

PS8239 - UTILIZZO ILLECITO MARCHIO BILIARDI MARI

Provvedimento n. 23976

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 9 ottobre 2012;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

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 pratiche commerciali scorrette*" (di seguito *Regolamento*) adottato dall'Autorità con delibera del 15 novembre 2007, successivamente modificato dal "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, clausole vessatorie*" (di seguito, *Nuovo Regolamento*), adottato dall'Autorità con delibera dell'8 agosto 2012;

VISTO l'art. 23, comma 12-*quiquiesdecies*, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, come modificato dalla Legge 7 agosto 2012, n. 135, che ha aumentato il massimo edittale della sanzione a 5.000.000 euro;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Il Sig. Giancarlo Cavicchi, titolare dell'impresa individuale Biliardi Cavicchi, con sede in Guastalla (RE), in qualità di professionista ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo.

L'impresa Biliardi Cavicchi opera nella produzione e commercializzazione di biliardi e presenta i propri prodotti in *internet* utilizzando il nome a dominio *biliardi-cavicchi.it*, nonché, dal mese di settembre 2010, il nome a dominio *biliardimari.it*.

L'impresa ha realizzato nel 2011 ricavi per circa [meno di 1 milione di]1 euro.

2. Restaldi S.r.l. (di seguito anche "*Restaldi*"), con sede in Roma, in qualità di segnalante. La società opera nella produzione e commercializzazione di biliardi con l'omonimo marchio e con il marchio *Biliardi Mari*, acquistato nel settembre 2011 dalla curatela fallimentare della società Biliardi Mari S.r.l. Il marchio *Biliardi Mari*, depositato nel 2004 e registrato nel 2008, è costituito "*dalla parola Biliardi Mari, in qualsiasi dimensione, colore e carattere di stampa*".

II. LA PRATICA COMMERCIALE

3. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dal professionista, consistente nella registrazione ed utilizzazione del nome a dominio *biliardimari.it* pur senza disporre della titolarità del marchio in esame.

4. In particolare, con segnalazione pervenuta in data 14 aprile 2012, Restaldi ha lamentato di non essere riuscita, a seguito dell'acquisto del marchio *Biliardi Mari* nel settembre 2011, a registrare il nome a dominio *biliardimari.it*, in quanto già registrato dal Sig. Giancarlo Cavicchi nel settembre

2010, nonostante il marchio *Biliardi Mari* appartenesse, all'epoca, alla società Biliardi Mari S.r.l. in fallimento. Secondo il segnalante, il professionista utilizzerebbe il nome a dominio *biliardimari.it* come mero "ponte" verso il sito *www.biliardicavicchi.it*, indirizzando a quest'ultimo i consumatori interessati ai prodotti *Biliardi Mari*.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

Attività preistruttoria

In data 3 maggio 2012 è stata chiesta la collaborazione del Nucleo Speciale Tutela Mercati della Guardia di Finanza al fine di acquisire alcune informazioni tecniche presso l'Internet *Provider* che fornisce il servizio di *hosting* al professionista.

Attività istruttoria

5. In relazione alla pratica commerciale sopra descritta, in data 17 maggio 2012 è stato comunicato alle Parti l'avvio del procedimento istruttorio n. PS8239 nei confronti del professionista. In tale sede, veniva in particolare ipotizzata la violazione degli artt. 20, comma 2, 21, comma 1, lettera f), e 23, lettera o), del Codice del Consumo, potendo la condotta in esame indurre i consumatori a ritenere, contrariamente al vero, che il professionista abbia rapporti commerciali con i produttori dei biliardi Mari, sia in possesso di biliardi prodotti dalla Biliardi Mari S.r.l. o ne abbia acquisito il marchio; con tutto ciò che ne consegue in termini di caratteristiche dei prodotti offerti in vendita nel sito del professionista.

6. Contestualmente alla comunicazione di avvio dell'istruttoria sono state richieste informazioni al professionista, il quale ha fornito specifico riscontro in data 13 giugno 2012, presentando anche una memoria difensiva.

7. In data 15 giugno 2012 il Nucleo Speciale Tutela Mercati della Guardia di Finanza ha fatto pervenire le informazioni di cui alla citata richiesta di collaborazione del 3 maggio 2012.

8. In data 20 giugno 2012 è stata inviata una richiesta di informazioni all'Istituto di Informatica e Telematica del Consiglio Nazionale delle Ricerche, specificamente concernente le modalità e i controlli effettuati ai fini dell'assegnazione dei nomi a dominio per i quali viene chiesta la registrazione. La risposta all'indicata richiesta di informazioni è pervenuta in data 4 luglio 2012.

9. In data 5 luglio 2012 è pervenuta una memoria di Restaldi.

10. In data 13 luglio 2012 è stata effettuata d'ufficio - e acquisita agli atti - un'ulteriore rilevazione su *internet*, inerente all'oggetto del procedimento.

11. In data 16 luglio 2012 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

2) *Le evidenze acquisite*

12. Da una verifica effettuata d'ufficio² è risultato che:

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

² In data 7 maggio 2012 (doc. n. 3 del fascicolo del procedimento).

i) digitando sulla stringa *Google* le parole “biliardi mari” si ottiene un elenco di siti, il primo dei quali³ è www.biliardi-cavicchi.it che riporta, sotto l’indirizzo *internet*, “*Biliardi Cavicchi propone biliardi sportivi e professionali, nuovi e usati*”, mentre il sito www.biliardimari.com, registrato da Restaldi, unica titolare del marchio Biliardi Mari, è situato nella parte bassa di tale prima pagina, e riporta, al di sotto dell’indirizzo *internet*, “*Sito ufficiale Biliardi Mari*”;

ii) allo stesso risultato ha condotto la ricerca con le parole “bigliardi mari”;

iii) digitando sulla stringa in alto direttamente <http://www.biliardimari.it> si accede direttamente alla *home page* del sito www.biliardi-cavicchi.it⁴; il sito www.biliardimari.it è infatti privo di contenuti eccetto il rinvio automatico al sito www.biliardi-cavicchi.it, come peraltro verificato dal Nucleo Speciale Tutela Mercati della Guardia di Finanza a seguito della richiesta di collaborazione del 3 maggio 2012⁵.

13. Successivamente alla comunicazione di avvio dell’istruttoria il professionista risulta avere modificato il rinvio automatico operato a partire dall’indirizzo www.biliardimari.it. Attualmente digitando l’indirizzo citato non si accede più direttamente alla *home page* del sito www.biliardi-cavicchi.it, ma alla sezione dedicata all’offerta di biliardi usati, specificatamente alla pagina *web* http://www.biliardi-cavicchi.it/biliardi_usati_ricerca.htm, che riporta la seguente indicazione: “*Cavicchi offre una vasta gamma di biliardi usati garantiti*”.

14. In data 13 luglio 2012 è stata acquisita d’ufficio⁶ una ulteriore stampa dei risultati ottenuti digitando sulla stringa di *Google* le parole “biliardi mari” o “bigliardi mari”. La prima pagina del risultante elenco di siti reca nella parte superiore le indicazioni relative al sito www.biliardimari.com di Restaldi, mentre il sito della ditta di Biliardi Cavicchi (più precisamente, http://www.biliardi-cavicchi.it/biliardi_usati_ricerca.htm) compare nella parte inferiore della stessa pagina.

15. Secondo il professionista, nel 2011 gli accessi complessivi al proprio sito sarebbero stati 83.165, di cui 83.105 direttamente al sito www.biliardi-cavicchi.it e 60 provenienti dalla ricerca del sito www.biliardimari.it⁷.

16. Nella sua risposta alla richiesta di informazioni, l’Istituto di Informatica e Telematica del Consiglio Nazionale delle Ricerche ha rappresentato che, sulla base del “*Regolamento di Assegnazione e Gestione dei nomi a dominio sotto il ccTLD.it versione 6.1*”, ai fini della registrazione dei nomi a dominio non è necessario che il richiedente la registrazione stessa sia titolare e/o licenziatario del marchio utilizzato nel nome per il quale si chiede la registrazione. Ove un soggetto diverso da quello che ha ottenuto la registrazione di un nome a dominio dimostri di essere titolato in qualche modo all’utilizzo del nome assegnato ad un altro, il primo può avviare una procedura di contestazione relativa all’assegnazione di quel determinato nome a dominio, in base alle previsioni di cui al regolamento “*Risoluzione delle dispute nel ccTLD.it - Regolamento Versione 2.0*”.

³ Al di sotto della sezione “*annunci*” della pagina.

⁴ La gamma di prodotto è così suddivisa nel sito: “*biliardi linea casa arredo*”; “*biliardi sportivi*”; “*biliardi esclusivi e complementi*”; “*biliardi usati*”.

⁵ Doc. n. 8.

⁶ Doc. n. 13.

⁷ Doc. n. 7.

3) Le argomentazioni delle Parti

17. Con memoria pervenuta in data 13 giugno 2012, il professionista ha affermato che la richiesta di registrazione del nome a dominio *biliardimari.it*, avvenuta peraltro con modica spesa, sarebbe stata effettuata allo scopo di rendere edotti i consumatori che presso l'impresa Biliardi Cavicchi era possibile acquistare anche biliardi prodotti dalla Mari, in considerazione del fatto che quest'ultima società era fallita e che il professionista disponeva di una giacenza di quindici biliardi usati, ritirati presso privati in occasione della vendita di biliardi a marchio *Cavicchi*.

In particolare, in un contesto in cui il fallimento della società Biliardi Mari S.r.l. avrebbe comunque reso difficoltosa la vendita dei biliardi *Mari* usati, si è immaginato che l'utilizzo del nome a dominio *biliardimari.it* avrebbe agevolato i contatti con i potenziali acquirenti di tali prodotti e che i potenziali acquirenti avrebbero comunque capito che si trattava di prodotti usati.

Ciò premesso, la registrazione del dominio si sarebbe di fatto rivelata del tutto ininfluyente sia per ciò che concerne la vendita degli indicati biliardi *Mari*, in gran parte tuttora in magazzino, sia per l'esiguità del numero dei contatti *internet* realizzati attraverso il collegamento con l'indirizzo *www.biliardimari.it*.

18. Nelle difese il professionista ha affermato, inoltre, che la pratica commerciale contestata non può avere determinato effetti pregiudizievoli per i consumatori, in quanto la tipologia di biliardi che viene realizzata dalla Cavicchi è essenzialmente diretta alla vendita di prodotti d'arredo (trattandosi di biliardi da casa), mentre la società Biliardi Mari si sarebbe specializzata nella produzione e vendita di biliardi per circoli sportivi e/o amatoriali.

19. Restaldi, in qualità di segnalante, il 5 luglio 2012 ha depositato agli atti una memoria nella quale ha sostenuto che la segnalata ingannevolezza dell'utilizzazione del nome a dominio *biliardimari.it* da parte dell'impresa Biliardi Cavicchi non sarebbe venuta meno a seguito della modifica effettuata dopo l'avvio del procedimento. Secondo Restaldi, infatti, il consumatore una volta entrato nel sito del professionista, qualunque sia la pagina di accesso, sarebbe comunque indotto a visionare l'intero catalogo, anche solo fermandosi a visionare i biliardi usati. Sul punto, Restaldi fa presente che i pochi biliardi *Mari* disponibili vanno comunque rintracciati tra le numerose pagine (14) della sezione "*biliardi usati*" che include anche i prodotti usati della Biliardi Cavicchi. Il segnalante, infine, contesta quanto affermato nelle difese dal professionista in merito alla circostanza per cui la produzione di biliardi della società Mari sarebbe stata essenzialmente indirizzata a soddisfare la domanda da parte di esercizi pubblici e circoli sportivi, in quanto la società Mari avrebbe sempre prodotto anche una linea dedicata a coloro che amano il gioco del biliardo e desiderano poterne collocare uno all'interno del proprio appartamento.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

20. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo *internet*, in data 13 agosto 2012 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

21. Con parere pervenuto in data 14 settembre 2012, la suddetta Autorità ha ritenuto che la pratica commerciale non risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, 21 e 23 del Codice del Consumo, non essendo tale da indurre in errore il consumatore e fargli assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso.

Nel parere si afferma al riguardo:

- che il professionista offre adeguate informazioni in ordine alla propria attività di impresa ed al prodotto pubblicizzato;
- che il sito www.biliardimari.it del professionista è privo di contenuti, eccetto il comando di rinvio automatico alla pagina web <http://www.biliardi-cavicchi.it/biliardiusatiricerca.htm> recante il titolo “Cavicchi offre una vasta gamma di biliardi usati garantiti”, nella quale sono proposti in vendita alcuni esemplari usati di biliardi *Mari*;
- la pratica non lascia intendere, pertanto, che il professionista commercializzi beni dei quali non può vantare alcuna titolarità, in quanto rientrano nella disponibilità e nell'esclusiva propria di un soggetto giuridico diverso, nel caso di specie la società segnalante Restaldi S.r.l.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

22. La condotta oggetto del presente procedimento riguarda il comportamento tenuto dal professionista, consistente nella registrazione ed utilizzazione del nome a dominio *biliardimari.it*, in assenza di qualunque rapporto con l'omonimo operatore (Biliardi Mari). In particolare, dagli atti acquisiti nel corso del procedimento risulta che l'impresa individuale Biliardi Cavicchi non dispone della titolarità del marchio *Biliardi Mari*, attualmente di proprietà di Restaldi, né di alcuna esclusiva e/o accordo di vendita relativo ai prodotti Mari, né può vantare rapporti commerciali antecedenti e/o successivi al fallimento della società Biliardi Mari.

23. Dalla documentazione acquisita agli atti risulta che il marchio *Biliardi Mari*, depositato nel 2004, registrato dalla società Biliardi Mari nel 2008 e facente parte dei cespiti relativi al fallimento di quest'ultima, è costituito “dalla parola *Biliardi Mari*, in qualsiasi dimensione, colore e carattere di stampa”, ed è attualmente nella piena disponibilità di Restaldi, venutane in possesso a seguito di assegnazione effettuata dal curatore fallimentare della società Biliardi Mari.

24. Nel merito si rileva che la registrazione da parte dell'impresa individuale Biliardi Cavicchi del nome a dominio *biliardimari.it* ha comportato che, a far data dal mese di settembre del 2010, tutti i consumatori interessati a visionare *on line* i prodotti della società Biliardi Mari sono stati indirizzati al sito del professionista potendo quindi ragionevolmente ritenere che l'impresa Biliardi Cavicchi avesse acquisito il marchio e i prodotti della Mari. In tal senso rileva sicuramente anche la mancanza di qualunque specificazione, all'interno del sito, in merito al fatto che il rinvio era unicamente inteso a informare i consumatori circa la disponibilità, presso l'impresa Biliardi Cavicchi, di 15 biliardi *Mari* usati in magazzino.

25. Per quanto riguarda l'argomentazione del professionista secondo la quale i prodotti della Biliardi Mari sarebbero stati destinati a circoli sportivi e/o amatoriali piuttosto che all'arredo di appartamenti, l'affermazione risulta smentita dallo stesso professionista nelle proprie difese, dove afferma di essere venuto in possesso di 15 biliardi usati della Mari acquisiti da privati a cui aveva venduto biliardi Cavicchi.

26. Quanto poi alla circostanza per cui, dopo l'avvio dell'istruttoria, tramite l'indirizzo <http://www.biliardimari.it> si acceda alla sezione del sito del professionista dedicata all'offerta di biliardi usati (pagina web http://www.biliardi-cavicchi.it/biliardi_usati_ricerca.htm), si osserva che, come sopra riportato, l'indicata sezione è composta di 14 pagine comprensive anche dell'intero catalogo di biliardi usati prodotti dal professionista; in ogni caso, il mero rinvio

automatico al sito del professionista in esito a ricerche effettuate in *internet* con le parole “Biliardi Mari”, può indurre i consumatori a ritenere erroneamente che l’impresa Biliardi Cavicchi abbia un qualche rapporto di continuità con la società Biliardi Mari ormai fallita, circostanza, come detto, assolutamente smentita dai fatti.

27. Sul punto si rileva che la disposizione di cui all’art. 22, comma 1, del Decreto Legislativo 10 febbraio 2005, n. 30, *Codice della proprietà industriale*, nel testo modificato dall’art. 14 del Decreto Legislativo 13 agosto 2010, n. 131, prevede che “è vietato adottare come ditta, denominazione o ragione sociale, insegna e nome a dominio di un sito usato nell’attività economica o altro segno distintivo un segno uguale o simile all’altrui marchio, se, a causa dell’identità o dell’affinità tra l’attività di impresa dei titolari di quei segni ed i prodotti o servizi per i quali il marchio è adottato, possa determinarsi un rischio di confusione per il pubblico che può consistere anche in un rischio di associazione fra i due segni”. Tale disposizione avvalora e conferma come l’utilizzo di un marchio non direttamente riferibile a colui che se ne serve è idoneo a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico dei consumatori e, pertanto, integra, ai sensi del Codice del Consumo, una pratica commerciale scorretta.

28. Infine, con riferimento all’asserita esiguità del numero dei contatti *internet* avvenuti attraverso il sito *www.biliardimari.it*, va rilevato che la disciplina in materia di pratiche ingannevoli delinea una fattispecie di illecito di pericolo, essendo sufficiente la valenza potenzialmente ingannevole della condotta, mentre l’analisi degli effetti di quest’ultima può assumere rilevanza ai fini della valutazione della gravità dell’infrazione e quindi della determinazione della sanzione.

29. Con riferimento alle valutazioni di cui al parere dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni queste non risultano condivisibili. Sul punto si rileva che la circostanza che l’impresa Cavicchi operi nello stesso settore della società Mari avvalora la percezione di coloro che, semplicemente digitando l’indirizzo, *www.biliardimari.it*, si trovano all’interno del sito dell’impresa Biliardi Cavicchi, che quest’ultima sia titolata all’utilizzo del marchio Mari e commercializzi biliardi Mari, circostanza questa risultata non vera. Né sul punto si può sostenere che il fatto che l’attuale rinvio automatico digitando l’indicato indirizzo, consenta di accedere alla sezione del sito dedicata alla vendita di biliardi usati, consenta ai consumatori, a fronte dell’assenza di qualsivoglia indicazione sul punto, all’interno del sito della Cavicchi, di capire che l’impresa Biliardi Cavicchi tra i suoi prodotti usati ha anche la disponibilità di pochissimi biliardi a marchio Mari usati. Proprio la circostanza che l’impresa Cavicchi opera nello stesso settore della società Biliardi Mari avvalora, pertanto, la percezione dei consumatori che si trovano, senza averlo cercato, nel sito della Cavicchi che quest’ultima possa vantare una continuità imprenditoriale con la società Biliardi Mari.

30. Per quanto precede, la pratica commerciale deve ritenersi ingannevole in quanto idonea a indurre il consumatore in errore circa i diritti di proprietà industriale del professionista e la specifica origine del prodotto.

31. La pratica risulta inoltre non conforme alla diligenza professionale ragionevolmente esigibile dal professionista nel caso di specie. La registrazione e utilizzazione di un nome a dominio corrispondente a un marchio registrato che connota prodotti di terzi è infatti agevolmente prevedibile da parte di un’impresa operante nello stesso mercato in cui sono presenti tali prodotti. Del resto, il rischio di ingenerare confusione nel pubblico è espressamente preso in considerazione

dalla disposizione legislativa di cui al citato art. 22, comma 1, del Codice della proprietà industriale.

32. In conclusione, la pratica commerciale sopra esaminata deve ritenersi scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, 21, comma 1, lettera *f*) e 23 lettera *o*), del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante l'utilizzazione nel nome a dominio di un marchio di proprietà di terzi e relativo a beni prodotti da altri soggetti, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione all'origine e alla qualità del prodotto offerto dal professionista.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

33. Ai sensi del combinato disposto dell'art. 27, comma 9, del Codice del Consumo e dell'art. 23, comma 12-*quinquiesdecies* del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, come modificato dalla Legge 7 agosto 2012, n. 135, 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.

34. 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.

35. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nel caso di specie: *i*) della dimensione economica del professionista, il quale nel 2011 ha realizzato ricavi per circa *[meno di 1 milione di]* euro; *ii*) del fatto che gli effetti della pratica non risultano avere interessato un grande numero di consumatori.

36. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere a partire dal settembre 2010 ed è tuttora in corso.

37. Sulla base di tali elementi, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile al Sig. Giancarlo Cavicchi, titolare dell'impresa individuale Biliardi Cavicchi, nella misura di 10.000 € (diecimila euro).

RITENUTO, pertanto, in difformità dal parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, 21, comma 1, lettera *f*), e 23 lettera *o*), del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante la registrazione e l'utilizzazione del nome a dominio biliardimari.it, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore in relazione all'origine e alla qualità del prodotto offerto dal professionista;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dal Sig. Giancarlo Cavicchi, titolare dell'impresa individuale Biliardi Cavicchi, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli

20, comma 2, 21, comma 1, lettera *f*), e 23, lettera *o*), del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare al Sig. Giancarlo Cavicchi, titolare dell'impresa individuale Biliardi Cavicchi, una sanzione amministrativa pecuniaria di 10.000 € (diecimila euro).

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera b) deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando l'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997. Tale modello può essere presentato in formato cartaceo presso gli sportelli delle banche, di Poste Italiane S.p.A. e degli Agenti della Riscossione. In alternativa, il modello può essere presentato telematicamente, con addebito sul proprio conto corrente bancario o postale, attraverso i servizi di *home-banking* e CBI messi a disposizione dalle banche o da Poste Italiane S.p.A., ovvero utilizzando i servizi telematici dell'Agenzia delle Entrate, disponibili sul sito *internet* www.agenziaentrate.gov.it.

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

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

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

Ai sensi del combinato disposto dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo e dell'art. 23, comma 12-quinquiesdecies del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, come modificato dalla Legge 7 agosto 2012, n. 135, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Il presente provvedimento verrà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, in considerazione della natura dell'illecito e per assicurare al pubblico la più ampia conoscenza della propria attività istituzionale.

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

del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella
