta in data 28 maggio 2019, **doc. 7**, Informazioni pervenute da Cinemusica Nova in data 25 giugno 2019, e *mail* allegate provenienti, ad esempio, da Vision Distribution; **doc. 9**, Denuncia congiunta Piccolo America e Insieme per Balduina, spec., a titolo esemplificativo, all.ti nn. 2 e 12; **doc. 13**, Verbale di audizione congiunta delle associazioni Piccolo America e Insieme per la Balduina, spec. all.ti 1 e 4 (completi dei relativi allegati), all. 9, all. 16; **doc. 14**, Documentazione

evidenzia un'azione concertata di ANICA, ANEC e ANEC Lazio, anche attraverso l'adozione di linee guida/criteri, volta a regolare il rilascio delle licenze per le proiezioni da parte delle case di distribuzione alle arene e ostacolare il loro approvvigionamento dei *film* almeno dal 2018 e per le successive stagioni.

In questa sede, dopo avere brevemente descritto la filiera della distribuzione cinematografica, si ripercorreranno le evidenze acquisite nel corso del procedimento con riferimento alle stagioni estive 2018, 2019, 2020 e 2021, rimarcando il nesso tra l'intensificarsi dei progetti dell'industria per l'allungamento della stagione cinematografica anche nel periodo estivo e un'accentuazione degli ostacoli posti al rilascio dei film per le arene a ingresso gratuito.

### II.2.2. La distribuzione cinematografica

21. In via preliminare, si ricorda che la filiera dell'industria della distribuzione cinematografica si articola in tre fasi<sup>31</sup>:

- (i) la fase a monte della distribuzione nazionale, ovvero il primo stadio della distribuzione delle opere cinematografiche dove operano i distributori di dimensione nazionale, che possono essere sia integrati con i produttori sia indipendenti;
- (ii) la fase intermedia, ovvero la distribuzione a livello locale, nell'ambito della quale operano principalmente gli agenti regionali che fungono da intermediari tra i distributori nazionali e gli esercizi cinematografici;
- iii) la fase a valle della proiezione dei film agli spettatori, con cui termina la filiera distributiva cinematografica.

22. Con riferimento alla fase intermedia, possono essere rilevate tre principali tipologie di operatori: (i) *branch* italiane di *Major* statunitensi; (ii) distributori che hanno legami verticali con i *broadcaster*, quali 01Distribution (Gruppo RAI) e Vision Distribution (Gruppo Sky12); (iii) distributori indipendenti, nel cui ambito rientrano ad esempio Notorious Picture, Leone Film Group e BIM.

Tutti i più importanti distributori cinematografici attivi in Italia sono, come già rilevato, associati ad ANICA.

I distributori nazionali indicano poi agli agenti, tipicamente sulla base di un rapporto di mandato, gli elementi essenziali della strategia di distribuzione del prodotto cinematografico che viene attuata a livello locale nei confronti degli esercenti cinematografici. Gli esercenti appartenenti ai grandi

trasmessa dall'Associazione Insieme per Balduina in data 24 ottobre 2019, documentazione prima parte, anno 2018, a titolo esemplificativo all. 1; **doc. 14**, Documentazione trasmessa dall'Associazione Insieme per Balduina in data 24 ottobre 2019, documentazione prima parte, 01 Distribuzione, anno 2018, all. 1; **doc. 14**, prima parte, 01 Distribuzione all.ti n. 3, 4 e 5; **doc. 14**, prima parte, Eagle all.to 1; **doc. 61**, Mail ANICA del 12 aprile 2019 ore 12:37 *Arene Estive a ingresso gratuito*; **doc. 15**, Documentazione trasmessa dall'Associazione Insieme per Balduina in data 24 ottobre 2019, documentazione seconda parte, Pmmovies, all. 3, mail del 16 maggio 2019; **doc. 15**, Documentazione trasmessa dall'Associazione Insieme per Balduina in data 24 ottobre 2019, documentazione seconda parte, Rifiuti film, prima revoca Warner Bros, mail del 24 maggio 2019; **doc. 20**, Denuncia del Giambellino pervenuta in data 13 dicembre 2019; **doc. 22**, Istanza di adozione di misure cautelari del Piccolo America pervenuta in data 11 maggio 2020; **doc. 23**, Integrazione da parte del Piccolo America istanza di adozione misure cautelari pervenuta in data 15 maggio 2020; **doc. 26**, Informazioni pervenute dal Piccolo America, specificatamente sul punto relativo ai finanziamenti pubblici erogati ad ANICA, ANEC e ANEC Lazio nel corso del tempo; **doc. 28**, Informazioni pervenute in data 26 maggio 2020 da parte del Piccolo America a riscontro della richiesta di informazioni; **doc. 88**, mail del 3/6/2020 ore 12:31 *Arene Estive a ingresso gratuito*, che è mail condivisa con i propri associati (al riguardo, v. **doc. 513**, Memoria ANICA con allegati pervenuta in data 2 luglio 2020); **doc. 520**, Verbale audizione delle Parti relativa all'eventuale adozione di misure cautelari.

<sup>31</sup> Su questi profili, si rinvia integralmente alle relazioni annuali dell'Autorità, spec. per l'anno 2019, sullo stato della concorrenza nella distribuzione cinematografica, ai sensi dell'articolo 31, comma 4, della legge 14 novembre 2016, n. 220.

circuiti nazionali sono tipicamente associati ad ANEC, mentre gli esercenti di minore dimensione sono associati alle sezioni regionali di ANEC, la più importante delle quali è ANEC Lazio.

**23.** In questo contesto, giova evidenziare che l'istruttoria svolta ha confermato che le arene estive a titolo gratuito costituiscono una porzione, dotata di proprie peculiarità rispetto agli esercenti cinematografici al chiuso, della più ampia domanda di prodotti cinematografici nel mercato della distribuzione<sup>32</sup>; le stesse si rivolgono per l'approvvigionamento dei *film*, agli intermediari specializzati (ad esempio, MPLC) e/o agli agenti regionali (ad esempio, Emme Cinematografica) e/o direttamente alle case di distribuzione<sup>33</sup>.

La copiosa documentazione di seguito illustrata, infatti, contiene numerose richieste, spesso via *mail*, da parte dei gestori delle arene a titolo gratuito alle case di distribuzione e/o agli agenti regionali.

**24.** In particolare, merita soffermarsi sulle informazioni acquisite da MPLC Italia S.r.l., che opera su tutto il territorio nazionale dal 2012 ed è la maggiore "*licenziataria del diritto di pubblica esecuzione non-theatrical di opere cinematografiche prodotte e/o distribuite delle principali case di Produzione e/o Distribuzione Nazionali e Internazionali*"<sup>34</sup>.

In particolare, tra le attività svolte, MPLC rilascia anche la c.d. licenza per titolo, ossia "... *per singolo spettacolo, che consente la pubblicizzazione degli eventi e che può essere rilasciata sia per proiezioni con ingresso gratuito che con ingresso a pagamento*"<sup>35</sup> ed è quella prevalentemente utilizzata dalle arene gratuite e/o a pagamento nel periodo estivo.

**25.** Sul rilascio delle licenze alle arene, MPLC ha chiarito che l'elevato "*numero di richieste che pervengono alla scrivente nel periodo estivo comporta la necessità di definire alcune linee guida [da parte delle singole case di distribuzione, ndr] per evitare di effettuare una valutazione, di volta in volta, dei possibili risvolti di una proiezione sulle strategie commerciali dello sfruttamento cinematografico portato avanti dalle Distribuzioni in sala*"<sup>36</sup>.

**26.** Inoltre, l'istruttoria svolta e la copiosa documentazione acquisita<sup>37</sup> hanno confermato che gli esercenti di arene gratuite acquisiscono il prodotto filmico con modalità simili a quelle delle arene a pagamento.

Infatti, le arene a titolo gratuito si approvvigionano delle opere cinematografiche a fronte del versamento agli intermediari e/o alle case di distribuzione di un corrispettivo stabilito in funzione delle caratteristiche del *film* richiesto, delle caratteristiche della manifestazione in cui la proiezione si inserisce e del numero delle presenze previste.

<sup>32</sup> Cfr. ad esempio, **doc. 13**, Verbale di audizione congiunta delle associazioni Piccolo America e Insieme per la Balduina del 26 settembre 2019 e **doc. 656**, Informazioni pervenute da MPLC in data 8 ottobre 2021.

<sup>33</sup> Ad esempio, Rai Cinema, Eagle Picture, Vision Distribution e altre.

<sup>34</sup> Cfr. **doc. 656**, Informazioni pervenute da MPLC in data 8 ottobre 2021; tra le case di distribuzione che si servono di MPLC si menzionano: Walt Disney Pictures, Warner Bros, BIM Distribuzione, Cinema Srl, Eagle Pictures, Lucky Red, RAI Cinema e Vision Distribution.

<sup>35</sup> Cfr. **doc. 656**, Informazioni pervenute da MPLC in data 8 ottobre 2021.

<sup>36</sup> Cfr. **doc. 656**, Informazioni pervenute da MPLC in data 8 ottobre 2021.

<sup>37</sup> Cfr. **doc. 640**, Informazioni pervenute da MPLC in data 8 ottobre 2021, in base al quale i clienti spesso richiede, nell'ambito dello stesso contratto, proiezioni sia gratuite che a pagamento, nonché la documentazione relativa alle negoziazioni tra gli organizzatori delle arene e gli agenti regionali e/o le case di distribuzione per il rilascio delle licenze per la proiezione dei film.

In particolare, i prezzi della licenza per titolo “sono determinati dal numero di posti messi a disposizione dall’organizzatore (con possibili variazioni in base alla tipologia di evento)” e la maggiore parte delle proiezioni riguarda capienze fino a 100 posti, la cui tariffa (la minima richiesta) è di € [1-500] per singola proiezione<sup>38</sup>.

In questo contesto, quindi, le case di distribuzione hanno una remunerazione per l’utilizzazione delle opere da parte delle arene, anche nel caso in cui il *film* sia poi proiettato a titolo gratuito per il pubblico finale.

**27.** Parimenti, l’istruttoria svolta ha evidenziato che anche le arene gratuite poggiano su forme di entrate analoghe a quelle delle arene ad ingresso a pagamento, ovvero si avvalgono di finanziamenti pubblici, contributi associativi, incassi da servizi aggiuntivi e incassi da sponsorizzazione.

Attraverso queste entrate, le arene sostengono i costi di gestione, ivi incluso il costo del noleggio dei film applicato dai distributori.

Peraltro, l’istruttoria svolta ha evidenziato che ANEC Lazio, direttamente e/o attraverso proprie controllate, organizza arene estive a pagamento in diretta concorrenza con le altre forme di fruizione del prodotto cinematografico al chiuso e /o all’aperto, usufruendo, come fonte di entrata, anche di contributi pubblici<sup>39</sup>.

**28.** Al quadro appena delineato e ai fini del presente procedimento, è necessario aggiungere che una caratteristica saliente dell’intera industria cinematografica è quella di beneficiare di aiuti pubblici.

Questo sostegno ha, innanzitutto, carattere stabile e continuativo ed è disciplinato principalmente dalla già citata legge 14 novembre 2016, n. 220, recante “*Disciplina del Cinema e dell’Audiovisivo*”<sup>40</sup> che pone i principi fondamentali del finanziamento pubblico di tali attività in quanto di rilevante interesse generale. In particolare, la normativa mira a garantire il pluralismo dell’offerta cinematografica e audiovisiva, il consolidamento dell’industria cinematografica nazionale e la promozione della più ampia fruizione del cinema e dell’audiovisivo.

**29.** In particolare, la legge n. 220/2016 delinea un plesso di misure di sostegno finanziario attraverso crediti fiscali, contributi automatici, contributi selettivi nonché altre forme di agevolazioni fiscali e altre attività di promozione e rilancio del settore. Queste misure di sostegno rientrano nella materia degli aiuti di stato di cui agli articoli 107 e 108 TFUE e possono beneficiare, a determinate condizioni, della deroga riconosciuta a livello europeo per opere cinematografiche e al fine di tutelare la diversità culturale.

A ciò si aggiunga che, per sostenere l’industria cinematografica nella difficile crisi determinata dall’emergenza sanitaria Covid-19, sono stati stanziati specifici finanziamenti pubblici<sup>41</sup>.

**30.** Inoltre, ai fini del presente procedimento vale anche sottolineare che ANICA, ANEC e ANEC Lazio beneficiano sistematicamente di finanziamenti pubblici.

<sup>38</sup> Cfr. **doc. 640**, Informazioni pervenute da MPLC in data 8 ottobre 2021.

<sup>39</sup> Cfr. **doc. 646**, Integrazione della risposta alla richiesta informazioni del 4/10/2021 (v. anche **doc. 661**).

<sup>40</sup> Anche su questi temi si rinvia alle relazioni annuali dell’Autorità per gli anni 2017-2020, sullo stato della concorrenza nella distribuzione cinematografica, ai sensi dell’articolo 31, comma 4, della legge 14 novembre 2016, n. 220.

<sup>41</sup> Cfr. spec. la relazione annuale dell’Autorità per l’anno 2020, sullo stato della concorrenza nella distribuzione cinematografica, ai sensi dell’articolo 31, comma 4, della legge 14 novembre 2016, n. 220.

A titolo meramente esemplificativo, si segnala che ANICA, con riferimento all'anno 2019, ovvero prima dell'esplosione dell'emergenza Covid-19 in Italia, ha ricevuto dal Ministero dei Beni Culturali contributi e sovvenzioni per un importo superiore a € 900.000<sup>42</sup>.

ANEC, sempre con riferimento all'anno 2019, ha ricevuto dal Ministero dei Beni Culturali un contributo "per il progetto speciale per la campagna di promozione atta a realizzare iniziative per l'allungamento della stagione cinematografica, stanziando 1 Milione di euro che sarà poi erogato nel corso delle annualità 2019 e 2020"<sup>43</sup>.

ANEC Lazio, con riferimento al solo anno 2019, ha ricevuto: da Roma Capitale un contributo di oltre € [1-100.000] per la Rassegna "da Venezia e Locarno a Roma"; dalla Regione Lazio un contributo di quasi € [1-10.000] per l'acquisto di proiettori digitali e un contributo di € [1-10.000] per sostenere l'iniziativa "Mercoledì al cinema"; complessivamente dal Ministero dei Beni Culturali contributi per un importo di oltre € [100.000-200.000]<sup>44</sup>.

### II.2.3. La stagione 2018

#### II.2.3.1. La nota congiunta ANICA-ANEC e altre azioni di contrasto

**31.** Dalla documentazione in atti emerge che nell'ambito delle arene estive il Piccolo America riveste un ruolo centrale per la notorietà delle iniziative promosse a Piazza San Cosimato, alla Cervelletta e al Porto Turistico di Ostia. Proprio la crescente notorietà di questa tipologia di iniziativa solleva preoccupazioni nell'industria cinematografica, soprattutto nella componente degli esercizi cinematografici romani.

In questo contesto, in data 12 marzo 2018, si è svolto un incontro presso la sede di ANEC Lazio al quale erano presenti anche esponenti di ANICA e dell'Associazione Piccolo America.

Nell'ambito di questo incontro, ANICA e ANEC Lazio, hanno sottoposto al Piccolo America il testo di una "nota per lettera congiunta ANEC-ANICA su arene estive" nella quale queste due Associazioni – visto il "proliferare di arene estive... la cui attività è in contrasto con equilibrate e sane pratiche di mercato... si ritiene opportuno definire alcuni criteri base per un corretto rapporto commerciale tra la componente distributiva e dell'esercizio, a salvaguardia del mercato e dell'offerta di film estivi per il prolungamento della stagioni" – hanno delineato le regole per l'intero settore per la concessione di film alle arene estive, sia a pagamento che gratuite e per queste ultime si affermava *tout court* che bisognava "Evitare proiezioni di film ed anteprime ad ingresso gratuito"<sup>45</sup>.

**32.** La documentazione in atti conferma la rilevanza di questa nota congiunta ANICA-ANEC, volta a negare il rilascio dei film alle arene gratuite, come punto di riferimento nell'industria e non come un mero appunto interno dal valore estemporaneo. Infatti, ad esempio, la nota congiunta ANICA-ANEC viene rinvenuta anche in una mail del 13 giugno 2018 interna ad ANEC Lazio, avente a

<sup>42</sup> Cfr. ANICA, documentazione pervenuta in data 13 ottobre 2021, **doc. 644**.

<sup>43</sup> Cfr. ANEC, documentazione pervenuta in data 18 ottobre 2021, **doc. 645**.

<sup>44</sup> Cfr. ANEC Lazio, documentazione pervenuta in data 12 ottobre 2021, **doc. 641**.

<sup>45</sup> Cfr. **doc. 13**, Verbale di audizione congiunta del Piccolo America e di Insieme per Balduina del 26 settembre 2019, all. 1. Per le arene a pagamento, si escludeva comunque la proiezione dei film recenti e la programmazione doveva essere circoscritta a luglio e agosto (non a giugno). Inoltre, le regole comunque non valevano per le "Arene adiacenti ai Cinema al chiuso, gestite dagli esercenti".

oggetto: ACCORDO ANICA ANEC PER ARENE ESTIVE 2018 e avente nel corpo del testo analogo contenuto a quanto sopra riportato<sup>46</sup>.

**33.** Stanti i tentativi del Piccolo America di trovare un punto di mediazione con l'industria e di ottenere i permessi per la proiezione dei film senza rinunciare alla gratuità dell'ingresso, ANEC Lazio tratta la materia in seno all'associazione e, in data 27 marzo 2018, invia la lettera, indirizzata ad ANICA e ad altre associazioni del settore, ove afferma di aver deliberato, in pari data, *“di assumere in modo deciso ed intransigente una posizione contraria nei confronti di quelle manifestazioni cinematografiche, in particolare numerose arene all'aperto, che prevedono sistematicamente l'ingresso gratuito per la visione dei film in programma”*<sup>47</sup>, incoraggiando *“tutta la filiera cinematografica”* a *“condannare in modo perentorio e senza alcuna giustificazione tali pratiche...”*<sup>48</sup>.

**34.** Sollecitata anche dalla lettera di ANEC Lazio, la materia delle arene gratuite è trattata nell'assemblea della Sezione Distributori di ANICA svoltasi in data 28 marzo 2018 e, in un promemoria redatto ai fini dell'assemblea, si rinviene che: *“C'è stato un incontro con l'ANEC-Lazio per discutere sulle Arene Estive. Da parte loro c'è una posizione contraria nei confronti di quelle manifestazioni cinematografiche, in particolare numerose arene all'aperto, che prevedono sistematicamente l'ingresso gratuito per la visione dei film in programma. Inoltre per quelle Arene che hanno una tipologia geografica particolare possono proiettare film ma quelli della stagione precedente”*<sup>49</sup>.

Pochi giorni dopo, ANICA, Sezione Distributori e ANEC Lazio, scrivono congiuntamente una lettera, in data 6 aprile 2018, indirizzata all'allora MIBACT, Regione Lazio e Roma Capitale volta a ostacolare qualsiasi attività di sostegno da parte di questi enti alle arene gratuite e auspicando che queste ultime *“siano abolite del tutto”*, anche al fine di tutelare le azioni che l'industria sta ponendo in essere *“per allungare la stagione cinematografica”* nel periodo estivo<sup>50</sup>.

**35.** La documentazione acquisita evidenzia inoltre che l'incontro del 12 marzo 2018, sopra richiamato, ha sortito come effetto che il Piccolo America si è assunto una serie di impegni e di autolimitazioni, per superare il blocco dell'industria a concedere film, ma poi l'Associazione ha continuato a ricevere dinieghi, fino al punto che esponenti del mondo della cultura si sono attivati,

<sup>46</sup> In **doc. 232**, *I ACCORDO ANEC ANICA PER ARENE ESTIVE 2018 Piazza Vittorio .msg* dove questa mail del 13 giugno 2018 è in cronologia ad una mail del 2 agosto 2019 proprio come accordo di riferimento per decidere la programmazione dei film nelle arene; la mail del 13 giugno 2018, avente a oggetto l'accordo ANICA-ANEC per arene estive 2018 è anche in **doc. 217**. I criteri per il rilascio delle licenze alle arene sono stati anche rinvenuti nel corso degli accertamenti ispettivi, a titolo esemplificativo cfr. **doc. 428**, *Linee guida ANICA e Anec Lazio su arena 2018.pdf*, presso la sede di Emme Cinematografica.

<sup>47</sup> **Doc. 269**, *Comunicazione da Presidente ANEC Lazio su arene e manifestazioni cinematografiche gratuite.msg*.

<sup>48</sup> **Doc. 269**, *Comunicazione da Presidente ANEC Lazio su arene e manifestazioni cinematografiche gratuite.msg*. ANEC Lazio ha anche inviato questa lettera anche all'intermediario MPLC Italia S.r.l., specializzato nel rilascio delle licenze alle arene estive, sia gratuite che a pagamento; cfr. **doc. 640**, *Informazioni pervenute da MPLC in data 8 ottobre 2021*.

<sup>49</sup> **Doc. 56**, *Convocazione assemblea distributori con verbale argomento arene estive del 28 marzo 2018 e presenze.pdf*.

<sup>50</sup> **Doc. 226**, *Comunicazione da Presidente ANEC Lazio su Arene gratuite e rapporti con Cinema America.msg*.

con uno scambio di mail del 23-24 maggio 2018, per favorire il rilascio dei film al Piccolo America<sup>51</sup> e il tema viene condiviso tra le imprese di distribuzione all'interno di ANICA<sup>52</sup>.

**36.** In questo contesto, ANEC Lazio ribadisce la totale opposizione e invia, nel tempo, almeno due comunicazioni alle case di distribuzione.

La prima comunicazione alle case di distribuzione è del 24 maggio 2018, nella quale si rinviene che: "... in relazione a presunti accordi tra ANEC Lazio ed il referente del "**Piccolo Cinema America**" ... segnaliamo per opportuna conoscenza che sia nell'incontro del 12 Marzo tra ANEC Lazio, "**Piccolo Cinema America**" ed ANICA, sia nelle comunicazioni successive, **abbiamo espresso una assoluta e ferma contrarietà a qualsiasi tipo di manifestazione cinematografica che prevede ingressi gratuiti**, a maggior ragione per quelle Arene estive annunciate in zone in cui sono presenti Cinema al chiuso che restano attive anche nel periodo estivo.

La ns. posizione in quella riunione non può essere stata in alcun modo equivoca, ancor di più se si considera la lettera congiunta ANEC Lazio-ANICA di disappunto e contrarietà alle Arene ad ingresso gratuito, inviate a **Ministero per i Beni e le Attività Culturali, alla Regione Lazio e a Roma Capitale** (in all.to per vs. conoscenza)" (enfasi in originale)<sup>53</sup>.

**37.** Successivamente, in data 19 giugno 2018 "è stata fissata una riunione in sede ANEC Lazio per discutere del tema delle "**Arene gratuite a Roma**"... e delle eventuali azioni di contrasto di tale fenomeno" (enfasi in originale)<sup>54</sup>.

Dalla documentazione in atti, si evince che la "azione di contrasto" consiste, tra l'altro, nell'invio di una seconda comunicazione, dopo quella già inviata il 24 maggio 2018, recante la data del 19 giugno 2018.

Questa seconda lettera, che le singole associate di ANEC Lazio potranno inviare singolarmente, è destinata solo alle società di distribuzione che hanno rilasciato licenze per le arene gratuite e ha un contenuto standard del seguente tenore: "**Le scriviamo in relazione al proliferare di Arene Gratuite a Roma attive da inizio Giugno a Settembre che, con la loro attività creano una insostenibile distorsione del mercato che danneggia direttamente la ns. impresa di esercizio e i nostri cinema a**

<sup>51</sup> Emblematico è lo scambio di mail tra numerosi autori ed esponenti di ANICA aventi a oggetto "**Cinema America, gli accordi vanno rispettati**" del 23 maggio 2018, in **doc. 340, 12-L Cinema America\_ gli accordi vanno rispettati .msg**. Sul punto v. anche cfr. **doc. 44, Fwd\_ Arene estive.msg**, mail del 24 maggio 2018.

<sup>52</sup> Cfr. **doc. 460, Fwd\_ EXTERNAL\_ Re\_ R\_ Arene estive.msg**, contenente uno scambio di riflessioni sollecitato dall'appello fatto a che le imprese di distribuzione concedano i film al Piccolo America; al riguardo, un'impresa osserva che sarebbe "...forse bene assumere una politica per quanto possibile uniforme" e richiama, al riguardo, quanto osservato dall'allora Presidente della sezione distributori di ANICA, ovvero che "**anche la semplice proiezione all'aperto di un film di repertorio ad ingresso gratuito può costituire una forte distrazione rispetto alla sala ne subirà quindi un danno...**". Si sottolinea che questo carteggio è oggetto di discussione anche nel corso dell'Assemblea ANICA del 30 maggio 2018, in **doc. 53, ASSEMBLEA DISTRIBUTORI 30 MAGGIO 2018.pdf**, sebbene l'allora Presidente della sezione distributori di ANICA si è mostrato consapevole che il tema non può essere oggetto di una posizione dell'Associazione (in **doc. 460**). Sulla vicenda cfr. anche **doc. 461, FW\_ Arene estive.msg**, **doc. 462, FW\_ R\_ Arene estive.msg**.

<sup>53</sup> Cfr. **doc. 13**, Verbale di audizione congiunta del Piccolo America e di Insieme per Balduina del 26 settembre 2019, all. 4 (e relativi allegati). La lettera inviata da ANEC Lazio è stata rinvenuta anche nel corso degli accertamenti ispettivi, ad esempio, presso la sede di Emme cinematografica, **doc. 427, Lettera a Distributori su Arena Cinema America\_All 1.pdf** e cfr. anche **doc. 226, Comunicazione da Presidente ANEC Lazio su Arene gratuite e rapporti con Cinema America .msg**. Si noti che in allegato alla lettera alle case di distribuzione, è inviata anche la lettera ANEC Lazio-ANICA del 6 aprile 2018 indirizzata alle Istituzioni.

<sup>54</sup> Cfr. **doc. 13**, Verbale di audizione del 26 settembre 2019 congiunta del Piccolo America e di insieme per Balduina, all. 4 (e relativi allegati); cfr. anche **doc. 435, INCONTRO SU ARENE GRATUITE A ROMA - MARTEDI' 19 GIUGNO, ORE 10.00**.

*Roma, oltre a svilire il prodotto filmico e a innescare una pericolosa abitudine al consumo di cinema in modo gratuito.*

*La ns. posizione è di totale contrarietà a tali manifestazioni, che beneficiano di ingenti contributi pubblici, e creano danni gravissimi alle ns. attività e ai nostri cinema che restano faticosamente aperti anche durante il periodo estivo, nonostante la flessione degli incassi e tutti gli oneri economici derivanti (costi di gestione, stipendi, imposte e tributi, etc.).*

*Per tali motivi e considerato che la Vs. Casa di Distribuzione ha concesso film a tali Arene, nonostante numerose comunicazioni in tal senso inviate da ANEC Lazio ad ANICA, ci vediamo costretti a non pagare il compenso legato al noleggio dei film della Vs. Casa di Distribuzione, per tutto il periodo estivo e fino al giorno 11 Settembre<sup>55</sup>.*

*Nella stessa logica, ANEC Lazio scrive, in data 30 maggio 2018, ai principali esercenti associati proponendo che gli esercenti auto-riducano "...la percentuale di noleggio sui prossimi film in programmazione che vedono coinvolti quegli autori e registi che sostengono attivamente le manifestazioni cinematografiche gratuite, decurtando tale percentuale proprio del compenso dovuto a questi autori..."<sup>56</sup>.*

**38.** L'azione di contrasto alle arene gratuite posta in essere da ANEC Lazio è rivolta anche nei confronti degli intermediari; in particolare, a fronte di chiarimenti richiesti da MPLC Movies su come gestire le richieste del Piccolo America che ha chiesto *film*, richiamando un accordo ANEC/ANICA, ANEC Lazio ribadisce la più assoluta e ferma contrarietà senza eccezione alcuna a tutte le arene gratuite<sup>57</sup>.

Risposta di analogo tenore, viene fornita da ANEC Lazio anche a Emme Cinematografica, che è la società che distribuisce film per diverse imprese di distribuzione nel Lazio e alla quale anche il Piccolo America si è rivolto<sup>58</sup>.

**39.** All'avvicinarsi della stagione estiva, la contrarietà verso le arene gratuite trova terreno fertile anche al di fuori di ANEC Lazio e investe sempre di più l'associazione a livello nazionale.

Infatti, a fronte dell'attenzione sollecitata da ANEC Lazio a tutte le associazioni dell'industria sul tema delle arene, questo acquista sempre maggiore condivisione oltre i confini regionali e quantomeno ANEC Piemonte, ANEC Calabria e ANEC Liguria scrivono al Presidente di ANEC nonché a tutte le delegazioni regionali manifestando piena condivisione con la posizione di contrarietà alle arene gratuite<sup>59</sup>.

Anche ANICA e ANEC esprimono congiuntamente, in data 27 giugno 2018, "*vicinanza delle Associazioni da noi rappresentate sul tema delle proiezioni gratuite nelle arene e per sottolineare*

<sup>55</sup> **Doc. 218**, ARENE GRATUITE - Modello di comunicazione per case di distribuzione.msg. Sulle azioni di contrasto di ANEC Lazio alle arene gratuite per la stagione 2018, cfr., a titolo esemplificativo, anche **doc. 251**, Senza nome.msg, **doc. 219**, Arene gratuite e a pagamento.msg, **doc. 221**, Azioni ANEC Lazio contro Arene Gratuite.msg., **doc. 222**, Bozza comunicazione ai Circuiti di Roma su Arene gratuite Cinema America.msg, **doc. 244**, INCONTRO SU ARENE GRATUITE A ROMA - MARTEDI' 19 GIUGNO ORE 10 00.msg.

<sup>56</sup> **Doc. 227**, Comunicazione da Presidente su Arene gratuite Cinema America .msg. Cfr. anche **doc. 248**, Re ARENE GRATUITE.msg, nel quale ANEC Lazio predispose una bozza di lettera da inviare ad un importante regista che ha sostenuto pubblicamente il Piccolo America.

<sup>57</sup> **Doc. 301**, Posizione ANEC Lazio su Arene Gratuite e presunti accordi con Carrocci (Cinema America).msg.

<sup>58</sup> Cfr. **doc. 281**, Fwd RICHIESTA AUTORIZZAZIONE A PROIETTARE.msg contenente una mail del 21 maggio 2018 e **doc. 321**, Risposta.msg., contenente una mail, di pari data, di contenuto quasi identico a quella inviata a MPLC.

<sup>59</sup> **Docc. 241**, **242** e **243**, tutti aventi a oggetto I SOLIDARIETA' LETTERA APERTA ANEC LAZIO .msg.

quanto riportato in apertura della stessa: non si tratta solo, o non si tratta più, di un tema di portata esclusivamente regionale, bensì di una situazione indubbiamente anomala ...riteniamo che il criterio della gratuità di un'offerta si traduca nello svilimento dell'attività dello stesso esercizio cinematografico, peraltro in una stagione che continua ad essere carente per offerta di prodotto, di fatto sostanziosamente in una concorrenza insormontabile per chi svolga attività d'impresa in termini di continuità...<sup>60</sup>; ANICA e ANEC ritengono quindi che il problema debba essere affrontato "all'interno della filiera cinema", ciò sia perché vi è una diversità di atteggiamento da parte della Case di distribuzione, ma soprattutto per "non affrontare una stampa negativa e un'opinione pubblica prevedibilmente favorevole alla gratuità"<sup>61</sup>.

### II.2.3.2. I dinieghi e i vincoli alle arene gratuite

**40.** La documentazione in atti conferma le criticità da parte delle arene gratuite a reperire i film necessari allo svolgimento delle proprie iniziative e, in diversi casi, il diniego è motivato dall'accordo ANICA-ANEC sopra citato.

Oltre al Piccolo America, anche Insieme per Balduina ha riscontrato nel 2018 un atteggiamento ostativo da parte delle case di distribuzione, avendo ricevuto numerosi rifiuti e riuscendo a chiudere la programmazione con notevoli difficoltà.

Agli atti, risultano diversi scambi di mail per il rilascio delle liberatorie a Insieme per Balduina<sup>62</sup>; tra queste, meritano particolare attenzione due mail dell'intermediario Emme Cinematografica<sup>63</sup>, di quale l'Associazione si è rivolta per ottenere le liberatorie di alcuni film di RAI Cinema.

Nella prima mail del 28 maggio 2018, l'agente regionale scrive, in merito ad opere cinematografiche di RAI Cinema: "mi scuso con il ritardo con cui le scrivo ma dovuto al fatto che ancora le associazioni (Anica/Anec) non avevano chiarito la loro posizione riguardo alle proiezioni in piazza ad ingresso libero. I film che posso fornire sono solo quelli usciti prima di settembre 2017"<sup>64</sup>. Nella seconda mail del successivo 13 giugno 2018, a fronte della richiesta di spiegazioni delle ragioni di un diniego di un film di RAI Cinema, dato invece in programmazione ad un'altra arena, nonché della conseguente diversità di trattamento, l'intermediario risponde: "è una arena commerciale con ingresso a biglietto e non entra nel discorso delle arene a titolo gratuito"<sup>65</sup>.

<sup>60</sup> **Doc. 49.** Risposta ANEC\_ANICA Sezione Distributori\_FICE alla lettera ANEC Lazio del 4 giugno (Arene gratuite).msg, contenente la lettera del 27 giugno 2018 firmata da ANICA, ANEC e FICE (Federazione Cinema d'Essai) e indirizzata ad ANEC Lazio e altri.

<sup>61</sup> **Doc. 49.** Risposta ANEC\_ANICA Sezione Distributori\_FICE alla lettera ANEC Lazio del 4 giugno (Arene gratuite).msg, contenente la lettera del 27 giugno 2018 firmata da ANICA, ANEC e FICE (Federazione Cinema d'Essai) e indirizzata ad ANEC Lazio e altri. Cfr. anche **doc. 219.** Arene gratuite e a pagamento.msg, contenente una mail, del 22 luglio 2018, del Presidente di ANEC Lazio al Presidente di ANEC volta a chiedere un impegno formale di quest'ultimo sul tema delle arene gratuite.

<sup>62</sup> Cfr. **doc. 9.** Denuncia congiunta Piccolo America e Insieme per Balduina pervenuta in data 6 agosto 2019 e successive integrazioni.

<sup>63</sup> Emme Cinematografica S.r.l., ovvero l'agente regionale per Roma e Lazio delle principali società di distribuzione (01 Distribution, BIM Distribuzione, Officine UBU).

<sup>64</sup> In **doc. 14.** Documentazione trasmessa dall'Associazione Insieme per Balduina in data 24 ottobre 2019, documentazione prima parte, anno 2018, all. 1 (v. anche **doc. 15**). Cfr. anche **doc. 337, 09-I\_Richiesta diritti\_Cinema Balduina\_.msg** nel quale si evince anche come l'intermediario Emme Cinematografica si lamenti con RAI Cinema perché Insieme per la Balduina avrebbe ottenuto dei film da MPLC Italia, in violazione degli accordi.

<sup>65</sup> In **doc. 14.** Documentazione trasmessa dall'Associazione Insieme per Balduina in data 24 ottobre 2019, documentazione prima parte, 01 Distribuzione, anno 2018, all. 1 (v. anche **doc. 15**).

**41.** Giova osservare che il Direttore di Rai Cinema – allora componente della Giunta ANICA<sup>66</sup> – in una mail del 21 maggio 2018, indirizzata a Emme Cinematografica e volta a chiarire come quest’ultima deve gestire le richieste di film proprio considerando come le arene “*incontrano l’ostilità dell’esercizio romano*”, scrive: “*Se i film sono in regolare circuitazione commerciale (usciti dal 1 settembre 2017 in poi), solo ove esistono strutture ad attività continuativa e con ingresso a pagamento che danno certezza di programmazione, noi non forniremo il film ad eventi con ingresso non a pagamento*”, ponendo il divieto assoluto a “*far girare questa mail a mia firma a chicchessia. Deve rimanere documento ad uso interno*”<sup>67</sup>.

**42.** Inoltre, il Direttore di RAI Cinema, e allora componente anche della giunta ANICA, scrive, in data 20 giugno 2018, a un organizzatore di un’arena in Sardegna “... *Il problema non tanto il supporto ma la gratuità dell’evento. Non possiamo concedere film così recenti per proiezioni ad ingresso gratuito in luoghi dove esistono cinema e/o arene che programmano regolarmente*”<sup>68</sup>; solo a seguito del coinvolgimento diretto del regista del film oggetto di richiesta e dopo avere chiarito che l’esercente di zona non ha rimostranze, RAI Cinema acconsente alla licenza<sup>69</sup>.

#### *II.2.3.3. L’attività delle associazioni per il cinema d’estate*

**43.** Le evidenze sopra descritte si inseriscono in un contesto in cui l’industria cinematografica inizia un percorso di sostegno delle attività delle sale cinematografiche nella stagione estiva. In particolare, il 2018 è il primo anno in cui l’iniziativa *Cinemadays*, tipica negli anni precedenti per il periodo primaverile, è estesa anche al mese di luglio<sup>70</sup>.

In primo luogo, l’iniziativa *Cinemadays*, ovvero “*un’iniziativa sorta nel 2015 e finalizzata alla promozione della fruizione del prodotto cinematografico, attraverso l’istituzione di alcune giornate in cui offrire la programmazione ordinaria ad un prezzo ridotto, pari a 3 euro. Dal 2015 al 2017 l’iniziativa Cinemadays è stata coordinata dalle associazioni di categoria e, dal 2016, supportata, a livello promozionale, dall’allora Ministero per i Beni e le Attività Culturali (di seguito, anche solo “MIBAC”). Dal 2018 la gestione e la sponsorizzazione dell’iniziativa è stata trasferita al MIBAC, che ha stanziato una somma pari a 300.000 euro per la sua realizzazione, avvalendosi del supporto delle associazioni di categoria (Anem, Anec e Anica) per la sola predisposizione della campagna promozionale*”<sup>71</sup>.

In particolare, l’iniziativa *Cinemadays* è su scala nazionale, avendo coinvolto l’81% delle sale allora attive sul territorio e ha interessato, nel 2018, oltre al periodo primaverile, ha interessato le giornate 9-15 luglio e 9-15 agosto<sup>72</sup>.

**44.** A ciò si aggiunga che, storicamente, ANEC Lazio ha gestito, attraverso società controllate e a seguito dell’aggiudicazione del bando di Roma Capitale “Estate Romana”, l’arena estiva a

<sup>66</sup> Cfr. **doc. 603**, Informazioni pervenute da ANICA in data 19 marzo 2021.

<sup>67</sup> **Doc. 441**, *Proiezioni estive ad ingresso gratuito.pdf*.

<sup>68</sup> **Doc. 333**, *05-Re\_R\_R\_R\_proiezione Si Muore Tutti Democristiani ad Alghero.msg*.

<sup>69</sup> **Doc. 334**, *05-Re\_R\_R\_R\_proiezione Si Muore Tutti Democristiani ad Alghero.msg*.

<sup>70</sup> **Doc. 610**, Informazioni pervenute da ANEC Lazio in data 12 aprile 2021.

<sup>71</sup> **Doc. 611**, Informazioni pervenute da ANEC in data 12 aprile 2021.

<sup>72</sup> **Doc. 611**, Informazioni pervenute da ANEC in data 12 aprile 2021.

pagamento “Notti di cinema a Piazza Vittorio”<sup>73</sup>, che ha prodotto un fatturato pari circa € [1-100.000]<sup>74</sup>.

## II.2.4. La stagione 2019

### II.2.4.1. Le azioni delle associazioni nei confronti delle arene gratuite

**45.** Le arene gratuite risultano un tema frequentemente oggetto di discussione nelle associazioni ANICA, ANEC e ANEC Lazio, anche con riferimento al 2019.

Giova richiamare al riguardo l’Assemblea della Sezione Distributori di ANICA, svoltasi in data 29 gennaio 2019, nel corso della quale il “*Presidente espone il problema delle arene Estive sopra tutto quella legata a [Piccolo America, ndr]...*”; a tale proposito, viene proposto un giro di tavolo “*per capire quale sia la posizione di tutti gli associati*” e all’esito del quale i “*presenti convengono che saranno supportate solo quelle Arene che avranno un ingresso a pagamento e che comunque potranno proiettare film che hanno ormai una uscita datata di due anni. La data viene stabilita per quei film usciti fino a giugno 2017...*”<sup>75</sup>.

Nella stessa assemblea, i partecipanti concordano che la materia deve essere gestita anche su un piano politico al fine di scoraggiare qualsiasi forma di sostegno alle arene. Al riguardo, tra la documentazione rilevante per l’assemblea, vi è la lettera di ANEC Lazio a Roma Capitale del 28 gennaio 2019, nella quale è data la disponibilità delle Associazioni, ivi incluse ANICA, l’allora ANEM (ovvero l’associazione nazionale dei cinema multiplex, poi confluita in ANEC) e ANEC nazionale a intervenire per regolamentare la materia, scoraggiando le arene gratuite anche nella prospettiva che venga sviluppata dagli esercenti la “*possibilità di costituire una Rete di Arene struttura e organica*” (enfasi in originale)<sup>76</sup>.

**46.** In questo contesto, il Piccolo America si è attivato anche per la stagione 2019 e si è svolta una riunione con le associazioni di categoria sul tema delle arene a titolo gratuito. In particolare, l’ANICA ha convocato, presso la propria sede, un apposito incontro per il 7 marzo 2019<sup>77</sup>.

**47.** È da sottolineare che l’incontro con il Piccolo America è oggetto di una preventiva condivisione tra ANICA e ANEC; il Presidente della Sezione Distributori di ANICA, in una mail del 1° marzo 2019, sottolinea, infatti, come occorra “... *definire insieme cosa dire [al Piccolo America, ndr] e provo a individuare gli argomenti principali:*

*1 i tempi sono cambiati, sarà un’estate ricca di prodotto per tutti i target e le sale rimarranno aperte;*  
*2 lo sforzo dell’industria sarà enorme e il primo anno del programma triennale sarà determinante per il prosieguo dei lavori negli anni a venire*

*3 siamo obbligati a vigilare affinché nessun elemento possa mettere in discussione il nostro sforzo e il successo dell’estate 2019*

<sup>73</sup> **Doc. 610**, Informazioni pervenute da ANEC Lazio in data 12 aprile 2021.

<sup>74</sup> Cfr. **doc. 641**, Informazioni pervenute da ANEC Lazio in data 12 ottobre 2021.

<sup>75</sup> **Doc. 57**, Materiale assemblea 29 gennaio.pdf.

<sup>76</sup> **Doc. 57**, *Materiale assemblea 29 gennaio.pdf*. Vedi anche **doc. 309**, *Re Arene estive.msg* dove si afferma che ANEC ha condiviso l’iniziativa dell’invio della comunicazione a Roma Capitale e partecipa allo scambio di mail nel quale ANEC Lazio ribadisce che accordi tra privati (ovvero l’accordo raggiunto tra il Piccolo America e un singolo esercente) non può scalfire accordi “*superiori*”.

<sup>77</sup> Cfr. **doc. 13**, allegato 9.

4 i distributori hanno pareri contrastanti a riguardo pertanto non sarà possibile sottoscrivere un accordo di categoria

5 consigliamo di differenziare le programmazioni per zona dato che potremmo essere un po' più elastici per zone periferiche tipo parco delle cervelletta se loro si limiteranno, nelle arene centrali prospicienti a cinema o ad arene regolarmente attive, a programmare film restaurati o capolavori della storia del cinema

6 mi piacerebbe potergli dare disponibilità a organizzare gli incontri con gli autori del cinema Italiano in sale o arene regolari sotto il cartello del cinema America, con un prezzo di ingresso calmierato o politico ( 3 euro?)<sup>78</sup>; al riguardo, gli fa, quindi, eco il Presidente ANEC che così si esprime “Con ... [il Presidente Sezione Distributori ANICA, ndr] siamo in perfetta sintonia, ci siamo visti e parlati su questo... coinvolgere [il Piccolo America, ndr] per far organizzare a lui serate evento nelle arene a pagamento è sempre stato anche un mio pensiero per far uscire il ragazzo dalla sfera dell'essere fuori dal sistema ma per iniziare ad integrarlo...”<sup>79</sup>.

48. Si arriva quindi all'incontro ANICA/Piccolo America il cui resoconto è oggetto di una specifica comunicazione del Presidente di ANICA Distribuzione a tutti gli Associati.

Nel corso della riunione, la programmazione del Piccolo America è stata esaminata con grande attenzione e il resoconto enfatizza i risultati raggiunti, che rappresentano vere e proprie limitazioni rispetto alle stagioni precedenti: “[...] Le programmazioni verranno ridotte da 204 a 104... Lo spettacolo sarà unico con inizio alle ore 21 circa.

Di queste 104 proiezioni almeno 70 saranno destinate a retrospettive di autori.

Le rimanenti 30 circa, secondo i loro desideri, sarebbero destinate ai classici Disney (programmati di sabato nelle 3 strutture) e alle proiezioni di film di autori, non della stagione in corso [...]”<sup>80</sup>.

In altri termini, dal resoconto della riunione si evince che le associazioni di categoria hanno imposto al Piccolo America condizioni e modalità di programmazione per superare il diniego all'accesso al prodotto cinematografico necessario allo svolgimento delle arene<sup>81</sup>.

49. Si sottolinea che il resoconto dell'incontro è oggetto di una comunicazione inviata a tutti gli associati ed è qualificata dalla stessa ANICA come una vera e propria “circolare”<sup>82</sup>; ciò in un contesto in cui la materia delle arene estive figura ripetutamente negli ordini del giorno di varie riunioni<sup>83</sup>.

<sup>78</sup> Doc. 211, *Re\_ Arene ad ingresso gratuito.eml*; cfr. anche doc. 434, *Incontro odierno*, contenente una mail di esponenti di ANEC Lazio e vari esercenti cinema in cui si riassume l'azione congiunta di ANICA, ANEC e ANEC Lazio volta a limitare il più possibile le arene gratuito per l'estate romana.

<sup>79</sup> Doc. 211, *Re\_ Arene ad ingresso gratuito.eml*.

<sup>80</sup> Cfr. doc. 13, Verbale di audizione congiunta delle associazioni Piccolo America e Insieme per Balduina del 26 settembre 2019. Questo documento è stato rinvenuto anche nel corso degli accertamenti ispettivi, a titolo esemplificativo, in doc. 379, *31-Fwd\_ arene estive 2019.msg* e v. anche doc. 391, *45-Cinema America.msg*.

<sup>81</sup> Al riguardo, cfr. anche doc. 90, *Arene estive romane ad ingresso gratuito (2).msg*, contenente anche una mail dell'11 marzo 2019 di un'impresa associata ad ANICA, attiva sia nella produzione che come esercente cinematografico, che, in seno all'associazione, ribadisce l'interesse a “non abituare il pubblico a vedere film a titolo gratuito”, ma che riconosce come i ragazzi del Cinema America abbiano “fatto un passo importante verso l'Industria” di cui non è possibile “non tenerne conto” e, a questi fini, “sarebbe importante avere anche il consenso di ANEC Nazionale e regionale”.

<sup>82</sup> Doc. 91, Mail interna ad ANICA del 9 giugno 2020, avente a oggetto la “circolare” dell'anno precedente, inviata con apposita mail dell'8 marzo 2019.

<sup>83</sup> Doc. 92, *Arene estive.msg*, relativa a riunione in ANICA del 18 marzo 2019, cfr. anche doc. 93, mail del 13 settembre 2019, ARGOMENTI PER ASSEMBLEA SEZIONE DISTRIBUTORI.msg.

Inoltre, rileva richiamare la lettera, inviata in data 11 luglio 2019, a firma sia di ANEC sia dell'allora ANEM (poi confluita nella stessa ANEC), all'Associazione Cattolica Esercenti Cinema, nella quale le due associazioni contestano "l'elogio" indirizzato durante le giornate di Cinema di Riccione al Piccolo America, essendo noto che "il tema delle arene gratuite a Roma è molto delicato. Soltanto quest'anno si è finalmente raggiunto un equilibrio fra le compagnie che operano nell'esercizio capitolino e l'Associazione, anche grazie all'intervento di mediazione dei distributori che hanno circoscritto il prodotto filmico da poter destinare alle arene gratuite"<sup>84</sup>.

**50.** La materia delle arene estive viene spesso trattata con riferimento alle iniziative Piccolo America, ma le attività delle associazioni di categoria hanno una rilevanza più ampia.

Ad esempio, nella documentazione relativa all'Assemblea della Sezione Distributori di ANICA, svoltasi in data 26 marzo 2019, sono stati rinvenuti degli appunti manoscritti nei quali è sintetizzata la questione arene estive e viene rappresentato uno schema analogo a quello oggetto della Nota Congiunta ANICA/ANEC del 2018, con distinzione tra arene a pagamento e arene gratuite e tra quelle gestite dagli esercenti e quelle estranee alla filiera<sup>85</sup>.

È necessario sottolineare che, in questo appunto manoscritto, la limitazione al rilascio delle licenze alle arene gratuite per evitare sovrapposizioni con le sale a pagamento è posta in connessione ad un intervento ANICA/ANEC e l'allora ANEM, ovvero tutte associazioni di rilievo nazionale.

Ed infatti, la Nota Congiunta ANICA/ANEC del 2018 continua ad essere il punto di riferimento anche per il 2019, come si evince dalla documentazione in atti<sup>86</sup>.

**51.** Man mano che si avvicina la stagione estiva, cresce l'attività delle Associazioni volta a regolamentare l'attività delle arene, in generale, e del Piccolo America, in particolare.

Dalla documentazione acquisita in ANICA, infatti, si evidenzia che dopo "una serie di incontri a cui hanno partecipato tutti i soggetti della filiera si è addivenuti alla seguente modalità operativa:

- *Le arene ad ingresso gratuito nel comune di Roma saranno 8 e dislocate a distanza di minimo 5 km in linea d'area dalla sala cinematografica aperta più vicina;*
- *A queste arene si aggiungono le 3 arene gestite dal Cinema America che non fanno parte del bando del comune di Roma pertanto avranno deroga sulla distanza;*
- *Le proiezioni dovranno avvenire in formato 2k o superiore*
- *I film che potranno essere programmati dovranno essere usciti in sala prima del 31 Dicembre 2015*
- *Viene prevista una deroga per i film italiani usciti fino a Giugno 2017 solo se programmati alla presenza dell'autore nell'ambito di una retrospettiva"<sup>87</sup>.*

<sup>84</sup> **Doc. 168**, lettera ANEC ANEM e FICE ad ACEC, 11 luglio 2019.

<sup>85</sup> **Doc. 55**, *Convocazione assemblea del 26 marzo lista presenze e foglio lavoro resoconto incontro con Cinema America.pdf*.

<sup>86</sup> In **doc. 232**, *I ACCORDO ANEC ANICA PER ARENE ESTIVE 2018 Piazza Vittorio .ms*, mail del 2 agosto 2019 dove è in cronologia la mail del 13 giugno 2018 contenente, in quanto ancora rilevanti, i criteri per decidere la programmazione dei film nelle arene oggetto della nota congiunta ANICA/ANEC.

<sup>87</sup> **Doc. 397**, *52-arene estive a ingresso gratuito.msg*. Si tratta di una mail inviata dal Presidente della sezione distributori al Coordinatore delle Sezioni, sempre interno ad ANICA. Sull'esistenza di un accordo ANICA/ANEC cfr. anche **doc. 233**, *I Arene gratuite.msg*, dove il Presidente ANEC Lazio dà conto in una mail del 3 marzo 2019 di quanto "intercorso" tra i Presidenti di Anica (sezione distributori) e ANEC e su come i distributori "abbiano pareri contrastanti sugli accordi con il Piccolo America" e "consigliano di differenziare le programmazioni per zona ed essere elastici sulle zone periferiche (es Cervelletta), ma intransigenti su arene poste in aree centrali o limitrofe a sale cinema aperte".

E si noti che i criteri sopra indicati sono molto simili ai requisiti minimali per il rilascio delle licenze alle arene oggetto della circolare che ANICA, pochi giorni dopo, in data 12 aprile 2019, ha inviato a tutti i propri associati:

i) «distanza di minimo 5 km ... dalla sala cinematografica aperta più vicina»;

ii) «la programmazione non di film current ma solo di quelli usciti in sala prima del 31 dicembre 2015»;

iii) «... possibilità di deroga ... per i film italiani usciti in sala fino a giugno 2017, solo se programmati alla presenza dell'autore...»

iv) «proiezioni in formato 2k o superiore»;

v) «promozione all'interno delle arene di Moviemont»<sup>88</sup>.

**52.** Questa comunicazione è oggetto di un dibattito interno all'Associazione e una condivisione delle strategie da seguire per il rilascio delle autorizzazioni alle arene gratuite; ad esempio, Academy Two, in una mail del 15 aprile 2019 relativa alla convocazione del Consiglio di presidenza ANICA per il successivo 17 aprile 2019, afferma che “*nello spirito di quanto condiviso da molti colleghi nel corso dell'ultimo incontro, e nel pieno rispetto delle scelte aziendali di ciascuno*” intende inviare una comunicazione alle agenzie regionali dal seguente tenore: in “... *coerenza con la politica di tutta la filiera dell'industria cinematografica, che sta proponendo un rilancio del cinema in sala durante la prossima stagione estiva, Academy Two non rilascerà autorizzazioni alle proiezioni dei propri titoli (su qualsiasi supporto DCP o DVD) in arene o manifestazioni che prevedano l'ingresso gratuito con la sola eccezione di titoli di repertorio (oltre i due anni) in località dove non sia attiva una sala cinematografica o un'arena a pagamento...*”<sup>89</sup>. Anche Bim Film invia, in data 24 aprile 2019, ai propri referenti nuove istruzioni per le arene gratuite molto simili a quelle oggetto della circolare ANICA<sup>90</sup>.

**53.** Si sottolinea che l'ambito di applicazione dei criteri appena illustrati appare di ampia portata e che l'insieme di questi criteri impedisce a molte arene di operare (ad esempio, tutte quelle che hanno un cinema nel raggio della distanza minima prevista) o comunque ne limitano significativamente l'offerta sia da un punto di vista qualitativo (solo film anteriori di ben quattro anni, a meno che le arene non riescano a organizzare la proiezione garantendo la presenza dell'autore ed in questo caso è ammesso l'accesso solo per film di due stagioni precedenti), sia da un punto di vista tecnico.

#### II.2.4.2. I dinieghi e i vincoli alle arene gratuite

**54.** Dalla documentazione in atti emerge che fra gli intermediari specializzati, anche per il 2019, era diffusa la percezione che le associazioni di categoria avrebbero fornito indicazioni su come gestire il rilascio delle liberatorie per le arene a titolo gratuito.

Ad esempio, a fronte di una richiesta di liberatoria del Piccolo America, il principale intermediario per il rilascio delle licenze alle arene gratuite (MPLC) risponde che “*dobbiamo allinearci alle indicazioni che riceveremo dalle Distribuzioni che hanno sede in Italia (che abbiamo anche già sollecitato per ottenere un riscontro) e non possiamo procedere con il rilascio delle liberatorie per*

<sup>88</sup> **Doc. 61**, Mail ANICA del 12 aprile 2019 ore 12:37 *Arene Estive a ingresso gratuito*; questa mail è stata reperita anche presso la sede di ANEC Lazio, cfr. **doc. 308**, *Re Arene Estive a ingresso gratuito.msg* e v. anche **doc. 379**, *31-Fwd\_arene estive 2019.msg*.

<sup>89</sup> **Doc. 400**, *55-R\_convocazione consiglio di presidenza distributori.msg*.

<sup>90</sup> **Doc. 431**, *Arene ad ingresso gratuito.pdf*, rinvenuto presso la sede di Emme Cinematografica.

*alcun titolo prima di avere un'indicazione generale certa. Sappiamo anche che la questione è argomento di discussione in ANICA e spero quindi di poterti dare un riscontro nel più breve tempo possibile*" (6 marzo 2019)<sup>91</sup>.

Appare significativo, inoltre, per cogliere come le associazioni di categoria siano il punto di riferimento per la gestione delle richieste per le proiezioni gratuite, che un esponente della società Notorious si rivolga ad ANICA per sapere come gestire le proiezioni delle onlus: "... torno nuovamente a chiederti info in merito alle arene estive senza sbigliamentamento. Per le richieste che avvengono dalle Onlus, per proiezione riservate per la raccolta fondi, come ci si comporta? ..."<sup>92</sup>.

**55.** Ripetendo lo schema già emerso nel 2018, le limitazioni e i vincoli che il Piccolo America ha acconsentito a porre alla programmazione delle proprie arene, stabilite nel corso della riunione del 7 marzo 2019 sopra richiamata, non sono tuttavia risultate sempre sufficienti a superare il diniego generalmente opposto alle arene gratuite e sancito dalla nota ANICA/ANEC del 2018.

E, infatti, la casa di distribuzione Vision Distribution, in un primo tempo, risponde al Piccolo America che in "base a quanto concordato in ANICA non autorizziamo proiezioni gratuite per film successivi a giugno 2017"<sup>93</sup>; successivamente, concede al Piccolo America una deroga rispetto al diniego generalizzato al rilascio dei film alle arene a titolo gratuito, proprio in ragione delle limitazioni che il Piccolo America ha applicato alla propria programmazione, subordinando comunque l'autorizzazione dei film richiesti alla presenza di attori del cast principale<sup>94</sup>.

**56.** A ciò si aggiunga che la filiale inglese della Warner Bros, cui il Piccolo America si era rivolta per tempo per richiedere l'autorizzazione alla proiezione dei film, sulla base delle indicazioni fornite da Warner Bros Italia, che appare allineata sulle posizioni di ANICA, ha revocato la licenza precedentemente rilasciata e già pagata<sup>95</sup>.

Al riguardo, appare significativo lo scambio di mail tra il Piccolo America e l'intermediario (PMMOVIES): in data 17 maggio 2019, in cui l'intermediario scrive al Piccolo America in merito ai titoli Warner Bros "The screenings on the list were approved previously by Warner Bros, but they have requested the information in relation to the distance of cinemas. I believe this is something to do with new ANICA guidelines in relation to outdoor screenings..." e, pochi giorni dopo, all'esito delle ulteriori informazioni acquisite: "The WB office in Italy has requested to approve every single outdoor screening (including the screenings which were previously approved) **due to new ANICA guidelines for outdoor screenings in Italy.**

*Therefore it will be necessary for all upcoming outdoor screenings to be reviewed by the WB local office [Warner Bros Italia] to ensure the screenings comply with the ANICA guidelines*" (mail del 22 maggio 19). Il successivo 24 maggio 2019, lo stesso intermediario revoca, su ordine di WB Italia, le liberatorie già date, fatturate e pagate: "Siamo spiacenti dovervi comunicare che le proiezioni in

<sup>91</sup> Cfr. **doc. 9**, cit. Sulla gestione delle licenze da parte di MPLC per quanto riguarda i film di Universal vedi **doc. 463**, FW\_ \_EXTERNAL\_ Re\_ proiezioni film universal gratuite.msg.

<sup>92</sup> **Doc. 137**, Re\_ INFO ARENE ESTIVE PER ONLUS.msg, mail del 2 luglio 2019.

<sup>93</sup> **Doc. 13**, all. 16, mail intercorse tra il 19 e il 22 maggio 2019. Si noti che il riferimento al diniego dei film usciti successivamente al giugno 2017 riprende pressoché testualmente la comunicazione di ANICA agli associati del 12 aprile 2019 sopra descritta.

<sup>94</sup> Cfr. **doc. 13**, all. 16, mail intercorse tra il 19 e il 22 maggio 2019.

<sup>95</sup> Cfr. **doc. 9**, Denuncia del 9 agosto 2019 e relativi allegati nn. 2 e 12. Sempre in doc. 9, v. anche il diniego di Eagle Picture, sempre in ragione di accordi tra distributori ed associazioni.

*allegato sono state negate dalla Warner Bros Italia, di conseguenza anche se già fatturate e pagate non potrete farle*<sup>96</sup>.

**57.** L'Associazione Insieme per Balduina ha riscontrato sostanzialmente le stesse criticità sopra descritte.

In proposito, occorre richiamare le *mail* più significative agli atti: Emme Cinematografica, agente regionale per conto di RAI Cinema, scrive, in data 9 maggio 2019, che i film richiesti “...essendo ad ingresso libero (no sbigliettamento) non verrebbero forniti a prescindere perché ci sono cinema aperti”<sup>97</sup>; in linea con quanto sarebbe emerso in sede ANICA/ANEC/ANEC Lazio, la stessa Rai Cinema, a fronte di richieste di liberatorie ricevute direttamente da parte dell'Associazione, risponde o negando *tout court* le richieste o comunque subordinando, similmente a quanto richiesto da Vision Distribution, la liberatoria alla presentazione delle lettere di conferma che alcuni membri del *cast* del *film* parteciperanno personalmente alla proiezione<sup>98</sup>.

Eagle Picture, invece, nega a Insieme per Balduina i *film* richiesti e, in data 17 maggio 2019, scrive esplicitamente: “Per via di accordi tra distributori ed associazioni di categoria, non possiamo concedere liberatoria per la proiezione in arene estive ad ingresso gratuito dei titoli in oggetto”<sup>99</sup>. Infine, PMMOVIES, con riferimento ai *film* della Warner Bros, prima chiede all'Associazione di specificare la distanza tra l'arena e “il cinema più vicino”<sup>100</sup> e, successivamente, in data 24 maggio 2019, scrive a Insieme per Balduina una *mail* sostanzialmente identica a quella già inviata al Piccolo America e sopra richiamata, arrivando a revocare le licenze dei *film* Warner Bros già rilasciate e pagate<sup>101</sup>.

**58.** Per la stagione 2019, anche Cinemusica Nova ha riscontrato un atteggiamento da parte degli intermediari e delle case di distribuzione molto simile a quello sopra illustrato.

In particolare, le case di distribuzione aderenti all'ANICA hanno negato a Cinemusica Nova la disponibilità di concedere le licenze dei *film* usciti negli anni 2017, 2018 e 2019, con proiezione a titolo gratuito, adducendo come motivazione un accordo raggiunto all'interno dell'ANICA stessa<sup>102</sup>.

<sup>96</sup> Cfr. **doc. 9**, Denuncia del 9 agosto 2019.

<sup>97</sup> In **doc. 14**, Documentazione trasmessa dall'Associazione Insieme per Balduina in data 24 ottobre 2019, documentazione prima parte, distributori 01 Distribution, all. 3 e altre mail ivi allegate.

<sup>98</sup> In **doc. 14**, Documentazione trasmessa dall'Associazione Insieme per Balduina in data 24 ottobre 2019, documentazione prima parte, distributori 01 Distribution, all. ti 4 e 5, mail del 17 e 21 maggio 2019; cfr. anche **doc. 330**, *01-L\_Richiesta diritti proiezione 01 Distribution Arena Cinema Balduina 2019 - Patrocinio Roma Capitale.msg* avente analogo contenuto.

<sup>99</sup> In **doc. 14**, Documentazione trasmessa dall'Associazione Insieme per Balduina in data 24 ottobre 2019, documentazione prima parte, Eagle, all. 1.

<sup>100</sup> In **doc. 15**, Documentazione trasmessa dall'Associazione Insieme per Balduina in data 24 ottobre 2019, documentazione seconda parte, Pmmovies, all. 3, mail del 16 maggio 2019. Sulle difficoltà di PMMovies a rilasciare le licenze per le arene gratuite cfr. anche **doc. 636**, Informazioni pervenute da PMMovies in data 5 ottobre 2021.

<sup>101</sup> Mail in **doc. 15**, Documentazione trasmessa dall'Associazione Insieme per Balduina in data 24 ottobre 2019, documentazione seconda parte, Rifiuti film, prima revoca Warner Bros, mail del 24 maggio 2019.

<sup>102</sup> Cfr. **doc. 7**, Informazioni pervenute da Cinemusica Nova in data 25 giugno 2019 e *mail* allegate provenienti, ad esempio, da Vision Distribution che anche in questo caso richiama un accordo maturato in seno all'industria cinematografica: “L'accordo raggiunto tra l'ANICA e le associazioni per le proiezioni gratuite d'estate comprende i film precedenti le ultime due stagioni cinematografiche. Visto che Vision esiste esattamente da due stagioni, nessun film rientra tra quelli programmabili”. Per altre mail di diniego anche motivate sulla gratuità dell'offerta v. anche **doc. 3**, Informazioni pervenute da Cinemusica Nova in data 28 maggio 2019 e **doc. 4**, Informazioni pervenute in data 6 giugno 2019 dove vi è altra mail che motiva il diniego dei film alle arene gratuite in ragione di accordo ANICA.

In particolare, rileva una *mail* nella quale un intermediario, in data 30 aprile 2019, fornisce, alla richiesta di rilascio di alcuni titoli, una prima risposta interlocutoria, in attesa della valutazione da parte delle case di distribuzione dell'atteggiamento da assumere nei confronti di questa tipologia di liberatoria; risposta che, nei giorni successivi, coerentemente con le possibili indicazioni ANICA/ANEC/ANEC Lazio alle case di distribuzione, diviene un diniego assoluto<sup>103</sup>.

Anche l'Associazione Giambellino di Milano è stata oggetto di numerosi dinieghi e/o vincoli, dovendo così ridimensionare la propria attività<sup>104</sup>. In particolare, il Giambellino, a seguito dei dinieghi ricevuti, ha dovuto rivedere la propria programmazione; originariamente, il Giambellino aveva programmato 13 *film* di cui 5 usciti nel 2019, 6 usciti nel 2018, 1 nel 2017 e 1 nel 2016, mentre il programma definitivo è stato ridotto a 10 film di cui 0 film usciti nel 2019, 3 usciti nel 2018<sup>105</sup>, 1 uscito nel 2017, 2 nel 2016, 1 nel 2015, 1 nel 2014, 1 nel 2012 e 1 nel 2008.

**59.** Parimenti, la documentazione in atti rileva un tendenziale rifiuto da parte delle case di distribuzione per le proiezioni gratuite, da qualsiasi soggetto provengano e l'invio di precise istruzioni, in tal senso, ai rispettivi agenti, salvo eventuali deroghe decise a livello centrale<sup>106</sup>.

Giova, quindi richiamare in questo contesto, la corrispondenza, scambiata tra il 29 giugno e il 1° luglio 2019, tra Emme Cinematografica e la rassegna CineCorvialeEstate. Quest'ultima, lamenta che *"In seguito a vostro rifiuto di darci la possibilità di proiettare il film "un insolito naufrago nel mare d'oriente", ritengo sia opportuno portarvi a conoscenza della nostra grande delusione. Purtroppo la distribuzione non rientra nei nostri ambiti, ma riteniamo molto triste che i detentori dei diritti per la proiezione si rifiutino arbitrariamente di concedere la possibilità di proiettare un film ( per di più, in questo caso, di un prodotto che non ha goduto di una grande divulgazione), privando così la gente di poter godere di un lavoro ben fatto, unicamente perché la visione che noi avremmo proposto sarebbe stata gratuita....non capiamo le dinamiche che vi spingono ad applicare tale scelta, a primo acchito sembrerebbero economiche....ma sarebbe stata comunque nostra intenzione pagarvi la fee. Il nostro "Cinecorviale estate", progetto per cui abbiamo vinto il bando del Comune di Roma per fare un'arena di cinema nella periferia romana, è un progetto nato per portare nella nostra zona, ai più "malfamata", una parentesi di cultura e aggregazione, dalla necessità di rimettere insieme una società diffidente e disgregata. ... ma tutte le barriere che abbiamo trovato lungo questo percorso stanno minando una grande possibilità per il nostro quartiere, di identità popolare..."* e l'agente risponde che *"... l'accordo tra distributori in effetti prevede che non possano essere dati a rassegne a ingresso gratuito titoli antecedenti all'anno 2016..."*<sup>107</sup>.

<sup>103</sup> Cfr. **doc. 7**, Integrazione denuncia di Cinemusica Nova pervenuta in data 28 maggio 2019, spec. mail del 24 maggio 2019.

<sup>104</sup> Cfr. **doc. 20**, Denuncia del Giambellino pervenuta in data 13 dicembre 2019 dove in allegato, vi sono scambi di mail relativi ai dinieghi dei film e/o al vincolo che la proiezione deve essere accompagnata dalla presenza fisica del *talent*.

<sup>105</sup> Cfr. **doc. 20**, all. 4, il film più recente programmato nella rassegna è "Quasi nemici" di Yvan Attal uscito nell'ottobre 2018.

<sup>106</sup> Cfr. **doc. 420**, *08\_R\_Estivo proiezioni gratuite + MPLC Fwd\_diritti.msg*, in cui un referente interno a Rai Cinema ribadisce a un agente esterno che *"A meno che io non autorizzi proiezioni, tutte le proiezioni gratuite non si possono fare"*, cfr. **doc. 468**, *RE\_ comunicazione alle agenzie.msg*, dove si rinvia che Universal, in data 26 marzo 2019, ha comunicato ai propri agenti *"... di non fornire i propri film alle Arene che offrono ingresso gratuito al pubblico..."*.

<sup>107</sup> **Doc. 443**, *Fwd Fwd 11 Richiesta proiezione.eml*, cfr. anche **doc. 445**, *Re Disponibilità film.eml* nel quale Emme Cinematografica risponde, in data 6 settembre 2019, all'arena Nonna Roma, attiva negli ultimi due fine settimana di

### II.2.4.3. L'iniziativa *Movement* e altri cinema d'estate

**60.** Le evidenze sopra descritte si inseriscono in un contesto in cui, nell'industria cinematografica, in vista della stagione estiva 2019, si consolida il progetto di allungare la stagione cinematografica anche nel periodo estivo, come avviene in altri Paesi europei.

Nel 2019, infatti, ANICA, ANEC e altri enti pubblici e privati hanno dato vita alla campagna promozionale *Movement*, per un cinema in sala 12 mesi l'anno.

Al riguardo, è significativo che in data 13 novembre 2018, si è svolta la riunione del Consiglio Generale ANEC al quale sono stati anche invitati a partecipare i Presidenti delle Sezioni Distributori e Produttori di ANICA.

In questo contesto, il Presidente Sezione Distributori ANICA rileva che a *“breve verrà presentata la più grande estate cinematografica di sempre, e con una prospettiva triennale...”* e sottolinea come *“i distributori questa volta stiano facendo un passo avanti con assunzione di responsabilità individuali, invitando conseguentemente anche gli esercenti ad essere di supporto della distribuzione nell'ottica della stagione estiva...”*<sup>108</sup>.

**61.** Prende così corpo il progetto *Movement*, che attraverso un piano triennale, si pone l'obiettivo di *“creare su tutto il territorio nazionale un mercato estivo del settore cinematografico, normalmente assente in Italia, a differenza di quanto registrabile in tutti gli altri paesi europei nei quali la fruizione cinematografica è possibile per tutto l'anno”*<sup>109</sup>.

La campagna *Movement* ha visto coinvolti *“i produttori, i distributori (dalle major agli indipendenti), gli esercenti (dalle sale d'essi ai multiplex...”*<sup>110</sup> e ha ricevuto il finanziamento del MIBACT pari a € 1.000.000, destinato ad ANEC in qualità di capofila del progetto<sup>111</sup>, nonché di *sponsor* privati.

Le associazioni ANICA e ANEC hanno contribuito alla realizzazione del progetto e il lancio al pubblico del progetto avviene nel marzo 2019, in occasione del David di Donatello.

**62.** Come sottolineato da ANEC, è stato proprio nel corso dell'iniziativa *Movement* del 2019, che *“le case di distribuzione hanno introdotto importanti uscite nei mesi estivi (primo fra tutti, “Il Re Leone”, film campione di incassi, uscito nelle sale il 20 agosto 2019)”*<sup>112</sup> e ciò trova riscontro nell'andamento degli incassi e delle presenze.

Se, in via generale, l'anno 2019 è complessivamente in crescita rispetto all'anno precedente, secondo i dati Cinetel i *“... saldi positivi maggiori sono stati registrati nei mesi estivi di luglio (+108%) e agosto ... Il mese di agosto, in particolare, ha registrato il più alto incasso per il periodo dal 1995, anno di inizio delle attività di rilevazione da parte di Cinetel”*.

settembre, che non può rilasciare film per arene gratuite usciti dopo il dicembre 2015. In **doc. 446**, *Fwd Festival Creuza de Mâ richiesta dcp UNA STORIA SENZA NOME e RESTIAMO AMICI.eml*

Emme Cinematografica, a fronte di una richiesta proveniente da un'arena in Sardegna, subordina il rilascio della licenza alla presenza del regista all'evento; in termini simili v. anche **doc. 447**, *Re Fwd Richiesta proiezione 'Fiore' di C. Giovannesi.eml* relativo ad un'arena in Roma.

<sup>108</sup> **Doc. 185**, ANEC VERBALE CONSIGLIO GENERALE DEL 13 11 18.

<sup>109</sup> **Doc. 603**, *Informazioni pervenute da ANICA in data 19 marzo 2021*. V. anche **doc. 611**, *Informazioni pervenute da ANEC in data 12 aprile 2021*.

<sup>110</sup> **Doc. 603**, *Informazioni pervenute da ANICA in data 19 marzo 2021*.

<sup>111</sup> **Doc. 611**, *Informazioni pervenute da ANEC in data 12 aprile 2021*.

<sup>112</sup> **Doc. 611**, *Informazioni pervenute da ANEC in data 12 aprile 2021*. In base ai dati pubblici Cinetel per l'anno 2019, *“Il Re Leone”* è stato il primo incasso assoluto del 2019 per un box office di circa 37,5Mln€.

**Stagione estiva 2019- Elaborazioni su dati Cinetel**

	2019		Diff. % 19/18	
	Incassi €	Presenze	Incassi	Presenze
<i>Giugno</i>	25.311.481	3.991.408	+12,93%	+14,50%
<i>Luglio</i>	27.379.518	4.309.878	+108,47%	+70,74%
<i>Agosto</i>	37.041.277	5.657.753	+42,71%	+38,38%
<b>Totale</b>	<b>89.732.276</b>	<b>13.959.039</b>		

63. A ciò si aggiunga che ANEC Lazio, a seguito di aggiudicazione di Avviso Pubblico, ha organizzato nel 2019 l'arena CineVillage Parco Talenti, che ha riscosso molto successo<sup>113</sup>.

In particolare, il CineVillage Parco Talenti ha garantito ad ANEC Lazio un fatturato pari a circa € [50.000-100.000]<sup>114</sup>.

**II.2.5. La stagione 2020**

64. Qui di seguito vengono illustrate le evidenze acquisite relativamente alla stagione estiva 2020. La documentazione qui richiamata si riferisce sostanzialmente al periodo precedente all'emanazione del provvedimento cautelare dell'Autorità dell'8 luglio 2020.

*II.2.5.1. L'atteggiamento delle associazioni verso le arene gratuite*

65. Ai fini della stagione estiva 2020, l'industria manifesta grande preoccupazione per lo sviluppo di arene gratuite esterne alla filiera.

Al riguardo, appare di interesse una *mail* inviata, in data 13 aprile 2020, dal Presidente di ANICA ai Presidenti delle Sezioni Distributori e Produttori nonché al Presidente di ANEC, nella quale il Presidente ANICA dà conto di aver avuto un colloquio con il Presidente ANCI (Associazione Nazionale Comuni Italiani) il quale avrebbe confermato “*che stanno arrivando alle amministrazioni locali, qua e là, richieste per la fattibilità di arene (e drive – in)*” e, al riguardo, il Presidente ANICA gli ha quindi raccomandato di “*... riferirsi a noi, per un coordinamento, poiché nulla può prescindere da un accordo con esercizio e distribuzione. Ovvero la gestione di questi spazi – se riuscissimo a promuovere un'iniziativa sensata – dovrebbe essere affidati agli esercenti locali, e non certo ad attività gratuite, che potrebbero essere una pietra tombale per l'esercizio*”<sup>115</sup>.

Nella stessa prospettiva, vale richiamare che il Presidente della Sezione Distributori di ANICA, con messaggio in *chat* del 21 aprile 2020, si lamenta del dilagare di “*richieste di drive in e arena provenienti per lo più da NON esercenti*” e afferma quindi che “*Dobbiamo predisporre ed inviare documento programmatico in modo che tutti sappiano cosa rispondere...*”<sup>116</sup>.

<sup>113</sup> **Doc. 610**, Informazioni pervenute da ANEC Lazio in data 12 aprile 2021.

<sup>114</sup> **Doc. 641**, Informazioni pervenute da ANEC Lazio in data 12 ottobre 2021.

<sup>115</sup> **Doc. 98**, da Francesco.msg, mail del 13 aprile 2020. Al riguardo, cfr. anche doc. 172, *Posta di Anec - Associazione Nazionale Esercenti Cinema - Fwd\_ da Francesco.pdf*.

<sup>116</sup> **Doc. 96**, Chat WhatsApp con MOVIEMENT VILLAGE.msg, alla quale partecipano anche esponenti di ANICA (quantomeno, il Presidente della Sezione Distributori), ANEC (quantomeno, il Presidente) e ANEC Lazio (quantomeno, il Segretario Generale).

**66.** Al riguardo, è di interesse richiamare l'incontro plenario ANEC – Unioni regionali del 24 aprile 2020, nel corso del quale un partecipante si pone il problema del reperimento del prodotto cinematografico e del rilascio del medesimo alle arene al di fuori del circuito degli esercenti: *“Poi un'altra questione che mi domando in relazione ai distributori, no? Se poi il problema è quello di non far fare le arene a chi non è esercente, i distributori i film glieli danno o non glieli danno? Li danno a tutti o solo agli esercenti? ...”*<sup>117</sup> e la risposta non tarda ad arrivare *“... c'è un impegno da parte di [Presidente Sezione Distributori di ANICA, ndr] da far sì che i distributori, e qui parliamo dei distributori chiaramente internazionali, le major, non diano i film o almeno non diano i film quelli degli ultimi, dell'ultimo anno, degli ultimi due anni, gli ultimi tre anni, ma magari quelli di dieci anni. L'anno scorso, io vi faccio un esempio, l'anno scorso la Universal non ha dato, credo pure la Warner, adesso non mi voglio sbagliare, non ha dato nessun film attraverso questa società inglese, attraverso [amministratore delegato di MPLC, ndr] che voi conoscete tutti, non ha dato manco neanche mezzo metro di pellicola. Quindi, credo che questa è una cosa che si può, che si può gestire.”*<sup>118</sup>.

**67.** E il Presidente ANEC è sul punto ancora più esplicito: *“Allora, quindi l'ANEC, l'ANEC si è un po' rimessa al centro. Allora, rispondo un po' come mi viene, dico a [al Presidente di ANEC Umbria, ndr] certo i distributori quest'anno hanno detto “lo avete visto il passo dello scorso anno che ha limitato un po' l'azione delle arene gratuite? Quest'anno lo moltiplichiamo per cinque. Noi vogliamo lavorare coi professionisti e vogliamo che le arene siano fatte il più possibile da professionisti del settore e fatte pagando un biglietto, e su questo non si transige”. I distributori hanno detto “bene alla MPLC, cioè quella società che gestisce le famose licenze ombrello, abbiamo detto e diremo che durante l'estate, a partire dall'estate, non si potranno concedere i diritti ad associazioni, ad iniziative che lavorino sul gratuito, soprattutto per fare quello che è sempre un quasi doppio gioco.... Se poi in alcune zone, come diceva [Presidente ANEC Umbria, ndr] dall'Umbria, qualcuno non lo farà, e allora giustamente si potranno avvicinare anche altri, però il gratuito sarà messo molto sotto torchio, perché i distributori non daranno il prodotto e l'anno scorso, io ora sono contento di poterlo dire, perché l'anno scorso era un passaggio e non poteva esser fatto completamente, ma come avete visto anche verso storici organizzatori, dal punto di vista sociale delle arene, c'è stato un bel ridimensionamento nei tempi, nei modi, e quest'anno vediamo di intercettare i talent”*<sup>119</sup>.

E si noti che in questo contesto il Presidente ANEC garantisce altresì che i distributori, diversamente dall'atteggiamento nei confronti delle arene gratuite, faranno anche degli sforzi per garantire il prodotto cinematografico agli esercenti al minor costo possibile, soprattutto per le opere che sono già state trasmesse sulle piattaforme<sup>120</sup>.

**68.** Quanto emerso negli incontri plenari ANEC – Unioni regionali trova poi conferma nella riunione, svoltasi in data 27 aprile 2020, in ANEC Lombardia, nel corso della quale il Vice

<sup>117</sup> **Doc. 188.** Riunione Zoom del 24 aprile 2020, parole Presidente ANEC Umbria.

<sup>118</sup> **Doc. 188.** Riunione Zoom del 24 aprile 2020, parole associato ANEC Lazio, attuale Presidente di ANEC Lazio.

<sup>119</sup> **Doc. 188.** Riunione Zoom del 24 aprile 2020, parole Presidente ANEC, cfr. anche **Doc. 190.** Consiglio di Presidenza Nazionale ANEC, Riunione Zoom del 4 maggio 2020, dove il Vice-Presidente ANEC conferma che la linea dei distributori è di dare il prodotto cinematografico agli esercenti integrati nel sistema.

<sup>120</sup> **Doc. 188.** Riunione Zoom del 24 aprile 2020, parole Presidente ANEC.

Presidente di ANEC ha affermato, che per il 2020, ANICA non avrebbe dato la disponibilità di opere cinematografiche alle arene a titolo gratuito e che questo orientamento di ANICA, volto a tutelare gli interessi degli esercenti cinema, è ancora più forte rispetto a quello degli anni precedenti<sup>121</sup>.

**69.** Sugli ostacoli alle arene gratuite, è utile richiamare anche la successiva riunione plenaria ANEC – Unione regionali svoltasi in data 13 maggio 2020, alla quale partecipa, per parte dell'incontro, anche il Presidente della Sezione Distributori di ANICA che sottolinea la totale unità di visione distributori/esercenti<sup>122</sup>, ed è proprio in questo incontro plenario che il Presidente ANEC ribadisce che: *“Relativamente a MPLC, nella situazione in cui ci siamo trovati, le associazioni della distribuzione onde tutelare il valore del lavoro che facciamo, la nostra professione e che il valore del costo di un biglietto è a tutela di tutto, di tutta quanta la filiera: da chi parte con la produzione di un film a chi lo mette in sala, ha deciso che quest'anno non accetteranno assolutamente proposte di film gratuiti e non accetteranno rapporti che spesso sono abbastanza forieri, da parte loro, di diritti con la MPLC, questo è quanto ci hanno comunicato”*<sup>123</sup>.

**70.** L'atteggiamento di contrasto maturato nelle associazioni di categoria nei confronti delle arene gratuite trova conferma anche nelle assemblee di ANICA.

Al riguardo, è utile richiamare l'assemblea della sezione distributori di ANICA svoltasi in data 3 giugno 2020, nel corso della quale il Presidente afferma *“... quello che noi dobbiamo cercare di evitare con la massima attenzione è la nascita di strutture ad ingresso gratuito. Quelle romane, gestite da [Piccolo America, ndr], che erano quelle che negli anni passati, fino a due anni fa avevano creato dei seri problemi, si sono allineate e chi di voi avrà ricevuto da lui le richieste di prodotto si sarà accorto che sono tutti film da quattro anni indietro ... dobbiamo stare molto attenti a che non ne sorgano nuove, ma men che mai con prodotti degli ultimi anni. Dobbiamo cercare di indirizzare il pubblico verso, nuovamente, verso il consumo del cinema a pagamento nelle strutture che fanno parte a tutto titolo dell'industria... Invito ancora tutti ad avere grandissima attenzione, chiaramente parlo di chi ha contratti, licenza ombrello con MPLC per evitare che ogni azienda possa avere un atteggiamento e una linea centrale con la direzione commerciale che si muove in una certa direzione e magari il problema possa essere aggirato tramite questa società. Io mi sono permesso di fare una telefonata a .... [Amministratore delegato di MPLC, ndr], con cui anche noi come Racinema01 abbiamo un accordo, informandola che in caso di violazione noi avremmo interrotto per gli anni a venire qualsiasi tipo di accordo e che, comunque sia, tutte le strutture estive a pagamento o a ingresso gratuito, Drive-in o arene, devono essere gestite direttamente dalle direzioni commerciali, poi le direzioni commerciali decideranno se tramite agenzie regionali o meno”*<sup>124</sup>.

<sup>121</sup> Cfr. **doc. 31**, Integrazione, pervenuta in date 23 e 26 giugno 2020, su documentazione inviata in data 11 e 15 maggio 2020 in merito a registrazione riunione ANEC Lombardia.

<sup>122</sup> **Doc. 192**, *Incontro plenario Anec nazionale – Unioni regionali*, Riunione Zoom del 13 maggio 2020, parole del Presidente sezione distributori di ANICA, ospite all'incontro ANEC: *“Non possiamo, noi abbiamo un interesse comune... Lasciamo stare i finanziamenti, le sovvenzioni, noi abbiamo l'interesse di far crescere questo mercato. Non abbiamo due interessi contrastanti. Pertanto il fatto che finalmente... [ndr. Il Presidente ANEC] partecipi all'assemblea dei distributori senza nessuna comunicazione e che tutti i distributori lo accolgano felici di parlare con lui. ... Però lavoriamo insieme e lavoriamo insieme da quando siamo stati eletti, abbiamo stretto un patto di sangue ... perché abbiamo condiviso tutto ...”*.

<sup>123</sup> **Doc. 192**, *Incontro plenario Anec nazionale – Unioni regionali*, Riunione Zoom del 13 maggio 2020, parole del Presidente ANEC.

<sup>124</sup> **Doc. 157**, *ASSEMBLEA SEZIONE DISTRIBUTORI (1)\_03\_06\_2020.mp4*, parole del Presidente della sezione distributori di ANICA.

71. Inoltre, a quanto sopra illustrato si deve aggiungere che, presso la sede di ANICA, è stata reperita una mail del 3 giugno 2020 nella quale sono richiamati anche per il 2020 gli stessi criteri minimali per il rilascio delle licenze alle proiezioni già indicati nella mail inviata da ANICA agli associati in data 12 aprile 2019:

“Caro Associato,

con la presente ti ricordo relativamente al tema *Arene estive ad ingresso gratuito* alcuni requisiti già utilizzati lo scorso anno e sono:

- possibilità per le arene estive ad ingresso gratuito nei comuni di essere dislocate a distanza di minimo 5 km in linea d'area dalla sala cinematografica aperta più vicina;
- programmazione non di film current ma solo di quelli usciti in sala prima del 31 dicembre 2016;
- possibilità di deroga alla suddetta programmazione, per i film italiani usciti in sala fino a giugno 2018, solo se programmati alla presenza dell'autore nell'ambito ad esempio di una retrospettiva;
- proiezioni in formato 2k o superiore;
- promozione all'interno delle arene di *Moviemat*<sup>125</sup>.

72. Come gli anni precedenti, ANEC Lazio, che già ha partecipato agli incontri plenari di ANEC sopra richiamati, si attiva al fine di ostacolare la presenza di arene gratuite nel periodo estivo ed infatti, in una lettera del 4 maggio 2020 indirizzata a Roma Capitale, rileva che con “... La richiesta doverosa che rivolgiamo all'Amministrazione di Roma Capitale, è pertanto, di non creare un sistema fortemente concorrenziale attraverso il finanziamento di Arene ad ingresso gratuito...”<sup>126</sup>.

73. Inoltre, appare di interesse richiamare uno scambio di mail, del 15-16 giugno 2020, che vede coinvolti ANEC Lazio e i referenti per il rilascio di licenze su un'area di Roma, di cui è messa a conoscenza anche ANEC Nazionale, dove si manifesta preoccupazione per il possibile rilascio di licenze ad un'arena gratuita perché violerebbe l'accordo in essere con ANICA<sup>127</sup>.

La stessa ANEC, in una mail del 3 giugno 2020, scoraggia una propria impresa associata, che sta avendo difficoltà a organizzare iniziative per i comuni locali, a organizzare arene gratuite: “il tema della gratuità non può in questo momento essere concepito come una strada per il riavvio del settore. ... Questo non fa bene al mercato... pensare che il prodotto necessario in questo momento alla ripartenza del mercato consolidato sia messo a disposizione gratuito, temo sia di difficile realizzazione...”<sup>128</sup>.

A ciò si aggiunga che ANEC svolge un monitoraggio delle arene in via di allestimento anche al fine di individuare quelle che non rispettano i criteri individuati in seno alle associazioni<sup>129</sup>.

74. Nel contesto della stagione estiva 2020, giova anche richiamare la vicenda che ha visto coinvolta ANEC Lazio e l'emittente Radio Rock, supporter, sin dal 2018, del Piccolo America e che aveva avviato, sin dal dicembre 2019, trattative con ANEC Lazio per la pianificazione di spot pubblicitari

<sup>125</sup> Cfr. doc. 88, mail del 3/6/2020 ore 12:31 “Arene Estive a ingresso gratuito”.

<sup>126</sup> Doc. 437, Lettera da ANEC Lazio emergenza settore cinematografico\_04.05.2020.pdf.

<sup>127</sup> Doc. 285, I CINEMA SOTTO LE STELLE CINEMA UNDER THE STARS EUROMA2 2020.msg.

<sup>128</sup> Doc. 178, Posta di Anec - Associazione Nazionale Esercenti Cinema - Preoccupazioni e problemi per Arene Estive.

<sup>129</sup> Cfr. doc. 170, Posta di Anec - Associazione Nazionale Esercenti Cinema - CONFIDENTIAL.pdf.

per le arene cinema che si sarebbero svolte nell'estate 2020-CineVillage, allora in fase di progettazione<sup>130</sup>.

Dalle evidenze in atti, risulta che ANEC Lazio ha, una volta preso conoscenza della *partnership* con il Piccolo America, cessato, con l'emittente radiofonica, ogni rapporto per la stagione 2020.

Significativo al riguardo è il contenuto di una conversazione intercorsa, in data 2 luglio 2020, tra l'Amministratore Unico di Q S.r.l. e con il Segretario di ANEC Lazio qui di seguito riportato: "*Senti, mi hanno informato i miei che c'è questa vostra partnership con [il Piccolo America] e in questa fase, in questo momento è per noi proprio una pregiudiziale, mi dispiace l'avrei voluto sapere ma capisco che nelle dinamiche di questo momento può non essere stato considerato questo aspetto e comunque ne ho parlato anche con la mia presidenza e assolutamente mi hanno posto un veto assoluto e totale*"<sup>131</sup>.

#### *II.2.5.2. I dinieghi e i vincoli alle arene gratuite*

**75.** La documentazione in atti appare evidenziare un'accentuazione dei dinieghi e dei vincoli richiesti alle arene gratuite per il rilascio delle licenze, almeno fino ad un'attenzione sul tema da parte degli organi di stampa (ai primi di giugno 2020) e all'emanazione del provvedimento cautelare dell'Autorità dell'8 luglio 2020.

**76.** Ad esempio, in una *mail* reperita internamente a RAI, il Direttore di Rai Cinema, che è anche il Presidente della sezione distributori di ANICA, allerta, in data 30 aprile 2020, la sua struttura interna affermando che "*...la prossima estate cinematografica sarà una stagione molto complessa e da gestire con la massima attenzione.*

*Partirà un importante progetto nazionale di cinema all'aperto a pagamento e dovremo vigilare affinché nessun nostro film venga destinato a proiezioni ad ingresso gratuito...*"<sup>132</sup>; in questa prospettiva "*... preoccupa l'accordo con MPLC ... per poi valutare con voi eventuali rischi e successivi interventi.*

*Ci saranno migliaia di soggetti che penseranno a proiezioni all'aperto e non potremmo arrecare danno più grave alla nostra industria che consentire in un momento come questo proiezioni di cinema ad ingresso gratuito*"<sup>133</sup>.

**77.** Rispetto alle stagioni precedenti, le richieste di *film* del Piccolo America rimangono in molti casi senza riscontro<sup>134</sup>.

Inoltre, Warner Bros e Universal invitano esplicitamente Piccolo America a concordare attività con le associazioni per poter accedere al prodotto cinematografico. Universal, infatti, in data 6 maggio 2020, scrive al Piccolo America: "*La ringrazio per la sua mail di richiesta, in questo momento in cui la situazione del nostro settore è drammatica stiamo lavorando con le associazioni degli*

<sup>130</sup> Cfr. **doc. 576**, Q S.r.l., Riscontro a richiesta informazioni pervenuta in data 29 settembre 2020.

<sup>131</sup> Cfr. **doc. 576**, Q S.r.l., Riscontro a richiesta informazioni pervenuta in data 29 settembre 2020.

<sup>132</sup> **Doc. 404**, 59-I\_Estate 2020\_proiezioni all'aperto.msg.

<sup>133</sup> **Doc. 404**, 59-I\_Estate 2020\_proiezioni all'aperto.msg. Anche BIM in una mail indirizzata a vari destinatari tutti esponenti dell'industria afferma che "*... i nostri titoli saranno disponibili come negli anni passati solo per le arene a pagamento, non saranno concessi film a nessuna richiesta gratuita*", **doc. 438**, Piattaforme streaming.pdf.

<sup>134</sup> Cfr. **doc. 23**, Integrazione da parte del Piccolo America istanza di adozione misure cautelari pervenuta in data 15 maggio 2020. V. la richiesta inoltrata dal Piccolo America all'intermediario MPLC, cfr. mail allegata alla documentazione pervenuta in data 15 maggio 2020, mentre PMMOVIES ha in alcuni casi negati i film richiesti e, in ogni caso, ha chiesto di specificare nei moduli di richiesta la distanza dell'arena rispetto al cinema più vicino (cfr. modulo allegato al doc. 23).

*esercenti per cercare una soluzione alternativa alla chiusura dei cinema. Per l'estate che arriva verranno attivate varie arene in tutto il territorio e noi forniremo il prodotto che sarà disponibile al momento. Secondo me dovrebbe cercare di coordinare la sua attività con tutti gli altri esercenti condividendo gli stessi strumenti operativi. Solo in quel modo potremmo fornirle prodotto*<sup>135</sup>. E in termini simili scrive anche Warner Bros: *“La totale chiusura da fine febbraio/inizio marzo delle sale cinematografiche, in esecuzione dei provvedimenti governativi per il contenimento del Covid – 19, costituisce un fatto storico senza precedenti che sta mettendo a dura prova l'intera filiera della nostra industria. Warner Bros. è sempre stata in prima linea nel preservare, incentivare e promulgare la cultura del cinema al cinema, stando al fianco degli Esercenti e lavorando a stretto contatto con tutte le Associazioni di Categoria al fine di migliorare il nostro settore. Ci auguriamo che arrivino presto i protocolli di sicurezza per la riapertura delle sale cinematografiche e delle arene in modo tale da agire nel bene di tutti gli operatori. Ovviamente quando avremo più certezze ne discuteremo nel dettaglio. Nel mentre sarebbe auspicabile che Lei prendesse contatti con l'Associazione Regionale degli Esercenti [ovvero ANEC Lazio, ndr] nello spirito di collaborare e agire in sinergia*<sup>136</sup>.

**78.** Per il 2020, in base alle informazioni oggetto di una specifica richiesta di informazioni al Piccolo America, alla data del 29 maggio 2020, a fronte della richiesta di circa 141 liberatorie, il Piccolo America ha ricevuto 75 dinieghi, 41 senza riscontro e 26 riposte positive di cui solo per 10 opere è stato perfezionato il contratto di autorizzazione; le restanti *“16 opere di cui si ha la disponibilità a proiettare risultano di diversi autori non consentendo una corretta e idonea programmazione coerente con la finalità dell'iniziativa, anche dal punto di vista educativo a cui il progetto ha ambito sin dalla sua ideazione*<sup>137</sup>. Ad esempio, stante i dinieghi ricevuti, il Piccolo America ha avuto difficoltà persino a organizzare retrospettive su registi come Alfred Hitchcock e Billy Wilder.

**79.** Inoltre, la documentazione in atti, smentisce che, in alcuni casi eclatanti, il silenzio a fronte delle richieste del Piccolo America, fosse dovuto a difficoltà di gestire le richieste a causa del Covid. Infatti, a fronte della *mail* del 13 maggio 2020 indirizzata a una primaria casa di distribuzione avente a oggetto il permesso di proiettare alcuni film nelle arene in via di definizione, il Direttore (nonché Presidente di ANICA Sezione Distributori), in data 15 maggio 2021, pur ammettendo che si tratta di

<sup>135</sup> In **doc. 22**, Istanza di adozione di misure cautelari del Piccolo America pervenuta in data 11 maggio 2020; lo stesso documento è anche presente in **doc. 464**, *FW\_ \_EXTERNAL\_ Richiesta autorizzazione a proiettare \_Il Cinema in Piazza 2020\_ .msg* rinvenuto presso la sede di Universal e in **doc. 569**, Informazioni pervenute dal Piccolo America in data 10 settembre 2020. Sul punto vedi anche **doc. 465**, *RE Call di ieri.msg*, rinvenuto presso la sede di Universal, nel quale, in una mail del 20 maggio 2020, viene osservato che *“Un punto di domanda da risolvere sono le arene che potrebbero andare in conflitto con la riapertura di cinema al chiuso, ci siamo detti che ci adopereremo affinché la questione la risolva l'ANEC al suo interno”*; nello stesso senso, vedi anche **doc. 469**, *RE\_ \_EXTERNAL\_ drive in.msg* e **doc. 470**, *RE\_ \_EXTERNAL\_ Fwd\_ INFORMAZIONI VOSTRO LISTINO RIAPERTURA SALE.msg*, contenente una mail del 1° giugno 2020 indirizzata a un agente regionale.

<sup>136</sup> Cfr. **doc. 23**, Integrazione da parte del Piccolo America istanza di adozione misure cautelari pervenuta in data 15 maggio 2020. Lo stesso documento è anche presente nel **doc. 569**, Informazioni pervenute dal Piccolo America in data 10 settembre 2020. Cfr. anche **doc. 496**, Piccolo America, Informazioni aggiuntive con allegati file audio, nel quale sono presenti le registrazioni di telefonate intercorse tra il Piccolo America e distributori che confermano l'esistenza di accordi tra distribuzione ed esercenti per il rilascio delle licenze alle arene gratuite sia per il 2019 che per il 2020, accordi volti a tutelare l'esercente dalla concorrenza derivanti dalle arene.

<sup>137</sup> In **doc. 28**, Informazioni pervenute in data 26 maggio 2020 da parte del Piccolo America a riscontro della richiesta di informazioni.

film “vecchi e non dovremmo avere problemi”, indica esplicitamente al referente interno di “Non rispondere”<sup>138</sup> al Piccolo America.

Parimenti, anche il “silenzio” adottato da un’altra casa di distribuzione non appare legato a difficoltà gestionali derivanti dal Covid, bensì appare una precisa strategia: “...al momento per qualsiasi richiesta ci arrivi dalle arene per sapere i film che avremo a disposizione la risposta dovrebbe essere che gli faremo sapere al più presto...”<sup>139</sup>.

**80.** L’associazione Insensi ha affermato che nel 2020, “la situazione è stata ancora più difficile tanto che in molti casi non abbiamo nemmeno ricevuto risposte alle nostre richieste ed in altri ci sono stati negati anche film che oramai avevano terminato il loro periodo di sfruttamento commerciale in sale e arene a pagamento”; al riguardo, è emblematica la comunicazione di Academy Two: “Quest’anno abbiamo aderito alle linee guida suggerite dall’ANICA, noi come altre distribuzioni. Per supportare i cinema in difficoltà, che rischiano di chiudere, acconsentiremo alle proiezioni di nostri titoli in arene ufficiali di esercenti (dunque a non proiezioni in piazze) e sempre e solo dietro pagamento di un biglietto d’ingresso”<sup>140</sup>.

**81.** Le restrizioni per il rilascio di film alle arene gratuite sono esplicitamente affermate anche nei confronti dell’associazione Laboratorio di Quartiere Giambellino-Lorenteggio, attiva a Milano alla quale in data 23 giugno 2020 il Responsabile di zona di una primaria casa di distribuzione, risponde che “... nella politica commerciale che 01 attua nei riguardi delle arene ad ingresso gratuito, a cui sempre mette disposizione titoli non delle ultime stagioni cinematografiche e per il 2020 film usciti nelle sale sino a gennaio 2018.

Eventuali deroghe vengono concesse in caso di retrospettive, di presenza in sala del regista o di proiezioni in località ove non esistono sale cinematografiche o arene a pagamento attive...”<sup>141</sup>.

Nella stessa prospettiva, il direttore di questa primaria casa di distribuzione (nonché Presidente della sezione dei distributori di ANICA) dà indicazioni interne, in data 10 giugno 2020, per sbloccare il rilascio dei film all’associazione La Guarimba solo e nella misura in cui ad Amantea “non ci sono arene a pagamento”<sup>142</sup> e, dopo un ulteriore sollecito, anche alcuni film per il Piccolo America<sup>143</sup>;

<sup>138</sup> **Doc. 341**, 13-Fwd\_Richiesta autorizzazione a proiettare \_Il Cinema in Piazza 2020\_ - 01.msg.

<sup>139</sup> **Doc. 458**, Disponibilità ns film per il mercato.msg, mail interna a Universal del 17 maggio 2020.

<sup>140</sup> In **doc. 546**, Istanza di intervento di Insensi pervenuta in data 5 agosto 2020, contenente mail di Academy Two dell’8 giugno 2020.

<sup>141</sup> **Doc. 342**, 14-R\_I\_R\_Liberatorie Scendi c’è il Cinema.msg. E’ di interesse notare che l’Associazione Giambellino, in una mail successiva, ribadisce che “...in realtà in realtà molto è cambiato nella vostra politica commerciale e siamo molto dispiaciuti. ... Le arene estive a pagamento di Milano, molto lontane dal nostro quartiere, e i Cinema più prossimi (Mexico e Ducale) vedono come positiva la nostra proposta che non toglie pubblico ma anzi favorisce una consapevolezza da parte degli abitanti del nostro quartiere popolare e incentiva le famiglie ad andare al Cinema.

Un cambio di politica da parte vostra è chiaro, basta guardare le nostre programmazioni passate nelle quali abbiamo sempre proiettato film Rai anche recenti senza problemi, film contemporaneamente anche presenti nelle arene estive a pagamento tra l’altro (dal vostro catalogo ad esempio La pazza gioia nella rassegna del 2017, il Capitale Umano 2016, Taxi Teheran 2016, Ella e John approvato fuori tempo massimo quando la programmazione era già chiusa ma autorizzato nel 2018), **doc. 352**, 03-Fwd\_I\_R\_Liberatorie Scendi c’è il Cinema.msg.

<sup>142</sup> **Doc. 344**, 18-Re\_R\_Richiesta Preventivo Proiezione.msg.

<sup>143</sup> **Doc. 345**, 19-Re\_R\_Richiesta Preventivo Proiezione.msg. cfr. anche **doc. 355**, 06-Re\_R\_Richiesta autorizzazione a proiettare \_Il Cinema in Piazza 2020\_ - 01.msg, nel quale RAI Cinema concede la libertaoria al Piccolo America solo nella misura in cui solo con “deroga su presenza degli autori. Chiedi specifica in tal senso e chi sarà presente”, trattandosi di film successivi a gennaio 2018.

si noti che questa liberatoria avviene solo dopo che il Piccolo America ha denunciato le difficoltà di reperire film e sono apparsi articoli di stampa al riguardo<sup>144</sup>.

**82.** Ancora più esplicito e tassativo è quanto si rinviene in uno scambio di mail tra Emme Cinematografica e una referente dell'Istituto Luce che rileva un atteggiamento di tendenziale diniego da parte delle case di distribuzione nei confronti delle arene, pienamente confermato da Emme Cinematografica: "... i miei non forniranno diritti per arene ad ingresso libero..." "...nulla di nessun anno..." "...vale per tutti e non solo per Roma, anzi a Roma come al solito [il Piccolo America, ndr] ha vinto ma altrove non me li fanno dare..."<sup>145</sup>.

Anche BIM Distribuzione afferma che "quest'anno in particolare... Le proiezioni dove non è previsto pubblico pagante solitamente non vengono concesse"<sup>146</sup> e solo in via eccezionale viene autorizzata la proiezione di un film all'arena della Cervelletta del Piccolo America.

Per contro, Emme Cinematografica applica tutt'altro trattamento alle proiezioni a pagamento e riferendosi ad un'arena a Foligno risponde "... trattandosi di arene commerciale hai tutte le porte aperte, infatti i blocchi e divieti sono per le arene a ingresso libero"<sup>147</sup>.

#### II.2.5.3. Il Progetto Movement Village

**83.** Le evidenze sopra descritte si inseriscono in un contesto in cui, per la stagione 2020, ANICA, ANEC e altri enti pubblici e privati hanno ideato il progetto *Movement Village*, volto a sviluppare arene all'aperto su tutto il territorio nazionale<sup>148</sup>.

In particolare, l'iniziativa è definita dal Presidente ANICA, in una comunicazione interna ai propri associati, come un "progetto nazionale di rilancio del cinema ideato da ANEC e ANICA Distributori e produttori, sostenute dall'Accademia del Cinema Italiano – Premi David di Donatello, DG Cinema e Audiovisivo MIBACT e ANCI... Si tratta di un'iniziativa che prevede l'apertura di arene e drive – in mirando ad attivare una rete nazionale di cinema all'aperto, come primo passo verso il ritorno al consumo del cinema sul grande schermo..."<sup>149</sup>.

<sup>144</sup> Cfr. **doc. 26**, contenente articoli di stampa in materia. Cfr. anche, a titolo esemplificativo, **doc. 357 e ss.**, 08-Fwd\_Proposta per risoluzione - Cinema America\_Milano\_Calabria e FurgonCinema.msg, contenente uno scambio di mail del 16 giugno 2020 tra il Piccolo America, esponenti degli autori e attori, esponenti di ANICA e delle società di distribuzione; in queste mail, il Piccolo America, dopo avere riassunto la trattativa con l'industria degli anni precedenti che non ha dato esiti positivi, ribadisce di essere venuto incontro a tutte le richieste fatte dall'industria (riduzione delle serate, proiezioni di spot *movement*, unico spettacolo serale ecc...), e malgrado questo, di non riuscire ad operare. A fronte della risonanza della protesta, diversi autori si schierano con il Piccolo America e auspicano che vengano rilasciati i film alle arene gratuite "... sono storicamente, da Massenzio in poi, uno strumento potente di diffusione della passione per il cinema visto in sala" in **doc. 364**, 16-L\_Proposta per risoluzione - Cinema America\_Milano\_Calabria e FurgonCinema.msg; per la difesa delle arene gratuite da parte di importanti esponenti del mondo del cinema cfr. anche **doc. 409**, 64-Fwd\_Gian Antonio Stella\_Corriere\_La crociata per fermare il cinema (gratis) all'aperto.msg. Sulla materia v. anche **doc. 101**, Proposta per risoluzione - Cinema America\_Milano\_Calabria e FurgonCinema.msg.

<sup>145</sup> Si tratta di tre distinte mail del 9 giugno 2020, tutte in **doc. 444**, Re arene gratuite.eml. In termini simili, cfr. anche **doc. 453**, Re richiesta film.eml.

<sup>146</sup> **Doc. 448**, Re 1 Richiesta autorizzazione - Il Cinema in Piazza 2020.eml. Per dinieghi a delle licenze per le proiezioni gratuite v. anche, a titolo esemplificativo, in **doc. 566**, Informazioni pervenute da Cinemusica Nova in data 9 settembre 2020, spec. mail del 1° luglio 2020 ivi contenuta.

<sup>147</sup> **Doc. 451**, Re Nuove uscite e programmazione arena.eml.

<sup>148</sup> Cfr. comunicato stampa del 3 maggio 2020 pubblicato sul sito MIBACT, Direzione Generale Cinema: "MOVEMENT VILLAGE: CINEMA ALL'APERTO PER L'ESTATE 2020".

<sup>149</sup> **Doc. 99**, dal Presidente - Comunicazione agli Associati.msg, mail del 29 aprile 2020. Sulla presentazione del progetto *Movement Village*, cfr. anche **doc. 107**, FW\_Movement Village.msg, **doc. 117**, Promemoria.msg, del 28 aprile 2020.

In particolare, *Movement Village*, secondo quanto affermato da ANICA, “*si poneva l’obiettivo di mantenere vivo il rapporto con il pubblico attraverso l’apertura di cinema all’aperto, sia sotto forma di arene che di drive-in, a seconda degli spazi disponibili, con un prezzo del biglietto contenuto (anche tramite convenzioni o formule di abbonamento). Le arene cinematografiche avrebbero dovuto essere aperte da giugno a settembre 2020, mentre i drive-in avrebbero potuto estendere la loro attività anche nei mesi successivi*”<sup>150</sup>.

**84.** Più in particolare, ANEC sottolinea che “*. a fronte della chiusura dei cinema sull’intero territorio nazionale e dell’assoluta incertezza sull’uscita in sala dei titoli, causate dall’emergenza COVID-19, ha associato il brand di Movement al concetto di villaggio, pensando ad uno spazio all’aperto in cui accogliere non solo arene cinematografiche, ma anche aree di ristoro e di intrattenimento. L’organizzazione delle arene sarebbe spettata alle imprese sul territorio, che nella loro piena autonomia avrebbero organizzato, allestito e gestito gli spazi all’aperto, definendone altresì ogni modalità di accesso*”<sup>151</sup>.

**85.** Inoltre, ANEC, nel corso dell’incontro plenario ANEC nazionale – Unioni regionali svoltosi in data 24 aprile 2020, prospetta il Progetto Movement ai propri associati.

È di interesse sottolineare che in questa riunione, l’ANEC rileva di aver “*... deciso di provare a mettere un po’ d’ordine*”<sup>152</sup> e viene prospettato il progetto Movement Village che vorrebbe replicare su tutto il territorio nazionale il modello dell’arena CineVillage Parco Talenti sviluppata da ANEC Lazio.

In particolare, il Direttore Generale ANEC così si esprime sul progetto “*...dove all’interno dopo ci saranno, volendo, inserite tutta quella che è l’imprenditoria dell’esercizio cinematografico, quindi, se tu fai un drive-in e sei un esercente cinematografico ti riconduci a quello che è diciamo il percorso ufficiale di ANEC, affiancato da ANICA, affiancato da Accademia David di Donatello, affiancato dal Mibact, patrocinato dall’ANCI, quindi un pacchetto istituzionale sotto il cui cappello stiano tutte quelle che sono le attività estive. Questo modello va a prendere, ... quello che è stato un po’ l’anno scorso l’esperienza vincente del Lazio, di Roma con il modello del cinevillage...*”<sup>153</sup>.

**86.** Il modello CineVillage è quindi descritto, sempre nell’incontro plenario ANEC del 24 aprile 2020, dall’associato ANEC Lazio ivi presente. In particolare, l’esponente ANEC Lazio racconta come il CineVillage Parco Talenti sia, a sua volta, il frutto dell’esperienza maturata in molti anni con l’arena di Piazza Vittorio; non essendo agibile questa area, ANEC Lazio ha cercato una nuova area, volutamente in zona periferica. Il quartiere Talenti è ad elevata densità abitativa ed è caratterizzato dalla presenza di molti giovani e famiglie. L’esponente ANEC Lazio sottolinea l’obiettivo di offrire un pacchetto di attrattive e servizi (eventi *live*, cinema, *food and drinks*). L’iniziativa ha avuto grande successo, con oltre circa 25.000 presenze paganti e altre 14-15.000 persone che comunque hanno visitato l’area, consumando e portando quindi un flusso di entrate. L’esponente ANEC Lazio rileva che l’organizzazione è stata fatta dall’Associazione ma è consapevole che le altre sezioni territoriali possano non avere la stessa esperienza ed è per questo che la possibilità per gli esercenti di inserirsi in questa nuova rete di *Movement Village*, avendo

<sup>150</sup> Doc. 603, Informazioni pervenute da ANICA in data 19 marzo 2021.

<sup>151</sup> V. doc. 611, Informazioni pervenute da ANEC in data 12 aprile 2021.

<sup>152</sup> Doc. 188, Riunione Zoom del 24 aprile 2020, parole del Presidente di ANEC.

<sup>153</sup> Doc. 188, Riunione Zoom del 24 aprile 2020, parole del Direttore Generale ANEC.

anche l'appoggio di ANICA. L'esponente di ANEC Lazio è fiducioso che il progetto possa contribuire a creare dalle cinquanta alle settanta arene, trovando anche un grande *sponsor* nazionale di supporto<sup>154</sup>.

**87.** ANEC Lazio, come già nel 2019, anche nel 2020, ha organizzato l'arena a pagamento CineVillage Parco Talenti, avvalendosi del marchio *Movement Village*<sup>155</sup>.

#### *II.2.6. Il prosieguo della stagione 2020 e la stagione 2021*

**88.** Dopo l'emanazione del provvedimento cautelare dell'Autorità, le difficoltà delle arene gratuite a reperire il prodotto cinematografico appaiono significativamente ridursi<sup>156</sup>.

In particolare con riferimento alle stagioni 2020, dopo l'emanazione del provvedimento cautelare, e 2021 risulta un allentamento delle difficoltà, pur registrandosi casi di diniego soprattutto per film più recenti e relativamente ai quali, allo stato, non emerge un coinvolgimento delle associazioni di categoria<sup>157</sup>.

**89.** ANICA, insieme con ANEC e altri enti, è stata coinvolta nella campagna per la ripartenza e il rilancio del cinema in sala #SOLOALCINEMA, ovvero un progetto di comunicazione che mira a far ripartire il settore dopo la crisi pandemica<sup>158</sup>.

ANEC Lazio ha organizzato, nel 2021, l'Arena "*Notti di Cinema a Piazza Vittorio*" (dal 30 luglio 2021 al 12 settembre 2021), nonché "*I grandi Festival: Cannes, Locarno e Venezia a Roma 2021*" (dal 16 al 26 settembre 2021).

L'arena a Piazza Vittorio ha avuto il sostegno economico-finanziario (nell'ambito di Avvisi Pubblici) da parte della Regione Lazio e Roma Capitale e ha ricevuto contributi pubblici per oltre € 80.000; il costo del reperimento dei *film* è stato pari a circa € [1-50.000]<sup>159</sup>.

ANEC Lazio ha anche organizzato, attraverso la società controllata al 100% AGIS Lazio S.r.l. l'Arena "CineVillage Talenti 2021", dall'11 giugno 2021 al 6 settembre 2021, con il contributo di Roma Capitale e con il sostegno di Regione Lazio. L'Arena CineVillage Talenti ha beneficiato di contributi pubblici superiori ai € 100.000 e ha sostenuto un costo per noleggiare film pari a circa € [1-50.000].

<sup>154</sup> **Doc. 188.** Riunione Zoom del 24 aprile 2020, parole associate ANEC Lazio.

<sup>155</sup> **Doc. 610.** Informazioni pervenute da ANEC Lazio in data 12 aprile 2021.

<sup>156</sup> Cfr. a titolo esemplificativo, **doc. 547**, Istanza di intervento di La Guarimba pervenuta in data 8 agosto 2020; **doc. 566**, Informazioni pervenute da Cinemusica Nova in data 9 settembre 2020; **doc. 567**, Informazioni pervenute da Insieme per Balduina in data 10 settembre 2020; **doc. 569**, Informazioni pervenute dal Piccolo America in data 10 settembre 2020.

<sup>157</sup> Cfr. **doc. 626**, Informazioni pervenute da Insieme per Balduina in data 27 settembre 2021; **doc. 627**, Informazioni pervenute da Aristoria in data 30 settembre 2021, che organizza la manifestazione Furgoncinema; **doc. 628**, Informazioni pervenute da Cinemusica Nova in data 1° ottobre 2021; **doc. 630**, Informazioni pervenute da Piccolo America in data 1° ottobre 2021.

<sup>158</sup> Cfr. **doc. 644**, Informazioni pervenute da ANICA in data 13 ottobre 2021.

<sup>159</sup> Cfr. **doc. 646**, Informazioni pervenute da ANEC Lazio in data 20 ottobre 2021.

### III. LA POSIZIONE DELLE PARTI

#### III.1. Gli intervenienti

90. Tutti i soggetti denunciati e i successivi intervenienti hanno ribadito, nel corso del procedimento, le crescenti difficoltà, culminate nella stagione 2020, nel reperire il prodotto cinematografico – *input* necessario per lo svolgimento della loro attività<sup>160</sup>.

In particolare, oltre i segnalanti originari, anche le associazioni intervenienti Insemi, La Guarimba e Aristoria hanno tutte motivato l'istanza di intervento al procedimento prospettando l'intensificarsi di ostacoli per ottenere le licenze sulle opere cinematografiche da proiettare nell'ambito della programmazione delle arene estive<sup>161</sup>.

Queste associazioni perseguono l'obiettivo principale di raggiungere anche un pubblico che altrimenti non usufruirebbe dell'opera cinematografica, stante le specifiche caratteristiche del territorio o della domanda cui si rivolgono<sup>162</sup>; in particolare, La Guarimba è attiva sin dal 2012 ed è particolarmente presente in aree in cui non sono presenti esercenti al chiuso, quantomeno nel raggio di un'area di circa un'ora di macchina<sup>163</sup>.

91. Inoltre, nelle memorie conclusive depositate in data 27 gennaio 2022, gli intervenienti Insieme per Balduina, La Guarimba, Piccolo America, Laboratorio di Quartiere Giambellino-Lorenteggio, Cinemusica Nova hanno condiviso l'impianto della comunicazione delle risultanze istruttorie (CRI) e prospettato quanto segue<sup>164</sup>.

In primo luogo, Insieme per Balduina e La Guarimba<sup>165</sup> hanno ribadito il fatto che le arene a titolo gratuito operano secondo criteri di economicità e si approvvigionano dei film oggetto di proiezione alla stregua delle arene a pagamento, degli esercenti tradizionali, contribuendo all'offerta della proiezione di opere cinematografiche per il consumatore finale. Gli intervenienti ritengono pienamente applicabile al caso di specie la normativa *antitrust* e condividono la ricostruzione del mercato rilevante prospettata nella CRI<sup>166</sup>.

Nel merito delle condotte, gli intervenienti affermano l'incessante azione di boicottaggio di modo che le arene si allineino "... alla modalità di gestione portata avanti dall'ANEC Lazio con le sue arene estive (prima Piazza Vittorio poi Movement Village a Talenti), fino a trasformare le stesse in arene a pagamento, ovvero permettendo il proliferare e l'organizzazione di eventi solamente riconducibili alle associazioni di categoria o ad alcuni distributori associati..."<sup>167</sup>.

<sup>160</sup> V. per tutti, le rispettive denunce e il verbale audizione del 3 luglio 2020 innanzi al Collegio, **doc. 520**.

<sup>161</sup> Cfr. i **docc. 546, 547 e 549**, nonché a titolo esemplificativo le ulteriori informazioni pervenute da Aristoria in data 16 marzo 2021, in **doc. 602**.

<sup>162</sup> Cfr. La Guarimba, Informazioni pervenute in data 5 marzo 2021, **doc. 599**.

<sup>163</sup> Cfr. La Guarimba, Informazioni pervenute in data 5 marzo 2021, **doc. 599**.

<sup>164</sup> Cfr. La Guarimba e Insieme per Balduina, Memoria finale pervenuta in data 27 gennaio 2022, **doc. 723**, e Cinemusica Nova, Piccolo America e Laboratorio di Quartiere Giambellino-Lorenteggio, Memoria finale pervenuta in data 27 gennaio 2022, **doc. 724**.

<sup>165</sup> Cfr. La Guarimba e Insieme per Balduina, Memoria finale pervenuta in data 27 gennaio 2022, **doc. 723**.

<sup>166</sup> Sull'applicazione della normativa *antitrust* alle arene a titolo gratuito cfr. anche la posizione degli intervenienti in **doc. 776**, Verbale dell'audizione finale del 14 febbraio 2022.

<sup>167</sup> Cfr. La Guarimba e Insieme per Balduina, Memoria finale pervenuta in data 27 gennaio 2022, **doc. 723** e cfr. anche Cinemusica Nova, Piccolo America e Laboratorio di Quartiere Giambellino-Lorenteggio, Memoria finale pervenuta in data 27 gennaio 2022, **doc. 724**.

92. Gli intervenienti hanno tuttavia rilevato un significativo ridimensionamento delle difficoltà di approvvigionarsi delle licenze per la proiezione dei *film* a seguito del provvedimento cautelare dell’Autorità. Insieme per Balduina, infatti, rileva che “... prima dell’emissione del provvedimento cautelare nell’anno 2020, l’associazione Insieme per Balduina ha visto fortemente limitata la propria capacità di accedere ai diritti di opere, anche particolarmente datate nel tempo, non solo recenti. Il provvedimento cautelare ha così costituito quindi lo spartiacque per un cambio totale di atteggiamento rispetto alla concessione dei diritti alle arene a titolo gratuito, salvo comunque mantenere un perenne e tendenziale aumento dei costi di noleggio in proporzione al numero degli spettatori per cui veniva richiesta la proiezione”<sup>168</sup>.

### III.2. Le associazioni Anica, Anec e Anec Lazio

93. Le difese delle associazioni ANICA, ANEC e ANEC Lazio sono state sviluppate sia nell’ambito del *sub* procedimento cautelare<sup>169</sup>, sia nel procedimento di merito a seguito dell’invio alle Parti della CRI<sup>170</sup>, nonché nel corso dell’audizione finale<sup>171</sup>.

Qui di seguito prima vengono illustrate alcune argomentazioni comuni a tutte e tre le Associazioni per poi soffermarsi sulle difese specifiche di ANICA, ANEC e ANEC Lazio.

94. In via preliminare, in tutti gli atti difensivi, tutte le Associazioni hanno eccepito che le arene gratuite non costituiscono una componente dei mercati della distribuzione cinematografica<sup>172</sup>, non offrendo la proiezione dei *film* dietro pagamento del biglietto di ingresso. Secondo questa impostazione le arene gratuite svolgerebbero per lo più attività sociali e, quindi, non rientrerebbero nell’ambito di applicazione della normativa *antitrust*<sup>173</sup>.

In particolare, le arene a titolo gratuito non costituirebbero enti che agiscono in conformità del principio di economicità della gestione e non sarebbero pertanto qualificabili come imprese. In ogni caso, nel corso del procedimento, non si sarebbe svolta un’adeguata istruttoria per verificare la contabilità di questi soggetti<sup>174</sup>.

95. Inoltre, secondo ANICA, ANEC e ANEC Lazio, le arene gratuite sarebbero dei “*concorrenti sleali*” degli esercenti cinema, perché beneficerebbero dei finanziamenti pubblici e non amplierebbero l’offerta cinematografica, sottraendo, attraverso un meccanismo distorsivo della concorrenza, clientela agli esercenti.

<sup>168</sup> Cfr. La Guarimba e Insieme per Balduina, Memoria finale pervenuta in data 27 gennaio 2022, **doc. 723**. Anche la Guarimba ha confermato i benefici nello svolgimento della propria attività a seguito del provvedimento cautelare dell’Autorità.

<sup>169</sup> Cfr. Memoria ANICA (**doc. 513**), memoria ANEC (**doc. 514**), Memoria ANEC Lazio (**doc. 508**).

<sup>170</sup> Cfr. ANICA, Memoria finale (**doc. 726**); ANEC, Memoria finale (**doc. 725**); ANEC Lazio, Memoria finale (**doc. 730**), tutte pervenute in data 27 gennaio 2022.

<sup>171</sup> Cfr. **doc. 776**, Verbale dell’audizione finale del 14 febbraio 2022.

<sup>172</sup> A tal fine, ANEC Lazio, nelle proprie difese, osserva che le relazioni annuali dell’Autorità ai sensi dell’articolo 31, comma 4 della legge n. 220/2016 non si soffermano sulle arene gratuite, pur approfondendo i mercati rilevanti relativi alla distribuzione cinematografica. Su questa tesi difensiva cfr. diffusamente anche ANICA, Memoria finale (**doc. 726**).

<sup>173</sup> Cfr. a titolo esemplificativo la posizione di ANICA esposta sia nella memoria che in sede di audizione innanzi al Collegio del 3 luglio 2020: “*l’erogazione gratuita delle proiezioni le colloca ... nell’ambito di fenomeni di promozione del sociale, che davvero nulla hanno con il mercato e con l’impresa*” (doc. 520).

<sup>174</sup> Spec. ANICA, Memoria finale (**doc. 726**) che a supporto della non applicabilità della normativa *antitrust* al caso di specie richiama, tra l’altro, Corte di Giustizia UE sentenza dell’11 giugno 2020 (Cause riunite C-262/18 P and C-271/18 P, *Commissione europea c Dôvera zdravotná poisťovňa & Union zdravotná poisťovňa*).

Le arene a titolo gratuito e, in particolare, il Piccolo America beneficerebbero, quindi, di aiuti di stato illegali ai sensi degli articoli 107 e 108 TFUE e ciò inficerebbe la fondatezza delle contestazioni dell'Autorità nei confronti dell'intesa qui contestata, in quanto le indicazioni rivolte agli associati erano volte ad arginare comportamenti illegittimi delle arene.

L'ANEC insiste che ove "... l'Autorità avesse dubbi al riguardo, ANEC fa formale istanza affinché della questione sia investita la Commissione UE, ai sensi dell'art. 11, par. 5, del regolamento CE n. 1/2003"<sup>175</sup>.

Avendo erroneamente qualificato le arene a titolo gratuito come imprese, l'Autorità avrebbe offerto una ricostruzione del mercato rilevante del tutto erronea – rientrando nel mercato rilevante solo la proiezione di opere cinematografiche con ingresso a pagamento – e comunque viziata da una carenza istruttoria<sup>176</sup>.

**96.** Nel merito della contestazione, le Associazioni negano di avere orientato l'attività dei propri associati e di essersi, invece, limitate ad esprimere un legittimo dissenso verso le arene gratuite e avere intrapreso legittime azioni di pressione verso i pubblici poteri. Inoltre, sarebbe privo di pregio, ai giorni attuali, il richiamo della documentazione risalente al 2018.

**97.** Più nel dettaglio, ANICA, dopo aver contestato la valenza probatoria della Nota Congiunta ANICA-ANEC del 2018, afferma che, per l'anno 2019, "...i documenti richiamati dagli Uffici provano solo che ANICA, nella primavera del 2019, nella nota comunicazione agli associati, ha solo espresso un consenso politico per i criteri di differenziazione prospettati nel dialogo con il Comune di Roma, con ciò svolgendo solo un'attività di mediazione per favorire una coesistenza e differenziazione fra gli esercenti spazi a pagamento e P.Am. (che era implicitamente riconosciuto come esponente delle arene gratuite); il contenuto della comunicazione non è certo quello di una direttiva vincolante rivolta agli associati, bensì quello dell'informazione su un'ipotesi condivisa di soluzione del problema della coesistenza fra esercizi a pagamento e arene gratuite che lasciava comunque assoluta libertà agli operatori di assumere le proprie decisioni e strategie distributive.... Del resto, per quanto riguarda direttamente ANICA, l'unica presa di posizione ufficiale – che l'associazione ha dovuto revocare, in ottemperanza al provvedimento cautelare – è proprio quella del 12 aprile 2019, con cui – giova ribadire – si manifesta adesione ad alcuni criteri di differenziazione dell'offerta delle arene gratuite – in termini di distanziamento e di finestre temporali – rispetto agli esercizi a pagamento. Vi è da dire, peraltro, che i predetti criteri sono stati stabiliti dal Comune di Roma..."<sup>177</sup>.

Per quanto riguarda, poi, la stagione 2020 "non ci sono stati atti delle associazioni, e di ANICA in particolare: il documento ANICA del 3 giugno 2020 è solo una mail interna tra i dipendenti dell'associazione che richiama semplicemente la presa di posizione dell'anno precedente e che solo per un travisamento dei fatti compiuto dagli Uffici viene definita come "circolare". In ogni caso, il punto cruciale è costituito dal fatto che auspicare una certa regolazione di un settore di attività, qual è quello delle arene gratuite estive, non significa certo impedire l'attività. L'auspicio di certe forme di regolazione, in un settore tradizionalmente regolamentato, fa parte delle attività proprie (e doverose) delle associazioni di categoria. Impedire questa attività – come sembrerebbe volere la

<sup>175</sup> ANEC, Memoria finale (doc. 725).

<sup>176</sup> Cfr. ANICA, Memoria finale (doc. 726), ANEC, Memoria finale (doc. 725) ANEC Lazio, Memoria finale (doc. 730).

<sup>177</sup> Cfr. ANICA, Memoria finale (doc. 726).

*CRI – significa ledere i diritti, anche costituzionalmente garantiti, delle associazioni di categoria imprenditoriali. In conclusione, l'aver qualificato come boicottaggio illecito una presa di posizione, riguardante soluzioni regolatorie per l'esercizio delle attività delle arene a pagamento, comporta non solo travisamento dei fatti, ma anche lesione dei diritti delle associazioni di categoria”* <sup>178</sup>.

**98.** Inoltre, le Associazioni affermano che i dinieghi delle case di distribuzione sarebbero frutto di scelte economiche razionali<sup>179</sup> e che le associazioni sopra richiamate non avrebbero comunque la forza di orientare le strategie commerciali di gruppi internazionali.

In particolare, ANICA allega alla memoria finale alcune dichiarazioni dei propri associati inviate all'Associazione a seguito dell'emanazione del provvedimento cautelare dell'Autorità, dichiarazioni nelle quali le imprese di distribuzione affermerebbero di avere sempre definito la propria strategia commerciale autonomamente<sup>180</sup>.

**99.** Inoltre, le Associazioni negano che le arene a titolo gratuito abbiano riscontrato difficoltà a reperire il prodotto cinematografico, o comunque tali criticità non sarebbero diverse da quelle riscontrate dagli esercenti cinematografici tradizionali, soprattutto nel momento di crisi dovuto all'emergenza COVID-19.

In altri termini, le Associazioni sottolineano la necessità di ridimensionare la valenza anticoncorrenziale della fattispecie in esame, posto che le arene gratuite dei denunciati continuano ad essere attive e i fatti contestati riguarderebbero sostanzialmente la sola città metropolitana di Roma; quanto prospettato dimostrerebbe l'assenza di effetti restrittivi della concorrenza derivanti dall'intesa erroneamente contestata<sup>181</sup>.

#### **ANICA**

**100.** ANICA – prima nel corso dell'audizione in data 8 novembre 2021, successivamente nella memoria finale del 27 gennaio 2022 e, infine, nel corso dell'audizione del 14 febbraio 2022 – ha evidenziato l'adozione di un nuovo statuto con conseguenti riassetti organizzativi e il ruolo cruciale che l'Associazione svolge nell'industria cinematografica italiana<sup>182</sup>.

In questo contesto, ANICA afferma di avere adottato in data 12 gennaio 2022, il Codice di Condotta Antitrust e che l'adozione del Regolamento di Adesione è prevista nel mese di febbraio 2022<sup>183</sup>.

**101.** In particolare, il Codice di Condotta *“richiama tutti i soggetti destinatari, dipendenti/collaboratori ANICA e imprese associate o aderenti, ai loro obblighi sotto il profilo concorrenziale, evidenziando questioni che richiedono particolare attenzione nell'ottica di prevenire rischi di condotte illecite, o comunque suscettibili di essere interpretate come non pienamente conformi, nonché di promuovere attivamente i principi e i valori di una fisiologica dinamica competitiva nella filiera e di una efficace azione di rappresentanza e promozione di essa*

<sup>178</sup> Cfr. ANICA, Memoria finale (**doc. 726**).

<sup>179</sup> Cfr. ANICA, Memoria finale (**doc. 726**).

<sup>180</sup> Cfr. ANICA, Memoria finale (**doc. 726, all. 7**). Al riguardo, giova sottolineare che questa documentazione conferma che ANICA ha fornito indicazioni alle proprie associate se è vero che una primaria casa di distribuzione, nel rivendicare l'autonomia delle proprie scelte, scrive che le *“...eventuali osservazioni di questa Associazione circa l'approccio da tenere nei confronti dei soggetti che gestiscono direttamente o indirettamente le cc.dd. arene estive non sono mai state percepite come cogenti dalla scrivente...”*.

<sup>181</sup> ANICA, Memoria finale (**doc. 726**).

<sup>182</sup> ANICA, Memoria finale (**doc. 726**).

<sup>183</sup> ANICA, Memoria finale (**doc. 726**).

*in tutte le sedi opportune. ... A tal fine, il Codice prevede strumenti dedicati alla prevenzione, alla verifica e al controllo, tra cui la figura di un Responsabile Antitrust interno, che, insieme con un Consulente Legale specializzato, dovrà essere nominato a breve dal Consiglio di Presidenza. ... A tutto ciò si affiancherà un ricco calendario di eventi formativi sulle tematiche antitrust di maggiore interesse per l'Associazione, ai quali saranno invitati a partecipare i dipendenti e collaboratori ANICA e ANICA Servizi, nonché agli esponenti degli associati, in particolare quelli che siedono all'interno di organi dell'Associazione o nelle Unioni, garantendo così in tutte le articolazioni della compagine associativa un solido e aggiornato presidio di legalità antitrust, mediante nozioni generali accompagnate da chiarimenti operativi sulla loro applicazione (sez. 5 del Codice)....”* 184.

**102.** In ogni caso, sul profilo sanzionatorio, ANICA contesta che l'infrazione contestata rivesta i caratteri della gravità. ANICA avrebbe sempre agito in buona fede e sarebbe pertanto assente il profilo soggettivo.

Inoltre, la drammatica crisi che ha colpito il settore cinematografico a causa dell'emergenza Covid-19 dovrebbero indurre l'Autorità a tenere in conto l'eccezionale momento di gravità del settore non irrogando alcuna sanzione o, al più, irrogare una sanzione dal valore simbolico.

Per altro verso, ANICA ribadisce la correttezza di un intervento regolatorio delle attività delle arene a titolo gratuito che sarebbe, quindi, suscettibile dell'esenzione dell'articolo 103, paragrafo 3, TFUE<sup>185</sup>.

Infine, ANICA richiede che *“... la documentazione prodotta agli atti dell'istruttoria consentirà di apprezzare la serietà e l'adeguatezza del programma di compliance di ANICA, elaborato dopo l'avvio dell'istruttoria ma comunque prima della CRI, e del quale si è data comunicazione agli Uffici, salvo poi formalizzarne l'adozione il 12 gennaio u.s...”* 186.

#### **ANEC**

**103.** ANEC innanzitutto si sofferma sulla drammatica crisi che ha colpito il settore a causa dell'emergenza Covid-19 e che ha portato a un crollo delle presenze e degli incassi dall'anno 2020 rispetto al 2019<sup>187</sup>. Al riguardo, l'Autorità erroneamente non terrebbe in considerazione la specificità del contesto di riferimento.

In secondo luogo, ANEC rivendica la propria estraneità alle condotte contestate e afferma l'assenza di elementi probatori che dimostrerebbero il proprio coinvolgimento all'asserita azione di boicottaggio.

In particolare, la lettera congiunta ANICA/ANEC del 2018 si riferirebbe semmai ad ANEC Lazio e da una lettura dei documenti relativi a questa riunione non emerge alcun elemento riferibile ad ANEC.

Il primo documento probatorio che si riferisce anche ad ANEC sarebbe semmai la lettera del 27 giugno 2018 con la quale ANEC, insieme ad altre associazioni esprime solidarietà ad ANEC Lazio, lettera che non potrebbe in alcun modo costituire prova del boicottaggio.

---

<sup>184</sup> ANICA, Memoria finale (**doc. 726**).

<sup>185</sup> ANICA, Memoria finale (**doc. 726**).

<sup>186</sup> ANICA, Memoria finale (**doc. 726**).

<sup>187</sup> ANEC, Memoria finale (**doc. 725**).

ANEC, infatti, non avrebbe mai avversato le arene a titolo gratuito, ritenendola una tipologia di offerta complementare a quella dell'esercizio tradizionale.

Al riguardo, l'Autorità avrebbe supinamente accolto la tesi contraria dei denunciati, senza svolgere alcuna attività istruttoria autonoma e senza utilizzare i propri poteri istruttori per assicurare che i denunciati fornissero informazioni veritiere.

Sulla ricostruzione della fattispecie, ANEC contesta che sussista il pregiudizio al commercio intracomunitario e, anche a voler applicare l'articolo 101 TFUE, rilevarebbe l'esenzione di cui al paragrafo 3 del medesimo articolo.

**104.** Sul profilo sanzionatorio, ANEC afferma che in alcun modo l'infrazione contestata possa considerarsi grave e, in ogni caso, la condotta di ANEC andrebbe circoscritta temporalmente e sul livello di partecipazione e andrebbero applicate le circostanze attenuanti. In ogni caso, ANEC ritiene che vi siano le circostanze per l'applicazione di una sanzione simbolica o comunque nella misura minima di legge.

#### **ANEC Lazio**

**105.** ANEC Lazio, oltre a contestare integralmente la ricostruzione dei fatti contenuta nelle CRI e la forza probatoria della documentazione, si sofferma sul profilo sanzionatorio. In particolare, nel caso di specie, non dovrebbe venire in rilievo sanzione alcuna o semmai, di importo meramente simbolico<sup>188</sup>.

Inoltre, ANEC Lazio afferma la sussistenza di una situazione finanziaria estremamente difficile tali che *“le attuali esposizioni ed impegni finanziaria... porterebbero alla dissoluzione dell'Associazione...”*<sup>189</sup>.

In particolare, ANEC Lazio ha presentato l'istanza di incapacità contributiva, ai sensi dell'articolo 11 della legge n. 689/1981, nonché del paragrafo 31 delle Linee guida dell'Autorità in materia di sanzioni, di riduzione fino al [50-80%]<sup>190</sup>.

### **IV. VALUTAZIONI**

#### ***IV.1. Questioni preliminari***

##### **a) Sull'applicazione della normativa antitrust**

**106.** In via preliminare, appare necessario respingere le argomentazioni difensive delle associazioni ANICA, ANEC e ANEC Lazio che qualificano le arene gratuite come soggetti la cui rilevanza è circoscritta a fenomeni sociali (e non di impresa) e/o come concorrenti sleali in quanto, con i finanziamenti pubblici, distorcerebbero la concorrenza a danno degli esercenti tradizionali. Da questa premessa, le Associazioni giungono alla conclusione che la presente materia è, quindi, sottratta dall'ambito di applicazione della normativa *antitrust*.

**107.** Al riguardo, in primo luogo, appare necessario fugare l'ambiguità su cui poggiano le argomentazioni difensive.

Infatti, secondo la consolidata giurisprudenza europea e nazionale, nel diritto della concorrenza la nozione di impresa abbraccia qualsiasi entità che eserciti un'attività economica, a prescindere dal

<sup>188</sup> ANEC Lazio, Memoria finale (**doc. 730**).

<sup>189</sup> ANEC Lazio, Memoria finale (**doc. 730**).

<sup>190</sup> ANEC Lazio, Istanza di incapacità contributiva, depositata contestualmente alla memoria finale, in **doc. 730**.

suo *status* giuridico e dalle relative modalità di finanziamento. La giurisprudenza adotta, infatti, un'interpretazione funzionale di tale nozione, in base alla quale è impresa qualsiasi soggetto che eserciti un'attività economica, ossia un'attività consistente nell'offrire beni e servizi sul mercato<sup>191</sup>.

**108.** In particolare, nel caso di specie, vale osservare che l'organizzazione di arene estive a ingresso gratuito costituisce, per quel che qui rileva dal punto di vista dell'applicazione della normativa a tutela della concorrenza, un'attività economica finalizzata a soddisfare una esigenza della domanda tipica del periodo estivo, raggiungendo, tra l'altro, anche aree del territorio dove l'offerta cinematografica è assente. Di conseguenza, la circostanza che non sia previsto il pagamento di un corrispettivo monetario da parte del consumatore, il quale riceve quindi gratuitamente il servizio offerto dalle arene, non esclude la loro qualificazione quali imprese ai fini *antitrust*.

Inoltre, a titolo esemplificativo, si evidenzia che Cinemusica Nova e il Piccolo America sono a tutti gli effetti esercenti cinematografici dotati dell'apposita autorizzazione<sup>192</sup>.

**109.** Peraltro, e più in generale, si ricorda che la normativa *antitrust* e, in particolare l'articolo 101 TFUE, come anche l'articolo 2 della legge n. 287/90, trova applicazione con riferimento alle intese poste in essere dalle imprese e/o dalle associazioni di imprese e, diversamente da quanto sostenuto nelle tesi difensive non rileva che i soggetti incisi dalle condotte anticoncorrenziali siano essi stessi imprese.

**110.** Infine, occorre chiarire che, come accertato nel corso del procedimento<sup>193</sup>, gli organizzatori delle arene estive a ingresso gratuito, al pari dei cinema tradizionali e delle arene a pagamento, remunerano le case di distribuzione secondo meccanismi di mercato al fine di ottenere le licenze per le proiezioni, traendo le proprie risorse per fronteggiare tali costi da varie tipologie di entrate tra le quali anche sponsorizzazioni e ricavi da servizi accessori (ad esempio, i *bar*). Sono, pertanto, prive di fondamento eventuali giustificazioni della condotta delle Associazioni basate sulla necessità di assicurare la corretta remunerazione del prodotto cinematografico.

#### **b) Sull'applicabilità della normativa in materia di aiuti di stato**

**111.** Le Associazioni insistono significativamente sulla necessità che l'Autorità, anziché perseguire l'intesa contestata, si dovrebbe attivare per contrastare gli aiuti di stato di cui le arene gratuite sarebbero illecitamente beneficiarie ai sensi degli articoli 107 e ss. TFUE. In particolare, ANEC ha presentato istanza a che l'Autorità investa la Commissione Europea sulla questione ai sensi dell'articolo 11, paragrafo 5, del regolamento 1/2003.

<sup>191</sup> Da ultimo si veda la già citata sentenza del TAR Lazio n. 9524/2021 che ha rigettato i ricorsi avverso il provvedimento cautelare dell'Autorità deliberato l'8 luglio 2020 relativo al presente procedimento. Si veda le sentenze della Corte di Giustizia causa C-1/12 *Ordem dos Técnicos Oficiais de Contas (OTOC)*, par. 35 e 36, e, causa C-222/04 *Ministero dell'Economia e delle Finanze contro Cassa di Risparmio di Firenze SpA, Fondazione Cassa di Risparmio di San Miniato e Cassa di Risparmio di San Miniato SpA.*, par. 107-108, e giurisprudenza ivi citata.

<sup>192</sup> Cfr. **doc. 4**, informazioni trasmesse da Cinemusica Nova e **doc. 19**, Informazioni trasmesse dal Piccolo America.

<sup>193</sup> Diversamente da quanto sostenuto dalle Associazioni, l'Autorità nel corso del procedimento ha adeguatamente approfondito le modalità di funzionamento delle arene a titolo gratuito anche attraverso apposite richieste di informazioni; cfr. a titolo esemplificativo, **doc. 5**, Richiesta di informazioni a Cinemusica Nova, **doc. 13**, Verbale di audizione Piccolo America e Insieme per Balduina con richiesta di informazioni, **doc. 18**, Richiesta di informazioni al Piccolo America, nonché **doc. 596**, **doc. 597**, **doc. 598**, **doc. 606**, **doc. 607**, **doc. 608** e **doc. 609**, tutti contenenti richieste di informazioni, inviate agli intervenienti esercenti arene a titolo gratuito, in merito allo svolgimento dell'attività di gestione delle arene a titolo gratuito. Si sottolinea che, diversamente da quanto sostenuto da ANEC, le richieste di informazioni qui richiamate e successive all'avvio dell'istruttoria sono state trasmesse nel pieno esercizio dei poteri istruttori dell'Autorità, con indicazione delle possibili sanzioni laddove le informazioni fornite a riscontro non fossero complete e veritiere.

Anche questa argomentazione appare priva di pregio.

**112.** In primo luogo si osserva che la normativa in materia di aiuti di stato di cui agli articoli 107 e ss. TFUE – sebbene funzionale al pari degli articoli 101 e 102 TFUE a creare le condizioni di mercato concorrenziali e non falsate – ha, come noto, per destinatari solo ed esclusivamente gli Stati. Pertanto, non sussiste alcun nesso tra il presente procedimento nei confronti di ANICA, ANEC e ANEC Lazio e asseriti aiuti di stato illegali destinati alle arene a titolo gratuito.

**113.** In ogni caso, un'eventuale violazione delle disposizioni in materia di aiuti di stato non giustificerebbe la conclusione da parte di imprese e associazioni di imprese di un'intesa anticoncorrenziale in violazione degli articoli 101 TFUE e 2 della legge n. 287/1990, giacché *“la violazione delle norme poste a presidio della concorrenza non può mai essere considerata una risposta lecita nemmeno ad un asserito comportamento illecito altrui”*<sup>194</sup>.

**114.** Inoltre, ANICA, ANEC e ANEC Lazio hanno nel corso del procedimento asserito l'esistenza di presunti aiuti illegali alle arene gratuite sebbene le associazioni *in primis* beneficino di cospicui finanziamenti pubblici. A titolo esemplificativo, ANEC ha, infatti, ricevuto circa € 1.000.000 di contributi pubblici nel corso del biennio 2019 e 2020 e ANEC Lazio, oltre a contributi relativi allo svolgimento delle arene estive, ha ricevuto contributi per favorire iniziative volte ad offrire l'ingresso al cinema ad un prezzo ridotto<sup>195</sup>.

In questa prospettiva, appare meramente pretestuoso asserire l'illegalità dei finanziamenti pubblici destinati alle arene gratuite e, per contro, ritenere perfettamente coerente con il dispiegarsi di piene dinamiche competitive nei mercati della distribuzione cinematografica i cospicui contributi pubblici di cui godono le associazioni ANICA, ANEC e ANEC Lazio.

**115.** A ciò si aggiunga che, come precedentemente chiarito, tutta l'industria cinematografica poggia su un plesso di interventi pubblici finalizzati a garantire il pluralismo dell'offerta cinematografica, a consolidare l'industria cinematografica nazionale e a favorire la più ampia fruizione del cinema; l'attività delle arene a titolo gratuito è pienamente coerente con questi obiettivi e né la normativa antitrust né la normativa di settore consentono di ostacolare le attività di queste ultime attraverso il compimento di intese restrittive della concorrenza. In tal senso, indicazioni agli associati volte a contrastare le iniziative delle arene a titolo gratuito assumono un rilievo autonomo, totalmente disgiunto da eventuali profili di illegittimità derivanti dalla asserita violazione della normativa in tema di aiuti di stato.

**116.** In conclusione, le tesi difensive sulla materia degli aiuti di stato e l'istanza di ANEC, ribadita anche nel corso dell'audizione finale di investire sul punto la Commissione Europea, appaiono prive di fondamento.

#### ***IV.2. I mercati rilevanti***

**117.** Fatta questa premessa, secondo costante orientamento giurisprudenziale in materia di intese, la definizione del mercato rilevante è essenzialmente volta a individuare le caratteristiche del contesto economico e giuridico nel quale si colloca l'accordo o la pratica concordata tra imprese.

<sup>194</sup> Consiglio di Stato 29 marzo 2018, n. 2001; analogamente, Id., 8 aprile 2014, n. 1673.

<sup>195</sup> Cfr. documentazione pervenuta da ANEC e ANEC Lazio rispettivamente in **docc. 611 e 610**.

Tale definizione è dunque funzionale alla delimitazione dell'ambito nel quale l'intesa può restringere o falsare il meccanismo concorrenziale e alla decifrazione del suo grado di offensività<sup>196</sup>.

**118.** Ai fini del presente procedimento, vale evidenziare che l'Autorità ha approfondito i mercati relativi alla distribuzione cinematografica nell'ambito delle relazioni annuali per gli anni 2017, 2018, 2019 e 2020, ai sensi dell'articolo 31, comma 4, della legge n. 220/2016, alle quali si rinvia. In questa sede, ci si limita a rilevare che, come emerso nel corso dell'istruttoria svolta, le arene estive a titolo gratuito costituiscono una porzione, dotata di proprie peculiarità rispetto agli esercenti cinematografici, della più ampia domanda di prodotti cinematografici nel mercato della distribuzione; le stesse si rivolgono per l'approvvigionamento dei *film*, agli intermediari specializzati (ad esempio, MPLC) e/o agli agenti regionali (ad esempio, Emme Cinematografica) e/o direttamente alle case di distribuzione<sup>197</sup>.

**119.** Inoltre, occorre rilevare che le arene a titolo gratuito si approvvigionano delle opere cinematografiche a fronte del versamento agli intermediari e/o alle case di distribuzione di un corrispettivo stabilito in funzione delle caratteristiche del *film* richiesto e delle caratteristiche della manifestazione in cui la proiezione si inserisce.

In altri termini, le varie forme di sostentamento delle arene a titolo gratuito (finanziamenti pubblici, contributi associativi, incassi da servizi aggiuntivi e incassi da sponsorizzazione) costituiscono le entrate attraverso le quali le arene sostengono i costi di gestione, ivi incluso il costo del noleggio dei film applicato dai distributori. In questo contesto, quindi, le case di distribuzione hanno una remunerazione per l'utilizzazione delle opere da parte delle arene, anche nel caso in cui il *film* sia poi proiettato a titolo gratuito per il pubblico finale.

**120.** Nel mercato, a valle, della proiezione cinematografica operano gli esercenti cinematografici, ossia le imprese attive nell'offerta al pubblico della fruizione di opere cinematografiche in luoghi adibiti a tali fini, siano essi sale cinematografiche monosala o multisala e siano essi al chiuso o all'aperto.

Le arene a titolo gratuito costituiscono una porzione, dotata di proprie peculiarità, della più ampia offerta di prodotti cinematografici al consumatore finale. Infatti, in linea di massima, la programmazione delle arene a titolo gratuito offre programmazioni inserite in progetti culturali di vario genere<sup>198</sup>.

**121.** A quanto sopra prospettato, si aggiunge che, in tutta la copiosa documentazione in atti, le suddette Associazioni percepiscono l'offerta delle arene gratuite come sostituibile con quella degli esercenti tradizionali e come appartenenti ad un unico mercato rilevante. Le condotte qui contestate sono, infatti, funzionali ad escludere le arene a titolo gratuito dal mercato rilevante in cui operano anche gli esercenti tradizionali.

In questo contesto, in ragione della tipologia di fattispecie in esame, ovvero un'intesa restrittiva della concorrenza per oggetto, dell'istruttoria svolta e della copiosa documentazione in atti, le critiche

<sup>196</sup> Cfr., *ex multis*, Consiglio di Stato 26 gennaio 2017, n. 740, Gare Consip pulizia nelle scuole, nonché Consiglio di Stato, 3 giugno 2014, nn. 2837, 3167 e 3168, Logistica Internazionale; Consiglio di Stato, 24 ottobre 2014, nn. 4230, 5274, 5276, 5278, Vendita al dettaglio di prodotti cosmetici.

<sup>197</sup> Si veda ad esempio, il **doc. 13**, Verbale di audizione congiunta delle associazioni Piccolo America e Insieme per la Balduina del 26 settembre 2019 sull'evoluzione del tempo delle modalità di approvvigionamento dei film.

<sup>198</sup> Cfr. **doc. 13**, Verbale di audizione congiunta delle associazioni Piccolo America e Insieme per la Balduina del 26 settembre 2019.

delle associazioni ANICA, ANEC e ANEC Lazio sull'errata ricostruzione del mercato rilevante appaiono infondate.

**122.** In conclusione, si ritiene che le condotte sopra descritte da parte delle associazioni di categoria ANICA e ANEC/ANEC Lazio possano interessare: in primo luogo, i mercati della distribuzione, dove l'azione concertata oggetto dell'istruttoria è idonea a ostacolare le arene a titolo gratuito nell'approvvigionamento delle opere cinematografiche, ovvero dell'input essenziale per lo svolgimento delle proprie manifestazioni; in secondo luogo, i mercati locali della proiezione di film, dove le condotte in esame sono idonee a compromettere e limitare l'offerta cinematografica da parte delle arene a titolo gratuito al consumatore finale, anche in quelle aree del territorio nazionale dove non è presente una sala cinematografica di prossimità.

Sotto il profilo geografico, in base alle evidenze in atti, le condotte qui in esame appaiono estendersi all'intero territorio nazionale. Vale osservare, al riguardo, che le medesime sono riconducibili ad associazioni di categoria (ANICA e ANEC) attive a livello nazionale e che sono pervenute denunce di arene attive in diverse aree del territorio nazionale.

#### ***IV.3. La qualificazione della fattispecie***

**123.** Le imprese associate ad ANICA e ad ANEC Lazio sono imprese attive nelle diverse fasi dell'industria cinematografica in Italia e costituiscono imprese ai sensi dell'articolo 101, comma 1, del TFUE e dell'articolo 2 della legge n. 287/90. L'ANICA e l'ANEC Lazio costituiscono, pertanto, associazioni di imprese, ai sensi delle citate disposizioni.

ANEC è un'associazione che, anche attraverso le unioni territoriali, riunisce gli esercenti cinematografici attivi su tutto il territorio nazionale. Le imprese esercenti che gestiscono oltre 80 schermi possono essere direttamente associate ad ANEC.

Anche ANEC costituisce, pertanto, un'associazione di imprese ai sensi dell'articolo 101 TFUE e articolo 2 della legge n. 287/90.

**124.** Le condotte delle associazioni ANICA, ANEC e ANEC Lazio si estrinsecano in una pluralità di atti e in una varietà di forme riconducibili alla nozione di intesa. In particolare, si tratta principalmente di decisioni di associazioni di imprese ai sensi degli articoli 101 TFUE e dell'articolo 2 della legge n. 287/90.

Le condotte contestate alle associazioni ANICA, ANEC e ANEC Lazio sono infatti volte a condizionare e orientare l'attività economica degli associati nei confronti delle arene a titolo gratuito, relativa alla commercializzazione delle licenze per le proiezioni di opere cinematografiche.

Nello specifico, rilevano la nota congiunta ANICA/ANEC del 2018<sup>199</sup>, le circolari ANICA del 2019 aventi a oggetto il resoconto della riunione con il Piccolo America nonché la successiva circolare del 12 aprile 2019<sup>200</sup> e la medesima circolare riproposta anche con riferimento al 2020<sup>201</sup>.

Tali circolari, come altre iniziative, sono peraltro maturate in un processo di condivisione interna alle singole associazioni, attraverso riunioni e scambi di *mail*, e in accordo tra le medesime, attraverso incontri e scambi tra le diverse associazioni.

---

<sup>199</sup> In **doc. 13**.

<sup>200</sup> Rispettivamente in **doc. 13** e **doc. 61**.

<sup>201</sup> Cfr. **doc. 91**.

A ciò si aggiungano ulteriori azioni volte a boicottare le arene a titolo gratuito e riconducibili alla nozione di decisioni di associazioni di imprese; in questo contesto, si inseriscono le decisioni assunte in seno ad ANEC Lazio sin dal 2018 di contrastare le arene gratuite e utilizzare ogni strumento di pressione perché l'industria cinematografica escluda questa tipologia di realtà. Al riguardo, vale richiamare, a titolo esemplificativo, le decisioni di ANEC Lazio in merito alla lettera ad ANICA e ad altri enti del settore in data 27 marzo 2018<sup>202</sup>, in merito alle lettere predisposte per le case di distribuzione del 24 maggio 2018<sup>203</sup> e in data 19 giugno 2018<sup>204</sup> nonché l'interruzione delle trattative con i *supporter* del Piccolo America (Radio Rock).

L'azione di boicottaggio alle arene vede poi il culmine nel 2020 e la riunione plenaria ANEC del 24 aprile 2020 ne è la massima estrinsecazione: l'incontro plenario fra gli esercenti provenienti da tutta Italia in cui si dà esplicitamente conto della decisione della componente della distribuzione di negare l'approvvigionamento dei film alle arene gratuite.

Si tratta, quindi, di un'azione di boicottaggio posta in essere, almeno dal 2018, attraverso una molteplicità di atti integranti un'intesa unica complessa e continuata, tutti consistenti in manifestazioni di volontà delle associazioni ANICA, ANEC e ANEC Lazio di limitare o escludere dal mercato le arene gratuite e rilevanti ai sensi dell'articolo 101, paragrafo 1, TFUE e dell'articolo 2 della legge n. 287/90.

#### **IV.4. La natura restrittiva dell'intesa**

**125.** Le evidenze probatorie sopra illustrate alle quali integralmente si rinvia, confermano che ANICA, ANEC e ANEC Lazio hanno posto in essere un'azione di boicottaggio collettivo, e quindi un'intesa restrittiva della concorrenza per oggetto, in violazione dell'articolo 101 TFUE e dell'articolo 2 della legge n. 287/90, consistente in un'azione congiunta volta a ostacolare l'approvvigionamento dei *film* da parte di arene a titolo gratuito e, in tal modo, idonea a limitare la loro offerta del prodotto cinematografico al consumatore finale.

**126.** Prima di entrare nel merito delle valutazioni sulla restrittività della presente intesa, appare necessario soffermarsi sulle principali tesi difensive di ANICA, ANEC e ANEC Lazio.

In primo luogo, occorre evidenziare che, diversamente da quanto sostenuto dalle tre Associazioni, l'infrazione qui contestata poggia sulla copiosa documentazione acquisita nel corso del procedimento attraverso l'esercizio dei più ampi poteri d'indagine (*in primis* accertamenti ispettivi e richieste di informazioni), documentazione che ha fornito un quadro probatorio univoco sull'esistenza dell'intesa restrittiva qui contestata.

Inoltre, per giustificare le proprie condotte anticoncorrenziali, le tre associazioni hanno sostenuto la natura asseritamente sleale della concorrenza esercitata dalle arene gratuite, ciò malgrado queste ultime remunerino le case di distribuzione per il prodotto cinematografico. In ogni caso, si evidenzia che l'eventuale infrazione delle norme in materia di concorrenza sleale da parte delle arene estive non giustifica la conclusione di un'intesa anticoncorrenziale, in violazione degli articoli 101 del TFUE e 2 della legge n. 287/1990, da parte delle associazioni di categoria.

---

<sup>202</sup> Cfr. doc. 269.

<sup>203</sup> Cfr. doc. 13.

<sup>204</sup> Cfr. doc. 218.

**127.** In secondo luogo, sulla non restrittività delle linee guida contestate in questa sede, occorre evidenziare l'infondatezza delle tesi difensive delle associazioni ANICA, ANEC e ANEC che si muovono su due linee direttrici: da un lato, si afferma che la non restrittività delle stesse discenderebbe dalla non vincolatività delle stesse nei confronti delle imprese associate; dall'altro, si afferma che tali linee guida sarebbero il frutto di una lecita azione di dialettica con i poteri pubblici, segnatamente per la stesura dei bandi per Roma Capitale, per ciò stessa sottratta all'applicazione della normativa *antitrust*<sup>205</sup>.

**128.** Sulla non vincolatività delle linee guida, è principio consolidato in materia *antitrust* che la restrittività dell'intesa non richiede come requisito la natura cogente delle indicazioni fornite; è vero, invece, il contrario, ovvero che anche indicazioni non vincolanti costituiscono violazione dell'articolo 101 TFUE nella misura in cui in cui sono idonee a interferire nella strategia commerciale delle imprese associate<sup>206</sup>. La restrittività delle intese consistenti in linee guida/criteri è tipicamente apprezzata proprio in mercati, come quelli in rilievo, caratterizzati da una pluralità di operatori (case di distribuzione e intermediari di vario genere) e da una frammentazione delle attività che si mirano invece a uniformare<sup>207</sup>.

Nel caso di specie, peraltro, l'argomento difensivo, oltre a essere infondato in diritto appare smentito in via di fatto dai dinieghi delle case di distribuzione motivati proprio dall'esistenza degli accordi/linee guida qui contestate (sul punto v. *infra*). Inoltre, ANEC Lazio ha posto in essere iniziative volte proprio a costringere le case di distribuzione a rispettare i termini dell'accordo maturato con ANICA<sup>208</sup>.

**129.** Parimenti, appare privo di fondamento che l'intesa contestata esulerebbe dall'applicazione del diritto *antitrust* in quanto riconducibile a forme di pressione sui poteri pubblici o comunque espressione di una lecita funzione delle associazioni di regolare il settore.

Al riguardo, si evidenzia che in questa sede sono contestate le condotte delle Associazioni volte a orientare le modalità di rilascio da parte delle imprese associate delle licenze per la proiezione di opere cinematografiche nel corso delle iniziative delle arene estive a titolo gratuito.

Inoltre, ANICA, ANEC e ANEC Lazio costituiscono associazioni di diritto privato e, diversamente da quanto rivendicato nelle memorie difensive, non possono ritenersi investite di pubblici poteri tali da legittimare, dal punto di vista concorrenziale, le condotte delle associazioni di imprese volte a "regolare" l'attività economica delle imprese associate.

**130.** Entrando ora nel merito della restrittività dell'intesa, si rileva quanto segue.

L'intesa restrittiva della concorrenza qui contestata si concreta in una pluralità di azioni poste in essere da ANICA, ANEC e ANEC Lazio convergenti verso l'obiettivo comune di penalizzare le arene gratuite, salvaguardando gli esercenti a pagamento. Questa strategia convergente costituisce un punto di incontro tra le diverse componenti dell'industria: da un lato, la produzione e la

<sup>205</sup> Al riguardo cfr. ANEC, memoria finale in **doc. 725**, dove richiama la *Noerr-Pennington doctrine* in base alla quale gli atti delle imprese rivolti alle autorità pubbliche, quand'anche mirino ad ottenere misure pubbliche distorsive, esulerebbero dall'ambito di applicazione del diritto *antitrust*.

<sup>206</sup> Cfr. a titolo esemplificativo, C-209/78, Van Landuyck v. Commissione europea.

<sup>207</sup> Nel caso di specie, ad esempio, cfr. **doc. 49**, cit.

<sup>208</sup> Cfr. **doc. 218**, ovvero la lettera per le case di distribuzione che, in violazione delle indicazioni fornite da ANICA e ANEC Lazio, abbiano dato film alle arene gratuite e ai quali viene sì riduce il compenso dovuto.

distribuzione rappresentata da ANICA, e dall'altro, la componente dell'esercizio rappresentata da ANEC e ANEC Lazio.

**131.** Per cogliere appieno la portata di questa convergenza tra associazioni rappresentative dell'industria cinematografica vale richiamare anche quanto già osservato nei precedenti dell'Autorità<sup>209</sup>, ovvero che il contesto di riferimento si caratterizza per compenetrazioni tra le diverse componenti della filiera derivanti dalla circostanza che una medesima impresa può essere attiva in più fasi e/o dai legami anche personali tra operatori attivi in fasi diverse. Infatti, il quadro della filiera della distribuzione cinematografica che emerge dalle Relazioni sulla distribuzione cinematografica svolte dall'Autorità evidenzia un elevato livello di integrazione non solo all'interno della stessa, in ragione delle forti connessioni tra i mercati della Distribuzione Nazionale, della Distribuzione Locale e della proiezione cinematografica nelle sale, ma anche all'esterno della filiera della distribuzione, per via delle forti sinergie esistenti con il mercato a monte della produzione di film. L'offerta dei distributori nazionali dipende, infatti, in modo cruciale dalle strategie dei produttori cinematografici, che hanno come obiettivo la massimizzazione del valore estraibile dal prodotto filmico in tutte le finestre di programmazione. La gran parte dei produttori cinematografici sono integrati verticalmente con i distributori nazionali e ne influenzano fortemente le strategie. L'analisi ha evidenziato che i distributori locali sono spesso integrati a loro volta con gli esercizi o con gli stessi distributori nazionali.

**132.** Inoltre, vale sottolineare che l'intesa plurisoggettiva qui contestata assume i caratteri delle restrizioni concorrenziali poste in essere dalle associazioni di imprese volte a uniformare l'attività delle imprese associate; nel caso di specie, l'intesa interessa le principali associazioni di imprese che si sono attivate stabilendo linee guida e indicazioni volte ad attrarre le imprese associate verso un assetto ordinato di "sistema" e penalizzare tutte le realtà che si pongono al di fuori dei canoni ivi prefissati. In questo senso, rileva la costante azione di contrasto per tutte le realtà che, pur remunerando il prodotto filmico alle case di distribuzione secondo logiche di mercato al pari delle arene a pagamento e/o degli esercenti al chiuso, adottano poi un modello di *business* diverso prevedendo la gratuità dell'ingresso per il consumatore nel mercato a valle.

**133.** Nel caso di specie, si aggiunge tuttavia una peculiarità legata alla circostanza che l'attività delle associazioni ANICA, ANEC e ANEC Lazio assume a tratti i caratteri propri dell'attività d'impresa. Ciò si manifesta in termini netti con riferimento ad ANEC Lazio che organizza arene estive (a pagamento) e, in tale veste, assume la qualifica essa stessa di impresa, in concorrenza diretta con le altre categorie di esercenti, ivi inclusi quelli che organizzano arene gratuite come il Piccolo America. In questo contesto, anche il progetto *Movement* (2019) e il progetto *Movement Village* (2020) – progetto quest'ultimo che prende a modello proprio l'esperienza di ANEC Lazio nell'organizzazione delle arene estive – alla luce della documentazione acquisita, superano i contorni di una mera campagna di comunicazione per assumere i tratti della cornice entro cui ricondurre a sistema l'attività di impresa delle associate.

Al riguardo, occorre ribadire che la presente contestazione non ha a oggetto le iniziative di comunicazione di vario genere promosse dalle associazioni ANICA, ANEC e ANEC Lazio e volte

---

<sup>209</sup> Spec. le Relazioni annuali sullo stato della concorrenza nel settore della distribuzione cinematografica per gli anni 2016, 2017 e 2018.

ad allungare la stagione cinematografica anche nel periodo estivo, a vantaggio del consumatore finale<sup>210</sup>.

L'intesa contestata ha, al contrario, a oggetto solo le condotte di ANICA, ANEC e ANEC Lazio, qui più volte illustrate e, *in primis*, consistenti in circolari, volte a limitare (e non ad ampliare) l'offerta cinematografica al consumatore finale, ostacolando l'attività delle arene gratuite nel reperimento dell'input essenziale (ovvero i film) per lo svolgimento delle manifestazioni estive ed escludendo così dal mercato i soggetti non integrati nella filiera rappresentata dalle medesime Associazioni.

**134.** Prima di ripercorrere brevemente lo snodarsi dell'intesa dal 2018 a oggi, merita inoltre soffermarsi sul ruolo del Piccolo America.

Il Piccolo America è l'esercente di maggiore successo nell'organizzazione delle arene estive e, in quanto tale, da un lato, polarizza le maggiori azioni di contrasto – soprattutto da parte di ANEC Lazio, suo *competitor* diretto e, al contempo, associazione di riferimento degli esercenti attivi nello stesso territorio – e dall'altro, rappresenta l'arena che, per la sua notorietà, riesce in alcuni casi a raggiungere una mediazione per il rilascio dei *film*, seppur subordinatamente al rispetto di vincoli e condizioni.

Al riguardo, è esemplificativo il commento di un importante agente regionale che, con riferimento alla stagione 2020 - ma secondo uno schema comune anche agli anni precedenti - afferma "... *i miei non forniranno diritti per arene ad ingresso libero... vale per tutti e non solo per Roma, anzi a Roma come al solito [Piccolo America, ndr] ha vinto ma altrove non me li fanno dare*"<sup>211</sup>.

Il quadro che emerge dalle evidenze acquisite è, quindi, quella di un'azione di contrasto delle associazioni di categoria attraverso l'indicazione di un percorso comune per le imprese di distribuzione e per gli altri intermediari (specificatamente MPLC) volto a penalizzare le arene gratuite su tutto il territorio nazionale, non soltanto il Piccolo America.

**135.** L'azione di boicottaggio collettivo contestata appare prendere sempre più forma e consistenza nelle ultime stagioni, almeno a partire dal 2018 e quanto meno sino alla stagione 2020.

Infatti, ANICA, ANEC e ANEC Lazio si sono attivate per precludere l'attività delle arene a titolo gratuito, come sancito dalla Nota Congiunta ANICA-ANEC discussa nella riunione con il Piccolo America del 12 marzo 2018<sup>212</sup>.

Si sottolinea l'importanza di questa documentazione nella quale le Associazioni non esitano a definire congiuntamente i criteri per "*un corretto rapporto commerciale tra la componente distributiva e quella dell'esercizio*" e, in quest'ambito, stabiliscono la regola base che "*bisogna evitare proiezioni di film e anteprime ad ingresso gratuito*".

Lungi dall'essere un mero appunto interno dal valore estemporaneo, il contenuto di questo schema si ritrova a più riprese negli atti del procedimento, confermando che tale nota costituisce il punto di incontro tra le associazioni di categoria, intorno al quale indirizzare l'industria<sup>213</sup>.

<sup>210</sup> Cfr. ANEC, memoria finale in **doc. 725** e verbale audizione finale in **doc. 776**.

<sup>211</sup> Cfr. doc. 135, mail del 9 giugno 2020.

<sup>212</sup> La nota congiunta ANICA-ANEC del 2018 è in **doc. 13**, all. 1.

<sup>213</sup> Oltre ad essere discussa esplicitamente con il Piccolo America nella riunione del 7 marzo 2018, questa nota si rinviene anche in **doc. 232**, rilevante ai fini sia di una mail del 13 giugno 2018 che di una mail del 2 agosto 2019 e cfr. anche **doc. 55**, relativo all'assemblea ANICA del 26 marzo 2019 nella cui documentazione si rinviene un appunto manoscritto dal contenuto analogo.

Sulla nota congiunta del 2018, si ritiene di tenere in conto quanto affermato da ANEC nelle memorie difensive<sup>214</sup> e, mentre appare certa la riconducibilità di questo documento ad ANICA e ANEC Lazio, dall'insieme dei documenti in atti, non appare inequivocabile la partecipazione di ANEC anche nella sua genesi.

**136.** In questa fase, è opportuno soffermarsi sul ruolo trainante che, nel 2018, assume ANEC Lazio che è l'associazione, per i motivi già esposti, più interessata dall'attività del Piccolo America ed è l'associazione più propensa a prendere una posizione pubblica contraria alle arene gratuite. ANEC Lazio, infatti, contrasta ogni tipo di "apertura" al rilascio dei film al Piccolo America, così come ad altre arene gratuite.

In questo contesto, si inseriscono le comunicazioni ad ANICA del 27 marzo 2018<sup>215</sup>, alle case di distribuzione (che sono principalmente associate ANICA) del 24 maggio 2018<sup>216</sup> e del 19 giugno 2018 alle sole case di distribuzione che abbiano manifestato "cedimenti" verso le arene gratuite<sup>217</sup>, all'intermediario MPLC<sup>218</sup>.

In tutte queste comunicazioni, ANEC Lazio nega la possibilità che si possano adottare soluzioni di compromesso a beneficio delle arene gratuite e persegue l'obiettivo di ricondurre le imprese di distribuzione e gli intermediari di riferimento ad un fronte compatto di ostacolo al reperimento dei *film*, ovvero l'input necessario per lo svolgimento delle manifestazioni cinematografiche all'aperto a titolo gratuito.

**137.** Peraltro, ANEC Lazio, congiuntamente ad ANICA, si attiva, almeno a far data dalla lettera del 6 aprile 2018 rivolta alle istituzioni pubbliche di riferimento<sup>219</sup>, per impedire che le arene gratuite ricevano qualsiasi forma di finanziamento pubblico, privandole così di uno dei canali di sostegno tipicamente utilizzato.

Si noti che ANEC Lazio, così come le altre associazioni di categoria ANICA e ANEC, beneficiano di finanziamenti pubblici, anche per le attività direttamente e/o indirettamente collegate alle arene estive. Pertanto l'azione di contrasto al finanziamento pubblico delle arene gratuite al fine di convogliarli unicamente alle arene riconducibili al sistema ANICA/ANEC appare un ulteriore elemento di contesto della strategia volta ad escludere dal mercato tutte le realtà non riconducibili alle suddette associazioni di categoria<sup>220</sup>.

**138.** Inoltre, come anticipato, sebbene il Piccolo America e quindi l'area di Roma sia l'epicentro del dibattito sul tema arene gratuite, già nel 2018, è evidente come la questione rivesta una portata nazionale e ciò è confermato dalla condivisione con alcune unioni regionali ANEC con le

<sup>214</sup> ANEC, Memoria finale, **doc. 725**.

<sup>215</sup> **Doc. 269**.

<sup>216</sup> **Doc. 13 e 427**.

<sup>217</sup> **Doc. 218**.

<sup>218</sup> Cfr. **doc. 640**.

<sup>219</sup> Cfr. **doc. 226**.

<sup>220</sup> Anche in questo caso, l'azione di pressione verso le istituzioni per ostacolare le arene gratuite si snoda a più riprese nel periodo 2018-2020; oltre alla lettera del 6 aprile 2018 già citata in **doc. 40**.

problematiche sollevate da ANEC Lazio<sup>221</sup> nonché dall'apposita comunicazione di sostegno all'associazione romana a firma anche di ANICA e ANEC<sup>222</sup>.

In questa comunicazione, si condividono le preoccupazioni di ANEC Lazio e si evidenziano due punti di criticità: da un lato, la disomogeneità dell'atteggiamento delle case di distribuzione e dall'altro lato, l'avversa opinione pubblica ad azioni di contrasto alle arene gratuite.

Questi profili spiegano la successiva attività delle Associazioni: da un lato, fornire linee guida e raccomandazioni per uniformare la strategia delle case di distribuzione nei confronti delle arene gratuite, dall'altro muoversi solo internamente alla filiera in modo tale da non provocare reazioni contrarie nell'opinione pubblica<sup>223</sup>.

Questa lettera costituisce il primo documento in ordine temporale, agli atti del procedimento, in cui assume rilevanza il coinvolgimento di ANEC che poi trova conferma nell'insieme della documentazione in atti.

Al riguardo, non appare condivisibile l'argomento di ANEC che, laddove questa lettera sia considerata un elemento di prova, allora il procedimento avrebbe dovuto riguardare anche l'associazione FICE, mittente di questa lettera, al pari di ANICA e ANEC. Il coinvolgimento di ANEC all'intesa contestata emerge, infatti, da una lettura complessiva della documentazione acquisita che è idonea a fornire un quadro probatorio solido sul coinvolgimento di ANEC.

**139.** Passando al 2019, quest'anno segna un momento importante nell'industria cinematografica perché si condivide l'obiettivo di allungare la stagione cinematografica anche nel periodo estivo, avvicinando il mercato italiano alle dinamiche già diffuse in altri Paesi dove il cinema è fruito dal consumatore tutto l'anno.

È questo l'anno in cui, dopo mesi di gestazione<sup>224</sup>, prende corpo l'iniziativa *Moviement*, nella cui definizione ed implementazione assumono un ruolo centrale ANICA ed ANEC.

Senza soluzione di continuità rispetto alla stagione precedente, il tema delle arene è, quindi, ancora più attuale e si accentua l'antagonismo con la realtà dell'esercizio a pagamento riconducibile all'alveo delle associazioni di categoria. Sin nell'assemblea interna ad ANICA del 29 gennaio 2019, infatti, i distributori convergono nell'obiettivo di supportare solo le arene a pagamento, a scapito di quelle gratuite<sup>225</sup>.

**140.** In questo contesto, la riunione con il Piccolo America del 7 marzo 2019, preparata e condivisa tra ANICA, ANEC e ANEC Lazio, rappresenta, quindi, il tentativo di ricondurre il Piccolo America nel sistema e, in ogni caso, di ridimensionarne il più possibile l'attività, senza tuttavia sbilanciarsi a dare garanzie sul reperimento dei *film*.

Giova, infatti, sottolineare che, pur non essendo ANEC presente all'incontro, il contenuto del medesimo è stato preventivamente condiviso in un apposito scambio di *mail*<sup>226</sup>; inoltre, ad esito

<sup>221</sup> Cfr. **doc. 241** e ss.

<sup>222</sup> **Doc. 49**.

<sup>223</sup> Ed infatti, quando il tema del diniego dei film alle arene gratuite e, in particolare, al Piccolo America, supera le mure associative, ciò solleva una levata di scudi da autorevoli esponenti del mondo della cultura e dell'opinione pubblica, cfr. i documenti del 2018, sul tema degli "*Gli accordi vanno rispettati*" a titolo esemplificativo in **doc. 340** e per il 2020 "*Proposta di risoluzione Cinema America\_Milano: Calabria e FurgonCinema*" a titolo esemplificativo in **doc. 357**.

<sup>224</sup> Cfr. il Consiglio generale ANEC del 13 novembre 2018, al quale partecipa anche l'esponente ANICA, **doc. 185**.

<sup>225</sup> Cfr. **doc. 57**.

<sup>226</sup> Cfr. **doc. 211**.

dell'incontro, ANICA invia una circolare a tutti gli associati contenente il resoconto della riunione, con dettagliata indicazione di tutte le limitazioni che l'industria è riuscita ad imporre al Piccolo America<sup>227</sup>.

**141.** Con l'approssimarsi della stagione estiva e del periodo in cui le arene si attivano per il reperimento del prodotto cinematografico, l'ANICA alla luce di incontri con gli esponenti di tutta la filiera<sup>228</sup>, declina delle apposite linee guida con la finalità di uniformare l'attività delle case di distribuzione.

Queste linee guida sono racchiuse in una vera e propria circolare indirizzata agli associati in data 12 aprile 2019 e sono in continuità con la nota congiunta del 2018 ANEC/ANICA<sup>229</sup>. Le indicazioni ANICA infatti: privano le arene che hanno una sala cinematografica vicina entro un raggio di 5 km della possibilità *tout court* di accedere al prodotto cinematografico; costringono anche piccole realtà ad organizzare eventi con l'autore per avere film comunque risalenti a due stagioni precedenti e relegano, in tutti gli altri casi, l'offerta delle arene a film risalenti almeno a quattro stagioni precedenti; infine, subordinano l'accesso ai film da parte delle arene gratuite sia a condizioni tecniche che a una sorta di affiliazione del progetto *Movement*, ovvero principalmente all'essere arene integrate nel sistema e gestite dagli esercenti ANEC<sup>230</sup>.

**142.** La copiosa documentazione precedentemente illustrata e alla quale integralmente si rinvia, conferma poi come l'accordo di filiera ANICA/ANEC/ANEC Lazio trovi corrispondenza nei dinieghi/condizionamenti comunicati dalle case di distribuzione e/o dagli intermediari di riferimento in risposta alla richiesta di licenze provenienti dalle arene gratuite<sup>231</sup>.

In particolare, nella documentazione riferibile al rilascio dei *film* da parte delle società Eagle Pictures, RAI Cinema, Vision Distribution e Warner Bros emergono espliciti riferimenti alla circostanza che il rilascio delle liberatorie alle arene è definito sulla base di accordi e/o linee guida maturate in seno alle associazioni di categoria, anziché essere manifestazione di una strategia autonoma di ciascuna impresa di distribuzione interessata.

**143.** Nel 2020, l'azione concertata e convergente di ANICA/ANEC e ANEC Lazio raggiunge il culmine ed è pienamente condiviso tra le associazioni l'obiettivo di escludere dall'offerta di iniziative cinematografiche al consumatore finale tutti i soggetti estranei alla filiera ANICA/ANEC<sup>232</sup>.

ANICA/ANEC/ANEC Lazio consolidano il progetto di creare una rete di arene all'aperto e a pagamento interno all'industria, ovvero il progetto *Movement Village*, configurato sul modello dell'esperienza di ANEC Lazio, già direttamente attiva nell'organizzazione di arene.

In altri termini, nel 2020, l'azione di ostacolo alle attività delle arene a titolo gratuito appare rivestire un grado di offensività ancora più significativo rispetto alle stagioni precedenti.

---

<sup>227</sup> Cfr. **doc. 379**.

<sup>228</sup> Cfr. **doc. 397**.

<sup>229</sup> Cfr. a titolo esemplificativo, **doc. 61**.

<sup>230</sup> Queste Linee guida sono oggetto di condivisione in ANICA e, ad esempio, una impresa di distribuzione ANICA rivendica che invierà una propria comunicazione alle agenzie regionali fornendo indicazioni sostanzialmente analoghe a quelle oggetto della circolare ANICA, cfr. **doc. 400**.

<sup>231</sup> Cfr. a titolo meramente esemplificativo, **doc. 13, all. 6, doc. 330 e doc. 443**.

<sup>232</sup> Cfr. anche **doc. 96 e doc. 98**.

Al riguardo, è emblematico quanto espresso dal Presidente ANEC nella riunione plenaria di ANEC del 24 aprile 2020: *“Allora, quindi, l’ANEC si è un po’ rimessa al centro. Allora, rispondo un po’ come mi viene, dico a [al Presidente di ANEC Umbria, ndr] certo i distributori quest’anno hanno detto “lo avete visto il passo dello scorso anno che ha limitato un po’ l’azione delle arene gratuite? Quest’anno lo moltiplichiamo per cinque. Noi vogliamo lavorare coi professionisti e vogliamo che le arene siano fatte il più possibile da professionisti del settore e fatte pagando un biglietto, e su questo non si transige”. I distributori hanno detto “bene alla MPLC, cioè quella società che gestisce le famose licenze ombrello, abbiamo detto e diremo che durante l’estate, a partire dall’estate, non si potranno concedere i diritti ad associazioni, ad iniziative che lavorino sul gratuito, soprattutto per fare quello che è sempre un quasi doppio gioco...”*<sup>233</sup>.

**144.** Oltre all’azione convergente per uniformare l’attività delle case di distribuzione nel rilascio delle licenze, continuano anche altre forme collaterali di boicottaggio. Rileva qui richiamare anche l’interruzione di ogni trattativa commerciale da parte di ANEC Lazio con Radio Rock proprio in quanto quest’ultima sostiene anche il Piccolo America<sup>234</sup>.

**145.** L’azione sopra descritta, come già nelle stagioni precedenti, trova riscontro anche nella documentazione relativa ai rapporti tra le arene gratuite e le case di distribuzione/intermediari specializzati.

In primo luogo, anche con riferimento alla stagione 2020, le evidenze in atti riconducono ad atteggiamenti ostativi frutto di una concertazione maturata in seno alle principali associazioni di categoria rappresentative dei produttori, dei distributori e degli esercenti cinema<sup>235</sup>.

In secondo luogo, la documentazione acquisita evidenzia che alcuni casi eclatanti di mancato riscontro alle richieste di *film* da parte delle arene gratuite sono frutto di una precisa strategia e non di accidentali disfunzioni aziendali<sup>236</sup>.

#### **IV.5. Conclusioni**

**146.** Alla luce di quanto precede, si ritiene che almeno a partire dal 2018, le associazioni di categoria ANICA, ANEC e ANEC Lazio abbiano travalicato i confini dell’attività associativa lecita per uniformare la strategia delle imprese di distribuzione verso dinieghi e condizionamenti nel rilascio delle licenze alle arene gratuite. Vale sottolineare, al riguardo, che la nota congiunta del 2018 e le circolari del 2019 e 2020 hanno per oggetto profili che costituiscono parte integrante della strategia commerciale delle case di distribuzione e ciò appare di per sé una chiara evidenza della violazione della normativa *antitrust*.

Inoltre, l’attività sopra descritta da parte delle Associazioni, pur avendo il proprio epicentro nell’azione di contrasto alle arene gratuite romane, è idonea a interessare tutto il territorio nazionale ed ha portata generale.

A tali fini, giova infatti sottolineare che:

<sup>233</sup> Doc. 188, cfr. anche doc. 192, doc. 31, doc. 157, doc. 98.

<sup>234</sup> Doc. 576.

<sup>235</sup> Cfr. a titolo esemplificativo, doc. 22, doc. 23, doc. 546 e doc. 444.

<sup>236</sup> Cfr. doc. 341 e doc. 458.

- i) la documentazione in atti evidenzia che l'intesa interessa l'attività delle arene attive in diverse aree del territorio nazionale e tutte presentano elementi di significativa convergenza<sup>237</sup>;
- ii) gli ostacoli alle arene sono stati posti in essere da associazioni di rilievo nazionale;
- iii) le comunicazioni/indicazioni fornite dalle associazioni di categoria appaiono valide per tutto il territorio nazionale e per tutti gli operatori che offrono *film* a titolo gratuito.

**147.** Con riferimento alla natura di tali comunicazioni/indicazioni, si ritiene opportuno precisare che secondo la consolidata giurisprudenza comunitaria, persino una mera raccomandazione inerente al comportamento economico dei professionisti – indipendentemente dalla sua precisa natura giuridica – costituisce una decisione di un'associazione di imprese ai sensi dell'articolo 101 TFUE<sup>238</sup>.

Nel caso di specie, le comunicazioni/indicazioni diffuse da parte di ANICA, ANEC e ANEC Lazio contengono limitazioni all'approvvigionamento di *film* per le arene a titolo gratuito valide per tutto il territorio nazionale e idonee a determinare una significativa distorsione delle dinamiche competitive nei mercati interessati.

**148.** In conclusione, si ritiene che ANICA, ANEC e ANEC Lazio abbiano posto in essere un'intesa unica, complessa e continuata, restrittiva della concorrenza per oggetto, avente l'obiettivo di orientare e uniformare il comportamento sul mercato dei propri associati nei confronti delle arene gratuite, in violazione dell'articolo 101 TFUE e 2 della legge n. 287/90, in particolare ostacolando l'approvvigionamento dei *film* da parte delle arene gratuite, così impedendo o limitando la produzione o l'accesso al mercato.

**149.** L'azione concertata delle Associazioni qui contestata ha avuto piena attuazione e ha altresì prodotto concreti effetti anticoncorrenziali, almeno fino all'adozione del provvedimento cautelare da parte dell'Autorità dell'8 luglio 2020. Essa, infatti, ha condizionato l'offerta del prodotto cinematografico al consumatore finale, compromettendone la qualità e determinando una significativa distorsione nelle dinamiche concorrenziali dei mercati della distribuzione e della proiezione dei *film*.

Al riguardo, si ritiene che le arene a titolo gratuito costituiscano una componente importante dell'offerta di distribuzione cinematografica nel periodo estivo e la loro soppressione, o comunque la loro penalizzazione, possa determinare un danno alle dinamiche competitive nei mercati della proiezione dei *film*, condizionandone l'offerta e compromettendone la qualità, a detrimento del consumatore finale.

## V. IL PREGIUDIZIO AL COMMERCIO INTRAEUROPEO

**150.** Il concetto di pregiudizio al commercio unionale deve essere interpretato tenendo conto dell'influenza diretta o indiretta, reale o potenziale, sui flussi commerciali tra gli Stati membri<sup>239</sup>. Diversamente da quanto sostenuto da ANICA, ANEC e ANEC Lazio, l'intesa in esame appare idonea a restringere anche il commercio tra gli Stati membri, in violazione dell'articolo 101 del

<sup>237</sup> A titolo esemplificativo, i dinieghi e le *revoche* dei film Warner Bros si presentano in modalità pressoché identiche nella documentazione inviata al Piccolo America (doc. 9) e a Insieme per Balduina (doc. 14); parimenti, i dinieghi di Vision Distribution si ravvisano in termini pressoché identici nella documentazione prodotta da Cinemusica Nova (doc. 7) e dal Piccolo America (doc. 13).

<sup>238</sup> Cfr. in questo senso, Causa C-136/12, Consiglio Nazionale Geologi v. AGCM, para. 46 e giurisprudenza ivi citata.

<sup>239</sup> Cfr. Comunicazione della Commissione — *Linee direttrici la nozione di pregiudizio al commercio tra Stati membri di cui agli articoli 81 e 82 del trattato* (Gazzetta ufficiale C 101 del 27.4.2004).

TFUE, in quanto: i) le imprese coinvolte nell'infrazione sono anche associazioni nazionali; ii) l'intesa interessa tutto il territorio nazionale ed è potenzialmente idonea ad alterare la struttura del mercato perché tende a eliminare un'intera categoria di operatori caratterizzata da un peculiare modello di *business*; iii) i prodotti interessati sono opere cinematografiche anche in lingua originale, ovvero prodotti oggetto di commercio transfrontaliero.

#### VI. GRAVITÀ E DURATA DELL'INFRAZIONE IN ESAME

**151.** L'articolo 15 della legge n. 287/1990 prevede che l'Autorità, nei casi di infrazioni gravi, tenuto conto della loro gravità e durata, disponga l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria, fino al 10% del fatturato realizzato da ciascuna impresa o associazione nell'ultimo esercizio chiuso anteriormente alla notifica della diffida adottata ad esito di un procedimento istruttorio.

**152.** Secondo consolidata giurisprudenza europea e nazionale, per valutare la gravità di un'infrazione si deve tenere conto di una molteplicità di fattori, il cui carattere e la cui importanza variano a seconda del tipo di infrazione e delle circostanze particolari del caso di specie. Tra tali fattori rilevano principalmente la natura della restrizione della concorrenza nonché il ruolo e la rappresentatività sul mercato delle imprese coinvolte.

**153.** Sulla base delle risultanze istruttorie è stato accertato che le parti del procedimento hanno posto in essere un'intesa unica e complessa, finalizzata ad ostacolare le arene gratuite nell'approvvigionamento delle opere cinematografiche che costituiscono l'input necessario per lo svolgimento delle manifestazioni estive e limitando così, a valle, l'offerta del prodotto cinematografico al consumatore finale.

L'intesa è durata, con riferimento ad ANICA e ANEC Lazio, dal 12 marzo 2018 (data in cui si è svolta la riunione presso ANICA nel quale è stata utilizzata la Nota Congiunta ANICA/ANEC) e, con riferimento ad ANEC, dal 27 giugno 2018, data della lettera inviata da ANICA ed ANEC a sostegno di ANEC Lazio<sup>240</sup>, sino al 9 luglio 2020 (data di notifica del provvedimento cautelare).

**154.** Si osserva che l'intesa, estesa all'intero territorio nazionale, ha coinvolto le principali associazioni di categoria dell'industria cinematografica attive a livello nazionale, ovvero ANICA e ANEC, e la più importante associazione tra quelle attive territorialmente, ovvero ANEC Lazio.

L'intesa ha ricevuto piena attuazione e il prodursi degli effetti anticoncorrenziali è stato limitato esclusivamente dall'adozione delle misure cautelari disposte nell'ambito del presente procedimento.

**155.** La condotta descritta è considerata tra le violazioni più gravi della normativa *antitrust* in quanto, finalizzata all'esclusione di operatori dal mercato, limitando l'offerta del prodotto cinematografico e arrecando un pregiudizio al funzionamento del mercato a danno dei consumatori<sup>241</sup>.

#### VII. CRITERI DI QUANTIFICAZIONE DELLE SANZIONI

**156.** Al fine di quantificare le sanzioni nei confronti delle associazioni di imprese occorre tenere conto che, nel caso di specie, la disciplina applicabile *ratione temporis* è quella prevista dall'articolo

---

<sup>240</sup> Doc. 49.

<sup>241</sup> Cfr. le *Linee Guida dell'Autorità sulla modalità di applicazione dei criteri di quantificazione delle sanzioni amministrative pecuniarie*, deliberate dall'Autorità il 22 ottobre 2014.

15 della legge n. 287/1990 nella versione precedente alla novella introdotta con il decreto legislativo n. 185/2021.

Inoltre, si deve tenere altresì presente quanto previsto dall'articolo 11 della legge n. 689/1981, come richiamato dall'articolo 31 della legge n. 287/1990, nonché i criteri interpretativi enucleati nelle *Linee Guida dell'Autorità sulla modalità di applicazione dei criteri di quantificazione delle sanzioni amministrative pecuniarie*, deliberate dall'Autorità il 22 ottobre 2014.

**157.** In particolare, l'importo di base delle sanzioni si ottiene moltiplicando una percentuale del valore delle vendite, determinata in funzione del livello di gravità dell'infrazione alla durata della partecipazione di ciascuna impresa all'infrazione<sup>242</sup>.

Nel caso di specie, le parti dell'intesa sono le associazioni di categoria e, pertanto, conformemente al punto 10 delle Linee Guida, sarà considerato quale valore delle vendite dei beni o servizi oggetto dell'infrazione il valore complessivo dei contributi associativi versati dai membri alle Associazioni ANICA, ANEC e ANEC Lazio. Con riferimento ad ANEC Lazio, direttamente attiva nell'organizzazione di arene, ai fini della sanzione sarà preso anche a riferimento il valore del fatturato derivante da tale attività.

**158.** Ai fini della determinazione dell'importo base della sanzione, al valore base come sopra determinato potrà essere applicata una specifica percentuale individuata in funzione della gravità della violazione. Secondo le Linee Guida, in particolare, la proporzione considerata deve essere fissata ad un livello che può raggiungere il 30% del valore delle vendite, "in funzione del grado di gravità della violazione" (punto 11).

In considerazione della gravità dell'infrazione contestata, come più sopra declinata – avuto riguardo in particolare alla sua natura ed effettiva attuazione – è applicato un coefficiente di gravità del 10%.

**159.** Pertanto, in ragione delle considerazioni che precedono, l'importo base della sanzione è definito, per tutte le Parti nella tabella che segue<sup>243</sup>:

**Tabella 1 – Importo base sanzioni\***

Parte	Fatturato specifico	Coefficiente di gravità	Importo base
ANICA	€ 533.065,00	10%	€ 123.882,8455
ANEC	€ 248.500,00	10%	€ 50.516,9863
ANEC Lazio	€ [300.000-400.000]	10%	€ [50.000-100.000]

\* Cfr. doc. 644, doc. 645 e doc. 641.

160. Ai sensi dei punti 19 e 21 delle Linee Guida, l'importo base della sanzione, determinato come descritto nei paragrafi che precedono, potrà essere incrementato per tener conto di specifiche circostanze che aggravano (circostanze aggravanti) o attenuano (circostanze attenuanti) la responsabilità dell'autore della violazione, con particolare riferimento al ruolo svolto dall'impresa nell'infrazione, alla condotta da essa tenuta nel corso dell'istruttoria nonché all'opera svolta

<sup>242</sup> Cfr. *Linee Guida cit.*, punti 7 e ss.

<sup>243</sup> Si evidenzia che, per calcolare l'importo base, è stato preso a riferimento - per ANICA e ANEC Lazio - i valori del conto economico relativi all'anno 2019, ovvero l'ultimo anno alle quale le tre associazioni hanno partecipato per intero all'infrazione. Per ANEC è stato, invece, preso a riferimento il bilancio 2020, risultando il valore delle quote associative pari a €0 sia per gli anni 2018 e 2019.

dall'agente per l'eliminazione o l'attenuazione delle conseguenze della violazione e alla personalità dello stesso, anche alla luce di quanto previsto dall'articolo 11 della legge n. 689/1981.

**161.** Tra le circostanze aggravanti, figura “*l'aver svolto un ruolo decisivo nella promozione, organizzazione o monitoraggio di una infrazione plurisoggettiva, indotto o costretto, anche con misure di ritorsione, altre imprese a parteciparvi e/o a proseguire nella stessa*” (Linee Guida, punto 21). Nel caso di specie, si ritiene che siffatta circostanza aggravante sia ascrivibile ad ANEC Lazio, che indubbiamente ha svolto un ruolo decisivo nell'indurre l'industria cinematografica a ostacolare l'attività delle arene gratuite<sup>244</sup>.

Per tale motivo, si ritiene congruo incrementare l'importo base della sanzione, per ANEC Lazio, in misura pari al 20%.

**162.** Nel caso di specie, non si ravvisano, invece, circostanze attenuanti.

In particolare, con riferimento ad ANICA, il programma di *compliance* descritto da ultimo nella memoria finale del 27 gennaio 2022 e nel corso dell'audizione finale del 14 febbraio 2022 non risulta ancora completamente adottato né è stato presentato a questa Autorità nei termini indicati dalle Linee guida sulla *compliance*<sup>245</sup>. Pertanto, non è possibile valutare l'applicazione della relativa circostanza attenuante<sup>246</sup>.

**163.** L'applicazione, agli importi base di cui alla precedente **Tabella 1** e dell'aggravante sopra individuata porta ai valori di sanzione individuati nella **Tabella 2** che segue.

**Tabella 2 – Circostanze aggravanti e attenuanti**

Parte	Importo base	Aggravante	Sanzione
ANICA	€ 123.882,8455		€ 123.882,85
ANEC	€ 50.516,9863		€ 50.516,99
ANEC Lazio	€ [50.000-100.000]	20%	€ [50.000-100.000]

**164.** Ai sensi dell'articolo 15, comma 1, della legge n. 287/90 le sanzioni non potranno essere superiori al limite edittale del 10% del fatturato totale realizzato dalle associazioni di imprese destinatarie del presente provvedimento.

I valori delle sanzioni individuati nella precedente **Tabella 2** risultano superiori a tale tetto per ANICA e ANEC Lazio la cui sanzione finale dovrà quindi essere ricondotta al suddetto limite<sup>247</sup>.

<sup>244</sup> A titolo esemplificativo, cfr. **doc. 13**, **doc. 218** e **doc. 269**.

<sup>245</sup> Memoria ANICA, in doc. **726**.

<sup>246</sup> Cfr. le Linee guida sulla *compliance* dell'Autorità del 25 settembre 2018.

<sup>247</sup> Il massimo edittale è stato calcolato per tutte e tre le associazioni con riguardo all'anno 2020, avendo ANICA, ANEC e ANEC Lazio prodotto solo documentazione provvisoria con riferimento all'esercizio 2021.

**Tabella 3 – Quantificazione dell'importo della sanzione**

Parte	Sanzione ante cap	Fatturato Totale	Sanzione in % su fatturato totale	Sanzione finale
ANICA	€ 123.882,85	€ 892.718	13,9%	€ 89.271,8
ANEC	€ 50.516,99	€ 766.894	6,6%	€ 50.516,99
ANEC Lazio	€ [50.000-100.000]	€ [400.000-500.000]	[15-20]%	€ 47.359,3

**165.** Inoltre, considerata la difficoltà oggettiva in cui versa il settore cinematografico a causa del periodo pandemico, l'Autorità ritiene appropriato applicare nel caso di specie l'articolo 34 delle Linee Guida e si ritiene pertanto congruo ridurre gli importi delle sanzioni nella misura di seguito indicata.

La crisi pandemica ha colpito, in particolare, la componente degli esercenti cinematografici, stante la prolungata chiusura degli stessi o comunque stanti i vincoli all'ingresso del pubblico nelle sale.

In questo contesto, l'Autorità ritiene congrua una sanzione ad ANEC e ANEC Lazio – ovvero le associazioni che rappresentano specificatamente la categoria degli esercenti – rispettivamente pari a €20.206,79 e €18.943,72 (pari a una riduzione del 60%).

Con riferimento ad ANICA, le cui imprese associate sono attive principalmente in fasi diverse della filiera cinematografica, l'Autorità ritiene congrua la sanzione pari a €53.563,08 (pari a una riduzione del 40%).

La diversa applicazione della riduzione della sanzione in applicazione del punto 34 delle Linee Guida trova fondamento nel diverso andamento dei contributi associativi versati alle associazioni: mentre ANEC Lazio ha visto una significativa decurtazione in valore a seguito della pandemia, ANICA ha registrato contributi associativi sostanzialmente costanti, per effetto di un minor impatto della crisi pandemica<sup>248</sup>.

**166.** Infine, Come sopra riportato, ANEC Lazio ha presentato istanza di riduzione della sanzione per incapacità contributiva ai sensi del paragrafo 31 delle Linee Guida dell'Autorità in materia sanzionatoria.

L'Associazione ha motivato l'istanza affermando che esposizioni debitorie e impegni finanziari porterebbero ANEC Lazio alla dissoluzione dell'Associazione ove la sanzione non dovesse limitarsi ad un importo eminentemente simbolico. In particolare, ANEC Lazio evidenzia di: avere debiti per oltre € [100.000-500.000] a fronte di saldi bancari per un totale di appena € [1.000-100.000]; di versare una rata fissa in relazione ad un prestito erogato, che la stessa Associazione è stata costretta a richiedere per far fronte alla grave crisi finanziaria ed economica che la pandemia da Covid-19 le ha causato; di dovere sostenere diverse spese e di avere debiti pregressi accumulatisi anche a casa della crisi Covid-19.

In via preliminare, si osserva che questo tipo di istanze sono meritevoli di accoglimento, conformemente alla prassi applicativa della Commissione Europea, solo in circostanze del tutto eccezionali, in quanto è necessario preservare l'efficacia deterrente della sanzione. Pertanto, il riconoscimento di una riduzione e la sua quantificazione deve avere luogo esclusivamente nel caso

<sup>248</sup> Come detto, non è possibile effettuare lo stesso confronto per ANEC avendo quest'ultima contributi associativi a partire dal 2020.

in cui l'irrogazione della sanzione dia luogo ad un concreto rischio di bancarotta, con totale perdita del valore degli attivi (patrimonio netto).

Ne consegue che la concessione del beneficio per incapacità contributiva si fonda su una valutazione d'insieme dello stato di salute di un'impresa (nel caso di specie, di un'associazione di categoria), prima e ad esito dell'applicazione della sanzione, che si fonda su una serie di indici di bilancio (di liquidità, di solvibilità e di redditività) e, tipicamente, del cosiddetto Z-score di Altman.

**167.** Tanto premesso, per quanto riguarda l'istanza presentata da ANEC Lazio si osserva, innanzitutto, che quest'ultima è un'associazione di impresa e pertanto gli strumenti classici di analisi finanziaria e patrimoniale devono essere resi coerenti con la configurazione associativa di ANEC Lazio, la cui principale entrata sono i contributi associativi.

In ogni caso, in questo contesto si rileva che l'istanza di ANEC Lazio essa non può essere accolta alla luce di quanto segue.

In primo luogo, l'ANEC Lazio registra un indice di liquidità positivo in valore per il triennio 2018-2020 che non viene pregiudicato dall'ammenda nella misura in cui le disponibilità correnti nette relative all'ultimo esercizio sono tre volte superiori alla stessa.

A ciò si aggiunga che gli effetti della crisi pandemica, sono stati tenuti adeguatamente in considerazione in occasione dell'applicazione del punto 34 delle Linee guida di cui sopra e ANEC Lazio potrà ottenere la rateazione del pagamento, su domanda motivata ed in presenza dei requisiti richiesti.

**168.** In conclusione, sulla base delle considerazioni che precedono, l'Autorità ritiene di irrogare una sanzione amministrativa pecuniaria a ANICA, ANEC e ANEC Lazio, secondo gli importi sopra indicati.

RITENUTO, pertanto, che, sulla base delle considerazioni precedenti Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Multimediali (ANICA), dell'Associazione Nazionale Esercenti Cinema (ANEC) e dell'Associazione regionale Lazio esercenti cinema (ANEC Lazio) hanno posto in essere un'intesa restrittiva della concorrenza contraria all'articolo 101 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea e all'articolo 2 della legge n. 287/90;

#### DELIBERA

a) che l'Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Multimediali (ANICA), l'Associazione Nazionale Esercenti Cinema (ANEC) e l'Associazione regionale Lazio esercenti cinema (ANEC Lazio) hanno posto in essere un'intesa restrittiva della concorrenza per oggetto in violazione dell'articolo 101 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea e dell'articolo 2 della legge n. 287/90 volta a ostacolare l'approvvigionamento delle opere cinematografiche da parte delle arene a titolo gratuito;

b) che l'Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Multimediali (ANICA), l'Associazione Nazionale Esercenti Cinema (ANEC) e l'Associazione regionale Lazio esercenti cinema (ANEC Lazio) si astengano in futuro dal porre in essere comportamenti analoghi a quelli oggetto dell'infrazione accertata ai punti precedenti;

c) che, in ragione di quanto indicato in motivazione, sia irrogata all'Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Multimediali (ANICA), la sanzione amministrativa pecuniaria pari a 53.563,08 € (cinquantatremilacinquecentosessantatre/08 euro);

d) che, in ragione di quanto indicato in motivazione, sia irrogata all'Associazione Nazionale Esercenti Cinema (ANEC), la sanzione amministrativa pecuniaria pari a 20.206,79 € (ventimiladuecentosei/79 euro);

e) che, in ragione di quanto indicato in motivazione, sia irrogata all'Associazione regionale Lazio esercenti cinema (ANEC Lazio), la sanzione amministrativa pecuniaria pari a 18.943,72 € (diciottomilanovecentoquarantatre/72 euro).

Le sanzioni amministrative di cui alle precedenti lettere c), d) ed e) devono essere pagate entro il termine di novanta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando i codici tributo indicati nell'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo 9 luglio 1997, n. 241.

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

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'articolo 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.

Degli avvenuti pagamenti deve essere data immediata comunicazione all'Autorità, attraverso l'invio di copia del modello attestante il versamento effettuato.

Ai sensi dell'articolo 26 della medesima legge, le imprese che si trovano in condizioni economiche disagiate possono richiedere il pagamento rateale della sanzione.

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

IL SEGRETARIO GENERALE  
*Guido Stazi*

IL PRESIDENTE f.f.  
*Michele Ainis*

---

## OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

### **C12414B - PROJECT INFORMATICA/CENTRO COMPUTER**

*Provvedimento n. 30039*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 22 febbraio 2022;

SENTITO il Relatore, Presidente Roberto Rustichelli;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la legge 24 novembre 1981, n. 689;

VISTO, in particolare, l'articolo 19, comma 2, della legge n. 287/1990, ai sensi del quale, nel caso in cui le imprese non abbiano ottemperato agli obblighi di comunicazione preventiva di cui al comma 1 dell'articolo 16 della medesima legge, l'Autorità può infliggere loro sanzioni amministrative pecuniarie fino all'1% del fatturato dell'anno precedente a quello in cui è effettuata la contestazione;

VISTA la comunicazione della società Project Informatica S.r.l., pervenuta in data 25 novembre 2021;

VISTA la richiesta di informazioni inviata alla società Project Informatica S.r.l. in data 24 dicembre 2021;

VISTA la risposta della società Project Informatica S.r.l. alla suddetta richiesta di informazioni, pervenuta in data 24 gennaio 2022;

VISTA la propria delibera del 22 febbraio 2022, relativa alla valutazione dell'operazione di concentrazione consistente nell'acquisizione da parte di Project Informatica S.r.l. di Converge S.p.A.;

CONSIDERATO quanto segue:

#### **I. LE PARTI**

**1.** Project Informatica S.r.l. (di seguito "Project Informatica") è una società attiva nel settore dell'information *technology* e, in particolare: nella commercializzazione, produzione, progettazione e noleggio di sistemi e programmi informatici, accessori, computer, attrezzature per uffici e componenti elettronici. Project Informatica è controllata dalla *holding* italiana I-TECH Holding S.r.l. (di seguito "I-TECH"), soggetta a sua volta al controllo della società di diritto lussemburghese Tempus Holding 79 S. à r.l. (di seguito "Tempus Holding"). Tempus Holding, infatti, detiene il 69,34% del capitale di I-TECH, mentre la restante parte è detenuta da due persone fisiche. Tempus Holding è infine soggetta, per tramite di altre società attive a livello eurounitario, al fondo statunitense H.I.G. Capital, LLC (di seguito H.I.G.), che ne detiene il controllo esclusivo.

Nel 2020 il fatturato consolidato realizzato a livello mondiale dal Gruppo H.I.G. è stato pari a circa [20-30]\* miliardi di euro, di cui circa [511-700] milioni di euro realizzati in Italia. Project Informatica ha realizzato un fatturato nazionale pari a circa [100-511] milioni di euro.

2. Centro Computer S.p.A. (di seguito “Centro Computer”) è una società attiva nel settore dell’information *technology, system integrator* attivo sia nel settore della fornitura di *hardware e software*, sia nella fornitura di servizi IT ad alto valore aggiunto quali: *Cloud Computing, IT Security, Mobility, Print Management*. In data 24 giugno 2021, Project Informatica, ha acquisito il controllo di Centro Computer.

Nel 2020 il fatturato consolidato realizzato a livello nazionale da Centro Computer è stato pari a circa [31-100] milioni di euro realizzati in Italia.

## II. DESCRIZIONE DELL’OPERAZIONE

3. L’operazione di concentrazione è consistita nell’acquisizione del controllo diretto ed esclusivo di Centro Computer da parte Project Informatica, tramite l’acquisizione del 100% del capitale sociale di quest’ultima.

4. Tenendo conto dei rapporti di controllo tra H.I.G., Tempus Holding e Project Informatica, H.I.G. detiene indirettamente il 100% delle azioni e il controllo esclusivo su Centro Computer.

## III. QUALIFICAZIONE DELL’OPERAZIONE

5. L’operazione in oggetto, 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 139/2004, ed è soggetta all’obbligo di comunicazione preventiva disposto dall’articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato, nell’ultimo esercizio a livello nazionale, dall’insieme delle imprese interessate è stato superiore a 511 milioni di euro e il fatturato totale realizzato, nell’ultimo esercizio a livello nazionale, da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 31 milioni di euro, soglie applicabili *ratione temporis*<sup>1</sup>.

CONSIDERATO, pertanto, che l’operazione in esame, in quanto ha comportato l’acquisizione del controllo di un’impresa, costituiva una concentrazione ai sensi dell’articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/1990;

CONSIDERATO che il fatturato realizzato a livello nazionale dall’insieme delle imprese interessate e il fatturato totale realizzato individualmente a livello nazionale da almeno due delle imprese interessate, per il periodo al quale l’operazione si riferisce, è stato superiore alla soglia minima prevista dall’articolo 16, comma 1, della legge n. 287/1990 e che, pertanto, l’operazione sopra individuata era soggetta all’obbligo di comunicazione preventiva previsto dallo stesso articolo;

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

<sup>1</sup> Cfr. provv. n. 28602 RIVALUTAZIONE SOGLIE FATTURATO EX ART.16, COMMA 1, DELLA LEGGE N.287/90 del 9 marzo 2021 in Boll. n. 12 del 22 marzo 2021.

CONSIDERATO che l'operazione suddetta, realizzata in data 24 giugno 2021, non è stata preventivamente comunicata, in violazione dell'articolo 16, comma 1, della legge n. 287/1990;

DELIBERA

a) di contestare alle società H.I.G. Capital, LLC, Tempus Holding 79 S. à r.l. e Project Informatica S.r.l. la violazione dell'obbligo di comunicazione preventiva, disposto dall'articolo 16, comma 1, della legge n. 287/1990, in relazione all'operazione di acquisizione della società Centro Computer S.p.A.;

b) l'avvio del procedimento, per l'eventuale irrogazione della sanzione pecuniaria di cui all'articolo 19, comma 2, della legge n. 287/1990, nei confronti delle società H.I.G. Capital, LLC, Tempus Holding 79 S. à r.l. e Project Informatica S.r.l., per l'inottemperanza agli obblighi di preventiva comunicazione dell'operazione di cui alla precedente lettera a);

c) che il responsabile del procedimento è il Dott. Lorenzo Clementi;

d) che può essere presa visione degli atti del procedimento presso la Direzione Comunicazioni della Direzione Generale per la Concorrenza, dai legali rappresentanti delle società H.I.G. Capital, LLC, Tempus Holding 79 S.à r.l. e Project Informatica S.r.l., ovvero da persone da esse delegate;

e) che, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, della legge n. 689/1981, entro il termine di trenta giorni dalla notifica della presente contestazione, gli interessati possono far pervenire all'Autorità scritti difensivi e documenti e chiedere di essere sentiti;

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

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

IL VICE SEGRETARIO GENERALE  
*Serena Stella*

IL PRESIDENTE  
*Roberto Rustichelli*

---

**C12432 - CLESSIDRA PRIVATE EQUITY SGR/FORMULA IMPRESOFT***Provvedimento n. 30063*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 15 marzo 2022;

SENTITA la Relatrice Professoressa Elisabetta Iossa;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione della società Clessidra Private Equity S.G.R. S.p.A., pervenuta in data 14 febbraio 2021;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

**I. LE PARTI**

1. Clessidra Private Equity SGR S.p.A. (di seguito, la Società o Clessidra) è una società di gestione del risparmio dedicata agli investimenti in aziende operanti nell'upper *middle-market* italiano che gestisce attualmente i fondi Clessidra Capital Partners 2, Clessidra Capital Partners 3 e Clessidra Capital Partners 4. Clessidra è controllata da Clessidra Holding S.p.A., società capogruppo del gruppo finanziario a cui appartiene Clessidra, detenuta a sua volta al 100% dalla *holding* di investimenti Immobiliare S.p.A., che possiede e gestisce un portafoglio diversificato di investimenti e partecipazioni. Al gruppo Clessidra appartengono anche Clessidra Capital Credit SGR S.p.A., che gestisce Clessidra Restructuring Fund, un fondo dedicato al segmento dei crediti c.d. *unlikely to pay* bancari verso aziende industriali, e Clessidra Factoring S.p.A., che offre servizi specializzati nel finanziamento e nella gestione dei crediti di impresa. Le *portfolio companies* del gruppo Clessidra sono attive in vari settori tra cui abbigliamento, caffè, *lighting*, materiali per l'edilizia e servizi finanziari. Inoltre, Italmobiliare S.r.l. ha il controllo esclusivo di Italmobiliare Servizi S.r.l., società che eroga servizi di *IT management* prevalentemente infragruppo.

Nel 2020 il fatturato consolidato realizzato a livello mondiale dal Gruppo Italmobiliare è stato pari a circa [1-2]\* miliardi di euro, di cui circa [511-700] milioni di euro realizzati in Italia.

2. Formula Impresoft S.p.A. (di seguito la Target o Formula Impresoft) è una società attiva nel settore della progettazione, produzione e vendita di sistemi per l'automazione e l'elaborazione dei dati, attualmente partecipata dalla Società Seven Holding 1 S.à r.l., che ne detiene il controllo e da ulteriori azionisti di minoranza. Formula Impresoft, a sua volta, controlla, nell'ordine, le seguenti società 4Ward S.r.l., Qualitas Informatica S.p.A., Open Symbol S.r.l., NextTech S.r.l., i NextCRM S.r.l., GN Techonomy e Kipcast, che congiuntamente costituiscono il Gruppo Target e che risultano attive nei settori dell'Information *Technology* e della produzione e gestione di *software* applicativi a supporto delle funzioni aziendali. In particolare, queste ultime fornisco alle società e prevalentemente in Italia, soluzioni *software* proprietarie e di terzi, nonché servizi di supporto e

---

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

consulenza per la scelta di *business application* e servizi e soluzioni legate alla digitalizzazione delle imprese. Nel 2020, il Gruppo Target ha realizzato a livello mondiale un fatturato pari a [31-100] milioni di euro, di cui circa [31-100] milioni di euro realizzati in Italia.

## II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione comunicata consiste nell'acquisizione del controllo esclusivo da parte di Clessidra, nella sua qualità di società di gestione del fondo denominato "Clessidra Capital Partners 4" e per il tramite di una costituenda società controllata dalla medesima Clessidra, di Formula Impresoft. In considerazione dei rapporti di controllo di Formula Impresoft, l'operazione prevede, indirettamente, anche l'acquisto da parte di Clessidra del controllo delle società del Gruppo Target.

4. Così come infine comunicato dalle Parti, queste ultime hanno concordato un obbligo di non concorrenza e di non sollecitazione per un periodo di tre anni decorrenti dalla conclusione dell'operazione, funzionali, a garantire al Gruppo Target la continuità del *business* e a consentire al contempo, una crescita organica in linea con il mercato. Inoltre, come comunicato dalle Parti, il menzionato patto è da considerarsi limitato, oltre che sotto il profilo temporale, anche da un punto di vista geografico e di contorni oggettivi, essendo circoscritto al territorio in cui risulta operativo il Gruppo Target e ai servizi offerti dalle società allo stesso appartenenti.

## III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

5. 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 139/2004, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge in quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 511 milioni di euro e il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 31 milioni di euro.

Il patto di non concorrenza e l'obbligo di non sollecitazione possono essere qualificati come accessori alla concentrazione comunicata nella misura in cui contengano una restrizione direttamente connessa alla realizzazione dell'operazione e ad essa necessaria<sup>1</sup>. In particolare il patto di non concorrenza e l'obbligo di non sollecitazione possono considerarsi accessori alla presente operazione nella misura in cui siano limitati ai soli mercati (del prodotto e geografici) interessati dalla concentrazione e non eccedano la durata di due anni, atteso che, nel caso di specie, la società acquirente è già, seppur marginalmente, presente nel settore dell'*information technology*<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Si veda "Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (G.U.C.E. 2005/C-56/03 del 5 marzo 2005)".

<sup>2</sup> Cfr. Comunicazione sulle restrizioni accessorie, cit., par. 20.

#### IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

6. L'operazione in esame interessa il settore servizi dell'Information *Technology* (di seguito anche solo "IT Services" o "Servizi IT") dei *software*.

##### *I mercati rilevanti*

###### **a) Information Technology**

7. I Servizi IT possono essere segmentati considerando la tipologia di servizi, oltre che per le caratteristiche dei settori in cui i clienti operano<sup>3</sup>.

8. Come evidenziato in numerosi precedenti dell'Autorità<sup>4</sup>, il forte tasso di innovazione e la rapida e costante evoluzione tecnologica che caratterizzano il settore IT rendono non sempre agevole una netta demarcazione tra i diversi mercati (e ancor più tra i segmenti) di cui tale settore si compone.

9. Le imprese che vi operano tendono, infatti, a offrire una molteplicità di servizi, adattando la propria offerta alla stessa evoluzione tecnologica, alla domanda e alle esigenze della clientela.

10. Più in generale, all'interno dei servizi IT, la Commissione Europea ha individuato sette segmenti che identificano una pluralità di servizi informatici diretti alle imprese<sup>5</sup>. Si tratta, in particolare, dei servizi di: (i) *IT management*, per l'utilizzo di specifiche competenze al fine di creare e ottimizzare processi e flussi informativi aziendali; (ii) *transaction IT management*, per le transazioni che necessitano di supporti informatici; (iii) consulenza per l'analisi e il miglioramento delle strategie tecnologiche; (iv) *software development*, per sviluppare e integrare le soluzioni nelle infrastrutture esistenti; (v) *software maintenance*, per la manutenzione dei prodotti (sistemi operativi, applicazioni di *software*, ecc.) e l'assistenza tecnica (anche *on line* o telefonica); (vi) *hardware maintenance*, per ottimizzare i sistemi attraverso installazione, manutenzione e assistenza tecnica di componenti *hardware*; (vii) istruzione e addestramento, per il trasferimento delle conoscenze al di fuori della formazione professionale.

11. Tali segmenti sono a loro volta ulteriormente suddivisibili in gruppi di servizi e sono caratterizzati da un'elevata frammentazione e sostituibilità dal lato dell'offerta, anche in considerazione del fatto che i fornitori di servizi IT offrono generalmente una gamma più o meno ampia di prestazioni diverse in pacchetti che possono interessare tutti o alcuni dei segmenti sopraelencati.

12. Dal punto di vista geografico, infine, si ritiene di lasciare aperta la definizione del mercato e, in particolare, se tale mercato sia nazionale o più ampio, in quanto in entrambe le configurazioni non si avrebbero effetti pregiudizievoli per la concorrenza.

13. Infatti, sulla base delle informazioni fornite, per quanto concerne il settore di destinazione, mentre il Gruppo Target rivolge la propria offerta commerciale nell'ambito di tutti e sette i segmenti

<sup>3</sup> Cfr., *ex multis*, Provvedimento dell'Autorità n. 28331 del 4 agosto 2020, caso C12312 – OEP 14 COOPERATIEF U.A./TECHEDGE; Provvedimento dell'Autorità n. 26818 del 25 ottobre 2017, caso C12119 – Engineering Ingegneria Informatica/Infogroup Informatica e Servizi Telematici; Decisione della Commissione Europea del 19 giugno 2013, caso M.6921 – IBM Italia/UBIS.

<sup>4</sup> Cfr., tra gli altri, Provvedimento n. 24851 del 27 marzo 2014, caso C11943 - ICCREA Holding/I.S.I.D.E., in Boll. n. 15/2014; provvedimento n. 23925 del 27 settembre 2012, caso C11772 – Accenture Sub/Octagon Research Solution, in Boll. n. 39/12.

<sup>5</sup> Cfr. i casi: M.7458 – IBM/INF Business of Deutsche Lufthansa; M.9205 – IBM/Red Hat; M.6921 – IBM Italia/UBIS; M.6237 – Computer Sciences Corporation/Issoft Group; M.6127 – Atos Origin/Siemens It Solutions & Services; M.5666 – Xerox/Affiliated Computer Services; M.5301 – CAP Gemini/BAS; M.2946 – IBM/PWC Consulting.

interessati, Clessidra risulta operativa solo nell'ambito del segmento denominato *IT management*, all'interno del quale svolge principalmente servizi infragruppo.

14. In particolare, nell'ambito del complessivo mercato dei servizi IT, secondo quanto comunicato dalle Parti, il Gruppo Target fa registrare una quota di mercato [*inferiore all'1%*] mentre Clessidra [*inferiore all'1%*] in ambito nazionale. Quanto poi ai relativi segmenti in cui si articola il mercato in commento, il Gruppo Target e Clessidra, fanno registrare, secondo quanto riportato dalle Parti, nel settore in cui sono entrambe operative, ovvero l'*IT management*, quote [*inferiore all'1%*] e [*inferiore all'1%*]. Per i restanti segmenti, infine, in cui opera, secondo quanto riferito dalle Parti, solo il Gruppo Target, le quote fatte registrare sono le seguenti: (ii) *transaction IT management* [*inferiore all'1%*]; (iii) consulenza [*inferiore all'1%*]; (iv) *software development* [*inferiore all'1%*]; (v) *software maintenance* [*inferiore all'1%*]; (vi) *hardware maintenance* [*inferiore all'1%*]; (vii) istruzione e addestramento [*inferiore all'1%*].

#### b) Servizi software

15. Anche all'interno dei *software*, è possibile individuare una pluralità di ambiti, distinti innanzitutto a seconda della destinazione finale del prodotto, se a consumatori per uso domestico (*consumer software*) ovvero a imprese e istituzioni per uso professionale (*business software*). A loro volta, i *software* di tipo *business* si possono dividere in programmi per infrastrutture di sistema (i cosiddetti *system infrastructure software*), programmi applicativi (*application software*) a supporto delle principali funzioni aziendali<sup>6</sup>.

16. Dal punto di vista geografico, si ritiene di lasciare aperta la definizione del mercato e, in particolare, se tale mercato sia nazionale o più ampio, in quanto in entrambe le configurazioni non si avrebbero effetti pregiudizievoli per la concorrenza.

In particolare, nell'ambito del complessivo mercato dei *software*, secondo quanto comunicato dalle Parti, il Gruppo Target fa registrare una quota di mercato [*inferiore all'1%*] in ambito nazionale mentre Clessidra non risulta operativa nello stesso. In considerazione dell'attività svolta dal Gruppo Target, inoltre, sulla base delle informazioni fornite, vengono in rilievo i seguenti cinque segmenti: (i) *system infrastructure software* nel quale fa registrare una quota [*inferiore all'1%*]; (ii) *software applicativo* nel quale fa registrare una quota [*inferiore all'1%*]; (iii) soluzioni ERP (*Enterprise Resource Planning*) nel quale fa registrare una quota pari a circa il [*1-5%*]; (iv) soluzioni CRM (*Customer Relationship Management*) nel quale fa registrare una quota pari a circa il [*1-5%*]; (v) soluzioni MES (*Manufacturing Execution System*) nel quale fa registrare una quota pari a circa il [*1-5%*].

## V. EFFETTI DELL'OPERAZIONE

17. Sulla base delle informazioni prodotte in sede di notifica, nell'ambito dell'*Information Technology*, nel 2020, a livello nazionale il Gruppo Target, detiene una quota [*inferiore all'1%*] mentre Clessidra detiene una quota di mercato [*inferiore all'1%*]. Pertanto, a seguito dell'operazione, la quota della Parte acquirente, pur incrementandosi, sarà comunque marginale in valore, attestandosi ampiamente al di sotto della soglia dell'1%.

<sup>6</sup> Cfr. provv. del 4 agosto 2011, n. 22701, C11174 – *Robert Bosch/Inubù*, in Boll. n. 32/2011.

**18.** Analogamente, anche nel segmento del IT *management*, dove entrambe le Società risultano operative, la quota cumulata fatta registrare si attesta su di un valore [*inferiore all'1%*] in ambito nazionale.

**19.** Di analogo tenore, sono le considerazioni di natura concorrenziale in ordine al mercato dei *software*: sulla base delle informazioni prodotte in sede di notifica, in tale comparto, nel 2020, a livello nazionale il Gruppo Target, ha fatto registrare una quota [*inferiore all'1%*] in ambito nazionale. Pertanto, a seguito dell'operazione, la quota di mercato acquisita da Clessidra, sarà marginale in valore, attestandosi ampiamente al di sotto della soglia dell'1%. Inoltre, non registrandosi, nel mercato in questione, sovrapposizione orizzontale alcuna, tra le Parti, l'operazione notificata si risolve nella sostituzione della compagine di controllo di un operatore già presente nel mercato di riferimento.

**20.** Quanto poi al contesto competitivo, va considerato che, dalle informazioni fornite dalle Parti, nei mercati di riferimento operano per un verso, numerosi e qualificati concorrenti con quote di mercato superiori a quelle detenute dalle Parti, quali ad esempio, Accenture S.p.A. ed Engineering Ingegneria Informatica S.p.A.; e per l'altro sono presenti diretti *competitor*, con quote più prossime in valore a quelle delle Parti, quali VarGroup, Lutech.

In conclusione, in considerazione delle quote di mercato detenute dalle parti interessate, della limitata sovrapposizione dell'ambito di attività delle parti e della presenza di importanti concorrenti, l'operazione in esame non appare suscettibile di modificare in maniera sostanziale la struttura e le dinamiche competitive dei mercati interessati.

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 dei servizi IT, e sue possibili ulteriori delimitazioni, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

RITENUTO, altresì, che il patto di non concorrenza ed l'obbligo di non sollecitazione intercorsi tra le parti sono accessori alla presente operazione nei soli limiti sopra descritti e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove ne sussistano i presupposti, i suddetti patti che si realizzino oltre i limiti ivi indicati;

#### DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE  
*Guido Stazi*

IL PRESIDENTE  
*Roberto Rustichelli*

---

**C12433 - HITACHI RAIL STS/RAMO DI AZIENDA DI ALSTOM***Provvedimento n. 30064*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 15 marzo 2022;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTO il Regolamento (CE) n. 139/2004;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione di Hitachi Rail STS S.p.A., pervenuta in data 18 febbraio 2022;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

**I. LE PARTI**

1. Hitachi Rail STS S.p.A. (di seguito, Hitachi Rail Italia) è una società interamente controllata da Hitachi Rail Ltd (di seguito, Hitachi Rail), attiva nella progettazione, costruzione, vendita, messa in esercizio e manutenzione di materiale rotabile, sistemi di trasporto ferroviario e metropolitano e di segnalamento ferroviario. Hitachi Rail Italia ha, in particolare, sviluppato, prodotto e commercializzato, in consorzio con Bombardier Transportation (Investment) UK Limited (di seguito, Bombardier), la piattaforma relativa al materiale rotabile ad altissima velocità, denominata Zefiro V300<sup>1</sup>. Hitachi Rail è a sua volta interamente controllata da Hitachi Ltd, società di diritto giapponese al vertice del gruppo Hitachi.

Il gruppo Hitachi ha realizzato nel 2021<sup>2</sup> un fatturato mondiale di 70,6 miliardi di euro, di cui [8-9]\* miliardi di euro per vendite nell'Unione Europea e circa [2-3] miliardi di euro per vendite in Italia.

2. Oggetto di acquisizione è un ramo d'azienda costituito da un'organizzazione di persone, mezzi, contratti e risorse, ivi inclusi alcuni diritti di proprietà intellettuale e *know-how*, funzionale alla progettazione, allo sviluppo, alla produzione, alla fabbricazione, al collaudo, alla messa in servizio, all'assistenza (incluse, ma non solo, tutte le attività relative a manutenzione preventiva, manutenzione correttiva, manutenzione predittiva, revisioni, *retrofit*, rimessa a nuovo, *revamping*, vendita di pezzi di ricambio e riparazioni, assistenza tecnica, ecc.) e alla commercializzazione ad operatori ferroviari, del treno EMU (Electrical Multiple Unit) ad altissima velocità, basato

<sup>1</sup> A partire dal 2010, il materiale rotabile Zefiro V300 è stato commercializzato dal consorzio Hitachi Rail Italia/Bombardier a Trenitalia (in esito all'aggiudicazione di due gare, rispettivamente, nel 2010 e nel 2019; nel 2014 è stato altresì aggiudicato al consorzio un contratto *full service* manutentivo) e, successivamente, a ILSA (un consorzio spagnolo di cui Trenitalia ha acquistato il controllo congiunto nel 2020; la relativa gara è stata aggiudicata nel 2020). In Italia il nome commerciale dei treni Zefiro 300 utilizzati da Trenitalia è Frecciarossa 1000.

<sup>2</sup> Esercizio chiuso al 31 marzo 2021.

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

sull'esistente ETR 1000 secondo la configurazione delle revisioni TSI 2019 (compresi tutti i loro componenti), noto come Zefiro V300 (di seguito, Ramo d'Azienda Business V300).

Il Ramo d'Azienda Business V300 è attualmente controllato da Alstom S.A. (di seguito, Alstom), che ne ha acquisito la proprietà da Bombardier in esito all'operazione di concentrazione comunitaria M.9779 – *Alstom / Bombardier Transportation*, autorizzata con rimedi con decisione del 31 luglio 2020.

Il fatturato del Ramo d'Azienda Business V300 nel 2021<sup>3</sup>, interamente realizzato in Italia, è stato pari a circa [31-100] milioni di euro.

## II. L'OPERAZIONE

3. L'operazione consiste nell'acquisizione da parte del gruppo Hitachi, per il tramite di Hitachi Rail Italia, del Ramo d'Azienda Business V300, attualmente controllato da Alstom.

4. L'operazione si inserisce nel contesto dell'attuazione da parte di Alstom di uno dei rimedi cui è subordinata l'autorizzazione della concentrazione comunitaria M.9779 – *Alstom / Bombardier Transportation*<sup>4</sup>. Il rimedio in questione prevede, in particolare, la cessione da parte di Alstom di un ramo d'azienda (*ex* Bombardier) costituito da un'organizzazione di persone, mezzi, contratti e risorse, funzionale a consentire ad Hitachi (individuato quale *remedy taker*) di operare in modo autonomo nella produzione, commercializzazione e nell'ulteriore sviluppo della piattaforma Zefiro V300.

5. Le Parti hanno sottoscritto delle clausole di non concorrenza, contenute nel *Framework Agreement* che regola l'operazione, in base alle quali:

- i) per [1-3] anni dalla data di perfezionamento dell'operazione, Alstom non potrà svolgere, direttamente o indirettamente, atti in concorrenza con il Business V300 limitatamente ai soli clienti verso cui il Business V300 realizza attualmente un fatturato (i Clienti);
- ii) per [1-5] anni a partire dalla data di perfezionamento dell'Operazione, Alstom si impegna a far sì che *a*) tutte le società facenti parte del gruppo Alstom supportino e cooperino su base esclusiva con Hitachi Rail Italia con riferimento a qualsivoglia gara, richiesta di offrire *e/o* altre attività richieste dai Clienti e relative alla produzione, assistenza e manutenzione di treni EMU ad altissima velocità, *b*) senza che Alstom possa provvedervi autonomamente *e/o* congiuntamente con terze parti;
- iii) per un periodo di 30 mesi a partire dalla data di perfezionamento dell'operazione Alstom si impegna *a*) a far sì che tutte le società facenti parte del gruppo Alstom, se richieste da Hitachi Rail Italia, supportino e cooperino con Hitachi per permetterle di partecipare a future gare *e/o* di svolgere qualsiasi altra attività di o relativa alla produzione, assistenza e manutenzione dei treni EMU ad altissima velocità richiesta da qualsiasi soggetto diverso dai Clienti, *b*) con l'unico limite per Alstom di non poter utilizzare beni, passività o rapporti giuridici compresi o collegati al Business V300<sup>5</sup>.

<sup>3</sup> Esercizio chiuso al 31 marzo 2021.

<sup>4</sup> Cfr. la decisione comunitaria sul caso M.9779 – *Alstom / Bombardier Transportation*, del 31 luglio 2020.

<sup>5</sup> Hitachi Rail Italia e Alstom si sono date esplicitamente atto che le previsioni contenute nel FWA non limitano in qualsivoglia modo la possibilità per le società facenti del gruppo Alstom di essere attive nel segmento del materiale rotabile ad altissima velocità (con l'unica limitazione di non poter svolgere atti in concorrenza attraverso il Business V300), e di competere con Hitachi con riguardo alla generalità dei clienti (con l'unica limitazione di non poter svolgere atti in concorrenza verso i Clienti).

6. Il *Framework Agreement* prevede altresì la conclusione di appositi accordi tra le parti per regolare *iv)* la concessione in licenza di alcuni diritti di proprietà intellettuale e *know-how* e *v)* la fornitura di componenti e servizi, ritenuti necessari a consentire la progettazione, sviluppo, produzione, fabbricazione, collaudo, messa in servizio, e assistenza della piattaforma Zefiro V300.

### III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

8. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE 139/2004, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 511 milioni di euro e il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, individualmente da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 31 milioni di euro. Inoltre, l'Operazione non ha dimensione comunitaria ai sensi dell'articolo 1 del Regolamento (CE) n. 139/2004 relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese, in quanto ciascuna delle Parti realizza più di due terzi del proprio fatturato totale nell'UE all'interno di un unico Stato dell'UE (l'Italia).

9. Le clausole di non concorrenza sopra descritte sono da ritenersi accessorie all'operazione in esame, in quanto volte a preservare il valore del ramo d'azienda e del *know how* e dei clienti acquisiti, limitatamente ai punti *i)* e *ii)*, lettera *b)* e *iii)*, lettera *b)* solo a condizione che le restrizioni in esame abbiano una durata limitata nel tempo, comunque non eccedente i tre anni<sup>6</sup>. Le restrizioni relative agli accordi di licenza di cui al punto *iv)* sono considerate accessorie all'operazione a condizione che non prevedano limitazioni territoriali di fabbricazione corrispondenti alla localizzazione delle attività cedute<sup>7</sup>. Gli accordi in materia di obblighi di acquisto e fornitura – di cui ai punti *ii)*, lettera *a)*, *iii)* lettera *a)*, e *v)* - sono considerati accessori all'operazione solo per un periodo transitorio, non eccedente comunque i cinque anni e a condizione che non prevedano quantitativi illimitati o l'esclusiva o il conferimento dello *status* di fornitore o acquirente privilegiato<sup>8</sup>.

### IV. VALUTAZIONE

10. In base alle informazioni trasmesse dalle Parti, l'operazione determina sovrapposizioni di tipo orizzontale nel mercato della produzione e commercializzazione di materiale rotabile ad alta e altissima velocità e nel mercato dei servizi di manutenzione del materiale rotabile e interessa, a livello verticale, il mercato della progettazione e commercializzazione dei sistemi per la gestione degli scambi sulla rete ferroviaria (di seguito anche *interlocking*).

<sup>6</sup> Cfr. Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle operazioni di concentrazione (2005/C56/03) pubblicata in GUCE del 5 marzo 2005, §18 e ss.

<sup>7</sup> Cfr. Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle operazioni di concentrazione, §27 e ss.

<sup>8</sup> Cfr. Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle operazioni di concentrazione, §32 e ss.

**a) Mercato della produzione e commercializzazione di materiale rotabile ad alta e altissima velocità**

**11.** In linea con le recenti decisioni comunitarie in materia, si ritiene che l'attività di progettazione e commercializzazione dei treni ad alta velocità (compresa tra i 250 e i 299 km/orari) e altissima velocità (uguale o superiore a 300 km/orari) individui un mercato distinto rispetto alla progettazione e commercializzazione delle altre tipologie di treni. Il mercato della progettazione e commercializzazione dei treni ad alta e altissima velocità può inoltre essere segmentato, in base alla velocità, tra treni alta velocità e treni ad altissima velocità, anche in considerazione delle differenti specifiche tecniche dei treni e della limitata sostituibilità tra le due tipologie di materiale rotabile dal lato sia dell'offerta che della domanda (espressa dagli operatori del trasporto ferroviario)<sup>9</sup>. Nel caso in esame, ad ogni modo, l'esatta definizione del mercato del prodotto può essere lasciata aperta in quanto, anche considerando la definizione più ristretta (nel caso di specie relativa ai treni ad altissima velocità riguardo ai quali l'operazione determina sovrapposizioni orizzontali), la valutazione degli effetti dell'operazione non muterebbe.

**12.** La dimensione geografica del mercato della produzione e commercializzazione di materiale rotabile ad alta e altissima velocità ricomprende quantomeno il territorio europeo (Spazio Economico Europeo, Svizzera e Regno Unito), in considerazione, tra l'altro, dell'omogeneità del contesto regolatorio e della progressiva adozione di *standard* tecnici omogenei, risultando potenzialmente estesa all'intero territorio mondiale (esclusi Cina, Corea del Sud e Giappone)<sup>10</sup>. La definizione del mercato geografico può comunque essere lasciata aperta in quanto anche considerando la definizione più ristretta (nel caso di specie relativa al territorio europeo), la valutazione degli effetti dell'operazione non muterebbe. In particolare, poiché l'impresa acquirente opera solo nel segmento di mercato relativo al materiale rotabile ad altissima velocità e solo a livello europeo (attraverso la piattaforma Zefiro V300)<sup>11</sup>, si valuteranno gli effetti dell'operazione con riguardo al segmento relativo all'altissima velocità a livello europeo.

**13.** La quota di mercato attribuibile ad Hitachi successivamente al completamento dell'operazione nel mercato europeo della produzione e commercializzazione del materiale ferroviario ad altissima velocità, è di circa il [25-30%] nel periodo 2017-2021 e di circa il [20-25%] nel periodo 2012-2021<sup>12</sup>, a fronte di un incremento del [1-10%] circa, attribuibile al Ramo d'Azienda Business V300 oggetto di acquisizione.

**14.** Per effetto dell'operazione Hitachi diventerà, inoltre, un soggetto indipendente da Alstom (*ex* Bombardier) nella commercializzazione e nello sviluppo della piattaforma Zefiro V300, potendo anche partecipare in forma autonoma alle future gare d'appalto, in concorrenza con altri qualificati concorrenti, quali la stessa Alstom e Siemens.

<sup>9</sup> Cfr. la decisione comunitaria M9779 Alstom/Bombardier, §30 e ss. Cfr. anche la decisione comunitaria M8677 Siemens/Alstom.

<sup>10</sup> Cfr. la decisione comunitaria M9779 Alstom/Bombardier, §189 e ss.

<sup>11</sup> Al di fuori del territorio europeo (Spazio Economico Europeo, Svizzera e Regno Unito) Hitachi non commercializza materiale rotabile ad alta e altissima velocità in paesi diversi da Cina, Giappone e Corea del Sud.

<sup>12</sup> Trattandosi di un mercato in cui le commesse sono attribuite ai diversi produttori in esito a procedure di gara poco frequenti e di valore elevato (*bidding market*), le quote di mercato sono calcolate sul complesso delle commesse aggiudicate negli ultimi 5 e 10 anni. Cfr. anche la decisione comunitaria M9779 Alstom/Bombardier, §274 e ss.

15. Non si ritiene pertanto che l'operazione in esame sia idonea a incidere negativamente sulla concorrenza nel mercato della progettazione e commercializzazione dei treni ad alta e ad altissima velocità.

**b) Mercato dei servizi di manutenzione del materiale rotabile**

16. I servizi di manutenzione del materiale rotabile individuano l'insieme di attività atte a mantenere il materiale rotabile in uno stato di funzionamento ottimale, ivi incluse le attività di riparazione e sostituzione delle componenti e delle parti di ricambio dei treni e le attività di manutenzione che comportano un miglioramento della qualità e/o del ciclo di vita dei treni (cd. *refurbishment*). Gli operatori del trasporto ferroviario possono acquistare i servizi di manutenzione dal produttore del materiale rotabile (cd. *Original Equipment Manufacturer* o OEM), svolgere i servizi di manutenzione autonomamente o rivolgersi ad operatori terzi non OEM. Il mercato dei servizi di manutenzione potrebbe essere segmentato in base alla tipologia e al grado di complessità dell'attività di manutenzione (leggera, pesante e migliorativa)<sup>13</sup>. Nel caso in esame, non è tuttavia necessario pervenire ad una esatta definizione del mercato rilevante del prodotto, considerato che la valutazione degli effetti dell'operazione non ne risulterebbe comunque influenzata.

17. La dimensione geografica del mercato dei servizi di manutenzione del materiale rotabile è tendenzialmente nazionale o al più coincidente con il territorio europeo (Spazio Economico Europeo, Svizzera e Regno Unito)<sup>14</sup>. L'esatta definizione geografica del mercato può essere tuttavia lasciata aperta in quanto non è idonea ad incidere sulla valutazione concorrenziale dell'operazione.

18. La quota di mercato attribuibile ad Hitachi successivamente al completamento dell'Operazione nel mercato dei servizi di manutenzione del materiale rotabile, in Italia nel 2021, è stimabile nel [25-30%] circa, con un incremento limitato del [1-5%], attribuibile al Ramo d'Azienda Business V300<sup>15</sup>, che effettua i servizi di manutenzione unicamente sulla piattaforma Zefiro V300<sup>16</sup>.

19. L'operazione in esame non appare quindi idonea ad incidere in misura significativa sulle condizioni di concorrenza del mercato dei servizi di manutenzione del materiale rotabile, nel quale operano anche altri qualificati concorrenti tra cui Faiveley, Knorr Bremse, SKF, ABB e Lucchini.

**c) Mercato della progettazione e commercializzazione dei sistemi di gestione degli scambi sulla rete ferroviaria (interlocking)**

20. Gli elementi che compongono un sistema di segnalamento sulle reti ferroviarie sono tipicamente: *i*) i sistemi di gestione degli scambi o *interlocking* (si tratta del sistema generale di controllo che si occupa del distanziamento e dell'instradamento dei treni sulle linee ferroviarie), *ii*) i sistemi per il controllo dei treni installati lungo le linee ferroviarie (ATP *wayside*); *iii*) i sistemi di controllo dei treni installati a bordo del treno (ATP *on board*); e *iv*) i sistemi operativi e di controllo della rete ferroviaria (OCS, che operano ad un livello più alto dei sistemi di scambio e degli ATP). I sistemi di gestione degli scambi devono quindi interfacciarsi con quelli adiacenti o intersecanti e con gli altri

<sup>13</sup> Cfr. anche la decisione comunitaria sul caso M9779 Alstom/Bombardier, §175 e ss.

<sup>14</sup> Cfr. anche la decisione comunitaria sul caso M9779 Alstom/Bombardier, §257-258.

<sup>15</sup> La quota di mercato è calcolata su un totale attività che non tiene conto dei servizi di manutenzione del materiale rotabile svolti in autoproduzione degli operatori del trasporto ferroviario.

<sup>16</sup> Hitachi ha indicato che la quota di mercato attribuibile al gruppo a livello europeo è inferiore a quella riferita al solo mercato italiano, laddove anche la quota attribuibile a livello europeo al Ramo d'Azienda Business V300 risulterebbe inferiore al [1-5%].

sistemi di segnalamento come i sistemi ATP (*wayside* e *on board*) e OCS<sup>17</sup>. Considerata l'importanza di assicurare l'interoperabilità tra le diverse componenti dei sistemi di segnalamento e tra sistemi di segnalamento, sia tra Paesi membri diversi che tra operatori diversi, è in corso a livello europeo un processo di armonizzazione e standardizzazione tecnologica che ha portato all'istituzione del sistema europeo di gestione del traffico ferroviario (ERTMS), il quale ha adottato lo *standard ETCS (European Train Control System)*, con particolare riguardo ai sistemi ATP. EULYNX (*European Initiative Linking Interlocking Subsystem*) è invece un'iniziativa europea dei gestori di infrastrutture per standardizzare le interfacce tra i componenti dei sistemi di gestione degli scambi e tra i sistemi di gestione degli scambi e gli altri sottosistemi di segnalazione (per esempio gli ATP)<sup>18</sup>. L'adozione di *standard* tecnologici consente la piena interoperabilità tra i sistemi e il superamento dei cosiddetti sistemi "legacy" o autonomi.

21. Con riguardo alla dimensione del mercato sotto il profilo del prodotto, ciascuno degli elementi che compongono un sistema di segnalamento individua un mercato distinto. I sistemi di gestione degli scambi costituiscono, quindi, un mercato del prodotto separato rispetto agli altri elementi<sup>19</sup>.

22. La circostanza che i sistemi di scambio adottati a livello nazionale siano ancora di tipo autonomo, ossia non standardizzati a livello europeo, comporta la presenza di condizioni di concorrenza tendenzialmente distinte a livello nazionale e l'individuazione di un mercato geografico limitato al territorio italiano<sup>20</sup>.

23. Hitachi detiene nel mercato nazionale dei sistemi per la gestione degli scambi una quota di mercato di circa il [60-65%] nel periodo 2016-2021 e di circa il [55-60%] nel periodo 2012-2021<sup>21</sup>, superiore quindi alla soglia di attenzione del 25%. Non si ritiene, ad ogni modo, che l'operazione in esame sia idonea a determinare criticità concorrenziali di carattere verticale, con particolare riguardo alla interoperabilità tra i sistemi di gestione degli scambi di produzione Hitachi e i sistemi ATP installati sui treni ad alta e altissima velocità commercializzati da operatori terzi. Si è infatti considerato, da un lato, che i gestori della rete di trasporto ferroviario, nel caso di specie RFI S.p.A. - che rappresenta l'unico cliente di Hitachi nel mercato dell'alta e altissima velocità in Italia - hanno interesse ad acquisire sistemi di gestione degli scambi interoperabili, in particolare con i sistemi ATP di bordo e di terra conformi allo *standard* europeo ETCS; dall'altro, che a livello nazionale è già stata completata l'adozione sui treni ad alta e altissima velocità di sistemi ATP conformi allo *standard* europeo ETCS<sup>22</sup> e che, a maggior ragione, anche gli eventuali futuri treni ad alta e altissima velocità acquisiti dagli operatori ferroviari (e i relativi ATP di bordo) dovranno soddisfare tale *standard*.

<sup>17</sup> I modemi sistemi di gestione degli scambi sono sistemi computerizzati, basati su una combinazione di elementi sia *hardware* che *software*, che, in sintesi, (i) ricevono informazioni dai sensori posizionati lungo i binari; (ii) calcolano itinerari sicuri per i treni; (iii) controllano i dispositivi che spostano le rotaie agli incroci per permettere ai treni di trasferirsi da un binario all'altro; e (iv) rilasciano ai treni le autorizzazioni di movimento per permettere loro di viaggiare in sicurezza. Cfr. la decisione comunitaria M8677 Siemens-Alstom, §559 e ss.

<sup>18</sup> Cfr. la decisione comunitaria M8677 Siemens-Alstom, §572 e ss.

<sup>19</sup> Cfr. anche la decisione comunitaria M9779 Alstom/Bombardier, §809 e ss.

<sup>20</sup> Cfr. anche la decisione comunitaria M9779 Alstom/Bombardier, §832 e ss.

<sup>21</sup> Cfr. anche la decisione comunitaria sul caso M9779 Alstom/Bombardier, §913, Tabella 33.

<sup>22</sup> Cfr. il "Piano nazionale di implementazione di ERTMS di cui al punto 7.4.4 dell'Allegato al Regolamento (UE) 2016/919 della Commissione relativo alla specifica tecnica di interoperabilità per i sottosistemi "Controllo-Comando e Segnalamento" (STI CCS)", Ministero delle Infrastrutture e della mobilità sostenibili, pubblicato il 14/07/2017.

24. Alla luce delle considerazioni che precedono, stante l'assenza di sostanziali sovrapposizioni di natura orizzontale, nonché di possibili criticità concorrenziali di carattere verticale, l'operazione non appare determinare alterazioni significative nella struttura 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 nei mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

RITENUTO, inoltre, che i patti di non concorrenza e le clausole in materia di accordi di licenza e obblighi di fornitura stipulati tra le Parti sono accessori alla presente operazione nei limiti sopra descritti e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove ne sussistano i presupposti, tali patti e clausole nella misura in cui si realizzino oltre il tempo e la portata materiale ivi indicate;

#### 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 ed al Ministro dello Sviluppo Economico.

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

IL SEGRETARIO GENERALE  
*Guido Stazi*

IL PRESIDENTE  
*Roberto Rustichelli*

---

## ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

### AS1821 - BANDI DI GARA DEI CONCESSIONARI AUTOSTRADALI

Roma, 17 marzo 2022

Autorità di Regolazione dei Trasporti

In risposta alla richiesta di osservazioni formulata da codesta Autorità in data 28 dicembre 2021, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella riunione del 15 marzo 2022, ha deliberato di esprimere un parere, ai sensi dell'articolo 22 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, relativamente al documento contenente *"Misure per la definizione degli schemi dei bandi relativi alle gare cui sono tenuti i concessionari autostradali ai sensi dell'articolo 37, comma 2, lettera g), del d.l. 201/2011"*, oggetto della consultazione pubblica avviata con Delibera n. 174/2021.

L'Autorità accoglie con favore l'adozione di un insieme di misure regolatorie volte alla definizione preliminare degli schemi dei bandi di gara che verranno predisposti dai concessionari autostradali (d'ora in avanti anche "CA") ai fini degli affidamenti in subconcessione dei servizi erogati presso le Aree di Servizio (d'ora in avanti anche "AdS") di distribuzione carburanti (c.d. *oil*), comprensivi dei servizi di distribuzione di gas naturale compresso (GNC) e gas naturale liquefatto (GNL), di ristoro (c.d. *non oil*) e di ricarica elettrica collocati lungo la rete autostradale nazionale.

Nell'ottica di promuovere quanto più possibile la concorrenza nell'ambito delle procedure di gara relative ai menzionati servizi e nella gestione degli stessi, di seguito si esporranno alcune osservazioni riguardo alle misure oggetto della richiesta di osservazioni.

#### **La pluralità degli affidamenti**

Innanzitutto, si richiama la Misura 5.1 nella parte in cui prevede che nelle aree di servizio autostradale di classe 1, ovvero quelle caratterizzate da consistenti volumi di traffico, il CA debba ricorrere ad almeno due affidamenti "ristoro" che includano le attività commerciali e ristorative e la gestione dei servizi igienici e collettivi. Tale previsione risulta idonea a rafforzare la concorrenza che andrà a svilupparsi a valle degli affidamenti, consentendo di migliorare l'offerta per la clientela sia in termini di varietà sia in termini di livello dei prezzi.

Tuttavia, - nell'ottica di assicurare la sostenibilità dell'attività e, quindi, l'appetibilità degli affidamenti messi a gara in tali AdS - è auspicabile una ripartizione tra i vari affidatari del servizio ristoro degli obblighi di servizio pubblico di cui alla Misura 4, in modo da prevedere - ad esempio - un'alternanza nell'offerta del servizio nelle ore meno proficue e/o un riparto dei costi per la

gestione dei servizi igienici collettivi. Parimenti, si ritiene opportuno razionalizzare la gestione dei cd. "beni indispensabili", nell'ottica di non aggravare (duplicandoli) i costi gestionali. In tal senso, sarebbe proficuo che la pianificazione degli investimenti e la valorizzazione dei beni indispensabili, ai sensi della Misura 6, fossero proporzionalmente ripartite tra i vari affidatari.

Sul tema della pluralità dei servizi ristoro rileva, inoltre, per tutte le classi autostradali, quanto disposto dalla Misura 5.4, per cui *"nell'ambito degli affidamenti oil, l'esercizio delle attività cd. sottopensilina" di cui all'art. 17, comma 4, del d.l. 1/2012 è sempre ammesso. In caso di affidamenti separati "oil" e "ristoro" nella stessa area di servizio, nella pianificazione delle gare il CA tiene conto di tale circostanza, al fine di assicurare trasparenza, equità e non discriminazione fra i subconcessionari operanti nelle attività in regime di concorrenza nella medesima area di servizio.* L'Autorità esprime pieno apprezzamento per tale misura, in quanto - consentendo al gestore dell'impianto di distribuzione di carburanti l'esercizio dell'attività di somministrazione di alimenti e bevande, oltre che la vendita di altri beni e servizi *non oil* - essa risulta idonea ad introdurre una significativa concorrenza tra fornitori di servizi ristoro all'interno della medesima AdS, altrimenti non presente se non nelle aree di maggiori dimensioni in cui sarà possibile procedere a più di un affidamento.

Al fine di garantire effettiva equità e non discriminazione tra i subconcessionari (d'ora in avanti anche "SC") nella medesima area, tuttavia, sarebbe opportuno che i principi enunciati nella Misura 5.4 venissero declinati più dettagliatamente, ad esempio: assicurando la trasparenza, già in sede di predisposizione delle procedure di gara, circa la presenza di un servizio complementare sottopensilina, specificando il tipo di attività e le modalità di gestione, nonché i meccanismi di compensazione che sarebbero introdotti nel caso in cui l'attività sottopensilina dovesse subentrare in un secondo momento. Il perseguimento da parte del CA degli obiettivi di equità e non discriminazione potrebbe essere facilitato imponendo degli obblighi di servizio anche al gestore dell'attività sottopensilina, mediante una ripartizione di eventuali costi comuni (quali i costi relativi ai servizi igienici collettivi) tra SC ristoro e affidatario del servizio *oil* con servizio complementare di pensilina o prevedendo, quantomeno, forme di contribuzione.

Sempre con riferimento alla pluralità di affidamenti, si osserva che la Misura 5 dispone che in tutte le aree di servizio autostradale vengano messi a gara *"almeno due affidamenti ("ricarica") per i CPO dei punti di ricarica ultraveloce accessibili al pubblico, ciascuno dei quali è tenuto a garantire l'erogazione del servizio di ricarica da parte di almeno due MSP"*.

Sul punto, preliminarmente si osserva che la Misura 1.17 qualifica come punti di ricarica "di potenza elevata" e "ultraveloce" quelli che generano una potenza di ricarica superiore ai 50 kW, così come previsto dall'art. 2 del d.lgs. n. 275/2016. Al riguardo, alla luce del rilevante progresso intervenuto negli ultimi anni, e tenuto conto del tipo di servizio di ricarica in ambito autostradale, si ritiene che i punti di ricarica ultraveloci da installare nelle AdS autostradali debbano necessariamente essere dotati di una potenza uguale o superiore ai 100 kW, in grado di consentire tempi di ricarica sostanzialmente assimilabili a quelli propri del rifornimento di carburante tradizionale.

Infatti, sebbene l'attuale parco di veicoli elettrici attualmente in circolazione sia composto da auto con batterie a potenze inferiori a 100 kW, si ritiene che l'auspicato sviluppo del mercato dei *Battery Electric Vehicle* (BEV) potrà avvenire solo se sarà disponibile, anche in ambito autostradale, una

rete di punti di ricarica a potenze più elevate di 50 kW, proprio al fine di abbattere i tempi di ricarica che rappresentano il maggior ostacolo alla diffusione dei veicoli elettrici<sup>1</sup>.

Ciò posto, riguardo alla pluralità (“*almeno due*”) di *Charging Point Operator* (CPO), prevista per tutte le classi di AdS, l’Autorità ritiene che la stessa massimizzi la pressione concorrenziale tra gli operatori, risultando così più efficace nell’impedire la formazione di sacche di potere di mercato tra i CPO attivi lungo le autostrade italiane rispetto a quanto si potrebbe ottenere ricorrendo alla sola concorrenza tra punti di ricarica posti in più AdS di ciascuna tratta autostradale. Infatti, il confronto tra offerte situate in diverse AdS, oltre ad essere ovviamente meno immediato rispetto a quello tra operatori situati all’interno della stessa area, potrebbe anche in molte situazioni rivelarsi un’opzione concretamente non praticabile a causa della minore autonomia di percorrenza delle auto elettriche rispetto a quelle azionate da motori a combustione interna<sup>2</sup>.

La compresenza di almeno due CPO per AdS è dunque senz’altro auspicabile, soprattutto nella attuale fase nella quale si sta definendo l’intera filiera della mobilità elettrica. Pertanto, è molto importante assicurarne la massima apertura concorrenziale, in modo da prevenire il più possibile futuri assetti di mercato indesiderati e connotati da sacche di potere di mercato. Inoltre, nonostante le affermazioni contrarie di numerosi operatori, non risulta che esistano criticità tecniche insormontabili che impediscano l’effettiva realizzazione di tale compresenza. È, tuttavia, necessario che il CA ponga massima attenzione alla gestione degli spazi disponibili all’interno delle AdS, al fine di scongiurare eventuali carenze degli stessi per l’installazione dei CPO.

Peraltro, alla luce di iniziative da parte del principale concessionario autostradale nazionale finalizzate alla creazione di una rete di 100 stazioni di ricarica situate, si immagina, nei punti nevralgici della sua rete, affinché detta previsione di due CPO per AdS sia efficace e si possa garantire uno sviluppo armonico e non discriminatorio del settore della mobilità elettrica in autostrada, è altresì necessario prevedere espressamente che il ricorso alla gara e l’obbligo di includere almeno due CPO in ciascuna AdS si applichino a tutti gli affidamenti del servizio di ricarica nelle AdS. Ciò significa che tali criteri dovrebbero essere rispettati anche per l’assegnazione delle subconcessioni per l’installazione di stazioni di ricarica elettrica ad alta potenza di cui all’art. 1, comma 697, l. n. 178/2020 (legge di bilancio 2021), ivi inclusi gli affidamenti di cui ai piani di sviluppo della mobilità elettrica eventualmente già redatti o in fase di attuazione da parte dei concessionari autostradali.

<sup>1</sup> Questo è un tema che l’Autorità ha affrontato nella recente indagine di mercato condotta nell’ambito dell’istruttoria relativa alla concentrazione C12404 (*EnelX-Volkswagen Finance Luxembourg/JV*). Nell’ambito dell’attività istruttoria svolta, infatti, i produttori di automobili “hanno sottolineato l’importanza della diffusione dei punti di ricarica pubblici HPC [High Power Charge] per incentivare gli utenti finali ad acquistare un BEV, evidenziando lo stallo in cui altrimenti si rischia di rimanere prigionieri data la natura di «chicken and egg» (i BEV non si vendono se non c’è una adeguata rete di CP, la rete di CP non si fa se non c’è domanda da parte di un sufficiente numero di BEV) del problema che attualmente sta rallentando la diffusione delle auto elettriche in Italia., cfr. nota a piè di pagina n. 59 del provvedimento n. 29945/2021, di autorizzazione della concentrazione C12404 - *EnelX-Volkswagen Finance Luxembourg/JV*, in Bollettino n. 51/2021). All’esito dell’istruttoria l’Autorità ha suddiviso il mercato a seconda della potenza del punto di ricarica in: “(a) CP con potenza fino a 22 kW (c.d. *quick*) e con tempi di ricarica stimabili tra quattro e cinque ore; (b) CP con potenza tra 22 e 100 kW (c.d. *fast*) e con tempi di ricarica di circa due ore e (c) CP con potenza superiore ai 100 kW (c.d. *ultrafast* o HPC), in corrente alternata e con tempi inferiore all’ora” (Cfr. §. 32 del provvedimento n. 29945/2021 di autorizzazione della concentrazione C12404 cit.). Questi risultati sono del resto coerenti con i precedenti comunitari ed in particolare il caso COMP/M.8870-E. *ON/Innogy*, 17 settembre 2019.

<sup>2</sup> In senso conforme alle valutazioni espresse, si veda anche il recente studio condotto dall’Autorità britannica di concorrenza (CMA), *Electric Vehicle Charging market study. Final report, 23 July 2021*, pubblicato sul sito Internet istituzionale, <https://www.gov.uk/cma-cases/electric-vehicle-charging-market-study>.

### Durata degli affidamenti e beni indispensabili

La Misura 7 stabilisce che la durata degli affidamenti è, di norma, stabilita dal CA in 5 anni, facendo salva la possibilità di prevedere una durata maggiore, fino a un massimo di 15 anni, sulla base di alcune valutazioni anche connesse al livello di infrastrutturazione delle aree di servizio, nonché all'eventuale necessità di porre a carico del SC la realizzazione di investimenti di rilevante valore economico.

Tale previsione rappresenta un miglioramento in chiave pro-concorrenziale rispetto a quanto attualmente previsto dal decreto interministeriale MIT-MISE del 7 agosto 2015, per cui la durata minima delle concessioni è stabilita in 9 anni mentre, in presenza di investimenti rilevanti, può essere prevista una durata non superiore a 12 anni, a cui si aggiunge la possibilità di proroga.

Innanzitutto, la previsione di una durata minima di 5 anni, che può essere aumentata in base alle necessità di infrastrutturazione dell'area, appare una misura che consente di garantire ai CA una sufficiente flessibilità nell'affidamento, in particolare, dei servizi di ricarica elettrica, che hanno una natura "greenfield" in questa prima fase di nuovi affidamenti e per i quali la relazione tra investimenti necessari alla realizzazione delle infrastrutture e periodo necessario al loro ripagamento non è ancora supportata da esperienze concrete di mercato, ma solo da previsioni ed ipotesi aziendali<sup>3</sup>.

Si accoglie, inoltre, con favore il divieto di proroga o rinnovo della convenzione di subconcessione (Misura 17) e la correlata imposizione al CA di avviare le procedure con congruo anticipo allo scopo di evitare soluzioni di continuità in capo al SC uscente (Misura 17.5), atteso che l'istituto della proroga è stato ampiamente utilizzato da parte dei CA nel corso degli ultimi anni, tanto che la durata media di una subconcessione *oil* è stata di 12/13 anni, mentre quella di una *non oil* di 14,6 anni e quella di tipo unitario di ben 16,3 anni.

Con riferimento all'eventuale maggiore durata dell'affidamento, il cui termine massimo non dovrebbe comunque superare i 12 anni già previsti dal citato decreto interministeriale, si ritiene che la medesima dovrà risultare strettamente dipendente dal livello di infrastrutturazione delle AdS (Misura 7.1) e dalla necessità di porre a carico del sub-concessionario la realizzazione di investimenti di rilevante valore economico, allo scopo di assicurare al subconcessionario un adeguato recupero degli investimenti e una congrua remunerazione del capitale investito (Misura 7.2)<sup>4</sup>. Inoltre, si deve tener conto di quanto previsto dalla Misura 6 in caso di subentro alla scadenza

<sup>3</sup> Nella citata valutazione della concentrazione C12404, l'Autorità ha potuto verificare che l'ammontare dei costi per una stazione di ricarica ultraveloce sono ben inferiori al mezzo milione di euro (compresi i costi di allacciamento alla rete a media tensione) e che i tempi di ritorno dell'investimento ipotizzati dai principali operatori oscillavano tra 8 e 10 anni.

<sup>4</sup> Ciò appare coerente con quanto rappresentato dall'Autorità nella segnalazione AS1550 del 12 dicembre 2018 (*Concessioni e criticità concorrenziali*) nella parte in cui ha evidenziato come "La durata delle concessioni dovrebbe essere limitata e giustificata sulla base di valutazioni tecniche, economiche e finanziarie, al fine di evitare la preclusione dell'accesso al mercato. A riguardo, è senz'altro rilevante l'avvenuta introduzione a livello normativo di un limite alla durata delle concessioni, che deve essere determinata dall'amministrazione aggiudicatrice nel bando di gara in funzione dei lavori o servizi richiesti al concessionario. La durata è commisurata al valore della concessione e alla sua complessità organizzativa e, laddove superiore ai 5 anni, impone un onere motivazionale maggiore, posto che non potrà eccedere il periodo di tempo ragionevolmente necessario al recupero degli investimenti, insieme ad una remunerazione del capitale investito [Art. 18 Direttiva 2014/23/UE e art. 168 del d.lgs. n. 50/16]. In questa ottica, non andrebbero disposti rinnovi automatici e proroghe delle concessioni, che bloccano lo sviluppo dell'economia e impediscono al mercato concorrenziale di produrre i suoi effetti, in termini di efficienza, di innovazione e di qualità del servizio reso alla collettività."

della subconcessione in presenza di beni indispensabili di proprietà di terzi o di proprietà del concessionario ma su cui il SC uscente abbia effettuato degli investimenti non ancora ammortizzati. Nell'ottica di bilanciare, da un lato, l'esigenza concorrenziale di contenere l'estensione temporale delle subconcessioni e, dall'altro, di preservare le aspettative patrimoniali del SC uscente e di evitare allo stesso tempo che gli obblighi che dovrà assumere il nuovo SC in conseguenza dell'avvenuto subentro scoraggino la contendibilità dell'affidamento, occorre svolgere alcune riflessioni sulla definizione di bene indispensabile di cui alla Misura 6.

Le condizioni per la definizione di indispensabilità dei beni per lo svolgimento dei servizi affidati, mutuando quanto già previsto nell'ambito della regolazione degli affidamenti relativa ad altre modalità di trasporto (trasporto pubblico locale passeggeri svolti su strada e per ferrovia), vengono rinvenute nella presenza cumulativa in un bene delle seguenti caratteristiche: non divisibilità, non sostituibilità e non duplicabilità a costi socialmente sostenibili. Nella Relazione Illustrativa al documento di consultazione sono esemplificativamente indicati come beni indispensabili: opere di piazzale (come sottoservizi, sistemi di illuminazione, aree a verde, altre strutture di supporto); impianti afferenti all'erogazione del servizio (serbatoi, erogatori, pensiline, sistemi elettromeccanici); fabbricati (opere in muratura e impianti); attrezzature e arredi dei fabbricati.

Alla luce dell'elenco esemplificativo appena descritto, che annovera anche "attrezzature e arredi di fabbricati", appare invero necessario che l'ART non favorisca la possibilità di una valorizzazione in sede di subentro di beni che - in realtà - potrebbero essere "sostituibili" a fine affidamento e pertanto, al più, solo oggetto di un atto negoziale *a latere* tra SC uscente e SC entrante, laddove quest'ultimo sia interessato nell'acquisto, specialmente quando si tratta di attrezzature caratterizzanti l'attività del SC uscente e non riutilizzabili dal SC entrante. Sul tema si richiama quanto espresso dall'Autorità con segnalazione del 5 dicembre 2017 con riferimento al settore delle concessioni demaniali marittime per finalità turistico-ricreative<sup>5</sup>, secondo cui "*La previsione di un indennizzo a copertura degli investimenti effettuati - subordinando il subentro nella concessione all'adempimento di un siffatto obbligo - è idonea a produrre effetti nocivi sulla concorrenza nella misura in cui incide sulle possibilità di accesso al mercato di riferimento, potendo costituire per le imprese diverse dal concessionario uscente un disincentivo alla partecipazione al concorso che porta all'affidamento. Infatti, è necessario che sia indennizzato solo l'importo corrispondente al valore di beni che non possono essere in alcun modo ricollocati, quali ad esempio i beni inamovibili ossia quei beni funzionalizzati all'attività economica insistente sul demanio offerto in concessione, per la parte non ancora ammortizzata. Al riguardo, come affermato dalla Corte Costituzionale il pagamento di un indennizzo, "cui risulta condizionato il subentro al concessionario uscente, influisce sensibilmente sulle prospettive di acquisizione della concessione, rappresentando una delle componenti del costo dell'affidamento [Cfr. sentenza Corte Costituzionale 7 luglio 2017, n. 157]*".

Da ciò discende che le caratteristiche dei beni indispensabili indicate nella Misura 6.1 devono essere rafforzate nel senso di apprezzare la loro "non sostituibilità" in modo ancora più restrittivo di come esemplificato nella Relazione illustrativa definendo come tali "beni che non possono essere in alcun modo ricollocati", lasciando poi alla volontà negoziale del SC uscente e del SC entrante la transazione riguardo ad altri beni funzionali all'esercizio del servizio.

<sup>5</sup> AS1468-Regione Liguria - Legge n. 25/2017 in materia di qualificazione e tutela dell'impresa balneare e legge n. 26/2017 sulla disciplina delle concessioni demaniali marittime per finalità turistico ricreative, in Bollettino n. 2/2018.

Sempre nell'ottica di non scoraggiare la contendibilità dei nuovi affidamenti, si propone di ricorrere ad una valutazione oggettiva e attuale - anche attraverso un aggiornamento della perizia *ex* Misure 6.3 e 6.4 al momento del subentro - dell'indispensabilità del bene in grado di valorizzare i necessari investimenti e di non gravare eccessivamente sul SC entrante, nonché di ancorare una maggiore durata dell'affidamento a ragioni circostanziate, tali da scongiurare un costante ricorso ad una durata degli affidamenti ultradecennale, come fino ad oggi avvenuto, nell'ottica di favorire la concorrenza per il mercato.

### **La moderazione dei prezzi al pubblico**

Le Misure 13 e 14 dettano degli obblighi di moderazione dei prezzi in capo ai SC con riguardo ai prezzi al pubblico dei carburanti e dei servizi di ristoro, nel caso in cui sia previsto un solo affidamento di servizio. In particolare, la Misura 13.7 dispone che, fra i criteri di valutazione dell'offerta tecnica dei pertinenti affidamenti, il CA consideri, con una ponderazione almeno pari a quella dell'offerta economica, uno o più criteri basati sulla moderazione dei prezzi dei carburanti e, con una ponderazione almeno pari alla metà di quella dell'offerta economica, uno o più criteri basati sulla moderazione dei prezzi del servizio di ristoro, così come definita nella successiva Misura 14.

In via generale, si comprendono le ragioni sottostanti alla scelta di introdurre misure volte alla calmierazione dei prezzi dei beni e dei servizi venduti dai SC; per quanto, infatti, i ricavi per i servizi accessori del CA (*royalty* pagate dai SC) vengano comunque scomputati dai costi che ART prende in considerazione nella determinazione della tariffa di pedaggio autostradale – circostanza che potrebbe lasciar ipotizzare che eventuali prezzi elevati dei beni venduti dai SC determinino un aumento delle *royalty* variabili del CA e dunque minori costi operativi riconosciuti in tariffa con beneficio per gli automobilisti – si ritiene che in una prospettiva di massimizzazione del benessere del consumatore sia preferibile perseguire la moderazione dei prezzi dei beni *oil* e *non oil*, caratterizzati da una maggiore elasticità della domanda finale al prezzo, rispetto al servizio autostradale che ovviamente si connota per una domanda molto più rigida.

Al tempo stesso, però, si osserva che tali misure di moderazione dei prezzi, che nei fatti aggiungono un criterio di valutazione dell'offerta di gara ulteriore rispetto a quella del livello delle *royalty* variabili da pagare al concessionario, devono essere assunte con estrema cautela, in quanto vanno ad incidere sull'autonomia del SC nella determinazione della propria politica commerciale.

In questa prospettiva, si intendono formulare alcune osservazioni in merito ai criteri di moderazione dei prezzi proposti.

In primo luogo, le formule per la definizione della maggiorazione dei prezzi su cui presentare gli sconti in sede di gara – e questo vale sia per l'*oil* che per il *non oil* – dipendono in misura eccessiva dalle ipotesi assunte; ne è riprova che alcuni degli *stakeholder* partecipanti alla consultazione hanno ottenuto valori molto diversi della maggiorazione consentita modificando il valore di qualche parametro.

Per quanto riguarda l'*oil*, inoltre, l'adozione di un prezzo di riferimento del tutto esogeno (il prezzo medio per le vendite dei medesimi prodotti fuori dall'autostrada) fa sì che il SC venga, in definitiva, limitato nella possibilità di esercitare la propria politica commerciale sui punti vendita autostradali, costringendo i partecipanti alla gara quantomeno ad includere nell'offerta l'incertezza relativa ad un parametro al di fuori del loro controllo, con conseguenze negative sul livello dell'offerta stessa.

Più in particolare, il documento prevede la fissazione di un prezzo massimo di riferimento per ogni carburante venduto che deriva dalla applicazione di un ribasso (oggetto di gara) rispetto al prezzo medio mensile alla pompa per la modalità "servito" registrato nel territorio regionale in cui è ubicata l'AdS (come emerge dalla banca dati del MISE) maggiorato di una stima dei costi che l'automobilista deve sostenere per rifornirsi al di fuori della rete autostradale. Questa modalità di inclusione nella gara di una voce relativa alla moderazione dei prezzi presta il fianco alle criticità sopra descritte in termini di arbitrarietà nella fissazione della maggiorazione e di dipendenza del prezzo offerto da un parametro del tutto al di fuori del controllo del sub-concessionario. Per superarle, si potrebbe ipotizzare una formula di definizione del prezzo massimo diversa, nella quale l'oggetto della gara sia costituito da un margine massimo sulla quotazione internazionale *Platts* dei prodotti petroliferi, margine nel quale il partecipante terrà conto di tutti gli altri costi che concorrono alla formazione del prezzo alla pompa. Inoltre, si ritiene più adatto allo spirito della norma di moderazione dei prezzi limitare la sua validità solamente alla modalità di vendita *self service* dei carburanti nelle AdS, lasciando dunque piena libertà al SC di fissare il prezzo della modalità servito. Quanto al monitoraggio della misura, non si riscontrerebbero particolari difficoltà, dal momento che le quotazioni *Platts* per i carburanti autotrazione costituiscono informazioni facilmente acquisibili. Ad ogni modo, si potrebbe comunque ipotizzare un onere informativo periodico del SC al CA in tal senso.

Con riferimento al servizio ristoro, si osserva che la misura di moderazione dei prezzi si applica solo ad una parte dell'offerta complessiva del SC e ad essa viene attribuita una ponderazione inferiore rispetto all'offerta economica. Anche con riferimento al ristoro, va ribadito quanto espresso in precedenza rispetto all'estrema variabilità e discrezionalità dei criteri proposti per la definizione della modalità di inclusione nella gara del parametro legato al contenimento dei prezzi. Si ritiene, quindi, auspicabile adottare, quale criterio di valutazione dell'offerta, la presentazione di un listino prezzi riferito ad un ben circoscritto paniere di beni individuato dal CA che il SC si impegnerà a praticare nel corso dell'affidamento. Si ritiene, altresì, preferibile che la composizione del paniere di riferimento venga predeterminata, al fine di limitare la discrezionalità del CA e di garantire una chiara (e preventiva) conoscenza del suo contenuto agli operatori concorrenti. Inoltre, al fine di stimolare quanto più possibile la concorrenza tra punti di ristoro, andrebbe prevista nell'ambito delle offerte la valorizzazione di iniziative volte a promuovere la trasparenza per i consumatori dei prezzi praticati.

L'Autorità auspica che tali osservazioni siano prese in considerazione nell'adozione delle misure volte alla definizione degli schemi dei bandi concernenti le gare relative ai servizi erogati sulla rete autostradale in concessione al fine di stimolare quanto più possibile la concorrenza sia al momento della selezione dei subconcessionari, sia nel corso dell'erogazione dei servizi oggetto di affidamento. Il presente parere sarà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL PRESIDENTE  
*Roberto Rustichelli*

---

**AS1822 – BANDO DI GARA PER L’AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI STAMPA E RECAPITO DOCUMENTI ACEA ATO 5**

Roma, 17 marzo 2022

ACEA S.p.A.  
ACEA ATO 5 S.p.A.

L’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella sua riunione del 15 marzo 2022, ha deliberato di esprimere una segnalazione, ai sensi dell’articolo 21 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, con riguardo al bando della gara d’appalto, indetta da ACEA S.p.A., in nome e per conto della società del Gruppo ACEA - ACEA ATO 5 S.p.A., per l’affidamento del servizio di stampa e recapito documenti ACEA ATO 5.

In particolare, l’atto in questione, con il quale ACEA S.p.A. ha definito le modalità e le condizioni di partecipazione alla procedura di gara *de qua* nonché i criteri di valutazione applicabili, presenta alcuni aspetti suscettibili di porsi in potenziale conflitto con i principi di libera concorrenza, parità di trattamento e non discriminazione tra operatori economici.

L’Autorità, in primo luogo, ha ritenuto che la scelta della stazione appaltante di non osservare l’obbligo di suddivisione in lotti previsto dall’articolo 51, comma 1, del D. Lgs. 18 aprile 2016, n. 50, recante Codice dei contratti pubblici (di seguito, CCP), peraltro non motivata, appare tradursi in un ostacolo ingiustificato alla partecipazione degli operatori economici interessati alla procedura di gara indetta da ACEA S.p.A.

In particolare, l’Autorità ha ritenuto che, nel caso di specie, la definizione di un unico lotto funzionale sia suscettibile di limitare in maniera ingiustificata la concorrenza per il mercato in relazione all’affidamento dei servizi postali di stampa, imbustamento e recapito. Infatti, da un punto di vista merceologico, l’accorpamento (*bundling*) di servizi afferenti a diverse fasi della lavorazione dei plichi da spedire via posta, appare porsi in contrasto con la finalità, propria della normativa comunitaria relativa alle procedure ad evidenza pubblica, di favorire il più ampio accesso degli operatori economici al mercato delle commesse pubbliche, a prescindere dalla dimensione dell’impresa e dalla realizzazione di scelte strategiche di tipo strutturale. La previsione di un unico lotto funzionale, invero, ostacola in maniera ingiustificata la partecipazione delle imprese di dimensioni minori, non integrate verticalmente su tutta la filiera e non attive, se non limitatamente, nella erogazione dei servizi di recapito.

L’Autorità ha osservato che l’articolo 51, comma 1, del CCP, nel prevedere un obbligo generale di separazione in lotti a carico delle stazioni appaltanti, costituisce una specifica declinazione dei principi di concorrenza, non discriminazione, parità di trattamento, pubblicità e trasparenza, che

informano la normativa comunitaria e nazionale dell'evidenza pubblica e, come tale, costituiscono una ulteriore espressione del *favor participationis*, insuscettibile di essere limitato in maniera ingiustificata. Al riguardo, l'Autorità ha altresì rilevato che, nonostante l'articolo 51, comma 1, del CCP consenta alle stazioni appaltanti di optare per la definizione di un lotto unico fornendo adeguata ed espressa motivazione, nel caso di specie, la stazione appaltante non ha fornito alcuna motivazione.

Infatti, alla luce di quanto affermato dal legislatore comunitario in materia di appalti pubblici, le ragioni che consentono alle stazioni appaltanti di evitare di assolvere l'obbligo di suddivisione in lotti risultano essere speculari a quelle che sono poste a fondamento dell'*unbundling*, nella misura in cui devono essere parimenti tese a soddisfare l'esigenza di salvaguardare il confronto concorrenziale, o comunque ad esse complementari, in quanto mirano a salvaguardare la corretta esecuzione dell'appalto. Per converso, il mancato *unbundling* dei servizi postali in questione appare essere lesivo dei principi dell'evidenza pubblica, risolvendosi in una violazione dell'obbligo sancito dall'articolo 51, comma 1, del CCP.

In secondo luogo, l'Autorità ha ritenuto che la previsione di una copertura territoriale del 100%, senza possibilità di affido ad operatori terzi, compreso il Fornitore del Servizio Postale Universale, contenuta all'articolo 3 del Disciplinare Tecnico, sia lesiva della concorrenza e del *favor participationis* ed in contrasto con i principi di non discriminazione e di parità di trattamento, nonché con il principio di proporzionalità<sup>1</sup>, sulla base delle argomentazioni che seguono.

In particolare, un coefficiente di copertura territoriale diretta pari al 100% è suscettibile di pregiudicare il corretto dispiegarsi delle dinamiche competitive nell'espletamento della procedura di gara. Ed infatti, una tale copertura territoriale si presenta eccessivamente elevata e avvantaggia il Fornitore del Servizio Postale Universale, Poste Italiane S.p.A., l'unico in grado di garantire la copertura diretta dell'intero territorio nazionale, in considerazione della necessità per gli operatori postali alternativi ad esso di accedere alla rete e agli elementi dell'infrastruttura del Fornitore del Servizio Postale Universale con riferimento alle aree di recapito in cui non vi è alcuna rete alternativa a quella del Fornitore del Servizio Postale Universale, cc.dd. aree EU2.

In conclusione, l'Autorità ritiene che, in relazione ai profili evidenziati sopra, le disposizioni della *lex specialis* della gara d'appalto, indetta da ACEA S.p.A., siano suscettibili di porsi in potenziale conflitto con le norme e i principi a tutela della concorrenza e del mercato, in particolare con l'articolo 41 della Costituzione e con gli articoli 49 e 56 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea, nonché con i principi sanciti dagli articoli 30 e 51 del CCP.

L'Autorità auspica, pertanto, che codesta Società modifichi le determinazioni assunte eliminando le distorsioni concorrenziali sopra evidenziate.

L'Autorità invita codesta Società a comunicare entro il termine di trenta giorni dalla ricezione della presente segnalazione le iniziative adottate per rimuovere le violazioni della concorrenza sopra esposte.

---

<sup>1</sup> Cfr. anche il parere AS1757 "ANAC-AGCOM - LINEE GUIDA PER L'AFFIDAMENTO DEGLI APPALTI PUBBLICI DI SERVIZI POSTALI", reso dall'Autorità in data 18 maggio 2021 ai sensi dell'art. 22 della legge n. 287/1990, con riferimento allo schema di Linee guida di aggiornamento della determinazione n. 3 del 9/12/2014 recante "Linee guida per l'affidamento degli appalti pubblici di servizi postali", pubblicato nel Bollettino n. 24/2021 del 14/06/2021.

La presente segnalazione sarà pubblicata sul Bollettino di cui all'art. 26 della legge n. 287/90.

IL PRESIDENTE  
*Roberto Rustichelli*

---

## PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

### PS12029 - ILIAD-OFFERTE 5G

Provvedimento n. 30073

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 22 marzo 2022;

SENTITO il Relatore Presidente Roberto Rustichelli;

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

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

VISTO il proprio provvedimento del 28 settembre 2021, con il quale, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per la valutazione degli impegni proposti dal professionista, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo;

VISTI i propri provvedimenti del 23 novembre 2021 e del 18 gennaio 2022, con i quali, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per particolari esigenze istruttorie;

VISTI gli atti del procedimento;

### I. LE PARTI

1. Iliad Italia S.p.A. (d'ora in avanti anche "Iliad" o "Professionista") in qualità di Professionista ai sensi dell'art. 18, comma 1, lett. b), del Codice del Consumo, avente sede legale in Milano ed operante nel settore delle telecomunicazioni. Il bilancio della Società al 31 dicembre 2020 presenta ricavi pari a euro 667.671.042.
2. Le associazioni di consumatori Unione per la Difesa dei Consumatori (d'ora in avanti U.Di.Con.) e Confconsumatori, nonché TIM S.p.A. (d'ora in avanti anche TIM), operante nel settore delle telecomunicazioni, in qualità di segnalanti.

### II. LA PRATICA COMMERCIALE

3. Il procedimento concerne i comportamenti posti in essere dal professionista in relazione alla commercializzazione di offerte per i servizi di telefonia mobile, valide anche per la navigazione con tecnologia 5G.
4. In particolare, le condotte oggetto del presente procedimento sono le seguenti:
  - A) omissioni e carenze informative nelle comunicazioni promozionali delle proprie offerte, le quali indicano le condizioni principali in termini di volumi di traffico e di prezzo, e ne enfatizzano

la compatibilità con la più recente tecnologia 5G, laddove inclusa nelle offerte, ma omettono o presentano in posizione difficilmente accessibile per il consumatore l'indicazione delle condizioni indispensabili per usufruire di tale tecnologia, quali la copertura territoriale della rete 5G di Iliad ed il possesso di un dispositivo compatibile con la specifica tecnologia 5G supportata dalla rete dell'operatore, oppure, richiamano tali condizioni attraverso l'uso di locuzioni confusorie e decettive;

**B)** in relazione all'offerta "Flash 100 5G", adozione del messaggio pubblicitario "100 giga, minuti e sms illimitati in Italia e Europa", il quale lascerebbe intendere che i cento giga inclusi nell'offerta valgono anche per il traffico dati in Europa, mentre i giga effettivamente destinati al *roaming* europeo sono solo sei.

### III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

#### 1) *L'iter del procedimento*

5. In relazione alle condotte sopra descritte, in data 4 maggio 2021 è stato comunicato a Iliad Italia S.p.A. l'avvio del procedimento istruttorio PS12029 per possibile violazione degli artt. 20, comma 2, 21 e 22 del Codice del Consumo<sup>1</sup>.

6. In data 5 maggio 2021 è stato comunicato l'avvio del procedimento a U.Di.Con.<sup>2</sup> e Confconsumatori<sup>3</sup>, in qualità di parti del procedimento ed è stata data informativa del predetto avvio alla società TIM, in qualità di segnalante<sup>4</sup>. TIM ha presentato istanza di partecipazione al procedimento in data 7 maggio 2021<sup>5</sup>, ricevendone accoglimento in data 12 maggio 2021<sup>6</sup>. In data 13 maggio 2021 è stata data comunicazione dell'accoglimento a Iliad, Confconsumatori e U.Di.Con.<sup>7</sup>.

7. In data 26 maggio 2021 Iliad ha trasmesso informazioni sulle integrazioni apportate dalla società ai materiali pubblicitari ed informativi della nuova campagna promozionale relativa alle offerte di telefonia mobile comprensive del servizio 5G, denominate "Flash 120" e "Giga 120"<sup>8</sup>.

8. In data 15 giugno 2021 è pervenuta da Iliad la risposta alla richiesta di informazioni formulata nella comunicazione di avvio del procedimento, con contestuale memoria difensiva<sup>9</sup>.

9. In data 21 giugno 2021 Iliad ha presentato impegni ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, volti a rimuovere i profili di criticità oggetto di contestazione<sup>10</sup>.

<sup>1</sup> Cfr. Doc. 5 – Comunicazione di avvio del procedimento ad Iliad.

<sup>2</sup> Cfr. Doc. 7 – Comunicazione di avvio del procedimento ad U.Di.Con.

<sup>3</sup> Cfr. Doc. 8 – Comunicazione di avvio del procedimento a Confconsumatori.

<sup>4</sup> Cfr. Doc. 6 – Informativa al segnalante TIM.

<sup>5</sup> Cfr. Doc. 9 – Istanza di partecipazione al procedimento di TIM.

<sup>6</sup> Cfr. Doc. 11 – Comunicazione a TIM di accoglimento dell'istanza di partecipazione.

<sup>7</sup> Cfr. Doc.ti 12, 13 e 14 – Informative sull'accoglimento dell'istanza di partecipazione di TIM, rispettivamente, a Confconsumatori, Iliad e U.Di.Con.

<sup>8</sup> Cfr. Doc. 20 – Arrivo informazioni da Iliad.

<sup>9</sup> Cfr. Doc. 23 Arrivo informazioni richieste e Memoria – Parte I e Doc. 24 Arrivo informazioni richieste e Memoria - Parte II.

<sup>10</sup> Cfr. Doc. 25 – Presentazione Impegni.

- 10.** In data 8 luglio 2021 si è svolta un'audizione con Iliad<sup>11</sup>.
- 11.** In data 19 luglio 2021 il Professionista ha presentato un'integrazione degli impegni proposti<sup>12</sup>.
- 12.** In data 4 agosto 2021 è stata comunicata a Iliad la decisione dell'Autorità di assegnare un termine di 40 giorni per l'integrazione degli impegni proposti, ai sensi dell'art. 9, comma 2, lett. b), del Regolamento<sup>13</sup>.
- 13.** In data 14 settembre 2021 Iliad ha presentato ulteriori integrazioni agli impegni già presentati<sup>14</sup>.
- 14.** In data 1° ottobre 2021 è stata comunicata alle Parti la proroga del termine di conclusione del procedimento<sup>15</sup>.
- 15.** In data 14 ottobre 2021 si è svolta un'audizione con Iliad<sup>16</sup> e in data 2 novembre 2021 il Professionista ha presentato un'ulteriore integrazione degli impegni già proposti<sup>17</sup>.
- 16.** Tali impegni sono stati rigettati dall'Autorità nella sua adunanza del 25 novembre 2021, con comunicazione al Professionista in data 29 novembre 2021<sup>18</sup>.
- 17.** In data 29 novembre 2021 è stata comunicata alle Parti la proroga del termine di conclusione del procedimento<sup>19</sup>.
- 18.** In data 18 gennaio 2022 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento<sup>20</sup> e in data 19 gennaio 2022 è stata comunicata alle Parti la proroga del termine di conclusione del procedimento<sup>21</sup>.
- 19.** In data 4 febbraio 2022 e 7 febbraio 2022 sono pervenute le memorie conclusive, rispettivamente, di TIM<sup>22</sup> e di Iliad<sup>23</sup>.
- 20.** In data 8 febbraio 2022, ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 27, commi 1-*bis*, e 6 del Codice del Consumo, è stata inoltrata richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni<sup>24</sup>. Il parere dell'Autorità di settore è pervenuto in data 8 marzo 2022<sup>25</sup>.

<sup>11</sup> Cfr. Doc. 29 – Verbale audizione Iliad del 08/07/2021.

<sup>12</sup> Cfr. Doc. 30 – Integrazione Impegni.

<sup>13</sup> Cfr. Doc. 33 - Comunicazione termine per integrazione impegni.

<sup>14</sup> Cfr. Doc. 35 – Integrazione Impegni.

<sup>15</sup> Cfr. Doc.ti 39, 40, 41 e 42 – Comunicazioni di proroga del termine di conclusione del procedimento, rispettivamente, a Iliad, Confconsumatori, TIM e U.Di.Con.

<sup>16</sup> Cfr. Doc. 46 – Verbale audizione Iliad del 14/10/2021.

<sup>17</sup> Cfr. Doc.ti 48 e 49 – Integrazione Impegni.

<sup>18</sup> Cfr. Doc. 57 – Comunicazione della decisione sugli impegni presentati.

<sup>19</sup> Cfr. Doc.ti 53, 54, 55 e 56 – Comunicazioni di proroga del termine di conclusione del procedimento, rispettivamente, a Iliad, Confconsumatori, TIM e U.Di.Con.

<sup>20</sup> Cfr. Doc.ti 62, 63, 64 e 65 - Comunicazione termine chiusura fase istruttoria, rispettivamente a Iliad, Confconsumatori, TIM e U.Di.Con.

<sup>21</sup> Cfr. Doc.ti 66, 67, 68 e 69 – Comunicazioni di proroga del termine di conclusione del procedimento, rispettivamente, a TIM, Iliad, Confconsumatori e U.Di.Con.

<sup>22</sup> Cfr. Doc. 73 – Memoria conclusiva di TIM.

<sup>23</sup> Cfr. Doc. 74 – Memoria conclusiva di Iliad.

<sup>24</sup> Cfr. Doc. 75 – Richiesta di parere ad AGCOM.

<sup>25</sup> Cfr. Doc. 77 – Arrivo parere AGCOM.

## 2) Le evidenze acquisite

### i) Condotta sub A)

21. Per quanto riguarda la condotta *sub A*) è emerso che, in relazione alle offerte denominate “Flash 70”, “Giga 70”, “Flash 100 5G” e “Giga100”, Iliad ha omesso l’informativa circa l’esistenza di limitazioni geografiche e tecnologiche, in particolare quella relativa alla copertura territoriale della rete 5G di Iliad ed al necessario possesso di uno *smartphone* compatibile con tale specifica rete dell’operatore, quali condizioni necessarie per poter usufruire della navigazione con tecnologia 5G inclusa nelle offerte reclamizzate, nei profili *social* dell’operatore<sup>26</sup>, nelle tabelle presenti nei comunicati stampa dedicati alle suddette offerte<sup>27</sup> e nelle inserzioni pubblicitarie presenti su siti *web* terzi<sup>28</sup>.

22. Si vedano, a titolo esemplificativo, le seguenti immagini relative alle offerte “Giga 70” e “Giga 100” tratte dal profilo Twitter di Iliad:

**Figura 1 - Comunicazione commerciale presente sul profilo Twitter di Iliad in data 18/01/2021 relativa all’Offerta “Giga 70”**



<sup>26</sup> Cfr. Doc. 23 cit., All.ti 1d), 2g), 3e) e Doc. 24 cit., All. 4f).

<sup>27</sup> Cfr. Doc. 2 cit., All.ti 2, 3 e 4.

<sup>28</sup> V. Doc. 23 cit., All.ti 2 e), 3 d) e Doc. 24 cit., All. 4 d).

**Figura 2 - Comunicazione commerciale presente sul profilo Twitter di Iliad in data 02/03/2021 relativa all'Offerta "Giga 100"**



23. Con riferimento alla pubblicità delle suddette offerte promossa attraverso altri canali pubblicitari, quali pagine del sito *web* di Iliad, *spot* televisivi, cartellonistica stradale, *simbox*, volantini, *e-mail* e SMS, sono state utilizzate, invece, locuzioni decettive che non fanno specifico riferimento alla rete 5G dell'operatore.

24. In particolare, nella *home page* del sito *web* di Iliad, pagina di primo contatto commerciale con i consumatori, sono pubblicizzate le offerte dell'operatore, conferendo enfasi grafica alla inclusione nelle stesse della tecnologia 5G, laddove presente, attraverso l'immagine principale che contiene la frase "5G incluso"<sup>29</sup>. Per il *disclaimer* sui limiti di utilizzo di tale tecnologia è utilizzata la seguente frase "5G ove disponibile / accessibile dal dispositivo. Maggiori informazioni sulle città coperte e i dispositivi abilitati qui"<sup>30</sup>. Tale frase è posta, insieme ad altre note legali, solo in calce a tale pagina ed è quindi raggiungibile solo con numerosi *scroll* dello schermo; inoltre, sono stati utilizzati caratteri di dimensioni molto piccole, significativamente ridotte rispetto al risalto grafico utilizzato per il *claim* "5G incluso".

25. Anche la pubblicità contenuta nella pagina *web* del sito di Iliad dedicata alla presentazione di ciascuna offerta (pagina di secondo contatto con il consumatore) enfatizza la possibilità di navigare con tecnologia 5G attraverso l'immagine principale che contiene la frase "5G incluso" e riporta, sotto tale immagine, la seguente nota legale: "5G ove disponibile / accessibile dal dispositivo [...]".

<sup>29</sup> Cfr. Doc. 2 - Segnalazione di TIM del 31/03/2021, pag. 9.

<sup>30</sup> Cfr. Doc. 74 cit., pag. 8.

**Figura 3 – Comunicazione commerciale relativa all’Offerta “Flash 100 5G” presente sul sito Iliad in data 30/03/2021**



26. Solo alla fine della pagina è riportato il link *“scopri i dispositivi compatibili e la copertura”*, che consente di avere informazioni di maggiore dettaglio sulla copertura territoriale della rete 5G di Iliad e sui dispositivi compatibili con tale specifica rete dell’operatore, ma che è raggiungibile solo attraverso numerosi *scroll* dello schermo, dopo la sezione che enfatizza le prestazioni del 5G e la sezione relativa alla parte *“Internazionale”* dell’offerta<sup>31</sup>.

27. Negli *spot TV* dedicati alle suddette offerte, l’informativa in questione è riportata all’interno di una ampia nota legale posta in calce all’immagine che sintetizza le principali condizioni dell’offerta. Tale testo, scritto con caratteri molto piccoli, riporta, per quel che qui rileva, il seguente testuale richiamo: *“5G disponibile su dispositivi abilitati e nelle aree coperte da 5G [...]”. Più info su copertura e dispositivi su iliad.it*<sup>32</sup>. Si veda a titolo esemplificativo il seguente fermo immagine relativo allo *spot TV* dell’offerta Flash 70:

<sup>31</sup> Cfr. Doc. 24 cit., All. 7.

<sup>32</sup> Cfr. Doc. 23 cit., All.ti 1c, 2c, 3c e Doc. 24 cit., All. 4c.

Figura 4 – Spot TV relativo all’Offerta “Giga 70”



(fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=tVSGEjZWcFg>)

28. Anche per le *simbox* relative alle Offerte “Giga 70”, “Flash 100 5G” e “Giga 100” risulta utilizzata la frase “5G ove disponibile / accessibile dal dispositivo [...]”<sup>33</sup>.

29. Nella cartellonistica stradale utilizzata per la promozione delle offerte in questione risulta riportata in fondo al cartellone, con caratteri molto più piccoli rispetto al *claim* principale e al logo “5G incluso”, la seguente dicitura: “5G disponibile su dispositivi abilitati e nelle aree coperte da 5G [...]”. Più info su copertura e dispositivi su [iliad.it](https://www.iliad.it)<sup>34</sup>.

<sup>33</sup> Cfr. Doc. 23 cit., All.ti 2b, 3b e Doc. 24 cit., All. 4b. Diversamente, la *simbox* dell’offerta Flash 70 non riporta alcun *disclaimer*: v. Doc. 23 cit., All. 1b.

<sup>34</sup> Cfr. Doc. 23 cit., All. 2d.

Figura 5 – Cartellonistica stradale relativa all’Offerta “Giga 70”



30. Il medesimo *disclaimer* risulta impiegato dal professionista anche per i volantini pubblicitari relativi alle suddette offerte presenti nei punti distributivi Iliad<sup>35</sup>.

31. Inoltre, le *e-mail* e gli SMS inviati agli ex utenti Iliad per pubblicizzare l’offerta “Flash 100 5G” contenevano le seguenti diciture: “5G ove disponibile / accessibile dal dispositivo. Maggiori informazioni sulle città coperte e sui dispositivi abilitati qui” e “5G ove disponibile / accessibile dal dispositivo”<sup>36</sup>.

32. Anche nelle “sintesi contrattuali” relative alle offerte in questione si fa generico riferimento alla necessità di “dispositivi abilitati” alla rete 5G, senza indicare chiaramente che l’abilitazione riguarda specificamente il 5G supportato dalla rete di Iliad<sup>37</sup>.

33. È emerso, inoltre, che i dispositivi compatibili con la rete 5G di Iliad alla data di lancio delle offerte suindicate appartenevano a cinque case produttrici di *smartphone* omologati alla rete di quinta generazione (Huawei, Oppo, Xiaomi, Motorola e Nokia), che non includevano i dispositivi di maggiore diffusione nel mercato italiano (quali Samsung e Apple), alcuni dei quali, tuttavia, risultavano in vendita sul sito *web* del professionista, ove erano presentati con in evidenza il tag “5G”<sup>38</sup>. Ad esempio, era in vendita l’iPhone 12 Pro Max della Apple, e la sua compatibilità con il 5G era messa in evidenza tramite il *tag* 5G nella vetrina degli apparati in vendita e nella scheda di dettaglio del prodotto. Tuttavia, il dispositivo citato non era incluso nell’elenco degli *smartphone* compatibili con la rete 5G di Iliad.

<sup>35</sup> Cfr. Doc. 23 cit., All.ti 2b, 3b e Doc. 24 cit., All. 4b.

<sup>36</sup> Cfr. Doc. 24 cit., All.ti 8a, 8b, 8c.

<sup>37</sup> Cfr. Doc. 2 cit., All.ti 5, 6 e 7.

<sup>38</sup> Cfr. Doc. 1 - Segnalazione U.Di.Con. del 31/03/2021, All. 1.

**34.** Risulta, ancora, che Iliad ha ricevuto reclami relativi alla fruizione dei servizi in 5G. A titolo esemplificativo, si veda il *report* del reclamo di un utente che aveva acquistato l'offerta "Flash70" e che era in possesso di un dispositivo iPhone Pro-Max 12 che stava pagando a rate: l'operatore del *call center* che ha gestito il reclamo riferisce della contrarietà manifestata dal cliente perché il telefono acquistato non riesce ad utilizzare la rete 5G e che, dopo aver comunicato quali erano i dispositivi che supportavano (all'epoca) la rete 5G di Iliad, tra cui non era incluso quello in possesso del cliente, quest'ultimo avrebbe risposto che la pubblicità ometteva questa informazione<sup>39</sup>.

**35.** Con riferimento alle comunicazioni pubblicitarie relative alle offerte lanciate da Iliad successivamente all'avvio del presente procedimento e, in particolare, alle offerte denominate "Flash 120" e "Giga 120" avviate a partire dal 25 maggio 2021, è emerso che Iliad ha modificato il testo della nota legale come segue: "Il 5G è disponibile su dispositivi compatibili con la rete iliad e nelle aree coperte da rete 5G iliad. Maggiori informazioni su copertura e dispositivi al link [www.iliad.it/offerta-iliad-flash120-999.html](http://www.iliad.it/offerta-iliad-flash120-999.html)"<sup>40</sup>. Inoltre, negli *spot TV* è stato ingrandito il carattere utilizzato per la nota legale fino a 2 punti in più rispetto ai precedenti e nella pagina *web* di presentazione delle offerte il *disclaimer* è stato collocato in posizione più visibile<sup>41</sup>.

**36.** È emerso, inoltre, che nella *home page* del sito *web* di Iliad attualmente sono pubblicate le offerte dell'operatore, conferendo enfasi grafica alla inclusione nelle stesse della tecnologia 5G, laddove presente, mentre il *disclaimer* sui limiti di utilizzo di tale tecnologia, nella nuova formulazione adottata dal professionista, continua ad essere posto solo in calce a tale pagina, insieme ad altre note legali ed utilizzando caratteri di dimensioni molto piccole, significativamente ridotte rispetto al risalto grafico utilizzato per il *claim* "5G incluso"<sup>42</sup>.

<sup>39</sup> Cfr. Doc. 24 cit., All. 5 "Reclami 5G", pag. 1, riga 1.

<sup>40</sup> Precisamente, la nuova formulazione della nota legale è stata utilizzata nelle pagine *web* dedicate alla trasparenza tariffaria e nei documenti di sintesi contrattuale, negli *spot TV*, nella pubblicità esterna su cartellonistica, nei pannelli espositivi e nelle immagini statiche presenti presso i punti distributivi Iliad, nei volantini pubblicitari, nei post su *social network* Instagram, Facebook e Twitter, nell'immagine di presentazione dell'offerta sulle *simbox*.

<sup>41</sup> Cfr. Doc. 20 - Comunicazione di Iliad del 26 maggio 2021.

<sup>42</sup> Cfr. Doc. 20 cit., All. 1 e Doc. 60 - Verbale di acquisizione documentale del 11/01/2022, relativo all'estrazione di alcune pagine *web* del sito *internet* di Iliad.

Figura 6 – Homepage del sito web di Iliad in data 11/01/2022

The screenshot displays the Iliad website homepage with the following promotional banners:

- FLASH 150:** A red banner featuring a woman taking a selfie. It offers 150 GB, unlimited minutes and SMS for 9.99€/month. A SIM card is included for 9.99€. A countdown timer shows 00:09:28:45. Buttons for "REGISTRATI" and "SCOPRI" are present.
- GIGA 80:** A dark blue banner featuring a man with curly hair looking at his phone. It offers 80 GB, unlimited minutes and SMS for 7.99€/month. A SIM card is included for 9.99€. Buttons for "REGISTRATI" and "SCOPRI" are present.
- VOCE:** A light blue banner featuring a man speaking. It offers unlimited minutes and SMS for 4.99€/month. A SIM card is included for 9.99€. It also highlights that 4G service covers 99% of the population and is the 1st operator in Italy by quality-price ratio (ITQF). Buttons for "Scopri di più" are present.

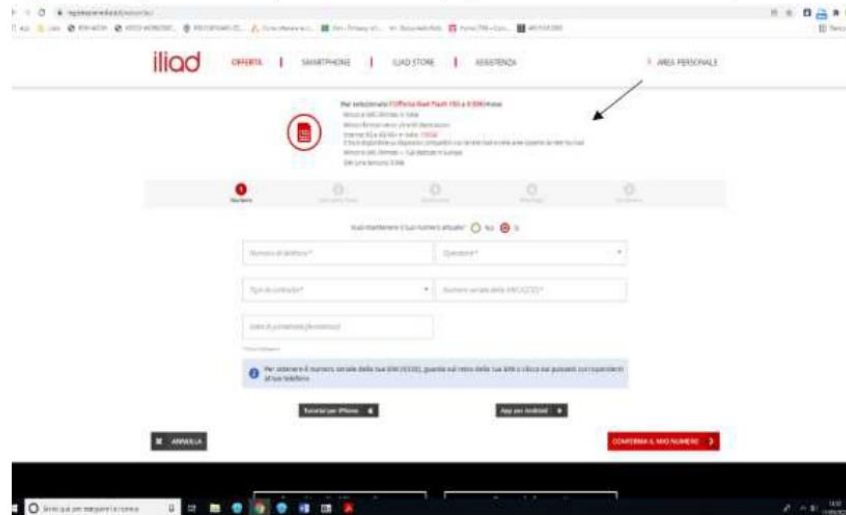
The website header includes the Iliad logo and navigation links: OFFERTA, SMARTPHONE, ILIAD STORE, ASSISTENZA, and AREA PERSONALE. The browser address bar shows the URL: https://www.iliad.it/.

The screenshot displays the Iliad website's promotional banner for the iPhone 13 Pro. The banner includes the text "OFFERTE PER TUTTI PER SEMPRE, PER DAVVERO" and four icons representing benefits: "OFFERTE CHE NON CAMBIANO NEL TEMPO", "SENZA VINCOLI E CODICI NASCOSTI", "SERVIZI INCLUSI GRATUITI", and "ATTIVAZIONE IN SOLO 3 MINUTI". Below the banner, there are buttons for "Scopri di più" and "Acquista ora". The main navigation menu is visible, with a white arrow pointing to the "TERMINI E CONDIZIONI" link. The menu also includes "I TUOI SERVIZI", "ILIAD", and "Domande frequenti".

37. La nuova formulazione della nota legale (“*Il 5G è disponibile su dispositivi compatibili con la rete iliad e nelle aree coperte da rete 5G iliad*”) risulta presente anche nella pagina web dedicata all’acquisto della singola offerta, accessibile al consumatore direttamente dalla *home page* del sito di Iliad cliccando sull’icona “registrati”, pur in assenza di alcun *link* di accesso diretto alle informazioni di maggiore dettaglio sulle aree geografiche coperte dalla rete 5G di Iliad e sull’elenco degli *smartphone* compatibili con tale rete<sup>43</sup>.

<sup>43</sup> Cfr. Doc. 34 - Integrazione della segnalazione di TIM del 06/08/2021 e Doc. 60 cit.

**Figura 7 – Pagina web di acquisto dell’offerta (registrazione.iliad.it/subscribe/)**



## ii) Condotta sub B)

38. Quanto alla condotta *sub B*), è emerso che Iliad ha utilizzato il *claim* “100 giga, minuti e sms illimitati in Italia e Europa”, che non distingue i limiti di utilizzo dei giga in Italia e in Europa, solamente in un SMS di *winback* del 9 marzo 2021<sup>44</sup> che proponeva l’offerta “Flash 100 5G”. Tale messaggio pubblicitario non è stato utilizzato, invece, nelle *email* inviate nei giorni 9-12 marzo 2021 agli stessi destinatari del predetto SMS, per promuovere la stessa offerta. Inoltre, il 26 marzo 2021, in prossimità della scadenza dell’offerta Flash 100 5G, il professionista ha inviato ai destinatari del citato SMS un altro messaggio, che contiene una formulazione nella parte relativa al traffico dati che distingue i GB destinati all’Europa da quelli destinati all’Italia (“100GB (+6GB in Europa)”)<sup>45</sup>.

## 3) Le argomentazioni difensive di Iliad

### i) Condotta sub A)

39. In via preliminare, il professionista rileva che l’omessa o carente informativa sulla copertura territoriale della rete 5G sarebbe stata contestata ad Iliad solo nella comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria e non anche nella comunicazione di avvio del procedimento, e che su tale aspetto non sarebbe stato consentito un pieno esercizio del diritto di difesa. Il professionista eccipisce, dunque, che tale profilo debba essere escluso dall’oggetto del procedimento<sup>46</sup>.

<sup>44</sup> Cfr. Doc. 23 cit., pag. 13 e Doc. 24 cit., All. 8a.

<sup>45</sup> Cfr. Doc. 23 cit. e Doc. 24 cit., All.ti 8b e 8c.

<sup>46</sup> Cfr. Doc. 74 cit. pag. 2 e ss.

40. Nel merito, Iliad sostiene di aver sempre fornito un'informativa chiara ed immediatamente percepibile delle limitazioni attinenti ai servizi con tecnologia 5G, in tutte le comunicazioni commerciali relative alle offerte che includevano tale tecnologia.

41. In particolare, il *disclaimer* "5G ove disponibile / accessibile dal dispositivo" sarebbe stato presente nelle pagine *web* del proprio sito *Internet* di presentazione delle offerte; negli spot TV tale informativa sarebbe stata fin dal principio chiaramente visibile e percepibile dal telespettatore, in quanto essa era riportata: *i*) in maniera fissa per tutto il tempo in cui restava visualizzato il pannello con le condizioni dell'offerta; *ii*) con carattere nero su sfondo bianco; *iii*) all'interno di una più ampia nota legale che, comunque, restava nel suo complesso concisa; *iv*) con caratteri aventi una grandezza adeguata a consentirne un'effettiva e chiara lettura da parte del telespettatore. Anche in riferimento alla pubblicità diffusa mediante le *simbox*, volantini pubblicitari e cartellonistica stradale, l'operatore evidenzia la presenza dell'informativa e la relativa chiarezza e percepibilità da parte del consumatore. Inoltre, nelle comunicazioni commerciali *on-line* sarebbe stato presente anche un *link*, che consentiva al consumatore di atterrare nella pagina contenente l'elenco dei dispositivi compatibili e delle città coperte dalla rete 5G di Iliad, mentre, per le comunicazioni *off-line*, sarebbe stata indicata la pagina *web* su cui ottenere tali dettagli<sup>47</sup>.

42. Con riferimento alla totale omissione informativa contestata in relazione alle comunicazioni commerciali contenute nei comunicati stampa delle offerte, nei profili *social* dell'operatore e nei *banner* pubblicitari presenti su siti *web* terzi, il professionista eccepisce che: *(i)* il comunicato stampa non potrebbe essere considerato un mezzo pubblicitario, dal momento che non ha alcuna forma di diffusione tra i consumatori, ma è essenzialmente inviato solamente a soggetti professionali e della stampa<sup>48</sup>; *(ii)* per le comunicazioni pubblicitarie contenute nei profili *social* dell'operatore e nelle inserzioni pubblicitarie presenti su siti *web* terzi, troverebbe applicazione l'art. 22, comma 3, del Codice del Consumo, per cui le limitazioni di spazio del mezzo di comunicazione impiegato non consentirebbero di qualificare l'omissione come ingannevole (peraltro, i predetti mezzi pubblicitari rinviavano alla presentazione dell'offerta sul sito *web* di Iliad, che conteneva il *disclaimer* sulle condizioni di utilizzo delle offerte in 5G)<sup>49</sup>.

43. Iliad evidenzia, inoltre, che le tre segnalazioni contenute nel fascicolo istruttorio non contesterebbero, se non marginalmente, la chiarezza e percepibilità delle note legali sulle condizioni di utilizzo delle offerte in 5G, né una tale contestazione sarebbe pervenuta dai singoli consumatori, non essendoci segnalazioni all'Autorità, né reclami pervenuti a Iliad in tal senso. Tali circostanze, secondo il professionista, dovrebbero essere tenute in considerazione nella valutazione della completezza e percepibilità delle note legali in questione<sup>50</sup>.

44. Iliad ha sottolineato, altresì, come la possibilità di fruire dei servizi 5G attraverso i diversi modelli di *smartphone* sia un processo in evoluzione, perché l'abilitazione dei dispositivi all'utilizzo della tecnologia 5G avviene, per le diverse reti 5G, a seguito di test e *release* con i relativi produttori. Si tratterebbe, tuttavia, di una circostanza sostanzialmente neutra ed irrilevante ai fini della scelta commerciale dei consumatori, i quali dovrebbe essere adeguatamente informati degli *smartphone*

<sup>47</sup> Cfr. Doc. 74 cit. pagg. 4 -5.

<sup>48</sup> Cfr. Doc. 74 cit. pag. 7.

<sup>49</sup> *Ibidem*.

<sup>50</sup> Cfr. Doc. 74 cit. pag. 3 e ss.

abilitati al 5G in generale, mentre non assumerebbe alcun rilievo il fatto che tale abilitazione riguardi specificamente la rete 5G di Iliad<sup>51</sup>.

**45.** In ogni caso, in tutte le comunicazioni commerciali la dicitura utilizzata dal professionista avrebbe fatto esplicitamente riferimento ad una limitazione con riguardo ai dispositivi abilitati e alla disponibilità geografica del servizio 5G e non sarebbe stato logicamente possibile ipotizzare che tali limitazioni non si riferissero alla rete 5G di Iliad, dal momento che il *disclaimer* è inserito all'interno di un'offerta di Iliad.

**46.** In merito alla circostanza che il consumatore avrebbe potuto acquistare sul sito *web* di Iliad dispositivi che presentavano tra le proprie caratteristiche tecniche l'abilitazione alla navigazione sulla rete 5G (come l'iPhone 12) ma che non avevano tale funzionalità attiva per la rete 5G di Iliad, il professionista evidenzia che si tratta di schede tecniche di prodotto, il cui contenuto informativo è predisposto dalla casa produttrice (Apple), e che non hanno alcun collegamento con le offerte 5G di Iliad<sup>52</sup>.

**47.** Infine, con riferimento alle offerte Flash 120 e Giga 120 lanciate il 25 maggio 2021 e le cui comunicazioni commerciali sono state oggetto di modifiche rispetto alle offerte precedenti alla luce delle contestazioni contenute nella comunicazione di avvio del presente procedimento, il professionista contesta quanto affermato nella comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria circa l'assenza - nella pagina *web* dedicata all'acquisto della singola offerta - di un *link* di accesso diretto alle informazioni di dettaglio sui dispositivi compatibili con la rete 5G di Iliad e sulla copertura geografica, nonché circa l'inidoneità della nota legale contenuta in calce all'homepage a fornire adeguata informativa sulle limitazioni delle offerte in 5G. In relazione al primo aspetto, Iliad richiama il contenuto delle pagine *web* di presentazione della singola offerta ed il *link* ivi contenuto<sup>53</sup>. Con riferimento al secondo aspetto, Iliad rileva, preliminarmente, che l'homepage non sarebbe da considerarsi come il primo contatto commerciale con l'utente in merito alle singole offerte, le quali sono infatti descritte nelle successive pagine, e che, comunque, sarebbe pacifico che essa comprenda anche la nota sulle limitazioni alla fruizione dei servizi 5G, la cui piena percezione non apparirebbe contestabile, tenuto conto non solo del carattere utilizzato, ma anche del fatto che non vi sono limiti di tempo per la sua lettura da parte del consumatore<sup>54</sup>.

#### **ii) Condotta sub B)**

**48.** Iliad ritiene che il testo dell'SMS del 9 marzo 2021 non fosse idoneo ad ingenerare confusione nel consumatore e ad indurlo a scelte commerciali che non avrebbe altrimenti effettuato. Infatti, tenuto conto della struttura della frase in questione ("*100GB, minuti ed SMS illimitati in Italia ed Europa*"), il riferimento a "*in Italia e in Europa*" sarebbe da ricollegarsi non già al traffico dati di 100 GB (collocato all'inizio della frase), bensì ai minuti ed agli SMS disponibili. Inoltre, rileverebbe altresì il fatto che gli utenti destinatari del suddetto SMS hanno ricevuto anche un'email dalla formulazione ancor più inequivocabile sui limiti di navigazione in Europa. Peraltro, qualora avesse

---

<sup>51</sup> Cfr. Doc. 74 cit. pag. 6.

<sup>52</sup> Cfr. Doc. 74 cit. pag. 8.

<sup>53</sup> Cfr. Doc. 74 cit. pag. 10.

<sup>54</sup> Cfr. Doc. 74 cit. pag. 11.

voluto attivare l'offerta, il consumatore avrebbe dovuto accedere al sito *web* di Iliad, che indicava chiaramente la disponibilità di GB all'estero<sup>55</sup>.

49. A tale riguardo, il professionista ritiene che rilevarebbe anche l'assenza di segnalazioni inviate all'Autorità da parte di singoli consumatori e l'assenza di reclami ricevuti da Iliad su tale aspetto.

### iii) Ulteriori argomentazioni difensive

50. Iliad ritiene che, laddove l'Autorità ravvisi una violazione delle disposizioni del Codice del Consumo, essa comunque non dovrebbe condurre all'irrogazione di una sanzione amministrativa o, tutt'al più, all'irrogazione di una sanzione simbolica<sup>56</sup>.

51. Sul punto, rilevarebbero le azioni immediatamente poste in essere dalla società per rimuovere i profili di criticità indicati nella comunicazione di avvio del procedimento, unitamente all'atteggiamento collaborativo tenuto dalla società nel corso dell'istruttoria.

52. Il professionista evidenzia, inoltre, che sarebbe limitata sia la durata delle due condotte, dal momento che la condotta *sub* A) sarebbe cessata il 26 maggio 2021 e la condotta B) sarebbe istantanea, sia la relativa gravità, visto l'esiguo numero di reclami per la condotta *sub* A), l'assenza di reclami per la condotta *sub* B) e che le offerte erano indirizzate solo alla quota, molto minoritaria, di utenti interessati alla sottoscrizione di servizi 5G. A tale riguardo, Iliad ha sottolineato, altresì, che il presente procedimento rappresenterebbe la prima istruttoria avente ad oggetto i messaggi commerciali relativi ai servizi 5G, una questione su cui non erano mai state fornite indicazioni, né da un punto di vista normativo, né attraverso decisioni dell'Autorità, sulle modalità o sui criteri di comunicazione dei limiti di fruizione dei servizi 5G.

53. Infine, Iliad evidenzia come ulteriori circostanze attenuanti sia quella di essere un operatore di rete mobile nuovo entrante, che sta sostenendo investimenti particolarmente ingenti, con un bilancio che mostra una perdita di esercizio molto significativa, sia quella di non essere mai stato destinatario di provvedimenti sanzionatori da parte dell'Autorità.

### 4) Le argomentazioni delle parti segnalanti

54. L'Associazione U.Di.Con. ha segnalato che sul sito *web* di Iliad erano in vendita dispositivi *smartphone* abilitati alla navigazione in 5G, come l'iPhone 12 Pro Max della Apple, e che tale caratteristica era messa in evidenza tramite il *tag* 5G nella vetrina degli apparati in vendita e nella scheda di dettaglio del prodotto. Tuttavia, il dispositivo citato non era incluso nell'elenco degli *smartphone* compatibili con la rete 5G di Iliad. U.Di.Con. ritiene che tale circostanza possa costituire un vizio di trasparenza a danno dei consumatori, i quali avrebbero potuto procedere ad acquisti sulla base di informazioni falsate o dell'errato convincimento che lo *smartphone* in questione, supportando il 5G, potesse essere utilizzato sulla stessa rete di Iliad che offriva piani inclusivi della stessa tecnologia, soprattutto se il processo di acquisto veniva affrettato da offerte, come quella citata, sottoscrivibili solo per un periodo limitato di tempo<sup>57</sup>.

55. L'Associazione Confconsumatori ha segnalato che Iliad pubblicizzava l'offerta "Flash 100" enfatizzando la possibilità di utilizzare la nuova tecnologia 5G, che costituiva l'elemento trainante del primo contatto commerciale. Tuttavia, i dispositivi abilitati a navigare sulla rete 5G di Iliad

<sup>55</sup> Cfr. Doc. 74 cit. pagg. 11-12.

<sup>56</sup> Cfr. Doc. 74 cit. pag. 12 e ss.

<sup>57</sup> Cfr. Doc. 1 cit.

sarebbero stati di un numero molto ridotto rispetto alla più vasta gamma dei dispositivi presenti sul mercato e tra questi non sarebbero stati inclusi nemmeno quelli più noti e diffusi (come iPhone e Samsung). I messaggi pubblicitari utilizzati da Iliad non contenevano alcun *disclaimer*, oppure, laddove presente, questo sarebbe stato privo di rilevanza o non agevolmente visibile (come l’informativa contenuta nel sito *web* dell’operatore, a cui il consumatore poteva arrivare solo dopo diverse interazioni e non fin dal primo contatto). Anche la procedura di acquisto dell’offerta in questione tramite *web* riportava solo una generica frase (“*Internet 5G ove disponibile/accessibile dal dispositivo*”). Confconsumatori ritiene, inoltre, che la soglia di attenzione del consumatore veniva abbassata anche per le modalità di presentazione dell’offerta, la quale era disponibile solo per un tempo limitato. Pertanto, il consumatore rischiava di acquistare un dispositivo abilitato alla navigazione in 5G e di attivare l’offerta 5G di Iliad senza tuttavia poter usufruire di questa tecnologia più performante. Il segnalante evidenzia, inoltre, che tale problematica sarebbe stata nota al professionista dal momento che alcuni clienti avrebbero espresso le proprie lamentele direttamente a Iliad. Infine, Confconsumatori segnala l’ingannevolezza del claim “*100GB, minuti e SMS illimitati in Italia ed Europa*”, dal momento che la formula utilizzata lasciava intendere che l’intero pacchetto era valido anche in Europa mentre, in realtà, in caso di connessione da altri Paesi europei il traffico incluso nell’offerta era di soli 6 GB<sup>58</sup>.

**56.** L’operatore TIM ha segnalato l’omesso riferimento alle condizioni necessarie per poter usufruire della navigazione in 5G – consistenti nella copertura territoriale della rete 5G di Iliad e nel possesso di uno *smartphone* compatibile con tale specifica rete dell’operatore – nelle offerte promosse da Iliad e che, laddove invece era rinvenibile un tal richiamo, esso sarebbe stato scarsamente visibile a livello grafico e, comunque, decettivo nei contenuti, lasciando intendere che le limitazioni alla fruizione della rete 5G inclusa nell’offerta dipendevano dall’abilitazione del dispositivo, senza far capire che afferivano alla compatibilità del dispositivo abilitato con la rete 5G di Iliad. L’effetto decettivo sarebbe stato aggravato dal fatto che Iliad nel proprio *store on line* commercializza anche dispositivi 5G (segnatamente all’inizio del 2021 la linea di punta iPhone12) senza specificare che non sono utilizzabili sulla sua rete. TIM evidenzia, inoltre, che il mancato tempestivo adeguamento tecnologico della rete di Iliad sarebbe stato contrario alla diligenza professionale che era lecito attendersi da un operatore del calibro di Iliad. In relazione all’offerta “Flash 100”, TIM ha segnalato che Iliad avrebbe inviato ad ex clienti SMS ed *email* promozionali contenenti il claim “*100 giga, minuti e sms illimitati in Italia e Europa*”. Tale messaggio avrebbe lasciato intendere che i cento giga oggetto dell’offerta erano interamente utilizzabili anche per il traffico dati europeo mentre i giga destinati al roaming europeo erano solo sei<sup>59</sup>.

**57.** TIM, nella propria memoria conclusiva, evidenzia che la nuova formulazione della nota legale adottata da Iliad successivamente all’avvio del presente procedimento, per le campagne relative alle offerte “Flash 120” e “Giga 120”, non può essere ritenuta in sé sufficiente a trasmettere ai consumatori un’informativa chiara ed esaustiva dal momento che la frase “*il 5G è disponibile su dispositivi compatibili con la rete Iliad*” non esplicita il riferimento alla rete “5G” di Iliad e il fatto

<sup>58</sup> Cfr. Doc. 4 – Segnalazione di Confconsumatori.

<sup>59</sup> Cfr. Doc. 2 cit.

che tale rete, a differenza di quella degli altri operatori di mercato, non è in grado di interagire con tutti i *device* astrattamente compatibili con le reti 5G<sup>60</sup>.

#### IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

**58.** In data 8 febbraio 2022 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa mediante sito *web* e profili *social* dell'operatore, nonché per via televisiva, via sms e mediante posta elettronica, nonché ai sensi dell'art. 27, comma 1-*bis*, del Codice del Consumo, poiché la condotta riguarda un operatore attivo nel settore delle comunicazioni.

**59.** Con parere pervenuto in data 8 marzo 2022, la suddetta Autorità ha espresso il proprio parere, evidenziando che *“con riferimento al caso di specie, i mezzi di comunicazione utilizzati, in relazione al servizio offerto dal professionista, risultano idonei a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che sulla base delle informazioni ricevute tramite e-mail, SMS o lette nel sito del Professionista potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità promozionale delle comunicazioni su citate”* e, pertanto, la suddetta Autorità ritiene che *“allo stato della documentazione in atti, nel caso di specie, i mezzi di comunicazione utilizzati da Iliad siano strumenti idonei a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale rispetto alla quale è richiesto parere a questa Autorità”*.

#### V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

**60.** Il presente provvedimento concerne le seguenti due condotte poste in essere dalla società Iliad nell'ambito della commercializzazione delle proprie offerte di servizi di telefonia mobile con tecnologia 5G inclusa:

Condotta *sub A*): omissioni e carenze informative nelle comunicazioni promozionali delle proprie offerte, le quali indicano le condizioni principali in termini di volumi di traffico e di prezzo, e ne enfatizzano la compatibilità con la più recente tecnologia 5G, laddove inclusa, ma omettono o presentano in posizione difficilmente accessibile per il consumatore l'indicazione delle condizioni indispensabili per usufruire di tale tecnologia, quali la copertura territoriale della rete 5G di Iliad ed il possesso di un dispositivo compatibile con la specifica tecnologia 5G supportata dalla rete dell'operatore, oppure richiamano tali condizioni attraverso l'uso di locuzioni confusorie e decettive; Condotta *sub B*): in relazione all'offerta "Flash 100 5G", adozione del messaggio pubblicitario *“100 giga, minuti e sms illimitati in Italia e Europa”*, il quale lascerebbe intendere che i cento giga inclusi nell'offerta valgono anche per il traffico dati in Europa, mentre i giga effettivamente destinati al *roaming* europeo sono solo sei.

**61.** In via preliminare, occorre evidenziare che, contrariamente a quanto sostenuto da Iliad nella propria memoria conclusiva, nella comunicazione di avvio del procedimento è stata contestata al professionista l'omissione e/o la difficile accessibilità per il consumatore alle informazioni relative alle condizioni necessarie per utilizzare la tecnologia 5G inclusa nelle offerte, specificando

---

<sup>60</sup> Cfr. Doc. 73 cit.

espressamente che tali condizioni consistono sia nella copertura geografica della rete Iliad con tecnologia 5G, sia nel possesso di uno *smartphone* compatibile con tale specifica rete. Nella citata comunicazione si legge, infatti, testualmente, che la carenza informativa riguarda: “le condizioni indispensabili per usufruire di tale tecnologia [quella 5G], quali la copertura territoriale della rete 5G di Iliad ed il possesso di un dispositivo compatibile con la specifica tecnologia 5G supportata dalla rete dell’operatore”<sup>61</sup> [enfasi aggiunta]. In un ulteriore passaggio della citata comunicazione, si legge testualmente che: “(...) sarebbe stata del tutto omessa l’informativa relativa alla copertura territoriale della rete 5G di Iliad ed al possesso di uno *smartphone* compatibile con la specifica tecnologia 5G supportata dalla rete dell’operatore, quali condizioni necessarie per poter usufruire della navigazione con tecnologia 5G inclusa nell’offerta”<sup>62</sup> [enfasi aggiunta]. Ad ulteriore dimostrazione che il profilo informativo relativo alla copertura geografica della rete con tecnologia 5G di Iliad è stato fin dal principio oggetto del presente procedimento, si richiamano sia le misure proposte negli impegni presentati dal professionista (non accolti dall’Autorità)<sup>63</sup>, sia il contenuto delle audizioni con il professionista<sup>64</sup>, che hanno fatto sempre riferimento sia al profilo informativo sui dispositivi compatibili con la rete 5G di Iliad che a quello sulla copertura geografica di tale rete.

**62.** Ciò precisato, le evidenze agli atti consentono di ritenere le condotte sopra descritte in violazione del Codice del Consumo per i motivi che seguono.

**i) Condotta sub A)**

**63.** La documentazione in atti dimostra che all’interno delle comunicazioni promozionali relative alle offerte “Flash 70”, “Giga 70”, “Flash 100 5G” e “Giga100”, inserite nei profili *social* dell’operatore, nei relativi comunicati stampa e nelle inserzioni pubblicitarie presenti su siti *web* terzi, Iliad ha del tutto omesso l’informativa sui limiti di utilizzo di tali offerte, consistenti nella necessità, al fine di poter usufruire della rete di quinta generazione, della copertura territoriale della rete 5G di Iliad e del possesso di uno *smartphone* compatibile con tale specifica rete dell’operatore. Le informazioni in questione rivestono carattere essenziale ai fini di una decisione di natura commerciale consapevole da parte del consumatore, trattandosi di condizioni indispensabili per poter usufruire dei servizi con tecnologia 5G inclusi nelle offerte, in mancanza delle quali il consumatore potrebbe non veder soddisfatte le proprie aspettative in merito ai benefici prestazionali derivanti dall’adesione all’offerta stessa, come promessi dall’indicazione dell’inclusione del 5G.

**64.** A tale riguardo, non può essere accolta la tesi di Iliad secondo cui l’omissione informativa delle comunicazioni commerciali presenti nei profili *social* dell’operatore e nelle inserzioni pubblicitarie su siti *web* terzi sarebbe giustificata da presunti limiti di spazio connessi alla natura del mezzo di comunicazione utilizzato. Anche a voler accogliere l’argomento, infatti, nei messaggi in questione non era presente alcun richiamo specifico ad altro mezzo per verificare le condizioni di fruibilità del 5G. La tesi di Iliad, inoltre, è stata smentita dallo stesso operatore, che ha integrato le

<sup>61</sup> Cfr. Doc. 5 cit., par. II.1 (pag. 2).

<sup>62</sup> Cfr. Doc. 5 cit., par. II.3 (pag. 2).

<sup>63</sup> Cfr. Doc. 48 cit.

<sup>64</sup> Cfr. Doc. 46 cit., pag. 3 (righe 27 e 28), dove - nell’illustrare una delle misure proposte come impegno - il professionista precisa di non aver tenuto conto della residenza del cliente in una zona priva della copertura della rete 5G di Iliad, né del possesso di un dispositivo non compatibile con tale rete, ossia di entrambi i profili oggetto della contestata carenza informativa.

informazioni contenute nelle pubblicità presenti nei profili *social*, a seguito dell'avvio del presente procedimento, in relazione alle campagne promozionali delle offerte "Flash 120" e "Giga 120"<sup>65</sup>.

**65.** Appare priva di pregio, altresì, l'eccezione sollevata in merito al fatto che i comunicati stampa delle offerte in questione non costituiscono una comunicazione pubblicitaria. A tale riguardo, si rileva che una valutazione del contenuto di tali comunicati stampa consente di affermare la sussistenza di una finalità anche promozionale (e non meramente informativa) degli stessi, chiaramente deducibile dalle espressioni utilizzate nei titoli di tali comunicati<sup>66</sup> e nel corpo del testo<sup>67</sup>. Si ritiene che tale contenuto sia teso a promuovere l'interesse del potenziale destinatario e quindi la vendita del prodotto pubblicizzato o comunque l'immagine del professionista. Peraltro, i potenziali destinatari di tali comunicati non sono solo soggetti professionali e la stampa, così come sostenuto da Iliad, dal momento che i comunicati stampa sono accessibili anche al consumatore attraverso il sito *web* del professionista.

**66.** Con riferimento alle comunicazioni commerciali contenute nei restanti canali pubblicitari utilizzati dal professionista (sito *web*, TV, cartellonistica stradale, volantini, *simbox*, *email* e SMS), si ritiene che le locuzioni utilizzate da Iliad, prima dell'avvio del presente procedimento, per fornire l'informativa sul 5G ("*5G disponibile su dispositivi abilitati e nelle aree coperte da 5G*", "*5G ove disponibile / accessibile dal dispositivo*") non fossero idonee a fornire al consumatore un'informativa chiara e completa. Esse, infatti, non esplicitavano che le condizioni tecnologiche per l'utilizzo dei servizi 5G inclusi nelle offerte dovevano riferirsi alla specifica rete 5G di Iliad, potendo così lasciare intendere che la fruizione della rete di quinta generazione dipendesse, in generale, dalla presenza di una copertura geografica di una qualsiasi rete 5G e dalla generale abilitazione a tale tecnologia del dispositivo, senza far capire che essa richiede, invece, la copertura della rete 5G di Iliad e la compatibilità dell'apparato, anche abilitato in generale al 5G, con tale specifica rete.

**67.** Si ritiene, inoltre, che anche le modalità di presentazione di tale informativa non consentissero di assicurare una immediata percezione della stessa da parte del consumatore. In particolare, come sopra rilevato, nella pagina *web* del sito di Iliad dedicata alla presentazione di ciascuna offerta, il link "*scopri i dispositivi compatibili e la copertura*", che consente di avere informazioni di maggiore dettaglio sulla copertura territoriale della rete 5G di Iliad e sui dispositivi compatibili con tale specifica rete dell'operatore, era riportato solo alla fine della pagina, dopo la sezione che enfatizza le prestazioni del 5G e dopo la sezione relativa alla parte "Internazionale" dell'offerta. Tale link era raggiungibile dal consumatore solo attraverso numerosi *scroll* dello schermo, con il rischio che il consumatore potesse non leggere la pagina fino in fondo e, quindi, non acquisire le informazioni rilevanti. Le medesime criticità riguardano anche l'informativa contenuta nella *homepage* del sito di Iliad, essendo la stessa non solo posizionata in calce alla pagina ma anche riportata con caratteri molto piccoli, di difficile lettura, e all'interno di una più ampia nota legale. Tali modalità di presentazione dell'informativa in esame, peraltro inadeguate a bilanciare l'enfasi posta dal professionista sulla possibilità di navigare con tecnologia 5G, non sono in grado di assicurare che il

<sup>65</sup> Cfr. Doc. 20 cit, All.ti 17, 18 e 19.

<sup>66</sup> Cfr. "*Iliad stupisce ancora*", "*Iliad flash 100 5G inattesa e sensazionale*".

<sup>67</sup> Cfr. "*La trasparenza e la qualità offerte da Iliad hanno conquistato in meno di 3 anni oltre 6,5 milioni di utenti, che hanno scelto le offerte generose dell'operatore pronto a stupire nuovamente con la prima offerta in Italia con 5G incluso a meno di 10 euro. Un'offerta [...] che non ha eguali sul mercato come indicato dalla seguente tabella [sottolineatura aggiunta]*"

consumatore possa avvedersi delle limitazioni che caratterizzano le offerte di telefonia mobile con tecnologia 5G pubblicizzate da Iliad.

**68.** A ciò si aggiunga che alcune offerte sono state disponibili solo per un tempo limitato, circostanza, questa, che potrebbe aver abbassato la soglia di attenzione del consumatore, inducendolo a considerare solamente i benefici delle proposte enfaticamente presentati da Iliad e ad affrettare il processo di acquisto.

**69.** Peraltro, anche la vendita sullo *store* di Iliad di dispositivi recanti il tag “5G” ha potuto indurre il consumatore a ritenere tali apparati come utilizzabili aderendo ad una delle offerte di telefonia presenti sul medesimo sito *web* dell’operatore, nella convinzione dunque che essi, e in generale gli *smartphone* 5G, fossero compatibili con la rete 5G di Iliad, circostanza risultata non veritiera.

**70.** Come la giurisprudenza ha sempre sottolineato, il carattere ingannevole della pratica commerciale deve essere valutato a prescindere dall’esito concretamente lesivo prodotto dalla condotta del professionista, essendo la disciplina in materia pubblicitaria volta a salvaguardare la libertà di autodeterminazione del destinatario di un messaggio promozionale da ogni erronea interferenza. Tuttavia, nel caso di specie, il carattere decettivo effettivo delle comunicazioni promozionali utilizzate da Iliad è dimostrato dalla presenza di reclami che i clienti di Iliad hanno presentato alla società, nei quali - contrariamente a quanto sostenuto dal professionista - è stata espressamente denunciata la carenza dell’informativa da esso fornita.

**71.** Non può dunque essere condiviso quanto affermato dal professionista in merito al fatto che i consumatori dovrebbero essere adeguatamente informati soltanto sugli *smartphone* abilitati in generale al 5G, mentre non assumerebbe alcun rilievo il fatto che tale abilitazione riguardi o meno specificamente la rete 5G di Iliad<sup>68</sup>. Infatti, proprio per il fatto che l’abilitazione dei dispositivi all’utilizzo della tecnologia 5G avviene, per le diverse reti 5G, a seguito di test e *release* con i relativi produttori, così come affermato da Iliad, è possibile che il medesimo modello di *smartphone* sia in grado di attivare tale funzionalità sulla rete 5G di un operatore e non su quella di un altro. Pertanto, appare evidente quanto sia importante, ai fini di una scelta commerciale consapevole da parte del consumatore, che quest’ultimo sia chiaramente edotto del fatto che per poter usufruire delle offerte in 5G promosse da Iliad debba accertarsi di avere un dispositivo abilitato a navigare su tale specifica rete.

**72.** Con riferimento alle comunicazioni pubblicitarie relative alle offerte lanciate da Iliad successivamente all’avvio del presente procedimento, per le quali è stata utilizzata una nuova formulazione della nota legale, nella quale le condizioni di utilizzo dei servizi in 5G sono espressamente riferite alla rete di Iliad (“*Il 5G è disponibile su dispositivi compatibili con la rete iliad e nelle aree coperte da rete 5G iliad. Maggiori informazioni su copertura e dispositivi al link [www.iliad.it/offerta-iliad-flash120-999.html](http://www.iliad.it/offerta-iliad-flash120-999.html)*”), si ritiene, come già sopra rilevato, che il posizionamento di tale nota in calce alla *home page* del sito *web* di Iliad, unitamente alla complessiva scarsa evidenza grafica della stessa, non consenta di rendere agevolmente percepibile l’informativa in questione da parte del consumatore. Al riguardo, appare priva di pregio l’eccezione sollevata da Iliad secondo la quale l’homepage non può essere considerata un “primo contatto” con il consumatore. Non v’è dubbio, infatti, che la presentazione delle offerte in tale pagina *web* rivesta i caratteri di una comunicazione promozionale, che svolge un’azione divulgativa idonea ad

<sup>68</sup> Cfr. Doc. 74 cit., pag. 6, par. 19.

“agganciare” il consumatore. Ciò è comprovato dalla circostanza che il consumatore può iniziare il processo d’acquisto dell’offerta pubblicizzata direttamente dalla *homepage*, cliccando sul tasto “*Registrati*”. Ciò posto, la giurisprudenza è granitica nel ritenere che la completezza e la veridicità di un messaggio promozionale vadano verificate nell’ambito dello stesso contesto della comunicazione commerciale e non già sulla base di ulteriori informazioni che l’operatore commerciale rende disponibili solo a effetto promozionale già avvenuto<sup>69</sup>.

**73.** In conclusione, la condotta posta in essere da Iliad nella fase di promozione delle offerte di telefonia mobile con tecnologia 5G inclusa, avvenuta attraverso comunicazioni in cui sono riportate le informazioni essenziali sull’offerta in termini di volume di traffico e di prezzo, tuttavia, omettendo totalmente, o collocando in posizione difficilmente raggiungibile, o fornendo con modalità non chiare, fin dal primo contatto commerciale, l’indicazione delle condizioni geografiche e tecnologiche necessarie per poter usufruire della rete 5G di Iliad, si configura come una violazione degli artt. 21 e 22 del Codice del Consumo, in quanto inidonea a far comprendere al consumatore la necessità della copertura geografica della specifica rete 5G dell’operatore e che il possesso di un dispositivo, anche abilitato in generale al 5G, non può assicurare la fruizione della rete 5G di Iliad laddove tale dispositivo non sia compreso negli *smartphone* abilitati alla navigazione su tale specifica rete. Risultano, dunque, totalmente omesse, o difficilmente accessibili, o formulate in modo ingannevole informazioni rilevanti, di cui il consumatore medio necessita per assumere una decisione di natura commerciale consapevole, essendo egli in tal modo indotto ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso.

#### **ii) Condotta sub B)**

**74.** In ordine alla condotta *sub B)*, si ritiene che la formulazione testuale del *claim* contenuto nell’SMS oggetto di contestazione (“*100 giga, minuti e sms illimitati in Italia e Europa*”) sia idonea ad indurre in errore il consumatore sul contenuto dell’offerta, potendo egli ritenere che i 100 GB inclusi nell’offerta si riferiscano anche al traffico in Europa.

**75.** La formulazione testuale del messaggio, infatti, lascia spazio ad un’errata interpretazione dello stesso, dal momento che l’utente potrebbe ritenere che la virgola posta dopo le parole “*100 GB*” sia volta solo a distinguere gli elementi dell’elenco a cui si riferiscono le parole “*in Italia ed Europa*” e quindi potrebbe collegare il riferimento all’Europa anche ai 100 GB inclusi nell’offerta.

**76.** Sul punto, gli elementi addotti da Iliad non appaiono idonei a superare tale valutazione, dal momento che il ricevimento contestuale o successivo di una *email* più esplicativa da parte degli utenti che hanno ricevuto l’SMS oggetto di contestazione non consente di escludere l’esistenza e la permanenza dell’effetto decettivo. L’*email* potrebbe, infatti, non essere letta o potrebbe essere stata ricevuta e/o letta dopo l’adesione del consumatore all’offerta. A nulla rileva, inoltre, che l’informativa completa fosse reperibile sul sito *web* attraverso cui era attivabile l’offerta, dal momento che la comunicazione commerciale deve essere chiara e completa fin dal primo contatto.

**77.** Inoltre, non può assumere rilevanza l’assenza di reclami da parte degli utenti nel caso di specie, dal momento che l’illecito di scorrettezza di una pratica commerciale è un illecito di pericolo, che non richiede per la sua configurazione l’attualità di una lesione agli interessi dei consumatori, quanto, piuttosto, che una pratica sia idonea a produrla.

---

<sup>69</sup> *Cfr., ex pluris*, Tar Lazio, Roma, sentenza 30 giugno 2020, n. 7335.

**78.** In conclusione, la condotta posta in essere da Iliad consistente nell'aver utilizzato per l'offerta "Flash 100 5G" il messaggio pubblicitario "100 giga, minuti e sms illimitati in Italia e Europa", si configura come una violazione dell'art. 21 del Codice del Consumo, in quanto induce o è idonea ad indurre in errore il consumatore medio con riguardo alle caratteristiche e alla portata di tale offerta, portandolo a ritenere erroneamente che, aderendo alla promozione in questione, avrebbe a disposizione cento giga di traffico dati anche in Europa, anziché i sei effettivamente inclusi nell'offerta, ed inducendolo, pertanto, ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso.

#### **VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE**

**79.** Ai sensi dell'art. 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

**80.** 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.

**81.** Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame della dimensione economica del professionista, che ha presentato al 31 dicembre 2020 ricavi pari a euro 667.671.042, del profilo di ingannevolezza che ha contraddistinto l'attività promozionale di Iliad, fondato sull'omissione di informazioni rilevanti circa le offerte di telefonia mobile con tecnologia 5G e sul quantitativo di traffico disponibile per la navigazione *Internet* in Europa, e dell'ampiezza di diffusione della pratica, realizzata attraverso molteplici canali di comunicazione, quali sito *web* e profili *social* dell'operatore, nonché per via televisiva, via sms e mediante posta elettronica.

**82.** Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere a decorrere dal 22 dicembre 2020<sup>70</sup>, ed è ancora in corso, permanendo le carenze informative rilevate con riferimento alla condotta *sub A*) nella *homepage* del sito istituzionale di Iliad.

**83.** Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Iliad Italia S.p.A. nella misura di 1.300.000 (unmilione trecentomila) euro.

**84.** In considerazione del fatto che sussiste, nel caso di specie, una circostanza attenuante, in considerazione della non positiva situazione economica in cui versa il professionista, il quale presenta un bilancio in perdita, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Iliad Italia S.p.A. nella misura di 1.200.000 € (unmilione duecentomila euro).

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica descritta al par. II. integra una violazione

---

<sup>70</sup> V. Doc. 23 cit., pag. 3.

degli artt. 21 e 22 del Codice del Consumo, in quanto idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio: a) in relazione ai servizi con tecnologia 5G offerti dal professionista, mediante l'omissione, o la collocazione in posizione difficilmente raggiungibile, o la fornitura con modalità non chiare, fin dal primo contatto commerciale, dell'indicazione delle condizioni geografiche e tecnologiche necessarie per poter usufruire della rete 5G di Iliad; b) con riguardo alla quantità di giga di traffico dati disponibile in Europa;

#### DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Iliad Italia S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 21 e 22 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare alla società Iliad Italia S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di 1.200.000 € (unmilione duecentomila euro);

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

Le sanzioni amministrative irrogate 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.

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

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

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

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE  
*Guido Stazi*

IL PRESIDENTE  
*Roberto Rustichelli*

---

---

<i>Autorità garante della concorrenza e del mercato</i>	Bollettino Settimanale Anno XXXII- N. 12 - 2022
<i>Coordinamento redazionale</i>	Giulia Antenucci
<i>Redazione</i>	Valerio Ruocco, Simonetta Schettini, Manuela Villani Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato Ufficio Statistica e Applicazioni Informatiche Piazza Giuseppe Verdi, 6/a - 00198 Roma Tel.: 06-858211 Fax: 06-85821256
	Web: <a href="https://www.agcm.it">https://www.agcm.it</a>
<i>Realizzazione grafica</i>	Area Strategic Design

---