

PS3940 - LOTTERIA ITALIA-IMPOSSIBILITÀ PARTECIPAZIONE

Provvedimento n. 23256

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 31 gennaio 2012;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini ;

VISTO il 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*", adottato dall'Autorità con delibera del 15 novembre 2007 (di seguito, *Regolamento*);

VISTI i propri provvedimenti del 13 aprile, 7 luglio, 5 ottobre e 30 novembre 2011, con i quali, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del *Regolamento*, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Amministrazione Autonoma Monopoli di Stato (di seguito, anche "AAMS"), in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera *b*), del *Codice del Consumo*. AAMS gestisce ed esercita, direttamente o indirettamente le lotterie ad estrazione differita, in virtù dell'esclusiva ora prevista dall'articolo 21, comma 6, del D.L. 1° luglio 2009, n. 78¹.

2. Consorzio Lotterie Nazionali (di seguito, anche "CLN"), in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera *b*), del *Codice del Consumo*. CLN appartiene al gruppo Lottomatica e, fino all'edizione della Lotteria Italia 2009, ha svolto su base concessoria alcune attività connesse alle lotterie e alle scommesse.

Nel 2009, CLN ha realizzato un fatturato di 323 milioni di euro. Attualmente è in liquidazione.

3. Lotterie Nazionali S.r.l. (di seguito "Lotterie Nazionali"), in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera *b*), del *Codice del Consumo*. Tale società appartenente al gruppo Lottomatica, offre servizi di gestione automatizzata delle lotterie nazionali ad estrazione istantanea e differita.

Nel 2010, Lotterie Nazionali ha realizzato un fatturato di circa 93 milioni di euro.

4. RAI Radiotelevisione Italiana S.p.A. (di seguito, anche "RAI"), in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera *b*), del *Codice del Consumo*. La società realizza e diffonde programmi televisivi.

Nel 2010, RAI ha realizzato un fatturato di circa 3,1 miliardi di euro.

5. L'associazione Avvocatideiconsumatori (di seguito, anche "l'Associazione"), in qualità di segnalante.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

6. Il presente procedimento concerne il comportamento posto in essere da AAMS, CLN, Lotterie Nazionali e RAI, consistente nell'aver ideato, realizzato e diffuso biglietti per partecipare all'estrazione del premio finale di alcune lotterie nazionali - la Lotteria Italia (edizioni 2008, 2009 e 2010) e la Lotteria di Sanremo 2010 - e di ulteriori premi settimanali o quotidiani, omettendo di fornire informazioni rilevanti circa le condizioni per partecipare all'estrazione di questi ultimi, potendo, quindi, indurre il consumatore in errore.

7. In particolare, i biglietti riportano i numeri telefonici per partecipare, telefonando o inviando un SMS, alle estrazioni nel corso di alcune trasmissioni televisive dell'emittente RAI abbinata alle suddette lotterie nazionali, senza tuttavia indicare, anche mediante un rinvio esplicito e preciso a una fonte esterna facilmente accessibile (ad. esempio sito internet o numero verde), l'elenco completo e aggiornato degli operatori telefonici aderenti alle iniziative; né tali informazioni sarebbero state fornite nei vari comunicati stampa relativi a ciascuna lotteria pubblicizzata, diffusi tramite il sito www.aams.gov.it, o nella locandina relativa alla Lotteria di Sanremo 2010. Tale omissione informativa avrebbe impedito ai possessori di biglietti, clienti di gestori di telefonia fissa e/o mobile non aderenti all'iniziativa, di partecipare alle ulteriori estrazioni pubblicizzate nei biglietti stessi, nei comunicati stampa e nelle locandine diffuse dai professionisti.

¹ [*Provvedimenti anticrisi e proroga dei termini, convertito in legge dall'art. 1, comma 1, della legge 3 agosto 2009, n. 102.*]

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

8. Dal mese di aprile 2009 sono pervenute due segnalazioni tramite la Direzione Contact Center², nelle quali si lamentava l'impossibilità di partecipare telefonicamente alle trasmissioni abbinata alle edizioni 2008 e 2009 della Lotteria Italia.

9. Relativamente alla Lotteria Italia 2008, con comunicazione del 30 settembre 2009, AAMS era stata invitata dall'Autorità, ai sensi dell'articolo 4, comma 1, del Regolamento, a "*indicare, con un esplicito richiamo, una fonte esterna facilmente accessibile (es. sito internet, numero verde) presso cui poter consultare l'elenco completo ed aggiornato degli operatori aderenti ai giochi telefonici (per esempio: L'elenco completo degli operatori aderenti è consultabile visitando il sito internet www.xxxx.xx o chiamando il numero verde 800.xxx)*". In esito a tale invito (c.d. *moral suasion*), con lettera del 26 ottobre 2009 AAMS aveva comunicato che "*un messaggio di analogo tenore è riprodotto sui biglietti della Lotteria Italia 2009, attualmente in corso di svolgimento e, pertanto, non risulta possibile apportare le modifiche al testo del biglietto (...). Si assicura, comunque che sui biglietti delle lotterie di prossima indizione nelle quali sarà previsto l'utilizzo del mezzo telefonico, non si mancherà di riprodurre l'indicazione, come indicato da codesta Autorità garante*" (sottolineatura aggiunta)³.

10. Successivamente, sono pervenute altre segnalazioni volte a evidenziare lo stesso profilo dell'impossibilità di partecipare telefonicamente alle trasmissioni abbinata alle edizioni 2009 e 2010 della Lotteria Italia e alla Lotteria di Sanremo 2010, da parte di clienti di alcuni gestori telefonici e di un'Associazione di consumatori⁴.

11. In data 24 dicembre 2010, è stato comunicato l'avvio del procedimento istruttorio n. PS3940 nei confronti di AAMS, CLN e RAI per presunta violazione degli artt. 20 e 22 del Codice del Consumo, relativamente alla condotta sopra descritta, con riguardo ai biglietti delle edizioni 2008, 2009, 2010 della Lotteria Italia e della Lotteria di Sanremo 2010, ai relativi comunicati stampa diffusi sul sito www.aams.gov.it e alla locandina della lotteria di Sanremo⁵.

12. In data 21, 24 e 27 gennaio 2011, rispettivamente, CLN, AAMS e RAI hanno presentato le proprie memorie e fornito le informazioni richieste contestualmente all'avvio del procedimento⁶.

13. Con provvedimento del 13 aprile 2011, l'Autorità ha disposto la proroga del termine di chiusura del presente procedimento, in considerazione della necessità di estendere il contraddittorio a Lotterie Nazionali S.r.l., in qualità di professionista ai sensi dell'articolo 18, lettera b), del Codice del Consumo⁷.

14. In data 18 e 19 aprile 2011, è stata comunicata alle Parti l'estensione soggettiva del presente procedimento nei confronti di Lotterie Nazionali⁸.

15. Il 19 aprile 2011, sono state richieste informazioni a Telecom Italia S.p.A., Amuser S.p.A. e New Amuser S.r.l.⁹.

16. In data 2 maggio 2011, CLN, attualmente in liquidazione, ha fornito precisazioni ulteriori; in pari data, Lotterie Nazionali ha fornito le informazioni richieste contestualmente alla comunicazione di estensione soggettiva del procedimento nei suoi confronti e, l'11 maggio 2011, ha presentato informazioni e deduzioni ulteriori, fra cui un proposta di impegni ai sensi e per gli effetti dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 8 del Regolamento¹⁰.

17. In data 3 maggio 2011, RAI è stata sentita in audizione¹¹.

18. Il 3 e 5 maggio 2011, rispettivamente, le società Amuser S.p.A. e Telecom Italia S.p.A. hanno fornito le informazioni richieste¹².

19. Il 20 maggio 2011 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento.

20. Il 23 maggio 2011, RAI ha fornito le precisazioni richieste nel corso dell'audizione e, il 30 maggio 2011, ha presentato brevi note conclusive¹³.

² [Cfr. documenti n. 1 e 3, 10, 12, 13 e 21.]

³ [Cfr. docc. 8 e 9.]

⁴ [Cfr. docc. 10, 12, 13 e 21.]

⁵ [Cfr. documenti n. 19 e 20.]

⁶ [Cfr., rispettivamente, i documenti n. 22, 23 e 24bis.]

⁷ [Cfr. documenti n. 39-42 e 45.]

⁸ [Cfr. documenti n. 31 e 32.]

⁹ [Cfr. documenti n. 33-35.]

¹⁰ [Cfr. documenti 50, 51 e 60.]

¹¹ [Cfr. il verbale dell'audizione, documento n. 52.]

¹² [Cfr., rispettivamente, i documenti n. 56 e 58.]

¹³ [Cfr. rispettivamente, doc. 71 e 78.]

21. Il 1° giugno 2011, CLN in Liquidazione ha presentato alcune osservazioni conclusive e prodotto ulteriori documenti¹⁴.
22. Il 3 giugno 2011, Lotterie Nazionali ha fatto pervenire una breve nota in cui rinvia integralmente alle memorie, ai documenti e alla dichiarazione di impegni presentati nell'ambito del procedimento¹⁵.
23. In pari data, AAMS ha presentato una breve nota in cui prende atto che la fase istruttoria si è chiusa il 1° giugno 2011 e precisa che il proprio bilancio dell'ultimo anno, articolato per missioni e programmi nonché parte del rendiconto generale dello Stato che il Ministero dell'Economia e delle Finanze presenta alle Camere, non è stato ancora approvato¹⁶.
24. Con provvedimento del 7 luglio 2011, l'Autorità ha disposto la proroga del termine di chiusura del procedimento, in ragione dell'opportunità di approfondire la valutazione della fattispecie in esame, che appare particolarmente complessa anche alla luce delle argomentazioni svolte dalle parti del procedimento¹⁷.
25. Con provvedimento del 5 ottobre 2011, l'Autorità ha disposto un'ulteriore proroga del termine di chiusura del procedimento, in ragione dell'opportunità di approfondire la valutazione della fattispecie in esame¹⁸.
26. Il 19 ottobre 2011 è stata comunicata alle Parti del procedimento la riapertura della fase istruttoria e il 28 ottobre 2011 AAMS è stata sentita in audizione¹⁹.
27. In pari data, è stata comunicata alle Parti la nuova data di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento.
28. Il 7 e il 9 novembre 2011, Lotterie Nazionali e CLN hanno, rispettivamente, presentato una memoria conclusiva e l'11 novembre 2011 AAMS ha presentato brevi note²⁰.
29. Con delibera del 30 novembre 2011, l'Autorità ha disposto un'ulteriore proroga del termine di chiusura del procedimento, in ragione dell'opportunità di approfondire la valutazione della fattispecie in esame²¹.
30. CLN e Lotterie Nazionali hanno richiesto di accedere agli atti del procedimento, ciò che è avvenuto, per entrambe, in data 2 maggio, 25 maggio e 2 novembre 2011²².

2) Le evidenze acquisite

2.a) I messaggi

31. I messaggi oggetto del procedimento sono rappresentati dai biglietti della Lotteria Italia (edizioni 2008, 2009 e 2010) e della Lotteria di Sanremo 2010, nonché dai comunicati stampa relativi a tali edizioni delle Lotterie Nazionali, diffusi sul sito *internet www.aams.gov.it*, e dalla locandina relativa alla Lotteria di Sanremo 2010.
32. I biglietti di tutte le edizioni considerate della Lotteria Italia recano, nella sezione dedicata alle trasmissioni televisive abbinata, il disegno di due televisori anni '70, con impresso sullo schermo il numero 1 (per Rai 1) e il numero 2 (per Rai 2) e raffigurano, rispettivamente, i loghi impiegati anche nella rappresentazione televisiva delle varie trasmissioni abbinata²³. Segue, per ciascuna edizione, la descrizione delle altre informazioni contenute nei messaggi di volta in volta considerati.

i) I messaggi relativi alla Lotteria Italia 2008

33. Sul fronte dei biglietti relativi a tale edizione della Lotteria Italia, in un riquadro, è presente il *claim* "Gioca con Carramba che fortuna. Gratta qui. Chiama il numero 16472 che trovi sotto la scritta "Gratta qui". Oppure invia un SMS al 483131 con il codice che trovi sotto la scritta "Gratta qui". (...) potrai essere estratto e vincere ricchissimi premi". Analogo messaggio è riportato con riferimento alla trasmissione "Gioca con Festa Italiana". Sul retro del biglietto, sono riportate le seguenti istruzioni: "(...)puoi giocare nel corso di quella puntata chiamando il numero 16472 (**accessibile dalle reti degli operatori che aderiranno all'iniziativa**) o inviando un SMS al numero 483131. (...) potrai vincere ricchissimi premi. (...). Per chiamare dall'estero consultare il sito **www.aams.it** o il sito **www.lotterialitalia2008.it**." Analoghe istruzioni erano riportate con riferimento al concorso "Gioca con Festa Italiana"²⁴ (enfasi nel testo).

¹⁴ [Cfr. doc. 79.]

¹⁵ [Cfr. doc. 82.]

¹⁶ [Cfr. doc. 83.]

¹⁷ [Cfr. docc. 88-92.]

¹⁸ [Cfr. docc. 93-97.]

¹⁹ [Cfr., rispettivamente, docc. 98-102 e il verbale dell'audizione, doc. 104.]

²⁰ [Cfr. docc. 112, 113 e 118.]

²¹ [Cfr. docc. 120-125.]

²² [Cfr. docc. 48, 49, 77 e 111.]

²³ [Si tratta dei loghi televisivi delle trasmissioni "Carramba che fortuna" e "Festa Italiana" (ed. 2008), "Affari Tuoi-Speciale per due" e "1Mattina" (ed. 2009), "I migliori anni", "L'eredità" e "1Mattina" (ed. 2010): i biglietti della Lotteria di Sanremo 2010 rappresentano l'Italia con un microfono "piantato" su un fiore in Liguria, affiancato da note musicali colorate.]

²⁴ [Cfr. all. 1 al doc. 6.]

34. Un comunicato stampa diffuso da AAMS sul proprio sito e raggiungibile attraverso la selezione successiva delle sezioni "Giochi – Lotterie – Lotterie Tradizionali – Comunicati – Comunicato 5 settembre 2008, recante Modalità di partecipazione alla Lotteria Italia 2008", indica che per le utenze da rete fissa "attualmente hanno aderito all'iniziativa gli operatori Telecom, Brennercom, Eutelia. (...). Per le chiamate da rete mobile ha aderito Telecom"²⁵.

ii) I messaggi relativi alla Lotteria Italia 2009

35. Nella parte anteriore dei biglietti relativi a tale edizione della lotteria, compare la scritta "Gioca con", seguita dai loghi e dagli emblemi dei giochi televisivi abbinati, e, sotto la dicitura "trasmissioni abbinata alla Lotteria Italia" e la griglia "GRATTA QUI", si legge "chiama il numero **894444** e digita il codice che trovi sotto la scritta "GRATTA QUI". Oppure invia un SMS al **483131** con il codice che trovi sotto la scritta "GRATTA QUI". Sul retro del biglietto, la sezione corrispondente a quella denominata "Gioca con" indica "Chiama il numero **894444 (accessibile dalle reti degli operatori che aderiranno all'iniziativa)** o invia un SMS al numero 483131. (...) potrai partecipare alla trasmissione televisiva "Affari tuoi", dove potrai vincere fino a €250.000,00 e un Superpremio o al gioco abbinato alla trasmissione televisiva "Uno Mattina" dove potrai vincere fino a € 10.000,00 e un Superpremio (...)"²⁶.

36. Il comunicato stampa del 21 agosto 2009, diffuso da AAMS e CLN sul sito www.aams.gov.it, dal titolo "Lotteria Italia 2009 più ricca che mai! Da lunedì 24 agosto inizia la vendita dei biglietti, quest'anno 2 premi da 5 milioni di euro!"²⁷, illustra unicamente il funzionamento di tale lotteria con la possibilità di partecipare alle ulteriori estrazioni telefonando da rete fissa o mobile nel corso delle trasmissioni "Affari tuoi – Speciale per due" e "Uno mattina".

iii) I messaggi relativi alla Lotteria Italia 2010

37. Nei biglietti di tale edizione della Lotteria Italia, la sezione sinistra della parte anteriore mette in evidenza il logo della Lotteria Italia e la possibilità di vincere il "primo premio di 5 milioni di euro"; la sezione centrale descrive, in due riquadri separati, le modalità di partecipazione alle ulteriori estrazioni periodiche abbinata ad alcuni programmi RAI, indicate dal claim "La fortuna canta" e descrive il meccanismo di gioco per "partecipare al gioco di "1 Mattina", digitando il codice numerico di 10 cifre chiamando il numero [...] oppure inviandolo tramite SMS al [...]"; la sezione destra, infine, precisa che è possibile vincere "subito fino a 50.000 euro". Anche il retro del biglietto è diviso in tre sezioni: quella a sinistra racchiude, tra i loghi di AAMS e CLN, una tabella dal titolo "Ecco quanto puoi vincere, 50.000 euro, 5.000 euro, 500 euro, 50 euro, 5 euro"; la sezione centrale, divisa in due riquadri, indica: "Chiama il numero **894004 (accessibile dalle reti degli operatori che aderiranno all'iniziativa)** o invia un SMS al numero 4784787, nel corso di ogni puntata della trasmissione televisiva "I migliori anni". Se verrai estratto sarai richiamato, potrai partecipare a uno dei giochi della lotteria durante la stessa puntata della trasmissione televisiva e potrai vincere fino a 250.000€ e un superpremio. (...). Per chiamate dall'estero consultare il sito www.aams.it". Il riquadro sottostante riporta un analogo messaggio, riguardante la possibilità di partecipare alle trasmissioni televisive "l'Eredità" e "1 Mattina" e di vincere fino a 15.000 euro"²⁸ (enfasi nel testo).

38. Il comunicato stampa, diffuso da AAMS sul proprio sito internet in data 27 agosto 2010 con il titolo "In vendita dal 30 agosto i biglietti della Lotteria Italia 2010", non contiene informazioni circa gli operatori aderenti all'iniziativa²⁹.

²⁵ [Cfr. all. 2 al doc. 6.]

²⁶ [Cfr. all. 1, doc. 23.]

²⁷ [Cfr. doc. 7, riguardante le informazioni fornite da AMMS. Il Comunicato Stampa recita: "La Lotteria Italia si presenta, quest'anno, con grosse novità a partire dal primo e secondo premio di prima categoria, che saranno entrambi di 5.000.000 di euro! Una scelta che ha inteso "rimettere in gioco", a favore degli acquirenti dei biglietti, i premi non riscossi nell'edizione precedente. La nuova edizione della popolare Lotteria quest'anno è collegata alle trasmissioni televisive di RAIUNO "Affari tuoi – Speciale per due" e "Uno mattina". Per partecipare gli acquirenti di biglietti della Lotteria Italia possono telefonare al numero 894444 o inviare un SMS al numero 483131 con il codice rinvenuto sotto la scritta "Gratta Qui" sul proprio biglietto. Fra tutti coloro che avranno telefonato o inviato un SMS, ogni settimana l'apposita Commissione estrarrà 20 concorrenti – più 5 riserve – per partecipare al gioco della lotteria nel corso del programma "Affari tuoi – Speciale per due", uno dei quali potrà vincere fino a 250.000 euro più un "superpremio". La Lotteria Italia 2009 prevede anche l'assegnazione di premi giornalieri attribuiti nel corso della trasmissione "Uno mattina", anche il sabato e la domenica, con premi da 2.500 a 10.000 euro ed un "superpremio". Uno dei vincitori di "Uno mattina" potrà inoltre anche far parte della squadra che partecipa al gioco della lotteria nel corso del programma "Affari tuoi – Speciale per due" Ma le novità non finiscono qui. Quest'anno la Befana arriva con anticipo e, come nelle migliori tradizioni, a partire dalla mattina porterà i suoi ricchi premi fino a sera. Il 6 gennaio, infatti, si svolgerà un'edizione speciale della trasmissione "Uno mattina" durante la quale 6 concorrenti, estratti sempre con il meccanismo del sorteggio, vinceranno premi da 5.000 a 20.000 euro ed uno di loro si aggiudicherà un "superpremio" da 50.000 euro. A sera durante l'edizione speciale di "Affari tuoi – Speciale per due", ci sarà l'estrazione finale che assegnerà i due premi da 5 milioni di euro, oltre ai tanti altri ricchissimi premi. Il biglietto della Lotteria Italia 2009 presenta inoltre, come di consueto, il tagliando di lotteria istantanea denominato "I pacchi della fortuna", che consente di vincere immediatamente premi da 5 a 80.000 euro" (enfasi nel testo).]

²⁸ [Cfr. doc. 16.]

²⁹ [Cfr. doc. 18, all. a). Il comunicato, in particolare, illustra le modalità di funzionamento delle due lotterie a estrazione differita e di quella istantanea offerte da ciascun biglietto acquistato dai consumatori e recita: "AAMS comunica che da lunedì 30 agosto saranno disponibili, presso i punti vendita autorizzati, i biglietti della Lotteria Italia 2010. Anche questa edizione della Lotteria Italia si presenta con ricchi premi, a partire dal 1° premio di prima categoria che prevede una vincita di 5.000.000 di euro. L'edizione di quest'anno è collegata alla popolare trasmissione di RAIUNO "I migliori anni", per l'assegnazione dei premi quotidiani, come ormai di consueto ad "Uno mattina" e, per il lancio del gioco, al programma "L'eredità". Le formule dei giochi per l'assegnazione dei premi si presentano realmente interattive. Per i premi da assegnare nel corso della trasmissione "I migliori anni", gli acquirenti dovranno scoprire il codice che si trova sul proprio biglietto e telefonare al numero 894004 oppure inviare un SMS al numero 4784787. Chi verrà estratto sarà richiamato telefonicamente, giocherà nel corso della stessa puntata della trasmissione e potrà vincere ricchi premi fino ad € 250.000

39. Tale elenco è pubblicato, invece, su una pagina del sito www.aams.gov.it, raggiungibile attraverso un percorso non guidato e casuale (dopo aver selezionato le sezioni, indipendenti tra loro, "Giochi", "Lotterie tradizionali" e, infine, "Tutti i comunicati"). Tra i comunicati del 10 settembre 2010, è presente quello contenente l'elenco degli operatori aderenti all'iniziativa, comprendente Telecom ed Eutelia per le chiamate da rete fissa e TIM, Vodafone, Wind e H3G per partecipare da rete mobile³⁰.

iv) I messaggi relativi alla Lotteria di Sanremo 2010

40. I biglietti relativi alla Lotteria di Sanremo 2010 si compongono di quattro sezioni, due delle quali dedicate all'estrazione di premi settimanali ulteriori. Una sezione indica "GIOCA CON LA LOTTERIA" e, sotto una griglia con scritto "gratta qui", riporta il claim "Chiama o invia un SMS ai numeri indicati sul retro, con il codice che trovi sotto la scritta GRATTA QUI".

41. Il retro di tale sezione indica: "Chiama il numero 894444 (accessibile dalle reti degli operatori che aderiranno all'iniziativa) o invia un SMS, fino al 31 gennaio 2010, al numero 483131 e, dal primo febbraio 2010, al numero 4784783. Potrai telefonare o inviare un SMS fino alle 23:59 del 4 maggio 2010 e partecipare alle estrazioni settimanali per vincere premi fino a 5.000 € e all'estrazione di un superpremio di 30.000 € che sarà assegnato in occasione della serata conclusiva del Festival di Sanremo 2010, secondo quanto previsto dal regolamento". Dopo le informazioni relative al costo delle telefonate, da rete e fissa e mobile, e all'invio degli SMS, la sezione si chiude affermando: "Per conoscere l'elenco completo degli operatori aderenti all'iniziativa, nonché per ulteriori informazioni, anche derivanti da eventuali modifiche alle numerazioni o alle tariffe in base alle decisioni delle autorità competenti, è consultabile il sito www.aams.gov.it che riporta il testo integrale del regolamento pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale"³¹.

42. Il comunicato stampa del 27 gennaio 2010 diffuso da AAMS e CLN sul sito internet del primo professionista, dal titolo "**Sanremo 2010: tra musica e maschere una lotteria all'insegna della solidarietà**", pubblicizza la possibilità di partecipare "**già dal 25 gennaio, data di inizio della vendita**" e con lo stesso biglietto acquistato anche alla lotteria istantanea abbinata al gioco denominato "Festival della fortuna" e all'estrazione di ulteriori premi telefonando nel corso della trasmissione "Uno Mattina". Il comunicato stampa relativo al lancio della Lotteria non indica gli operatori di rete (fissa e/o mobile) aderenti all'iniziativa, mentre quello diffuso sul sito internet www.aams.gov.it in data 18 febbraio 2010, dal titolo "Lotteria Sanremo 2010", avvisa che "**alcuni operatori non hanno attivato il servizio SMS per il numero 4784783, riportato sul biglietto come attivo dal 1° febbraio 2010. Per consentire la partecipazione è stato comunque mantenuto attivo l'altro numero per l'invio di SMS riportato sul biglietto: 48313**"³².

43. Sempre in merito alla Lotteria di Sanremo 2010, la relativa locandina promozionale, diffusa almeno nel mese di marzo 2010, presenta, sotto il titolo "*Lotterie nazionali*", la fotografia del fronte del facsimile di un biglietto della Lotteria Sanremo 2010, nei termini precedentemente descritti.

2.b) Le Convenzioni per gestire e realizzare alcune attività delle Lotterie nazionali in esame

44. In base alla "Convenzione per l'affidamento in concessione del servizio di gestione automatizzata delle lotterie nazionali ad estrazione differita e istantanea", stipulata il 14 ottobre 2003 tra AAMS e quello che, attualmente, è CLN (in liquidazione), quest'ultimo è tenuto, fra l'altro, nel rispetto anche del progetto organizzativo e gestionale prodotto in sede di gara (artt. 2 e 4), a produrre i biglietti, a realizzare una rete distributiva degli stessi che copra l'intero territorio nazionale, svolgendo "un'azione propulsiva, di sviluppo e sostegno delle lotterie nazionali attraverso un adeguato piano pubblicitario" annuale assistito da un obbligo di spesa minimo predefinito e soggetto all'approvazione obbligatoria di AAMS, nonché a pagare i premi dei biglietti vincenti. A fronte di tali attività, CLN riceve da AAMS un corrispettivo, definito nella stessa Convenzione³³. Sotto la propria responsabilità, CLN deve garantire il pagamento dei premi, dovendo a tal fine stipulare una polizza obbligatoria (artt. 7 e 10).

45. Dopo che il D.L. n. 78/09 ha riservato ad AAMS la gestione delle lotterie ad estrazione differita, questa ha stipulato una nuova "Convenzione per l'affidamento di attività per la realizzazione della Lotteria Italia 2010" con CLN e Lotterie Nazionali il 16 luglio 2010, avente ad oggetto l'affidamento, sempre a titolo oneroso, a CLN delle medesime attività di produzione e distribuzione dei biglietti e di pagamento dei premi, già svolte sulla base della precedente Convenzione. Riguardo all'attività di "Produzione dei biglietti" (articolo 3), "CLN provvederà alla ideazione e al progetto grafico del biglietto sulla base delle indicazioni fornite da AAMS, in linea con le modalità di gioco che saranno definite per la

oltre ad un superpremio. Per i premi quotidiani, durante il programma "L'Eredità" verrà comunicato il nome di un "Oggetto fortunato". Gli acquirenti dei biglietti che avranno rinvenuto sul proprio biglietto il nome di quell'oggetto, potranno telefonare al numero 894444 o inviare un SMS al numero 4784783 per prenotarsi al gioco quotidiano che verrà effettuato nel corso della puntata successiva di "Uno Mattina" per vincere premi fino a 15.000 € oltre ad un superpremio. Il biglietto della Lotteria Italia 2010 presenta inoltre, anche in questa edizione, il tagliando di lotteria istantanea denominato "La fortuna canta" che consente di vincere immediatamente premi da 5 a 50.000 euro" (enfasi nel testo).]

³⁰ [Cfr. doc. 18, all. b).]

³¹ [Cfr. All. 1, doc. 23.]

³² [Cfr. doc. 17, all. a) e b).]

³³ [E'altresi riconosciuta a CLN la facoltà di effettuare anno per anno, a proprio carico, ulteriori spese pubblicitarie in aggiunta a quelle minime obbligatorie, cfr. gli articoli 1, 4 e 6 della Convenzione del 14 ottobre 2003, all. 1 al doc. 22 e all. 3 al doc. 23.]

Lotteria. (...). In ogni caso, qualunque elemento grafico, testuale, di sicurezza o informatico utilizzato nella produzione dei biglietti dovrà sempre essere preventivamente approvato da AAMS³⁴.

46. All'articolo 13, tale Convenzione prevede che CLN possa cedere la propria posizione contrattuale a Lotterie Nazionali, che, sottoscrivendo la Convenzione stessa, accetta di subentrare nei diritti e negli obblighi di CLN, ciò che è effettivamente avvenuto a partire dal 1° ottobre 2010³⁵.

47. Con specifico riferimento alla Lotteria Italia 2010, l'articolo 2 della Convenzione stipulata fra AAMS e RAI il 24 dicembre 2010, al fine di realizzare "idonei programmi e piani promozionali di supporto" per tale Lotteria, individua la trasmissione serale abbinata alla Lotteria in questione (I migliori anni)³⁶.

2.c) Termini e condizioni dell'interazione telefonica (chiamate o invio di SMS) nell'ambito delle trasmissioni RAI

48. AAMS ha affidato a RAI la produzione e la realizzazione delle trasmissioni abbinata a ciascuna Lotteria nazionale interessata dal procedimento, dopo aver manifestato la volontà di "affidare a una primaria emittente televisiva nazionale la realizzazione di idonei programmi e piani promozionali di supporto" per tali Lotterie nazionali e dopo aver ricevuto da RAI "la propria offerta in merito alla realizzazione del programma televisivo da abbinare a [ciascuna Lotteria] e delle relative iniziative di supporto promozionale"³⁷.

49. Sulla base di disposizioni ricorrenti in tutte le convenzioni riguardanti la Lotteria Italia, RAI assume "la piena responsabilità organizzativa, tecnica ed economica e di ogni altro genere, con la più ampia autonomia produttiva" (articolo 4 e 12) e si impegna alla "valorizzazione della Lotteria (...) e dei giochi telefonici ad essa collegati" attraverso un fascicolo di televideo da mandare in onda in un determinato periodo, una pagina di promozione all'interno dei siti tematici delle trasmissioni abbinata su "Rai.it" e 50 passaggi settimanali di uno o più spot promozionali sulle reti RAI, garantendo "un'adeguata informazione in ordine allo svolgimento della Lotteria" interessata (articolo 5). Questa stessa disposizione prevede, altresì, che, su richiesta, RAI fornisca ad AAMS il resoconto dei promo e degli interventi trasmessi e che, in caso di omissione di tutte o alcune delle attività promozionali previste, paghi una penale per ogni intervento e/o messaggio non trasmesso³⁸.

50. Con riferimento alle chiamate da rete fissa o mobile nel corso di un programma RAI abbinato alla Lotteria nazionale, il testo delle convenzioni in esame presenta qualche differenza in ordine al soggetto tenuto ad attivarsi affinché siano disponibili le numerazioni necessarie all'interazione dei consumatori.

51. Le Convenzioni AAMS – RAI per le Lotteria Italia 2009 e 2010 prevedono, rispettivamente agli articoli 10 e 7, che spetti a RAI rendere disponibili le numerazioni per le chiamate da rete fissa o mobile di cui dispone sulla base di una convenzione in essere con Telecom Italia fin dal 25 marzo 2003. L'articolo 10 della Convenzione per la Lotteria Italia 2008 si limita a prevedere che RAI, in virtù della stessa convenzione, renda disponibili le numerazioni per le chiamate da rete fissa, senza individuare chi debba rendere disponibili le numerazioni per l'invio di SMS. L'articolo 10 della Convenzione relativa alla Lotteria di Sanremo 2010, infine, obbliga AAMS a chiedere la disponibilità delle numerazioni necessarie tanto all'interazione telefonica che all'invio di SMS.

52. Riguardo alla Lotteria di Sanremo 2010, CLN e Telecom Italia hanno stipulato un apposito contratto, in base al quale "Per assicurare l'accesso ai Giochi degli abbonati di tutti i gestori telefonici e ampliare la platea dei potenziali giocatori, Telecom Italia si impegna a rendere disponibile l'accesso alla numerazione da altre reti proponendo anche a tutti gli altri operatori di telefonia fissa e mobile l'apertura del numero 894.444, sulla base di specifici accordi da negoziare di volta in volta da Telecom (...). Il Consorzio si impegna a riportare, sul biglietto e sul materiale comunicativo relativo alla Lotteria, l'informazione relativa alla limitazione di accesso alla numerazione. Resta inteso che nell'ipotesi in cui Telecom raggiunga con altri gestori telefonici accordi per l'accesso alla numerazione dalle reti di

³⁴ [Cfr. l'allegato 2 al doc. 22 e l'allegato 4 al doc. 23.]

³⁵ [Cfr. doc. 22.]

³⁶ [Cfr. all. 2 al doc. 23, comprendente anche la risposta di AAMS a RAI sulla proposta da questa presentata per realizzare i programmi da abbinare alla Lotteria Italia 2010 e iniziative di supporto promozionale, stabilendo che "valutata attentamente la proposta [per i programmi televisivi d abbinare alla Lotteria Italia 2010] (...) e ritenutala idonea ad assicurare l'obiettivo di valorizzazione della Lotteria Italia 2010, si comunica l'accoglimento del nuovo progetto presentato che, peraltro, richiede un ulteriore condiviso approfondimento in merito alla definizione e al regolamento per lo svolgimento dei giochi di lotteria.. (...) Per tale ragione, risulta auspicabile l'individuazione di un altro spazio [nell'ambito della trasmissione L'Eredità] all'interno di un programma contenitore per la realizzazione di un gioco o quantomeno per la comunicazione di tali premi " (sottolineatura aggiunta).]

³⁷ [Cfr. le convenzioni AAMS-RAI prodotte da quest'ultima nell'allegato 1 al doc. 24, con particolare riferimento alle lettere c), d), e) della Premessa di ciascuna convenzione considerata.]

³⁸ [L'art. 4 della Convenzione RAI-Telecom sulla Lotteria Italia 2010, obbliga RAI, nel periodo fra il 1° settembre 2010 e il 6 gennaio 2011, a predisporre un "fascicolo Televideo" per promuovere e fornire informazioni sui giochi nei quali inserire quotidianamente anche le informazioni necessarie a partecipare ai giochi stessi; una pagina di promozione all'interno dei siti tematici delle trasmissioni abbinata sul sito www.rai.it; 50 promo di rete settimanali per 15 settimane ripartite fra le tre reti Rai, della durata di 30 secondi, all'interno dei quali garantire la visibilità dei biglietti ed evidenziare il collegamento delle trasmissioni alla Lotteria. In maniera più generica, invece, l'art. 5 della Convenzione AAMS-RAI riguardante la realizzazione delle trasmissioni abbinata alla Lotteria di Sanremo 2010, prevede che RAI "si impegna alla valorizzazione della Lotteria nazionale "Sanremo 2010" (...) e dei giochi telefonici ad essa collegati nelle modalità che verranno successivamente concordate".]

questi ultimi, Telecom informerà il Consorzio e l'AAMS, affinché quest'ultima indichi sul proprio sito www.aams.gov.it l'elenco degli operatori che hanno aderito all'iniziativa" (articolo 2, enfasi aggiunta)³⁹.

53. La Convenzione quadro RAI-Telecom del 20 novembre 2007 definisce termini e condizioni dell'interazione telefonica degli utenti che chiamano, da rete fissa o mobile, nel corso delle trasmissioni RAI, ratificando gli effetti derivanti dalla tacita proroga della richiamata convenzione del 2003⁴⁰.

54. Essa stabilisce che il costo globale della transazione andata a buon fine⁴¹ "sarà definito da RAI tenuto conto dei piani tariffari Telecom e in ogni caso nel rispetto, ove applicabili, del D.M. n. 145/2006 (Regolamento sui servizi a sovrapprezzo) e del DPR n. 430/2001 (Regolamento sui concorsi a premio) [...]". RAI riceve da Telecom una percentuale calcolata sugli importi effettivamente percepiti per il servizio di interazione derivante dal traffico complessivo generato dagli utenti che hanno effettuato, con una transazione andata a buon fine, la partecipazione interattiva e/o ricevuto il contenuto multimediale previsto, mentre i ricavi da traffico telefonico provenienti da altri operatori di telecomunicazioni (effettivamente riscossi da Telecom) saranno ripartiti con RAI sulla base di specifici accordi. Per l'uso, invece, delle numerazioni non geografiche (899 e 892) sarà RAI a dover riconoscere a Telecom determinati importi alla risposta e al minuto, effettuati i dovuti conguagli con quanto spettante a RAI⁴².

55. In base all'articolo 9, punto 2, della Convenzione, RAI fornirà l'attività di partecipazione interattiva direttamente ed esclusivamente all'utente, assumendo ogni obbligo e responsabilità nei confronti dell'utente, di Telecom e dei terzi, fornirà a Telecom i testi necessari alle attività di interazione e, nell'eventuale campagna pubblicitaria di promozione della partecipazione interattiva, RAI dovrà indicare chiaramente ed esaurientemente l'entità dei costi addebitati all'utente, le eventuali restrizioni all'utilizzo, ecc..

56. Tale convenzione quadro, a seguito di proroghe successive, è stata rinnovata con apposita convenzione valida per tutto il 2010, con possibilità di ulteriori proroghe per tre anni⁴³.

57. La nuova Convenzione RAI-Telecom del 2010⁴⁴ mantiene sostanzialmente invariati i meccanismi di remunerazione di RAI sulla base del fatturato riscosso da Telecom in conseguenza dell'interazione telefonica dei possessori dei biglietti delle lotterie e prevede che "RAI si impegna a non effettuare comunicazioni pubblicitarie o di altro tipo che possano ingenerare negli utenti chiamanti la convinzione che le Partecipazioni Interattive siano fornite da Telecom essendone RAI responsabile sotto il profilo editoriale" (articolo 7.1, lettera g)) e che "è tenuta a pubblicizzare agli utenti che la numerazione di cui al presente Accordo è raggiungibile soltanto dalle reti degli operatori che hanno reso disponibile l'accesso a tale numerazione" (articolo 7.1, lettera i)).

58. Riguardo all'interazione telefonica mediante invio di SMS, tutte le Convenzioni AAMS – RAI relative alle lotterie considerate prevedono che sia AAMS a chiedere la disponibilità delle numerazioni per inviare SMS. AAMS vi ha provveduto attraverso CLN, che ha stipulato di volta in volta apposite convenzioni con le società Amuser S.p.A. (che ha messo a disposizione le numerazioni 483131 e 483132) e, limitatamente alla Lotteria Italia 2010, con New Amuser S.r.l. (che ha messo a disposizione, le numerazioni 4784783 e 4784787)⁴⁵.

59. Da tali convenzioni, risulta che gli operatori Telecom Italia, Wind, Vodafone e H3G avevano aderito a ciascuna edizione della Lotteria Italia e della Lotteria di Sanremo interessata dal presente procedimento. Inoltre, Amuser S.r.l. e New Amuser S.r.l. erano "disponibili a valutare la possibilità di stabilire rapporti commerciali tesi alla apertura delle medesime numerazioni verso gli operatori MVNO (Mobile Virtual Network Operator) presenti in Italia"⁴⁶.

2.d) Le informazioni fornite da Telecom e Amuser

60. Telecom ha sottolineato di aver avuto un ruolo esclusivamente tecnico (per il trasporto del traffico telefonico, la raccolta e la gestione automatica delle chiamate), volto a garantire l'erogazione di prestazioni di fonia avanzata, mentre AAMS e RAI, in piena autonomia organizzativa ed editoriale, avrebbero definito tutte le attività per "promuovere la vendita dei biglietti..." abbinati ad alcune trasmissioni televisive⁴⁷.

³⁹ [Cfr. all. 6 al doc. 22.]

⁴⁰ [In base alla convenzione, l'interazione "consente, contestualmente, agli utenti di interagire con la rete telefonica nazionale per manifestare la propria intenzione di partecipare alla trasmissione radiotelevisiva della RAI ed esprimere delle scelte utilizzando apparati collegati alla linea telefonica (...) e alla RAI di assicurare l'opportunità di comunicazione, interazione e partecipazione del pubblico radiotelevisivo alla propria programmazione" (art. 1, punto 2, lett. e)].

⁴¹ [Si ricorda che la Convenzione RAI-Telecom definisce transazione andata a buon fine, quella in cui l'utente ha accettato e compiuto le operazioni preliminari richieste, partecipando al programma di interesse, avendo "avuto accesso alle fasi della relativa interazione" (art. 1, punto 1, lett. i)].

⁴² [Cfr. l'art. 1, punto 1, lett. j), e l'art. 6 della Convenzione RAI-Telecom.]

⁴³ [Cfr. le lettere di proroga allegata da RAI all'all. 1 al doc. 24bis.]

⁴⁴ [Cfr. la documentazione riguardante l'all. 1 al doc. 24bis.]

⁴⁵ [Cfr. gli allegati 3, 4, 5 e 7 al doc. 22.]

⁴⁶ [Cfr., in particolare, le premesse e l'oggetto delle convenzioni stipulate da CLN con Amuser S.p.A. e New Amuser S.r.l., allegati 3, 4, 5 e 7 al doc. 22.]

⁴⁷ [Cfr. doc. 58, il cui all. 1 contiene copia delle comunicazioni con cui l'AAMS, in accordo con la RAI, al fine di promuovere la vendita dei biglietti ha ottenuto l'abbinamento alle trasmissioni televisive quotidiane "L'Eredità" e "Uno Mattina" e alla trasmissione serale "I migliori anni" alla prossima Lotteria Italia 2010, inserendo all'interno delle trasmissioni un gioco le cui modalità di partecipazione sono

61. La tabella che segue, infine, indica gli operatori con i quali Telecom Italia ha di volta in volta sottoscritto accordi per mettere a disposizione le numerazioni necessarie al servizio di interazione. Peraltro, su esplicita richiesta di AAMS, Telecom ha affermato di aver invitato tutti gli operatori di telefonia (da rete fissa e mobile) ad accedere ai servizi della Lotteria Nazionale.

Tabella 1

	Lotteria Italia 2008 (numerazioni 163/164)	Lotterie Italia 2009, 2010 e Lotteria Sanremo 2010 (numerazioni 894xx)
Operatori aderenti all'iniziativa	Brennercom, Eutelia, Fastweb, Fly Net, Tiscali, Wind	Brennercom, Wind, Tiscali, Fastweb, Uno Communications, Convergenze e TeleTu

62. Nell'ambito dell'interazione tramite invio di SMS di ciascuna Lotteria considerata (con eccezione dell'ultima edizione della Lotteria Italia, gestita da New Amuser S.r.l. cui Amuser ha affittato l'azienda dal mese di maggio 2010), Amuser ha precisato di aver fornito le numerazioni di accesso verso i quattro operatori aderenti all'iniziativa (TIM, Vodafone, Wind e H3G) e la piattaforma di gestione del servizio via SMS, sulla base dei contenuti definiti e forniti da CLN⁴⁸.

3) Le argomentazioni difensive dei Professionisti

3.1) Le argomentazioni di AAMS

63. Nella risposta alla richiesta di informazioni pervenuta il 24 gennaio 2011⁴⁹, AAMS ha evidenziato che le attività di ideazione, realizzazione e stampa dei biglietti delle lotterie nazionali interessate dal procedimento sarebbero rientrate, in virtù della convenzione stipulata nell'anno 2003, nella competenza di CLN, in qualità di concessionario, riservandosi essa di approvare i bozzetti finali e i testi oggetto di stampa.

64. AAMS ha precisato, poi, che, in virtù del disposto dell'articolo 21, comma 6 del D.L. n. 78/09, la gestione delle lotterie ad estrazione differita (come quelle oggetto del presente procedimento) sarebbe ad essa riservata e che, non potendo procedere direttamente alla stampa dei biglietti e all'espletamento delle altre attività operative connesse alla gestione diretta della Lotteria Italia 2010, avrebbe stipulato con CLN un'apposita convenzione per espletare le attività propedeutiche allo svolgimento di tale lotteria.

65. AAMS ha sottolineato di non intrattenere rapporti di tipo contrattuale-patrimoniale con nessun operatore telefonico, limitandosi a inviare ai vari gestori telefonici note di informazione sulle iniziative che intende intraprendere, proprio al fine di suscitare interesse e consentire la più ampia partecipazione telefonica degli utenti.

66. Con riguardo alle informazioni contenute sui biglietti di ciascuna edizione considerata nel presente procedimento, AAMS ha sottolineato che quelli della Lotteria Italia, edizioni 2008 e 2009, sarebbero stati predisposti prima di ricevere l'invito a rimuovere i profili di scorrettezza nel 2009 da parte dell'Autorità⁵⁰; quelli della Lotteria di "Sanremo 2010" riprodurrebbero quanto indicato dall'Autorità con la succitata nota del 30 settembre 2009; infine, AAMS ha sottolineato che la riduzione degli spazi disponibili nei biglietti della Lotteria Italia 2010 avrebbe imposto di rimodulare le descrizioni delle modalità di interazione. In ogni caso, AAMS ha evidenziato che nella porzione più ampia del retro del biglietto sarebbe comunque presente il rinvio al proprio sito, ove consultare il testo integrale del regolamento e tutti i comunicati stampa relativi alla lotteria.

67. AAMS ha precisato che, per l'accesso ai giochi telefonici della Lotteria Italia 2010, il *data-base* delle chiamate pervenute mostrerebbe che per chiamate da rete fissa avevano aderito Telecom, Wind, Lottomatica, Noatel, Publicom, Eutelia, Webcom, Opitel, Tiscali, Convergenze, Uno Communication. Per l'accesso telefonico ai giochi tramite SMS, avrebbero aderito Tim, Vodafone, Wind e H3G.

68. Inoltre, con Decreto Ministeriale del 14 dicembre 2010, per l'anno 2011 sarebbe stata programmata l'indizione soltanto della Lotteria Italia, senza prevedere, pertanto, lo svolgimento imminente di altre manifestazioni analoghe, anche in considerazione del *trend* negativo della vendita dei biglietti, evidenziato dalla tabella che segue⁵¹.

Tabella 2

	Lotteria Italia 2008	Lotteria Italia 2009	Lotteria Italia 2010	Lotteria di Sanremo 2010
Biglietti venduti	18.536.180	11.622.620	9.573.980	576.480

le seguenti (...). Pertanto, in relazione alla circostanza che le utenze di rete fissa rispondenti ai numeri 894444 e 894004 rientrano nei servizi messi a disposizione dalla RAI, e in considerazione della assoluta necessità di garantire la più ampia partecipazione possibile a tutela sia del buon esito della lotteria e delle entrate erariali, sia dei consumatori, si invita codesto gestore a porre in essere ogni iniziativa possibile affinché anche gli altri operatori telefonici aderiscano al servizio dal prossimo 30 agosto data di inizio presunto della vendita dei biglietti".]

⁴⁸ [Cfr. doc. 56.]

⁴⁹ [Cfr. doc. 23.]

⁵⁰ [Cfr. docc. 8 e 9.]

⁵¹ [Cfr. i dati forniti da AAMS, allegato 7 al doc. 23.]

Incasso Lordo	92.680.900€	58.113.100€	47.869.900€	2.882.400€
Utile erariale	20.092.000€	11.161.000€	7.424.000€	76.000€

69. AAMS ha, in ogni caso, assicurato che i biglietti relativi alla Lotteria Italia 2011 *“saranno realizzati, compatibilmente con i tempi tecnici connessi alla stampa, seguendo le indicazioni rese da codesta Autorità”*.

70. Nel corso dell'audizione, AAMS ha preliminarmente sottolineato che la fattispecie non rientrerebbe nell'ambito di applicazione dell'articolo 19 del Codice del Consumo, in quanto i comportamenti contestati non sarebbero stati posti in essere nei rapporti tra professionista e consumatore, come definiti dal Codice stesso.

71. Infatti, AAMS svolgerebbe un'attività pubblicistica e non commerciale, i giochi con vincite in denaro avrebbero una normativa di riferimento di natura ugualmente pubblicistica, esplicitata mediante atto amministrativo tipico, al punto che ogni edizione della lotteria è preceduta da un decreto direttoriale, registrato alla Corte dei Conti e pubblicato nella Gazzetta Ufficiale. Pertanto, AAMS non potrebbe essere destinataria né della normativa in materia di pratiche commerciali scorrette né del provvedimento finale. La circostanza che in passato AAMS abbia accettato il contraddittorio nell'ambito dell'istruttoria del 2004 e della *moral suasion* sarebbe coerente con tale affermazione, in quanto il D.L. n. 78/09 avrebbe profondamente modificato il ruolo e la natura dell'Amministrazione stessa: fino ad allora, le lotterie (istantanee e ad estrazione differita) erano gestite su base concessoria, mentre con il D.L. n. 78/09 si è passati a una gestione diretta ed esclusiva in capo ad AAMS delle sole lotterie ad estrazione differita. Tale gestione si esplicherebbe attraverso società terze per lo svolgimento della fase operativa (produzione, stampa, distribuzione dei biglietti e gestione contabile), individuate a seguito di una manifestazione di intenti e di una procedura ad evidenza pubblica. L'attuale soggetto coinciderebbe con il precedente concessionario, poiché dispone di *know how* e sarebbe stato l'unico a manifestare interesse.

72. Inoltre, AAMS ha evidenziato di non avere un bilancio di tipo privatistico, ma allegato al bilancio dello Stato, dal quale riceve, in base all'articolo 25 del Decreto Legislativo. 300/99, i proventi relativi alla riscossione delle accise sui tabacchi e alla gestione pubblicistica dei giochi. Tutti gli avanzi dell'attività confluirebbero nel bilancio dello Stato.

73. Rispetto al prezzo del biglietto, una quota parte (di solito il 10-11%) coprirebbe le spese della filiera e, per la restante parte, il Comitato Giochi definirebbe (di solito in parti uguali) la quota da destinare a copertura del premio finale e quella da destinare all'AAMS che, a sua volta, riverserà all'Erario quanto ricevuto. Come si evincerebbe dal bilancio 2010, soltanto per le lotterie, le entrate e le uscite coinciderebbero e si limiterebbero a transitare nel bilancio di AAMS, poiché sarebbero riversate in una voce di entrata del bilancio dello Stato⁵².

74. Nel merito delle informazioni fornite ai consumatori, con specifico riferimento alla Lotteria Italia 2010, AAMS ha precisato che, per effetto di una scelta commerciale e giuridica, il decreto relativo a tale edizione della Lotteria Italia avrebbe creato un prodotto nuovo, associando due prodotti distinti: la lotteria istantanea (caratterizzata dall'immediatezza della riscossione del premio) e quella ad estrazione differita (caratterizzata dalla necessità di accantonare una quota parte dei proventi della vendita fino all'unica estrazione a tempi dati). Ciò avrebbe inciso sulla definizione della grafica del biglietto e sulla scelta delle informazioni da fornire. In mancanza di spazi fisici per inserire tutte le informazioni nello stesso tagliando riguardante due giochi distinti, AAMS avrebbe scelto di privilegiare l'informazione per i residenti all'estero (che non avrebbero avuto altre vie per acquisirle) e di *“sacrificare”* quella sull'elenco degli operatori, che comunque sarebbe stata riportata nel sito internet dell'Amministrazione.

75. Inoltre, AAMS ha ribadito che il decreto direttoriale che regola ciascuna edizione della lotteria definirebbe già le caratteristiche del biglietto, secondo il facsimile allegato al decreto stesso. A seguito di un confronto con il soggetto incaricato della produzione e stampa del biglietto, AAMS ne definirebbe il contenuto e, comunque, la stampa del biglietto presupporrebbe necessariamente la propria approvazione definitiva.

76. Infine, AAMS ha depositato un facsimile del biglietto per la Lotteria Italia 2011, contenente secondo la Parte le informazioni richieste dall'Autorità nei precedenti interventi⁵³.

77. Quanto ai limiti informativi relativi all'elenco degli operatori diffuso tramite il sito *www.aams.gov.it*, AAMS ha sottolineato che la versione attuale del sito sarebbe stata modificata, in quanto l'elenco degli operatori aderenti all'iniziativa sarebbe stato inserito nella sezione *“tutti i comunicati”*, comprendenti soltanto quelli relativi alla Lotteria Italia 2011, cui si accederebbe dalle sezioni Giochi e Lotterie tradizionali e sarebbe riportato anche in calce al comunicato sulle vincite settimanali⁵⁴.

⁵² [Cfr. doc. 104, all. 3.]

⁵³ [Cfr. doc. 104, all. 1. Con riferimento alle modalità di informazione circa gli operatori aderenti all'iniziativa, il facsimile di biglietto depositato nel corso dell'audizione fornisce i seguenti elementi: *“L'elenco completo e aggiornato degli operatori telefonici aderenti all'iniziativa riguardante il gioco abbinato, nonché le ulteriori informazioni (...) sono consultabili sul sito www.aams.gov.it Il testo integrale del regolamento è pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale e sui siti www.aams.gov.it e www.lotterieitalia2011.it”*.]

⁵⁴ [Cfr. doc. 104, all. 2, comprendente: a) il *“Comunicato stampa per la partecipazione telefonica dei residenti all'estero ai giochi televisivi della Lotteria Italia 2011”*; b) il *comunicato stampa relativo alle “Modalità di partecipazione alla Lotteria Italia 2011 (decreto direttoriale del 30 agosto 2011)”* che, come ultima informazione, indica *“Per conoscere gli operatori telefonici che hanno aderito alle iniziative e i costi del servizio è consultabile l'“Elenco operatori telefonici”*; c) *“l'Elenco operatori telefonici”* che, oltre a riportare quelli che hanno aderito all'iniziativa per partecipare ai giochi chiamando da rete fissa (Telecom Italia, Eutelia, TeleTu e Brennercom) e mobile (Telecom Italia, Wodafone, Wind, H3G), precisa: *“N.B.: l'elenco di cui sopra non è da considerarsi definitivo, in quanto gli operatori*

3.2) Le argomentazioni di CLN e Lotterie Nazionali

78. In risposta alla richiesta di informazioni e nella memoria conclusiva⁵⁵, CLN, attualmente in liquidazione, ha sottolineato che, dal 1° ottobre 2010, nella Convenzione Lotteria Italia 2010 sarebbe subentrata la società Lotterie Nazionali, costituita tra le imprese partecipanti al Consorzio e titolare della concessione per l'esercizio dei giochi pubblici denominati lotterie nazionali ad estrazione istantanea, sottoscritta con l'AAMS il 5 agosto 2010, in esito a una procedura di selezione della quale il Consorzio è risultato aggiudicatario.

79. Per quanto riguarda il ruolo svolto nell'ideazione, realizzazione e diffusione dei biglietti della Lotteria nazionale interessati dal presente procedimento, CLN ha sottolineato di aver realizzato i biglietti – secondo le prescrizioni di AAMS –, nonché prodotto, distribuito e pubblicizzato gli stessi, con riferimento alle edizioni 2008 e 2009 della Lotteria Italia e alla Lotteria di Sanremo 2010. Per quanto riguarda la Lotteria Italia 2010, il Consorzio avrebbe invece ideato e realizzato il progetto grafico del biglietto, stampato i biglietti stessi sulla base delle istruzioni fornite dall'AAMS in merito agli elementi grafici e testuali da inserire e soggetti alla preventiva approvazione di quest'ultima. CLN ha, inoltre, sottolineato di aver pubblicizzato unicamente la vendita dei biglietti delle Lotterie e non dei giochi ad esse abbinati, ad eccezione di una telepromozione della durata di 60" nell'ambito di cinque puntate della trasmissione "Affari Tuoi", legata alla Lotteria Italia 2009 e della Lotteria Italia 2010, per la quale l'attività di promozione sarebbe stata affidata a Lotterie Nazionali⁵⁶.

80. CLN ha, poi, sottolineato che il retro del biglietto della Lotteria di Sanremo 2010 risponderebbe a quanto richiesto nel 2009 dall'Autorità, mentre i biglietti delle edizioni 2008 e 2009 della Lotteria Italia non presenterebbero tale informazione in quanto stampati prima che fosse ricevuta la richiesta dell'Autorità.

81. Infine, CLN ha dichiarato di aver avuto conoscenza dell'invito rivolto ad AAMS nel 2009 dall'Autorità soltanto in occasione del presente procedimento.

82. Nella memoria del 9 novembre 2011, CLN, dopo aver ribadito il ruolo meramente esecutivo delle prescrizioni e verifiche di AAMS, avuto nella realizzazione e diffusione dei biglietti di ciascuna edizione della lotteria, ha sottolineato di non poter essere ritenuto responsabile dell'eventuale pratica scorretta che dovesse essere accertata ad esito del procedimento. Inoltre, CLN ha sottolineato sia l'inesistenza di una pratica scorretta omissiva ai sensi dell'articolo 7 della Direttiva 2005/29/CE, sia di un danno ai consumatori: la prima deriverebbe dal fatto che il consumatore sarebbe reso edotto delle limitazioni esistenti alla possibilità di partecipare telefonicamente alle ulteriori estrazioni grazie alle informazioni presenti sul biglietto della Lotteria Italia 2010 e nel relativo regolamento pubblicato anche nella Gazzetta Ufficiale; la seconda dalla circostanza che nessun costo verrebbe addebitato all'utente in caso di telefonata dalla linea di un operatore non aderente all'iniziativa e dal carattere accessorio e opzionale della partecipazione a tali estrazioni ulteriori rispetto all'estrazione finale per la quale viene essenzialmente acquistato il biglietto⁵⁷.

83. Con riferimento a Lotterie Nazionali, questa, nelle informazioni e note pervenute rispettivamente il 2 e l'11 maggio 2011⁵⁸, ha in particolare prodotto copia del piano *marketing* contenente il progetto grafico del biglietto già approvato da AAMS nel mese di luglio, al fine di dimostrare di essersi limitata a gestire i rapporti con i punti vendita, i flussi finanziari e il pagamento dei premi, non essendo stato, peraltro, necessario procedere all'ulteriore stampa di biglietti.

84. Lotterie Nazionali ha sottolineato il *trend* negativo realizzato dalla lotteria Italia 2010, tanto che, per il 2011, il MEF – AAMS avrebbe individuato una sola Lotteria nazionale (rispetto alle quattro individuate nel 2008), in considerazione della "consolidata disaffezione dei giocatori nei confronti del prodotto, assenza di utili significativi per l'Erario, sostanziale mancanza di ritorno economico per gli organizzatori" (sottolineatura aggiunta)⁵⁹.

85. Nella memoria conclusiva pervenuta il 7 novembre 2011, Lotterie Nazionali, richiamando integralmente le argomentazioni sopraesposte, ha ribadito che il proprio ruolo nella ideazione, realizzazione della Lotteria Italia 2010 sarebbe stato limitato a gestire i rapporti con i punti vendita e che, pertanto, sarebbe impossibile imputarle la presunta pratica scorretta oggetto del procedimento.

86. La Parte ha altresì confermato di essere risultata, in esito all'apposita manifestazione di interesse indetta dall'AAMS, affidataria delle attività connesse alla realizzazione della Lotteria Italia 2011, sottoscrivendo con AAMS la relativa Convenzione. Nell'ambito delle attività oggetto della convenzione medesima, Lotterie Nazionali avrebbe avuto cura di recepire nel bozzetto del biglietto della Lotteria Italia 2011, sottoposto all'AAMS e da quest'ultima approvato, i contenuti testuali conformi alle prescrizioni emerse dal procedimento in esame, fornendo copia del progetto di biglietto della Lotteria Italia 2011 e della comunicazione in tal senso inviata il 7 luglio 2011 ad AAMS.

indicati sono quelli che hanno espressamente manifestato la loro adesione, a fronte della richiesta avanzata dall'Amministrazione a tutti gli operatori telefonici con copertura sul territorio nazionale".]

⁵⁵ [Cfr. docc. 22 e 79.]

⁵⁶ [Cfr. all. 8, doc. 22.]

⁵⁷ [Cfr. doc. 113.]

⁵⁸ [Cfr. docc. 51 e 60.]

⁵⁹ [Cfr. DM 14 dicembre 2010 e la relativa relazione al Parlamento presentata da AAMS.]

3.3) Le argomentazioni di RAI

87. Nelle informazioni fornite il 27 gennaio 2011, nel corso dell'audizione e nelle note pervenute il 17 e il 30 maggio 2011⁶⁰, RAI ha contestato, in via preliminare, di poter rivestire la qualifica di professionista ai sensi dell'articolo 18, lettera d), del codice del Consumo, in quanto la gestione delle operazioni relative alle edizioni della Lotteria interessate dal presente procedimento sarebbe esclusivamente riservata ad AAMS dall'articolo 21, comma 6, del citato D.L. n. 78/09. RAI avrebbe invece svolto un ruolo meramente esecutivo delle operazioni collegate alle lotterie in esame, non avendo alcuna possibilità di intervento né sui meccanismi di gioco, né sull'ideazione realizzazione e diffusione dei relativi biglietti, integralmente predisposti da AAMS.

88. AAMS avrebbe affidato a RAI, attraverso apposite convenzioni, unicamente la realizzazione di trasmissioni collegate alle lotterie indette dalla stessa AAMS, nonché la realizzazione delle relative iniziative di supporto promozionale.

89. RAI ha altresì contestato la tardività dell'avvio del procedimento *de quo*, che si riferisce alla ideazione, realizzazione e diffusione di biglietti per partecipare all'estrazione finale della Lotteria Italia (edizioni 2008, 2009 e 2010) e della Lotteria di Sanremo 2010, in quanto la contestazione sarebbe stata mossa oltre il termine di novanta giorni dall'accertamento dell'infrazione, previsto dall'articolo 14 della l. n. 689/81, termine che, sulla base della giurisprudenza richiamata da RAI, dovrebbe assicurare "la garanzia di tempi ristretti tra il verificarsi dell'illecito e la sua contestazione all'interessato"⁶¹, e decorrerebbe dal "momento a partire dal quale l'amministrazione è stata posta in grado di accertare gli elementi costitutivi della fattispecie di illecito"⁶². Nel caso di specie, pertanto, la "possibilità dell'accertamento", avrebbe coinciso con il periodo immediatamente successivo alla pubblicazione in Gazzetta Ufficiale dei regolamenti sul meccanismo di svolgimento dei giochi abbinati alle trasmissioni televisive, di cui le informazioni riportate sul retro dei biglietti della Lotteria sarebbero parte integrante.

90. Secondo RAI, inoltre, il Codice del Consumo sarebbe inapplicabile anche in quanto i messaggi in questione, ovvero il retro del biglietto della Lotteria Italia e della Lotteria di Sanremo nelle edizioni in esame, non costituirebbero una pratica commerciale sotto forma di pubblicità, trattandosi di una mera informativa istituzionale del Ministero dell'Economia e delle Finanze (tramite AAMS) circa il meccanismo di funzionamento della Lotteria stessa, resa ai sensi della legge n. 150/00 (recante "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni"), espressamente richiamata nelle citate convenzioni AAMS-RAI. Pertanto, la diffusione dei messaggi in questione sarebbe avvenuta nell'ambito di un'attività di natura fiscale, ossia realizzata direttamente dallo Stato sulla base di una riserva monopolistica attribuita allo stesso e preordinata al perseguimento di finalità di interesse generale⁶³. Ciò sarebbe confermato dal fatto che le stesse informazioni contenute nel presunto messaggio pubblicitario asseritamente ingannevole sarebbero riportate anche nei Regolamenti delle Lotterie pubblicati sulla Gazzetta Ufficiale.

91. RAI ha, altresì, evidenziato che l'importo versato da AAMS a fronte dell'organizzazione dei programmi abbinati alle lotterie nazionali costituirebbe unicamente il corrispettivo del servizio offerto ad AAMS e che la definizione del costo per l'utente della partecipazione telefonica ai giochi abbinati alle Lotterie oggetto del procedimento non seguirebbe una logica di massimizzazione del profitto, essendo fissato a un livello sensibilmente inferiore a quello delle telefonate innestate in altri programmi televisivi non abbinati alle Lotterie stesse.

92. RAI ha, infine, indicato che il procedimento svolto nel 2004 in relazione alla Lotteria Italia 2003 (PI4429), confermato dal Consiglio di Stato nella sentenza n. 2042/2010, non potrebbe costituire un "precedente" rispetto al procedimento in esame, in quanto basato su una situazione di fatto e di diritto del tutto diversa da quella riscontrabile nel presente procedimento.

93. Il Consiglio di Stato si sarebbe pronunciato su un contesto che affidava a RAI il compito specifico di "chiedere al gestore telefonico prescelto (Telecom) di concordare con gli altri gestori l'accessibilità anche tramite essi del numero telefonico prescelto per i giochi telefonici" (articolo 6 della Convenzione del 2003) e che non si ritrova nelle successive convenzioni RAI-AAMS. Anzi, l'articolo 10 della Convenzione relativa alla Lotteria di Sanremo 2010 prevederebbe proprio che ciò spetti ad AAMS.

94. RAI ha infine sottolineato che le convenzioni RAI-AAMS finalizzate all'abbinamento di programmi televisivi RAI con la Lotteria Italia e la Lotteria di Sanremo sarebbero state stipulate al solo dichiarato fine di "promozione della lotteria nazionale" (Italia e di Sanremo) e non dei giochi abbinati.

⁶⁰ [Cfr., rispettivamente, i docc. 24 e 24bis, 52, 61 e 78.]

⁶¹ [La Rai richiama la sentenza della S.C. Civ., n. 5785 del 22 maggio 1991.]

⁶² [La Rai cita in proposito le sentenze della S.C. Civ., n. 12216 del 3 luglio 2004 e n. 11129 del 6 ottobre 1999, nelle quali è anche affermato che l'accertamento dovrebbe peraltro "intendersi compiuto ad ogni effetto quando si tratta soltanto di valutare i dati già acquisiti, ancorché caratterizzati da complessità sotto il profilo tecnico-giuridico".]

⁶³ [A sostegno di ciò, RAI avrebbe prodotto copia dell'Appendice statistica del Rapporto sulle entrate tributarie – Febbraio 2011 del MEF, nel quale, la voce "Lotto e lotterie" figurerebbe tra le entrate iscritte al Bilancio dello Stato, in www.rgs.mef.gov.it/_.../Rapporto_sulle_entrate_tributarie_e_contributive_02-2011.pdf.]

IV. GLI IMPEGNI PRESENTATI DAL PROFESSIONISTA

95. In data 11 maggio 2011⁶⁴, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo, e dell'articolo 8, del Regolamento, Lotterie Nazionali ha presentato impegni volti a rimuovere i profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di contestazione. In particolare, il professionista si è impegnato, *"dove dovesse risultare in futuro affidataria di attività connesse alla gestione della Lotteria Italia 2011 (...) a recepire le indicazioni fornite da codesta Autorità. Ciò ai sensi e per gli effetti dell'articolo 8 del Regolamento"*.

96. Gli impegni proposti da Lotterie Nazionali non appaiono idonei a rimuovere i profili di scorrettezza contestati nella comunicazione di avvio del procedimento, in quanto, da un lato, la loro concreta attuazione dipendeva da un evento verificatosi soltanto in una fase avanzata del procedimento (ovvero quando è risultata affidataria di una o più attività di gestione della Lotteria Italia 2011), e, dall'altro, si traducono in un comportamento che la società dovrebbe comunque porre in essere in quanto destinataria della diffida contenuta nel provvedimento finale. Sussiste, peraltro, nel caso di specie, l'interesse dell'Autorità a procedere all'accertamento dell'infrazione, considerati anche gli interventi già svolti su fattispecie analoghe.

V. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

97. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata realizzata anche attraverso comunicati stampa diffusi sul sito internet *www.aams.gov.it* (descritti ai §§ 34, 36, 38, 39 e 42), in data 3 giugno 2011, è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo.

98. Con parere pervenuto in data 5 luglio 2011, la suddetta Autorità ha ritenuto che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20 e 22 del Codice del Consumo, sulla base delle seguenti considerazioni. In particolare, la formulazione e l'impostazione di tali messaggi era idonea a indurre il consumatore medio in errore circa il reale meccanismo di funzionamento dell'offerta e sulle concrete possibilità di ciascun concorrente di partecipare alle ulteriori estrazioni pubblicizzate. In particolare, i comunicati stampa esaminati non riportavano alcuna indicazione né relativamente agli operatori telefonici aderenti all'iniziativa, ingenerando un palese stato di asimmetria informativa nel consumatore, il quale non veniva edotto né del fatto che alcuni operatori non avevano aderito all'iniziativa né quali fossero quelli aderenti.

I messaggi, pertanto, sono stati ritenuti idonei a indurre in errore il consumatore sulle caratteristiche essenziali dell'offerta, potendone orientare indebitamente le scelte.

99. A seguito della riapertura della fase istruttoria, disposta sulla base delle delibere di proroga del termine di chiusura del procedimento adottate dall'Autorità il 7 luglio e il 5 ottobre 2011, in data 8 novembre 2011 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo, con riferimento alla nuova documentazione acquisita agli atti.

100. Nella nota pervenuta il 13 gennaio 2012, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha indicato di aver confermato, nella riunione del 17 novembre 2011, *"le valutazioni di merito già espresse nel parere rilasciato"* con la precedente delibera, *"alla luce del fatto che gli ulteriori scritti difensivi pervenuti non attengono al profilo oggetto di contestazione nel parere di specie, ovvero la diffusione della pratica a mezzo internet, mentre i contenuti emersi in sede di audizione non sono comunque idonei a sanare l'omissione ingannevole relativa all'informativa sui gestori telefonici aderenti all'iniziativa"*⁶⁵.

VI. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

101. Il presente procedimento riguarda l'assenza di informazioni chiare e facilmente accessibili per i possessori di biglietti di varie edizioni delle Lotterie nazionali ad estrazione differita intenzionati a partecipare telefonicamente all'estrazione di ulteriori premi (oltre a quello finale) nell'ambito di programmi RAI ad esse abbinati, risultanti dai biglietti di ciascuna lotteria considerata, dai relativi comunicati stampa diffusi tramite il sito *www.aams.gov.it* e dalla locandina della Lotteria di Sanremo 2010.

Il quadro normativo e regolamentare

102. Il R.D.L. 8 dicembre 1927, n. 2258, che istituisce AAMS come amministrazione speciale, prevede che l'Amministrazione abbia entrate di natura fiscale (rappresentate dall'imposta sul consumo dei Sali e dei tabacchi) e di natura industriale e commerciale che confluiscono nel bilancio dello Stato e sono imputate al competente capitolo di bilancio per la parte fiscale e al bilancio speciale dell'Azienda per la parte di natura industriale e commerciale, per coprire i costi di produzione e distribuzione dei prodotti. Gli utili industriali sono devoluti allo Stato dopo la chiusura di ciascun esercizio finanziario⁶⁶.

⁶⁴ [Cfr. doc. 60.]

⁶⁵ [Cfr. doc. 126.]

⁶⁶ [Cfr. l'art. 4 del R.D.L. istitutivo, che è in buona parte ancora applicabile, in virtù dell'art. 1, comma 1, del D.Lgs. 1° dicembre 2009, n. 179.]

103. Per effetto del conferimento ad AAMS della gestione dei giochi e della riscossione delle accise sui tabacchi nell'ambito del Ministero dell'Economia e delle Finanze⁶⁷, il bilancio di AAMS è allegato a quello generale dello Stato, diviso per capitoli e missioni.

104. In base all'articolo 21, comma 6, del citato D.L. n. 78/09, la gestione e l'esercizio delle lotterie nazionali ad estrazione differita (come quelle in esame) è stata riservata al MEF – AAMS, che vi provvede direttamente o tramite società a totale partecipazione pubblica.

105. Il Regolamento delle lotterie nazionali approvato con D.P.R. 20 novembre 1948, n. 1677 prevede che CLN e gli altri incaricati alla vendita percepiscono un aggio percentuale sulla vendita dei biglietti nella percentuale stabilita dal Ministero dell'Economia e Finanze in misura non superiore al 20% del prezzo stesso unitamente ad altre somme a titolo di rimborso spese per un importo complessivo che non superi il 35% del prezzo del biglietto; lo Stato (AAMS) percepisce *"la maggior quota parte degli incassi derivanti dalle vendite"*; in base alla normativa, tali somme vanno, in parte, ad alimentare il fondo unico di riserva delle lotterie nazionali, in parte compensano le spese sostenute da AAMS, in parte sono girate all'Erario⁶⁸.

106. La Lotteria Italia, edizioni 2008 e 2009, e la Lotteria di Sanremo 2010 sono state organizzate sulla base della Convenzione AAMS-CLN del 14 ottobre 2003, sopra descritta, che affidava ad AAMS la gestione della stessa e a CLN la realizzazione di alcune attività relative alla produzione dei biglietti, alla realizzazione della rete di vendita e al pagamento dei premi. Per la Lotteria Italia 2010, a seguito della novella del 2009, è stata stipulata la Convenzione AAMS-CLN e Lotterie Nazionali del 16 luglio 2010, descritta al § 45.

107. Ogni anno, il MEF individua con decreto le manifestazioni da abbinare alle Lotterie nazionali, prevedendo, *"al fine di ottimizzare i risultati delle lotterie"*, la necessità di assicurarne *"modalità interattive attraverso il collegamento con spettacoli radio-televisivi"*⁶⁹.

108. In applicazione delle convenzioni AAMS-CLN/Lotterie Nazionali del 2003 e del 2010 per la gestione di alcune attività della lotteria, la Lotteria Italia, che rappresenta la principale lotteria tradizionale nazionale, e la Lotteria di Sanremo 2010 sono state collegate di anno in anno a trasmissioni televisive di grande richiamo per il pubblico, individuate all'articolo 1 dei Decreti direttoriali AAMS di volta in volta emanati⁷⁰.

109. Come risulta dalle lettere c)-d) della premessa delle Convenzioni AAMS-RAI stipulate per consentire l'interazione telefonica nelle trasmissioni abbinate a ciascuna lotteria interessata dal procedimento⁷¹, AAMS esprime la volontà di affidare a una primaria emittente televisiva nazionale la realizzazione di idonei programmi e piani promozionali di supporto per le lotterie; RAI ha presentato la propria offerta relativa alla realizzazione del programma e delle iniziative di supporto e AAMS ha approvato il progetto tecnico di RAI.

110. I citati Decreti direttoriali AAMS, al dichiarato fine di incentivare la vendita dei biglietti e assicurare un costante interesse del pubblico nel corso di tutta la trasmissione, definiscono le modalità tecniche di svolgimento della Lotteria. Oltre a prescrizioni circa la configurazione e il prezzo del biglietto, la ripartizione della somma ricavata dalla vendita dei biglietti, l'estrazione dei premi, gli artt. 10-12 di ciascun Decreto direttoriale hanno definito le modalità di interazione telefonica per i possessori dei relativi biglietti⁷².

L'imputabilità della condotta

111. Destinatari del presente procedimento sono AAMS, CLN, Lotterie Nazionali e RAI, in qualità di professionisti ai sensi dell'articolo 18, lettera b), del Codice del Consumo, avendo contribuito a realizzare la pratica commerciale in esame nell'esercizio della propria attività professionale, ricavandone, tutte, un ritorno economico.

112. Quanto ad AAMS, è sufficiente richiamare il costante orientamento dell'Autorità secondo cui, a prescindere dalla natura pubblica o privata del soggetto che realizza e diffonde un messaggio pubblicitario, rileva *"il contenuto oggettivo dell'attività svolta da chi si rivolga al pubblico per trarne un vantaggio apprezzabile dal punto di vista economico"*⁷³.

⁶⁷ [Cfr. l'art. 25 del D.Lgs. 30 luglio 1999, n. 300, Decreto sulla "Riforma dell'organizzazione del Governo, a norma dell'articolo 11 della L. 15 marzo 1997, n. 59".]

⁶⁸ [Cfr. in particolare, gli artt. 9, 17 e 23 e ss. del D.P.R. n. 1677/48.]

⁶⁹ [Cfr. il DM 7 dicembre 2007, per le Lotterie nazionali 2009, il DM 11 dicembre 2008, per le Lotterie nazionali 2009 e il DM 21 dicembre 2009 per le lotterie nazionali (Italia e Sanremo) 2010.]

⁷⁰ [Cfr. il Decreto Direttoriale n. 2008/32287/Giochi Ltt, che abbina la Lotteria Italia 2008 ai programmi Carramba che fortuna e Festa Italiana; il Decreto Direttoriale n. 2009/29294/Giochi Ltt, che abbina la Lotteria Italia 2009 ai programmi Affari Tuoi – Speciale per due e Uno mattina; Decreto Direttoriale n. 2010/26438/Giochi Ltt, che abbina la Lotteria Italia 2010 I migliori anni, L'eredità e Uno mattina; Decreto Direttoriale n. 2010/1657/Giochi Ltt, che abbina la Lotteria di Sanremo 2010 al Festival della canzone Italiana e Uno mattina.]

⁷¹ [Cfr. le convenzioni prodotte da RAI nell'all. 1) al doc. 24 bis.]

⁷² [Per esempio, il decreto direttoriale relativo alla Lotteria Italia 2008 prevede che l'utente partecipi "Chiamando da rete fissa il numero 14672 e digitando il codice completo rinvenuto sul proprio tagliando 1 (...); inviando un SMS al numero 43131, digitando il codice completo riportato sul proprio tagliando 1"; quelli relativi alle altre edizioni della Lotteria in esame prevedono, mutatis mutandis, che "tutti i possessori dei biglietti (...) dovranno telefonare al numero 894444 e digitare il codice rinvenuto sul proprio biglietto nell'area suddetta oppure inviare, fino al 31 gennaio 2010, un SMS al numero 483131 e, dal 1° febbraio 2010, al numero 4784783 (...)."]

⁷³ [Cfr. il provvedimento dell'8 luglio 2004, n. 1338, in Boll. n. 28/04, confermato dal Consiglio di Stato, Sez. VI, con sentenza del 31 maggio 2010 che anzi ha sottolineato che la riserva legale in questione rafforza il carattere remunerativo dell'attività svolta da AAMS, e la sentenza TAR del Lazio, sez. I, n. 30428 del 9 agosto 2010 – (È Domenica Papà).]

113. In proposito, AAMS è il soggetto individuato dalla normativa di riferimento quale gestore, peraltro in via esclusiva a partire dalla Lotteria Italia 2010, delle lotterie nazionali ad estrazione differita. In tale veste, AAMS, come emerso dall'istruttoria, definisce e approva il contenuto grafico e informativo dei biglietti, il piano tecnico predisposto da RAI per realizzare i programmi televisivi e le iniziative di supporto della lotteria. Inoltre, nelle convenzioni stipulate con CLN e RAI e nei Decreti Direttoriali che definiscono le modalità di partecipazione ai giochi televisivi abbinati alle lotterie e il contenuto del biglietto, AAMS svolge le suddette attività al dichiarato fine di incentivare la vendita dei biglietti, ricevendo una remunerazione nell'esercizio della propria attività professionale, sottoforma della maggior quota parte degli incassi derivanti dalle vendite, al netto dell'aggio percentuale sulle vendite percepito da CLN e venditori e delle spese sostenute⁷⁴; in audizione, ha precisato che la scelta di offrire un prodotto atipico nella Lotteria Italia 2010 era anche dettata da ragioni "commerciali". Infine, la riserva di legge introdotta a favore di AAMS dal DL. n. 78/09 della organizzazione, gestione delle Lotterie nazionali ad estrazione differita, come quelle in esame, rafforza il valore economico dell'attività esercitata, così come già affermato dalla citata sentenza del Consiglio di Stato del 13 aprile 2010 (relativa alla Lotteria Italia 2003). Del resto, la circostanza che nel 2011 sia stata prevista una sola Lotteria nazionale a causa della "sostanziale mancanza di ritorno economico per gli organizzatori" conferma tale ricostruzione⁷⁵.

114. AAMS, in audizione, ha evidenziato l'assenza di pregiudizio economico per il consumatore che sia utente di un operatore non aderente all'iniziativa. In proposito, se, da un lato, l'istruttoria ha evidenziato che, effettivamente, la telefonata o l'invio di messaggi nel corso della trasmissione in tale evenienza non comporta addebiti per l'utente in questione, occorre, dall'altro, considerare che il consumatore viene indotto all'acquisto di un prodotto che AAMS stessa in audizione ha definito atipico, "inventato" per rendere più appetibile l'acquisto del biglietto nel suo complesso. E' pure chiaramente emerso che il consumatore viene indotto all'acquisto sulla base di informazioni incomplete.

115. La circostanza, infine, che il bilancio di AAMS sia iscritto in quello dello Stato e che AAMS riversi all'Erario la quota parte dei proventi della vendita dei biglietti ad essa spettante non appare sufficiente a privarla della qualifica di professionista, alla luce del principio di neutralità quanto alla forma giuridica del soggetto che, in concreto, offre beni/servizi al consumatore a titolo oneroso e dell'irrilevanza dell'entità del vantaggio economico effettivamente conseguito con la vendita.

116. In applicazione di tale principio, infatti, l'Autorità è intervenuta a tutela della chiarezza e completezza delle informazioni rese ai consumatori nei confronti di Associazioni Culturali e Circoli privati gestiti da società senza scopo di lucro, di enti pubblici previdenziali e di Aziende Autonome⁷⁶ e ha sanzionato anche imprese in perdita o in liquidazione, tenendone ovviamente conto in sede di quantificazione dell'importo da irrogare⁷⁷. Diversamente, secondo una prevalente giurisprudenza, gli effetti della pratica commerciale scorretta, in termini di entità del pregiudizio economico concretamente sofferto dal consumatore e di profitto realizzato dal professionista per effetto dell'illecito, possono eventualmente costituire una circostanza aggravante della gravità della violazione e non un elemento costitutivo della gravità stessa⁷⁸.

117. Pertanto, AAMS deve essere considerata professionista ai sensi dell'articolo 18, lettera b), del Codice del Consumo con riferimento ad ogni edizione delle Lotterie interessate dal presente procedimento.

118. Rispetto a CLN, Lotterie Nazionali e RAI, che hanno escluso qualsiasi responsabilità a proprio carico, principalmente in ragione del ruolo meramente esecutivo delle prescrizioni impartite da AAMS, giova osservare quanto segue.

119. Con riferimento a CLN – che coordina, controlla e integra l'attività dei consorziati per la gestione anche automatizzata di lotterie e scommesse – l'istruttoria ha evidenziato che, pur nei limiti derivanti dal suo *status* di affidatario, che necessariamente gli impongono di rispettare le prescrizioni del concedente (AAMS) e del capitolato dell'appalto concorso per l'aggiudicazione di alcune fasi connesse alle Lotterie nazionali considerate, CLN ha agito nell'ambito della propria attività commerciale, traendone un preciso beneficio economico.

120. Innanzitutto, a CLN è stata affidata la "*ideazione e realizzazione del progetto dei biglietti*" di tutte le Lotterie in esame e, pertanto, ha partecipato alla predisposizione del contenuto e della veste grafica del biglietto, sul quale è

⁷⁴ [Cfr. in particolare, gli artt. 9, 17 e 23 e ss. del Regolamento delle lotterie nazionali approvato con D.P.R. 20 novembre 1948, n. 1677.]

⁷⁵ [Cfr. la relazione al DM 14 dicembre 2010 predisposta da AAMS e riportata da Lotterie Nazionali nel doc. 51.]

⁷⁶ [Cfr., ad esempio, i procedimenti PI5818, Club La Folie, PI5597 e IP26, riguardanti il Centro Nazionale Sportivo Fiamma C.N.S.F. CAR-TUR, PS1167 e PS698 nei confronti dell'INPDAP e il caso PS1657 avviato anche nei confronti dell'Azienda Autonoma delle Terme di Acireale, poi trasformata in SpA. Anche rispetto all'applicazione delle norme poste a tutela della concorrenza, la giurisprudenza comunitaria e nazionale, richiedono affermano che "è operatore economico un qualsivoglia soggetto, pubblico o privato, che offre beni o servizi sul mercato, anche se non ha istituzionalmente fine di lucro", (cfr. Consiglio di Stato del 20 maggio 2011, n. 3013, riguardante il consorzio obbligatorio COBAT - Consorzio nazionale batterie al piombo esauste e rifiuti piombosi, e, a titolo esemplificativo, la sentenza della Corte di Giustizia del 23 dicembre 2009, C-305/08, Conisma.)

⁷⁷ [Cfr. ad esempio, i provvedimenti relativi ai casi IP104, Trionfo Saponi Giordani, PI4993 - E.LeCLerc San Severo, PS1548 - Columbus - Formula Roulette.]

⁷⁸ [Tar del Lazio, sez. I, sentenze n. 36112 del 13 dicembre 2010, Carrefour - Buoni rimborso spesa, n. 36114 del 13 dicembre 2010, Corso Wall Street; n. 30428 del 9 agosto 2010, E' domenica papà; n. 647 del 21 gennaio 2010 - Zed sms non richiesti; n. 646 del 21 gennaio 2010, Suonerie per cellulari.]

peraltro presente il logo di CLN, come nella maggior parte dei comunicati stampa diffusi sul sito www.aams.gov.it⁷⁹. Inoltre, CLN ha stipulato le convenzioni con Amuser e New Amuser S.r.l. per consentire l'interazione mediante invio di SMS e, per il complesso dell'attività svolta, ha ricevuto, a titolo di corrispettivo, un aggio sulle vendite dei biglietti, oltre che un compenso definito dalle Convenzioni del 2003 e del 2010 a titolo di rimborso spese per le attività affidate da AAMS. Infine, da un lato, la Convenzione AAMS-CLN del 2003, applicata rispetto alla Lotteria Italia 2008, 2009 e alla Lotteria di Sanremo 2010, prevedeva un preciso obbligo proprio in capo a CLN di svolgere *"un'azione propulsiva di sviluppo e sostegno delle lotterie nazionali attraverso un adeguato piano pubblicitario"* annuale, assistito dall'obbligo di spesa minimo predefinito e soggetto all'approvazione necessaria di AAMS, oltre che dalla possibilità di intraprendere iniziative pubblicitarie ulteriori, a proprie spese⁸⁰; dall'altro, la convenzione CLN-Telecom riguardante l'interazione nelle trasmissioni televisive abbinata alla Lotteria di Sanremo ha posto in capo a CLN un preciso obbligo informativo (*"riportare, sul biglietto e sul materiale comunicativo relativo alla Lotteria, l'informazione relativa alla limitazione di accesso alla numerazione"*)⁸¹.

121. L'insieme degli elementi considerati, dunque, evidenzia che CLN ha avuto un ruolo attivo nella realizzazione della pratica commerciale, avendo condiviso con AAMS la ideazione e realizzazione del progetto grafico del biglietto ed essendo chiamato svolgere puntuali compiti di promozione delle Lotterie. Inoltre, dal complesso di tale attività, CLN ha tratto un preciso ritorno economico.

122. Del resto, non valorizzare tali elementi porterebbe all'assurda conclusione per cui un concessionario non potrebbe mai essere considerato professionista ai sensi del Codice del Consumo, per il solo fatto di essere soggetto alle prescrizioni del concedente e ai vincoli derivanti dalla concessione. Nei fatti, la modifica legislativa del 2009 non è idonea a mutare tale conclusione, posto che ruoli, prescrizioni e limiti sono rimasti in concreto invariati.

123. Quanto a Lotterie Nazionali, deve essere considerata la circostanza che questa è subentrata nella gestione della Lotteria Italia 2010 soltanto il 1° ottobre dello stesso anno, quando ormai i biglietti erano già stati realizzati e posti in vendita da CLN, e che ha dunque svolto a titolo oneroso soltanto la parte residua di promozione e vendita degli ulteriori biglietti e di pagamento dei premi.

124. Tale circostanza, certamente valutabile in sede di quantificazione dell'eventuale sanzione, non esclude di per sé l'imputabilità della condotta anche nei confronti di Lotterie Nazionali. Questa, infatti, ha agito sempre nell'esercizio della propria attività professionale, ricavando un ritorno economico dalla vendita dei biglietti (come per CLN, aggio sulle vendite e rimborso spese) e, subentrando nei diritti e obblighi di CLN, avrebbe potuto/dovuto ancora promuovere la vendita dei biglietti fino all'estrazione del premio finale avvenuta, come di consueto, il 6 gennaio dell'anno successivo, informando i consumatori o chiedendo ad AAMS di informare adeguatamente i consumatori circa l'esistenza di limitazioni all'accesso ai giochi televisivi abbinati alla lotteria per gli utenti clienti di operatori non aderenti all'iniziativa.

125. Quanto, infine, a RAI, l'istruttoria ha evidenziato che il professionista partecipa alla ideazione della pratica, in quanto predispose un adeguato spazio per consentire l'interazione telefonica nell'ambito delle proprie trasmissioni televisive abbinata alla lotteria, presentando ad AAMS una proposta di gioco per attribuire gli ulteriori premi messi in palio⁸².

126. Inoltre, l'iniziativa commerciale in questione (incentivare le vendite della Lotteria nazionale di volta in volta considerata attraverso forme di interazione telefonica nell'ambito di programmi RAI abbinati a ciascuna Lotteria) si avvale di biglietti che, in tutte le edizioni della Lotteria nazionale oggetto del procedimento, recano emblemi, denominazioni e loghi di note trasmissioni edite da RAI, sicuramente riconoscibili dai consumatori e da questi attribuite al professionista. Pertanto, l'utilizzo nei biglietti dei loghi di trasmissioni RAI rende quest'ultima complice dell'iniziativa promozionale in questione.

127. Conseguentemente, se è vero che l'abbinamento della Lotteria a programmi televisivi interattivi è finalizzato a incentivare la vendita di biglietti⁸³, è pur vero che indicare nei biglietti e nei Comunicati stampa associati a ciascuna iniziativa⁸⁴ le trasmissioni nel corso delle quali è possibile partecipare all'estrazione di ulteriori premi ha un indubbio e intrinseco effetto promozionale delle trasmissioni RAI abbinata alla Lotteria, potendo eventualmente anche indurre il consumatore che abbia acquistato il biglietto a modificare le proprie abitudini nella fruizione del servizio televisivo.

128. L'intrinseco effetto promozionale per RAI della diffusione dei biglietti delle Lotterie, del resto, è stato riconosciuto dal Consiglio di Stato, proprio con riferimento al ruolo di RAI nell'analogo procedimento riguardante la Lotteria Italia

⁷⁹ [Cfr. i docc. 7, 17 e 18.]

⁸⁰ [Cfr. gli articoli 1, 4 e 6 della Convenzione del 14 ottobre 2003, all. 1 al doc. 22 e all. 3 al doc. 23.]

⁸¹ [Cfr. all. 6 al doc. 22.]

⁸² [Cfr., a titolo esemplificativo, la richiesta di AAMS di modificare gli spazi nell'ambito del programma *L'Eredità* per attribuire i premi, all. 2 doc. 23, e il progetto di gioco predisposto da RAI in relazione alla Lotteria Italia 2010, all. 1 doc. 24-bis.]

⁸³ [Cfr. i D.M. indicati alla nota 55 che di anno in anno individuano le manifestazioni da abbinare alla lotteria e quanto dichiaralo da RAI in audizione, doc. 52.]

⁸⁴ [Cfr. docc. 7, 8, 17 e 18.]

2003 (PI4429)⁸⁵. In effetti, la diffusione dei messaggi pubblicitari produce un indiscusso vantaggio anche in favore di RAI che, realizzando un livello maggiore di ascolto, accresce il valore degli spazi pubblicitari vendibili nell'ambito dei programmi abbinati alle Lotterie nazionali in esame.

129. Tale vantaggio, apprezzabile da un punto di vista economico, unito alla circostanza emersa in istruttoria, che RAI riceve anche un guadagno dal meccanismo dell'interazione televisiva, sottoforma di *revenue sharing* sulle telefonate (da rete fissa o mobile) andate a buon fine, determina una diretta cointeressenza dell'emittente televisiva nella diffusione dei messaggi e, in definitiva, nella migliore riuscita della pratica commerciale, in termini di diffusione e remuneratività, della quale deve ritenersi compartecipe a pieno titolo, sia attraverso il proprio indefettibile apporto tecnico (realizzazione dei programmi, predisposizione di meccanismi e spazi di gioco adeguati e messa a disposizione delle numerazioni gestite da Telecom per l'interazione telefonica tramite chiamate da rete fissa o mobile), sia attraverso il consenso all'uso dei loghi delle proprie trasmissioni.

130. Peraltro, l'obiezione di RAI, secondo cui le telefonate sarebbero fissate a un costo sensibilmente inferiore a quello riguardante altre forme di interazione dell'utente in programmi non abbinati alle Lotterie, è priva di pregio. Dalla giurisprudenza che configura l'illecito per violazione di disposizioni del Codice del Consumo come illecito di mero pericolo e non di danno, si evince che la sussistenza dell'illecito non richiede che l'operatore ricavi effettivamente dalla pratica un vantaggio economico elevato o superiore a quello derivante da attività similari, essendo invece condizione necessaria e sufficiente l'esistenza di un vantaggio economico potenzialmente derivante dalla pratica commerciale cui il professionista ha partecipato volontariamente e consapevolmente, condizione che risulta di tutta evidenza pienamente sussistente nel caso di specie⁸⁶.

131. RAI deve quindi qualificarsi come co-autore dei messaggi in esame, anche in considerazione della responsabilità editoriale insita nel fatto di aver necessariamente consentito l'utilizzo dei loghi delle proprie trasmissioni abbinata alla lotteria, ampiamente presenti sui biglietti delle Lotterie considerate, *"in tal modo palesando il proprio coinvolgimento diretto nell'ambito delle operazioni reclamizzate"*⁸⁷ e derivando il potere/dovere di far sì che le informazioni sulle limitazioni all'uso del prodotto/servizio offerto, la cui rilevanza era nota al professionista che è stato parimenti destinatario della decisione del 2004 (PI4429) sulla Lotteria Italia 2003, fossero fornite in maniera adeguata dagli altri professionisti coinvolti nella medesima pratica⁸⁸.

Sulla presunta tardività dell'intervento

132. RAI ha lamentato la tardività dell'avvio del procedimento, alla luce dell'interpretazione giurisprudenziale data al termine di novanta giorni dalla *"possibilità dell'accertamento"*, di cui all'articolo 14 della legge n. 689/81.

133. L'eccezione non merita accoglimento, sulla base della recente giurisprudenza, secondo cui la fase iniziale del procedimento e gli incumbenti a carico dell'Autorità per la sua regolare instaurazione sono regolati dall'articolo 27, comma 3, del Codice del Consumo – secondo cui *"l'Autorità comunica al professionista l'apertura dell'istruttoria"* – e dall'articolo 6 del Regolamento, in base al quale *"Il responsabile dell'istruttoria, valutati gli elementi comunque in suo possesso e quelli portati a sua conoscenza con la richiesta di intervento..., avvia l'istruttoria al fine di verificare l'esistenza di pratiche commerciali scorrette di cui al Codice del Consumo"*. E' di tutta evidenza, pertanto, che tale disciplina speciale non prevede *"per la fase che precede la comunicazione dell'avvio dell'istruttoria alcuna durata prestabilita, né sottopone il relativo svolgimento ad alcun termine acceleratorio (...)"*⁸⁹.

134. Tale principio trova ancor più applicazione in un caso, come quello di specie, originato dalla mancata rimozione dei profili di possibile scorrettezza evidenziati dall'Autorità nel 2009⁹⁰, ai sensi dell'articolo 4, comma 2 del Regolamento. Pertanto, il potere dell'Autorità di accertare la scorrettezza di una pratica commerciale si riepande anche con riferimento ai messaggi diffusi nel 2008 e nel 2009, nell'ambito della medesima pratica commerciale.

Valutazioni di merito

135. La diffusione dei messaggi sopra descritti, benché riguardante edizioni diverse della Lotteria Italia e la Lotteria di Sanremo, deve essere considerata nell'ambito di un'unica pratica commerciale, volta a promuovere il medesimo prodotto (lotteria nazionale ad estrazione differita), con il coinvolgimento dei medesimi soggetti, attraverso le medesime procedure e in applicazione di un quadro normativo e regolamentare sostanzialmente omogeneo.

⁸⁵ [Cfr. la sentenza del Consiglio di Stato del 13 aprile 2010, cit..]

⁸⁶ [Cfr. le sentenze del Tar del Lazio, sez. I, n. 3287 del 3 marzo 2010 - Studio Erredue -Assistenza Infortunistica Stradale; n. 1947 dell'11 febbraio 2010 - Argo Promozioni Immobiliari; n. 2828 del 23 febbraio 2010 - Fotovoltaico - Multiutility.It; n. 4931 del 29 marzo 2010 - Wind Absolute Tariffa; n. 12364 del 19 maggio 2010 -Accord Italia - Carta Auchan; n. 36114 del 13 dicembre 2010 - Corso Wall Street; n. 35333 del 3 dicembre 2010 - It.Leo.Net - Suonerie e Loghi.]

⁸⁷ [Cfr. in tal senso, la sentenza del Consiglio di Stato, sez. VI, n. 1811 del 24 marzo 2011, Neomobile suonerie gratis.]

⁸⁸ [Cfr. le sentenze rese dal TAR del Lazio, sez. I, il 21 gennaio 2010, n. 647, Zed Sms non richiesti, n. 646 Suonerie.It - Suonerie per Cellulari, n. 648, Zeng Loghi e Suonerie, n. 645, Dada Loghi e Suonerie, la sentenza del 3 marzo 2010, n. 3289, David 2 Promozione servizi a decade 4, la sentenza del 19 maggio 2010, n. 12364, Accord Italia - Carta Auchan, del 9 agosto 2010, n. 30428, E Domenica Papà, e la sentenza del Consiglio di Stato del 13 aprile 2010, Biglietti Lotteria Italia 2003.]

⁸⁹ [Cfr., ad esempio, la sentenza del TAR Lazio, Sez. I, n. 1690 del 23 febbraio 2011, Terme di acireale-mancata indicazione IVA.]

⁹⁰ [Cfr. doc. 8.]

136. RAI e AAMS hanno sottolineato che i biglietti delle lotterie in esame non costituirebbero messaggi promozionali, in quanto meramente riproduttivi delle informazioni sulle modalità di partecipazione ai giochi televisivi abbinati, descritte nei relativi decreti direttoriali AAMS, annualmente pubblicati sulla Gazzetta Ufficiale e che sarebbero stati diffusi nell'ambito di un'attività definita, rispettivamente, di natura fiscale e pubblicitaria.

137. In proposito, si osserva che i biglietti non si limitano a riprodurre in maniera asettica i meccanismi di gioco pubblicati nella Gazzetta Ufficiale, ma sollecitano il consumatore a compiere diverse azioni positive, attraverso espressioni quali, ad esempio, "Gioca con" (Lotteria Italia 2008, 2009) e "Chiama il numero" (presenti in tutte le lotterie considerate); enfatizzano la possibilità di vincere "ricchissimi premi" (Lotteria Italia 2008), "fino a €250.000 e un Superpremio" oppure "fino a €10.000 e un Superpremio" (Lotteria Italia 2009), "La fortuna canta (...) è possibile vincere subito fino a 50.000 euro (...). Ecco quanto puoi vincere, 50.000 euro, 5.000 euro, 500 euro, 50 euro, 5 euro" (Lotteria Italia 2010), "per vincere premi fino a 5.000€ e all'estrazione di un superpremio di 30.000€" (Lotteria di Sanremo 2010); riportano spesso in neretto i titoli dei programmi RAI abbinati alle lotterie, che sono rappresentati anche visivamente con il logo della trasmissione già noto ai telespettatori; presentano una veste grafica accattivante, nei colori, nelle modalità di raffigurazione del gioco abbinato, ecc..

138. L'insieme di tali elementi è, pertanto, idoneo a differenziare i biglietti dal regolamento di gioco pubblicato nella Gazzetta Ufficiale e conferisce loro una valenza oggettivamente promozionale della Lotteria e dei giochi abbinati.

139. In tal senso, del resto, si è già espressa l'Autorità con riguardo ai biglietti della Lotteria Italia 2003, affermando che "la comunicazione contenuta sul retro dei biglietti non appare volta ad informare il pubblico in modo impersonale circa le modalità di partecipazione ai giochi telefonici, quanto piuttosto a promuovere l'incremento della vendita dei biglietti della lotteria, tramite l'enfasi posta sulle più ampie possibilità di vincita derivanti dai giochi telefonici abbinati alla lotteria e collegati alle trasmissioni televisive. In tal senso depone il tenore delle affermazioni ivi contenute, che costituiscono la rielaborazione solo di alcune delle informazioni rilevanti per il consumatore estrapolate dal testo del decreto, peraltro non citato in alcun punto, in modo coerente alle finalità perseguite da AAMS ed esplicitate nella convenzione con RAI, nonché nel decreto più volte menzionato, là dove ai giochi telefonici in questione viene riconosciuta una funzione di per sé promozionale per la vendita dei biglietti della lotteria. Si deve, inoltre, sottolineare come, a causa del collegamento della Lotteria Italia alle trasmissioni RAI espresso sul retro dei biglietti, la diffusione dei medesimi comporti un effetto promozionale a favore di RAI immediatamente apprezzabile dal consumatore". A ciò si aggiunga che tale interpretazione dei fatti è stata, come visto, pienamente avallata dal Consiglio di Stato nella citata sentenza del 13 aprile 2010⁹¹.

140. Tale valutazione non può, peraltro, essere superata, come auspicato da RAI, sulla base del fatto che i proventi da lotterie e scommesse figurerebbero tra le entrate tributarie iscritte al bilancio generale dello Stato e presentate nel Rapporto sulle entrate tributarie a fini statistici. Tale Rapporto comprende tutte le voci relative alle entrate nelle casse dello Stato, fra cui, come noto, anche una quota parte dei ricavi dalle vendite di Lotterie e scommesse.

141. Tuttavia, l'inclusione della quota parte del costo del biglietto di competenza dell'Erario in tale rapporto non può trasformare l'intera prestazione sostenuta dal consumatore in una prestazione di natura fiscale, che deve essere stabilita per legge, in virtù della riserva prevista dall'articolo 23 della Costituzione, anche a garanzia del principio di uguaglianza (articolo 3 Cost.). E, infatti, questo stesso argomento già speso da RAI nell'impugnare la delibera del 2004 (PI4429) è stato respinto dal Consiglio di Stato proprio in ragione della natura volontaria della prestazione⁹².

142. Diversamente da quanto evidenziato da RAI, circa l'inattualità della pronuncia del Consiglio di Stato rispetto al mutato quadro legislativo che riserverebbe ad AMS la gestione delle lotterie ad estrazione differita, si ritiene che la riserva in questione ha individuato al più una diversa modalità organizzativa delle lotterie e dei giochi abbinati, ma, non ha inciso sul dovere di chiarezza e completezza delle informazioni fornite al consumatore finale nella vendita di prodotti/servizi offerti dai professionisti.

143. I messaggi in questione, diffusi sui biglietti della Lotteria Italia 2008, 2009, 2010 e della Lotteria di Sanremo 2010, nonché sui comunicati stampa collegati all'iniziativa diffusi sul sito www.aams.gov.it e sulla locandina della Lotteria di Sanremo 2010, lasciano intendere che qualunque possessore del relativo biglietto possa vincere ricchi premi, oltre a quelli dell'estrazione finale, messi in palio durante le trasmissioni RAI abbinata a ciascuna edizione della Lotteria esaminata. 144. In realtà, l'istruttoria ha evidenziato che l'interazione è possibile se gli utenti chiamano da linee di operatori (da rete fissa o mobili) aderenti all'iniziativa e che, rispetto a ciascuna edizione considerata, sussistevano operatori che non avevano stipulato con Telecom e/o con Amuser/NewAmuser i necessari accordi.

⁹¹ [Cfr. il provvedimento n. 13384 dell'8 luglio 2004, (PI4429, Biglietti Lotteria Italia 2003), in Boll. n. 28/04 e la sentenza confermativa del Consiglio di Stato, Sez. VI, n. 2042/2010.]

⁹² [Analoghe considerazioni devono essere svolte anche con riguardo ai comunicati stampa e alla locandina relativa alla Lotteria di Sanremo 2010, benché non oggetto di rilievi da parte dei professionisti. Soltanto per completezza, si ricorda che anche i comunicati stampa enfatizzano le possibilità di vincita, con espressioni quali "Nel corso di ogni puntata sono in palio €400.000 (...) Sono previsti anche premi giornalieri (...)" (così nel testo, Lotteria Italia 2008), e in maniera ancora più spiccata le espressioni "Lotteria Italia 2009 più ricca che mai! Da lunedì 24 agosto inizia la vendita dei biglietti, quest'anno 2 premi da 5 milioni di euro!", "Anche questa edizione si presenta con ricchi premi (...)" (Lotteria Italia 2010), "Sanremo 2010: tra musica e maschere una lotteria all'insegna della solidarietà (...) la lotteria di Sanremo offrirà premi importanti e numerose opportunità di gioco, dando a tutti la possibilità di fornire un contributo concreto ai bambini e agli adolescenti meno fortunati". La locandina relativa alla Lotteria di Sanremo 2010 presenta le medesime informazioni contenute nei relativi biglietti, come descritto al § 40.]

145. Più precisamente, riguardo alla Lotteria Italia 2008, gli utenti dell'operatore di rete fissa Tele 2 S.p.A. (ora TeleTu S.p.A.) non erano abilitati ad accedere alle numerazioni 164xxx⁹³, mentre rispetto alle lotterie successive non sono stati abilitati ad accedere alle numerazioni 894xxx, ad esempio, gli utenti delle società Eutelia S.p.A. e Fly Net S.p.A.⁹⁴. Inoltre, con riferimento a tutte le edizioni interessate, risulta che sono stati esclusi gli utenti degli operatori mobili virtuali, quali, ad esempio, Poste Mobile, Coop Voce, Fastweb Mobile, Telepass Mobile etc.⁹⁵.

146. Appurata l'esistenza di una limitazione alla possibilità di partecipare alle trasmissioni con estrazione di ulteriori premi, occorre valutare la completezza e l'idoneità delle informazioni al riguardo fornite nei messaggi stessi.

147. I biglietti della Lotteria Italia 2008 e 2010, accanto all'invito a telefonare al numero 164xxx, riportano tra parentesi e in neretto l'indicazione "accessibile dalle reti degli operatori che aderiranno all'iniziativa" e invitano a consultare il sito di AAMS per informazioni sulle chiamate dall'estero (enfasi aggiunta). Essi, pertanto, non allertano il consumatore sulla circostanza che nel sito si possa ritrovare l'elenco degli "operatori aderenti all'iniziativa", posto che il rinvio al sito è effettuato unicamente per acquisire informazioni diverse.

148. Quanto ai messaggi diffusi sul sito www.aams.gov.it, occorre osservare che il comunicato stampa relativo alla Lotteria Italia 2008 forniva effettivamente l'elenco in questione. Tuttavia, non avendo predisposto un percorso guidato o almeno chiaramente indicato dal professionista fin dall'accesso alla prima pagina del sito stesso, l'elenco in questione si trovava in una sezione del sito raggiungibile soltanto da un consumatore particolarmente esperto sia di navigazione in internet, sia di come sono strutturate e qualificate le attività svolte da AAMS e che potesse, quindi, intuire, all'interno di un complesso di informazioni molto articolato e relativo a più settori di attività, il percorso da seguire.

149. Pertanto, è vero che il principio di completezza del messaggio che impone di fornire al consumatore ogni indicazione rilevante nel medesimo messaggio e fin dal primo contatto con il consumatore⁹⁶ trova un temperamento in presenza, come nella fattispecie, di limitazioni di spazio connesse alla peculiare natura del messaggio considerato (articolo 22, comma 3, del Codice del Consumo), ammettendo forme di integrazione delle informazioni fornite nel messaggio (biglietto) attraverso fonti diverse (internet).

150. Tuttavia, ciò è possibile soltanto qualora vi sia una perfetta corrispondenza e complementarità fra le informazioni complessivamente fornite attraverso l'apporto di più fonti.

151. Nel caso di specie, invece, da un lato, il biglietto della Lotteria Italia rinvia esplicitamente al sito di AAMS soltanto per reperire informazioni diverse (sulle modalità di partecipazione dei residenti italiani all'estero) e non quella non riportata (per limiti di spazio) nel biglietto stesso e oggetto del procedimento; dall'altro, il sito del professionista non riporta tale informazione integralmente o attraverso un collegamento chiaro ed esplicito ad altra sezione del sito, in maniera che sia comunque individuabile fin dal primo accesso alla *homepage* del sito www.aams.gov.it. Del resto, l'invito a rimuovere i profili di possibile scorrettezza inviato ad AAMS in relazione alla Lotteria Italia 2008 aveva a tal fine individuato espressamente proprio la modalità appena descritta.

152. Tali valutazioni valgono ancor più rispetto ai messaggi diffusi in relazione alla Lotteria Italia 2009, in quanto i biglietti non contengono neppure un rinvio al sito www.aams.gov.it e il relativo comunicato stampa si limita a indicare che la numerazione 894xxx è accessibile dalle reti degli operatori che aderiranno all'iniziativa, senza precisare di quali operatori si tratti. I messaggi relativi alla Lotteria Italia 2009 risultano quindi completamente omissivi quanto all'indicazione degli operatori non aderenti all'iniziativa e/o alle modalità da seguire per reperire tale informazione.

153. Rispetto alle "lotterie di prossima indizione" (quelle cioè del 2010), in relazione alle quali AAMS aveva assicurato che avrebbe riprodotto l'indicazione richiesta dall'Autorità⁹⁷, si osserva quanto segue.

154. Con riferimento all'edizione della Lotteria Italia 2010, per i biglietti valgono le stesse considerazioni svolte ai §§ 146 e ss, in quanto dello stesso tenore di quelli dell'edizione 2008.

155. Rispetto ai comunicati stampa diffusi sul sito di AAMS relativamente a tale edizione della Lotteria Italia, l'elenco degli operatori aderenti all'iniziativa è sempre reperibile in maniera del tutto casuale, attraverso un percorso a selezione successiva, non assistito da alcun richiamo (testuale o visivo) o collegamento necessario tra una voce selezionata e l'altra, che siano in grado di assicurare una sicura e agevole reperibilità dell'informazione richiesta all'interno del sito stesso e colmare la carenza informativa del biglietto. A fronte di ciò, invece, la prima informativa che appare immediatamente nella *homepage* del sito, alla sezione "Ultim'ora", è quella relativa alla partecipazione telefonica dei residenti all'estero (alla quale, peraltro rinvia espressamente il biglietto). Ciò dimostra ancora di più che,

⁹³ [Cfr. le segnalazioni di utenti di Tele 2, docc. 1 e 3, nonché le informazioni fornite da Telecom, doc. 58, riassunte nella Tabella 2 e il comunicato stampa relativo alla Lotteria Italia 2008 diffuso dalla stessa AAMS, all. 2 al doc. 6.]

⁹⁴ [In realtà, Eutelia SpA compare nell'elenco degli operatori aderenti da rete fissa pubblicato da AAMS sul proprio sito il 10 settembre 2010, con riferimento alla Lotteria Italia dello stesso anno, cfr.doc 18, all. b). Tuttavia, anche ove l'inclusione di tale operatore nell'elenco di quelli aderenti all'iniziativa fosse effettiva, la valutazione non muterebbe, in considerazione dell'esistenza di altri operatori non aderenti alla Lotteria Italia 2010.]

⁹⁵ [Cfr. doc. 13 e doc. 56. Sono operatori mobili virtuali gli operatori di telefonia che vendono, con il proprio marchio, i servizi di telefonia mobile avvalendosi della rete di uno dei principali operatori, TIM, Wind, Vodafone e H3G, sui quali cfr. IC 39 - Servizi Sms, Servizi Mms e Servizi Dati in Mobilità, del 7 maggio 2009, in Boll. n.18/09.]

⁹⁶ [Cfr. ad esempio, le sentenze del Tar Lazio, Sez. I, n. 1947 dell'11 febbraio 2010 e n. 4138 del 24 aprile 2009.]

⁹⁷ [Cfr., rispettivamente, i docc. 8 e 9. In particolare, AAMS aveva evidenziato di non poter intervenire né sulla Lotteria Italia 2008 (già conclusa), né sulla Lotteria Italia 2009, i cui biglietti erano già stati stampati e diffusi quando aveva ricevuto l'invito dell'Autorità a rimuovere i profili di possibile scorrettezza.]

nell'homepage del sito www.aams.gov.it sarebbe stato possibile collocare l'informazione sull'elenco degli operatori aderenti all'iniziativa in posizione diversa e immediatamente fruibile per il consumatore interessato sulla base di espresse indicazioni fornite nel biglietto⁹⁸.

156. Sul retro del biglietto relativo alla Lotteria di Sanremo 2010, si legge, ancora, che *"Per conoscere l'elenco completo degli operatori aderenti all'iniziativa, nonché per ulteriori informazioni, anche derivanti da eventuali modifiche alle numerazioni o alle tariffe in base alle decisioni delle autorità competenti, è consultabile il sito www.aams.gov.it che riporta il testo integrale del regolamento pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale"*.

157. Tuttavia, tali elementi informativi devono ritenersi ugualmente omissivi e non coerenti con quanto richiesto dall'Autorità nel 2009, perché invitano il consumatore a ricercare l'informazione nel regolamento di gioco, pubblicato sul sito, il quale, tuttavia, non riporta l'elenco degli operatori aderenti all'iniziativa. Pertanto, benché formalmente il biglietto della Lotteria di Sanremo 2010 rinvii al sito www.aams.gov.it anche per conoscere l'elenco degli operatori aderenti, deve ritenersi che l'integrazione così strutturata delle informazioni contenute nel biglietto con quelle reperibili sul sito internet del professionista non consente al consumatore, contrariamente invece a quanto richiesto, di reperire in maniera chiara, univoca e agevole l'elenco in questione sul sito indicato.

158. La pratica in esame risulta quindi contraria alla diligenza professionale normalmente attesa dai consumatori nel settore considerato, che include anche la preventiva e scrupolosa verifica della qualità e completezza della propria attività comunicazionale, in particolare per quanto concerne elementi, quali l'esistenza di limitazioni all'accesso o alla piena fruizione del servizio/prodotto acquistato, evidentemente fondamentali per il consumatore al fine di valutare l'effettiva convenienza delle offerte e determinare in maniera pienamente consapevole il proprio comportamento economico in rapporto alle stesse.

159. Inoltre, deve essere considerata la speciale consapevolezza della violazione da parte di AAMS, che, non soltanto è stata destinataria dell'invito a rimuovere i profili di possibile scorrettezza, nella quale l'Autorità aveva indicato la condotta positiva ritenuta idonea, ma ha fornito esplicitamente rassicurazioni circa il fatto di tenerne conto proprio nelle Lotterie del 2010.

VII. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

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

161. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'articolo 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'articolo 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.

162. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame, per ciascuno dei professionisti coinvolti, dell'impatto significativo della pratica, avvenuta attraverso biglietti distribuiti in modo capillare sul territorio nazionale e altri messaggi diffusi tramite internet (comunicati stampa), suscettibili quindi di raggiungere un elevato numero di consumatori. Essa, inoltre, riguarda prodotti caratterizzati da un elevato grado di affezione del consumatore, risoltosi in un cospicuo volume di vendite, soprattutto rispetto alle edizioni 2008 e 2009⁹⁹. Infine, occorre considerare la dimensione economica e la notorietà degli operatori: infatti, AAMS è il titolare diretto e attualmente esclusivo di un'attività economica, CLN e Lotterie Nazionali rappresentano i principali operatori, emanazione del gruppo Lottomatica, nella gestione di Lotterie e scommesse e RAI è uno dei principali operatori televisivi.

163. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere da AAMS, RAI e CLN per un periodo molto lungo, ovvero dal 2008 ad oggi, per i primi due professionisti, e ad ottobre 2010 per CLN, quando è subentrata Lotterie Nazionali. Rispetto a quest'ultima, invece, si tratta di una violazione di lunga durata, ovvero dal 1° ottobre 2010 e deve ritenersi attualmente in corso. Infatti, con riferimento alle modifiche evidenziate da AAMS nel corso dell'audizione riguardo al biglietto della Lotteria Italia 2011 e al sito www.aams.gov.it, si osserva che il meccanismo di integrazione delle informazioni non risulta ancora sufficientemente chiaro, in quanto la sezione in cui reperire l'elenco degli operatori aderenti all'iniziativa continua ad essere reperibile attraverso un percorso casuale e non guidato fin dalla *home page* cui rimanda il biglietto stesso.

164. Inoltre, nel caso di specie, sussiste nei confronti di AAMS e RAI la circostanza aggravante della reiterazione della violazione, in quanto già destinatarie di un provvedimento di ingannevolezza per fattispecie analoga, accertata nel 2004 (PI4229).

165. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile ad AAMS nella misura di 35.000 € (trentacinquemila euro), quello della sanzione applicabile a CLN nella misura di 20.000 € (ventimila euro), quello della sanzione applicabile a RAI nella misura di 20.000 € (ventimila euro) e quello della sanzione applicabile a Lotterie Nazionali nella misura di 5.000 € (cinquemila euro).

⁹⁸ [Cfr. doc. 18, all. c.)]

⁹⁹ [Cfr. i dati indicati nella Tabella 1.]

166. In considerazione del fatto che, nel caso di specie, sussiste nei confronti di AAMS e RAI la circostanza aggravante della reiterazione della violazione, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile ad AAMS nella misura di 50.000 € (cinquantamila euro) e a RAI nella misura di 30.000 € (trentamila euro).

167. Infine, in considerazione della situazione economica di CLN, attualmente in liquidazione, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a CLN nella misura pari al minimo edittale di 5.000 € (cinquemila euro), al fine di non pregiudicare le ragioni dei creditori.

RITENUTO, pertanto, in conformità ai pareri dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20 e 22 del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante omessa indicazione, nel biglietto e in maniera chiara e agevolmente accessibile dall'utente nel sito www.aams.gov.it, dell'elenco degli operatori telefonici aderenti all'iniziativa, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione ai prodotti/servizi promossi e pubblicizzati dai professionisti;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dall'Amministrazione Autonoma Monopoli di Stato, dal Consorzio Lotterie Nazionali in liquidazione, e dalle società Lotterie Nazionali S.r.l. e RAI – Radio Televisione Italiana S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20 e 22 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare all'Amministrazione Autonoma Monopoli di Stato una sanzione amministrativa pecuniaria di 50.000 € (cinquantamila euro), al Consorzio Lotterie Nazionali in liquidazione e alla società Lotterie Nazionali S.r.l. una sanzione amministrativa pecuniaria di 5.000 € (cinquemila euro) ciascuno e alla società RAI – Radio Televisione Italiana S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di 30.000 € (trentamila euro);

c) che l'Amministrazione Autonoma Monopoli di Stato, il Consorzio Lotterie Nazionali in liquidazione, e le società Lotterie Nazionali S.r.l. e RAI – Radio Televisione Italiana S.p.A. comunichino all'Autorità, entro il termine di quarantacinque giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui al punto a), in relazione alle successive lotterie nazionali ad estrazione differita che saranno organizzate.

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

Ai sensi dell'articolo 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'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.

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

Ai sensi dell'articolo 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 150.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

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'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

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella