



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXVIII - n. 22

**Publicato sul sito www.agcm.it
11 giugno 2018**

PS11023 - DENIVIT-LINEE WHITENING

Provvedimento n. 27183

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 23 maggio 2018;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

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

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*” (di seguito, Regolamento), adottato dall’Autorità con delibera del 1° aprile 2015;

VISTA la comunicazione, pervenuta in data 9 febbraio 2018, così come integrata in data 9 marzo 2018, con la quale la società Henkel Italia S.r.l. ha presentato impegni ai sensi dell’art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell’art. 9 del Regolamento;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Henkel Italia S.r.l. (di seguito, anche Henkel), in qualità di professionista, ai sensi dell’art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. Tale società è attiva nella produzione e commercializzazione di prodotti per la cura della persona e della casa ed è presente sul mercato con numerosi marchi tra cui Denivit.

2. L’associazione dei consumatori Altroconsumo, in qualità di segnalante.

II. LA PRATICA COMMERCIALE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

3. Il procedimento concerne la campagna pubblicitaria diffusa, in particolare, attraverso il sito *internet* aziendale *www.henkel.it* in lingua italiana, nella sezione dedicata al marchio Denivit, volta a promuovere i dentifrici della linea *Denivit*, con specifico riferimento ai prodotti “*Smokers*” e “*White&Brilliant Intensivo*”. Più precisamente, i vantii pubblicitari utilizzati dal professionista attribuiscono ai suddetti prodotti caratteristiche di efficacia che, in realtà, non sarebbero riconducibili alla natura cosmetica dei prodotti stessi.

In particolare, i *claims* relativi al dentifricio “*Smokers*” vantano un’azione specifica contro le macchie da fumo grazie ad un Complesso Anti-Macchia dedicato che penetra e scioglie le macchie, rimuovendole efficacemente, promettendo “*denti più bianchi fino a due toni grazie agli agenti sbiancanti che riducono la comparsa delle macchie da fumo*”.

I messaggi relativi al dentifricio “*White&Brilliant Intensivo*” vantano la presenza, nella formulazione della pasta dentaria, degli « *agenti sbiancanti che riducono la comparsa delle macchie da fumo*» nonché la « *formula unica con agente sbiancante professionale [che] sbianca i denti rimuovendo fino al 90% delle macchie più resistenti presenti sulla superficie dei denti*».

4. Con riferimento a tali vantii, Henkel avrebbe posto in essere una pratica commerciale scorretta diffondendo informazioni non rispondenti al vero o, comunque, idonee, anche in virtù della loro presentazione complessiva, ad indurre in errore il consumatore circa le effettive caratteristiche di

efficacia sbiancante dei prodotti in esame, alterando sensibilmente la capacità del consumatore di assumere una decisione consapevole di acquisto.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO: LA PRESENTAZIONE DEGLI IMPEGNI

1) *L'iter del procedimento*

5. In relazione alla condotta sopra descritta, in data 2 gennaio 2018 è stato comunicato alle Parti l'avvio del procedimento istruttorio n. PS/11023. In tale sede è stato ipotizzato che la condotta della società Henkel fosse suscettibile di integrare una violazione degli articoli 20, 21, comma 1, lettera b) e 22 del Codice del Consumo, in quanto, *prima facie*, contraria alla diligenza professionale e potenzialmente idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione alle caratteristiche dei prodotti del professionista.

6. In data 15 gennaio 2018, il professionista ha effettuato l'accesso agli atti del fascicolo.

7. In data 9 febbraio 2018, Henkel ha fornito riscontro alla richiesta di informazioni formulata nella comunicazione di avvio del procedimento.

8. In data 9 febbraio 2018 il professionista ha presentato una proposta di impegni, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento, fornendo successivamente una versione consolidata degli stessi in data 9 marzo 2018.

9. In data 1° marzo 2018 il professionista è stato sentito in audizione.

10. In data 30 marzo 2018 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

11. In data 8 maggio 2018 è pervenuta una ulteriore nota del professionista.

2) *Gli elementi acquisiti e gli impegni del professionista*

12. Con memoria del 9 febbraio 2018, il professionista ha sostenuto la correttezza dei *claims* pubblicitari alla luce dei *test* di laboratorio, condotti direttamente dalla società o commissionati a organismi esterni indipendenti.

13. Come sopra indicato, in data 9 febbraio e 9 marzo 2017, Henkel ha presentato una proposta di impegni, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento.

14. In particolare, tali impegni, che nella loro versione definitiva sono allegati al presente provvedimento e ne costituiscono parte integrante, hanno ad oggetto le seguenti modifiche:

- la revisione del *wording* complessivo del sito *internet* e delle confezioni dei prodotti oggetto del procedimento al fine di rimuovere i termini come “*professionale*”, “*efficacia sbiancante*” e “*agente sbiancante professionale*”. In particolare, quest'ultima dicitura sarà sostituita dal chiarimento che l'azione pulente dei dentifrici si basa su un “*complesso cosmetico sbiancante*”; inoltre, si ribadisce in più punti che i prodotti in questione “*non sostituiscono gli interventi sbiancanti professionali effettuati dal dentista*”. Infine, il professionista intende ribadire che le macchie soggette all'azione pulente dei prodotti in questione sono esclusivamente quelle superficiali, attraverso l'inserimento sul sito *internet* di vanti quali “*rimozione delle macchie superficiali causate da cibo, bevande e fumo*”, “*intervenendo sugli inestetismi superficiali*”, “*grazie agli agenti pulenti che riducono la comparsa delle macchie da fumo sulla superficie*” e, sulle nuove confezioni, di diciture quali “*rimuove le macchie superficiali da fumo e placca*”, “*rimuove le macchie superficiali causate da cibo e tabacco*”, “*scioglie le macchie in superficie*”.

- il miglioramento dei canali di comunicazione con il cliente attraverso l'introduzione, in aggiunta alla posta, di un numero telefonico verde, nonché attraverso la modifica degli *script* degli addetti al *Call Center* che conterranno un accurato richiamo ad una corretta igiene orale;

- il lancio di una campagna informativa presso i punti vendita disponibili mirata a sensibilizzare i consumatori alla cura della propria igiene orale.

15. Il professionista si impegna, altresì, a estendere la portata degli impegni anche al prodotto Denivit “Anti Macchia”, ovvero una referenza che non è oggetto del procedimento, ma appartiene alla stessa tipologia di dentifrici.

Gli impegni prospettati entreranno in vigore dal trentesimo giorno successivo alla data di notifica del provvedimento di accettazione e le nuove confezioni saranno immesse sul mercato una volta esaurite le giacenze di magazzino e comunque non oltre il mese di marzo 2019.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

16. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso mezzi di telecomunicazione, in data 17 aprile 2018 è stato richiesto il parere all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell’art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

Con parere pervenuto in data 16 maggio 2018, la suddetta Autorità ha ritenuto che il mezzo *Internet* sia uno strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale oggetto del procedimento, considerato che il consumatore potrebbe essere stato condizionato all’acquisto proposto dalla presenza di comunicazioni *online* sul sito *web* del professionista.

V. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

17. Nella comunicazione di avvio del presente procedimento si contestava che le asserzioni circa i risultati conseguibili con l’impiego dei dentifrici in esame potessero in ipotesi suggerire ai consumatori il raggiungimento di effetti paragonabili a quelli propri degli interventi sbiancanti professionali e che potessero, pertanto, lasciar intendere una efficacia ultronea rispetto alla natura cosmetica dei prodotti, omettendo di chiarire in modo adeguato che i relativi effetti atterrebbero alla mera rimozione delle macchie superficiali dei denti.

18. L’Autorità ritiene che gli impegni proposti dal professionista siano idonei a sanare i possibili profili di illegittimità della pratica commerciale contestati nella comunicazione di avvio.

19. In particolare, le modifiche proposte dal professionista risultano idonee a fornire ai consumatori un quadro informativo complessivamente più completo ed accurato circa i risultati effettivamente conseguibili con l’utilizzo dei dentifrici in questione, evidenziandone le caratteristiche di efficacia proprie dei prodotti cosmetici, nonché richiamando l’attenzione dei consumatori su una corretta igiene orale.

Rileva, infatti, in tal senso, la complessiva revisione, prospettata con riferimento al sito *internet* e alle confezioni, delle affermazioni pubblicitarie. In particolare, la rimozione di ogni termine evocativo di trattamenti professionali e l’inserimento della ricorrente precisazione che i suddetti dentifrici “*non sostituiscono gli interventi sbiancanti professionali effettuati dal dentista*”, unitamente al riferimento ad un “*complesso cosmetico sbiancante*” alla base della loro formulazione, riconducono i risultati legati all’uso del prodotto alla sua intrinseca natura. Inoltre, la diffusa puntualizzazione dell’efficacia dei prodotti, circoscritta alla “*rimozione delle macchie superficiali causate da cibo, bevande e fumo*” ed all’intervento “*sugli inestetismi superficiali*” dei denti, appare idonea ad informare con chiarezza il consumatore medio circa il fatto che l’azione pulente dei prodotti in questione si riferisce esclusivamente alla mera rimozione delle macchie estrinseche e al ripristino del bianco naturale dei denti, non potendo far conseguire risultati ultronei rispetto alla natura cosmetica degli stessi.

20. Merita, altresì, evidenziare che le misure proposte dal professionista non si limitano alle referenze oggetto del procedimento, ma sono estese ai vanti relativi al prodotto a marchio Denivit "Anti Macchia".

Infine, il professionista si impegna a migliorare l'informativa ai consumatori sulle caratteristiche dei prodotti e sulla corretta igiene orale anche attraverso altri canali di comunicazione quali il numero verde del *Call Center* e la campagna informativa presso i punti vendita.

21. Alla luce delle suesposte considerazioni, si ritiene che gli impegni presentati soddisfino i requisiti previsti dall'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo.

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati dalla società Henkel Italia S.p.A., nei termini sopra esposti, siano idonei a far venir meno i possibili profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di istruttoria;

RITENUTO, di disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni nei confronti della società Henkel Italia S.p.A.;

RITENUTO, pertanto, di poter chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione;

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti della società Henkel Italia S.p.A., ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, lettera a), del Regolamento, gli impegni dalla stessa società proposti in data 9 marzo 2018, come descritti nella dichiarazione allegata al presente provvedimento;

b) di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, lettera a), del Regolamento;

c) che la società Henkel Italia S.p.A., entro sessanta giorni dalla data di notifica della presente delibera, informi l'Autorità dell'avvenuta attuazione degli impegni.

Ai sensi dell'art. 9, comma 3, del Regolamento, il procedimento potrà essere riaperto d'ufficio, laddove:

a) il professionista non dia attuazione agli impegni;

b) si modifichi la situazione di fatto rispetto ad uno o più elementi su cui si fonda la decisione;

c) la decisione di accettazione di impegni si fondi su informazioni trasmesse dalle Parti che siano incomplete, inesatte o fuorvianti.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Roberto Chieppa

f.f. IL PRESIDENTE
Gabriella Muscolo

PS11024 - MENTADENT-LINEE WHITENING

Provvedimento n. 27184

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 23 maggio 2018;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

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

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

VISTA la comunicazione, pervenuta in data 16 febbraio 2018, con la quale la società Unilever Italia Mkt. Operations S.r.l. ha presentato impegni ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Unilever Italia Mkt. Operations S.r.l. (di seguito, anche Unilever), in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. Tale società è attiva nella produzione e commercializzazione di prodotti per la cura della persona e della casa ed è presente sul mercato con numerosi marchi, tra i quali Mentadent.

2. L'associazione dei consumatori Altroconsumo, in qualità di segnalante.

II. LA PRATICA COMMERCIALE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

3. Il procedimento concerne la campagna pubblicitaria relativa ai dentifrici a marchio Mentadent della linea "*Whitening*", con specifico riferimento al prodotto "*White System Protezione smalto*". Più precisamente, i vantii pubblicitari utilizzati dal professionista attribuiscono al prodotto caratteristiche di efficacia che, in realtà, non sarebbero riconducibili alla natura cosmetica dello stesso.

In particolare, attraverso il sito *internet* aziendale *www.mentadent.it* in lingua italiana, si afferma che: "*White System Protezione Smalto non solo rende il tuo sorriso più luminoso, ma aiuta a rinforzare lo smalto dei denti per un sorriso in piena forma giorno dopo giorno. La sua formula avanzata contiene White Activator, uno speciale complesso che contiene un ingrediente usato nella pulizia professionale, per sbiancare efficacemente i denti.*"

Sulle confezioni del prodotto, si afferma che "*La sua formula avanzata contiene uno speciale ingrediente usato nella pulizia professionale, per sbiancare efficacemente i denti, aiutando a restituire il loro bianco naturale*".

4. Con riferimento a tali vantii, Unilever avrebbe posto in essere una pratica commerciale scorretta diffondendo informazioni non rispondenti al vero o, comunque, idonee, anche in virtù della loro presentazione complessiva, ad indurre in errore il consumatore circa le effettive caratteristiche di

efficacia sbiancante del prodotto in esame, alterando sensibilmente la capacità del consumatore di assumere una decisione consapevole di acquisto.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO: LA PRESENTAZIONE DEGLI IMPEGNI

1) *L'iter del procedimento*

5. In relazione alla condotta sopra descritta, in data 2 gennaio 2018 è stato comunicato alle Parti l'avvio del procedimento istruttorio n. PS/11024. In tale sede è stato ipotizzato che la condotta della società Unilever fosse suscettibile di integrare una violazione degli articoli 20, 21, comma 1, lettera b) e 22 del Codice del Consumo, in quanto la suesposta pratica commerciale appariva, *prima facie*, contraria alla diligenza professionale e potenzialmente idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione alle caratteristiche dei prodotti del professionista.

6. In data 17 gennaio 2018 Unilever ha esercitato il proprio diritto di accesso alla documentazione contenuta nel fascicolo e in data 2 febbraio 2018 ha fornito riscontro alla richiesta di informazioni formulata nella comunicazione di avvio del procedimento. In data 13 febbraio 2018 il professionista è stato sentito in audizione.

7. In data 16 febbraio 2018 il professionista ha presentato una proposta di impegni, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento.

8. In data 29 marzo 2018 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

9. In data 9 maggio 2018 è pervenuta una ulteriore nota del professionista.

2) *Gli elementi acquisiti e gli impegni del professionista*

10. Con memoria del 2 febbraio 2018, il professionista ha sostenuto la correttezza dei *claims* pubblicitari alla luce della composizione del prodotto e dei *test* di laboratorio, pubblicati su riviste scientifiche "*peer reviewed*".

11. Come sopra indicato, in data 16 febbraio 2018, Unilever ha presentato una proposta di impegni, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento.

12. In particolare, tali impegni, che nella loro versione definitiva sono allegati al presente provvedimento e ne costituiscono parte integrante, hanno ad oggetto le seguenti modifiche:

- sul sito internet, eliminazione della la frase: "*La sua formula avanzata contiene White Activator, uno speciale complesso che contiene un ingrediente usato nella pulizia professionale, per sbiancare efficacemente i denti*". Inoltre, specificazione dopo la frase "*Aiuta a ripristinare il bianco naturale dei tuoi denti*" del chiarimento "*grazie alla rimozione delle macchie superficiali*". Infine, aggiunta di un chiaro richiamo alla corretta igiene orale ("*Usa il dentifricio Mentadent mattina e sera per una corretta igiene orale*") e del seguente invito: "*Per trattamenti professionali rivolgiti sempre al tuo dentista di fiducia*". Tale impegno potrà essere realizzato entro il secondo giorno lavorativo dalla notifica della sua eventuale accettazione;

- sulla confezione, eliminazione del *claim* sopra descritto, sostituendolo con il seguente "*La sua formula pulisce lo smalto, rimuovendo le macchie superficiali e aiutando a ripristinare il bianco naturale dei denti*". Tale impegno potrà essere realizzato entro novanta giorni dalla notifica della sua eventuale accettazione.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

13. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso mezzi di telecomunicazione, in data 17 aprile 2018 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

Con parere pervenuto in data 16 maggio 2018, la suddetta Autorità ha ritenuto che il mezzo *Internet* sia uno strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale oggetto del procedimento, considerato che il consumatore potrebbe essere stato condizionato all'acquisto proposto dalla presenza di comunicazioni *online* sul sito *web* del professionista.

V. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

14. Nella comunicazione di avvio del presente procedimento si contestava che le asserzioni circa i risultati conseguibili con l'impiego del dentifricio "*White System Protezione smalto*" a marchio Mentadent, potessero in ipotesi suggerire ai consumatori il raggiungimento di effetti paragonabili a quelli propri degli interventi sbiancanti professionali e che potessero, pertanto, lasciar intendere una efficacia ultronea rispetto alla natura cosmetica dei prodotti, omettendo di chiarire in modo adeguato che i relativi effetti atterrebbero alla mera rimozione delle macchie superficiali dei denti.

15. L'Autorità ritiene che gli impegni proposti dal professionista siano idonei a sanare i possibili profili di illegittimità della pratica commerciale contestati nella comunicazione di avvio.

16. In particolare, le modifiche proposte dal professionista risultano idonee a fornire ai consumatori un quadro informativo complessivamente più completo ed accurato circa i risultati effettivamente conseguibili con l'utilizzo del dentifricio in questione, evidenziandone le caratteristiche di efficacia proprie dei prodotti cosmetici, nonché richiamando l'attenzione dei consumatori su una corretta igiene orale.

Rileva, infatti, in tal senso, la complessiva revisione delle affermazioni pubblicitarie, da realizzare sul sito *internet* e sulle confezioni. In particolare, la rimozione di ogni termine evocativo di trattamenti professionali e l'inserimento della precisazione "*Per trattamenti professionali rivolti sempre al tuo dentista di fiducia*" riconducono i risultati legati all'uso del prodotto alla sua intrinseca natura. Inoltre, la puntualizzazione dell'efficacia dei prodotti, circoscritta alla "*rimozione delle macchie superficiali*" sia sul sito *internet* che sulla confezione, appare idonea ad informare con chiarezza il consumatore medio circa il fatto che l'azione pulente del prodotto in questione si riferisce esclusivamente alla mera rimozione delle macchie estrinseche e al ripristino del bianco naturale dei denti, non potendo far conseguire risultati ultronei rispetto alla natura cosmetica dello stesso.

17. Alla luce delle suesposte considerazioni, si ritiene che gli impegni presentati soddisfino i requisiti previsti dall'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo.

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati dalla società Unilever Italia Mkt. Operations S.r.l., nei termini sopra esposti, siano idonei a far venir meno i possibili profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di istruttoria;

RITENUTO, di disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni nei confronti della società Unilever Italia Mkt. Operations S.r.l.;

RITENUTO, pertanto, di poter chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione;

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti della società Unilever Italia Mkt. Operations S.r.l., ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, lettera a), del Regolamento, gli impegni dalla stessa società proposti in data 16 febbraio 2018, come descritti nella dichiarazione allegata al presente provvedimento;

b) di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, lettera a), del Regolamento;

c) che la società Unilever Italia Mkt. Operations S.r.l., entro sessanta giorni dalla data di notifica della presente delibera, informi l'Autorità dell'avvenuta attuazione degli impegni.

Ai sensi dell'art. 9, comma 3, del Regolamento, il procedimento potrà essere riaperto d'ufficio, laddove:

a) il professionista non dia attuazione agli impegni;

b) si modifichi la situazione di fatto rispetto ad uno o più elementi su cui si fonda la decisione;

c) la decisione di accettazione di impegni si fondi su informazioni trasmesse dalla Parte che siano incomplete, inesatte o fuorvianti.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

f.f. IL PRESIDENTE

Gabriella Muscolo
