

PS5046 - WIN FOR LIFE-OMISSIONI INFORMATIVE

Provvedimento n. 20961

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 marzo 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*", come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146 (di seguito, *Codice del Consumo*);

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette*", adottato con delibera dell'Autorità del 15 novembre 2007, pubblicata nella G.U. n. 283 del 5 dicembre 2007, ed entrato in vigore il 6 dicembre 2007 (di seguito, *Regolamento*);

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Sisal S.p.A. (di seguito, anche "Sisal"), in qualità di professionista ai sensi dell'articolo 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società è attiva nel mercato dei giochi a premio e ha realizzato, nel 2008, un fatturato pari a circa 203 milioni di euro.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento ha ad oggetto i messaggi pubblicitari diffusi dal professionista, a mezzo *internet*, schede di gioco cartacee e locandine, al fine di promuovere il gioco a premi numerico "Vinci per la vita - Win for Life!" (di seguito, anche "Win for Life", ovvero "WFL") prospettando la possibilità di vincere una somma di 4.000 euro al mese per 20 anni.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

3. Sulla base delle informazioni acquisite in atti ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo e di alcune segnalazioni, in data 2 novembre 2009 è stato comunicato al professionista, ai sensi dell'articolo 6 del Regolamento, l'avvio del procedimento istruttorio PS5046, diretto a verificare, in rapporto alla pratica commerciale descritta al punto II, la possibile violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del Consumo conseguente all'omessa o insufficiente specificazione della circostanza per cui, in caso di più vincitori nell'ambito della medesima estrazione, la somma di 4.000 euro al mese per 20 anni sarebbe stata suddivisa in parti uguali tra loro.

4. Contestualmente all'avvio del procedimento è stato richiesto al professionista di fornire una serie di informazioni utili alla valutazione della pratica commerciale sopra illustrata.

5. La Parte ha presentato osservazioni pervenute in data 5 novembre 2009.

6. La Parte ha, inoltre, dato riscontro alla richiesta d'informazioni contenuta nella comunicazione di avvio, con memoria pervenuta in data 30 novembre 2009.

7. In data 13 gennaio 2010, il professionista è stato sentito in audizione.

8. In data 9 febbraio 2010 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento.

9. Sisal ha presentato una propria memoria conclusiva in data 19 febbraio 2010.

2) Le evidenze acquisite

A) Il gioco Win for Life

10. Win for Life è un gioco a premi a totalizzatore nazionale, ossia un gioco di sorte il cui montepremi non è a quota fissa, ma in funzione del numero e delle tipologie di giocate. Scopo del gioco è pronosticare dieci numeri su venti - potendone scegliere fino a quattordici - e un eventuale numero *jolly* (c.d. "Numerone"), il quale viene, invece, attribuito automaticamente e casualmente dal sistema al momento della giocata. Giocando un euro è possibile vincere indovinando dieci numeri, unitamente o meno al Numerone, ovvero nove, otto o sette numeri; con una giocata di due euro, invece, le possibilità di vincita si raddoppiano, essendo possibile conseguire un premio anche con zero, zero più il Numerone, uno, due o tre numeri esattamente pronosticati.

11. Più in particolare, le categorie di premi sono cinque e alla quinta categoria appartengono le combinazioni di gioco contenenti, in alternativa, i dieci numeri estratti e il Numerone, ovvero il solo Numerone e nessun altro dei numeri estratti.

12. Per quanto concerne il premio di categoria quinta, l'articolo 5, comma 4, del decreto direttoriale istitutivo del gioco in questione¹, oltre a stabilire che esso consiste "in una somma di importo pari a 4.000 (quattromila) euro al mese, corrisposta per 240 mensilità consecutive, unitamente ad un premio di prima categoria [...]" prevede che: "Nell'ipotesi in cui si verificano più combinazioni di gioco risultanti vincenti nel medesimo concorso di riferimento, l'importo mensile si suddivide in parti uguali tra tutte le combinazioni di gioco risultate vincenti del premio di categoria quinta".

13. Le estrazioni del gioco hanno cadenza plurigiornaliera, in numero di 13 al giorno e vengono effettuate ad ogni ora.

B) La campagna promozionale

14. Il gioco Win for Life ha avuto inizio il 29 settembre 2009 ed è stato promosso attraverso diversi mezzi di diffusione: locandine, *internet* e schede di gioco.

15. In particolare, sulle schede di gioco in diffusione dal 29 settembre al 25 ottobre 2009 viene riportata l'indicazione "Hai giocato 1€ e hai fatto 10? Hai giocato 2€ e hai fatto 10 o zero? Se il numerone è il tuo, vinci 4.000€ al mese per 20 anni". Nelle spiegazioni presenti sul retro della scheda di gioco, in uno dei riquadri in rosso, è riportata l'indicazione "E con il numerone 4000€ al mese per 20 anni!"; al di sotto del riquadro viene specificato in caratteri minuti che: "Stampato sulla ricevuta di gioco trovi il tuo Numerone. Giocando 1 € se indovini 10 numeri e il Numerone estratto è proprio il tuo, vinci il premio speciale da 4.000€ al mese per 20 anni. Giocando 2 €, se il Numerone estratto è proprio il tuo, vinci il premio speciale con 10 numeri o zero numeri estratti. La probabilità di vincere il premio speciale, giocando 1 €, è di 1 su 3.695.120. Nel caso di due o più punti 10 o zero più il Numerone, la quota viene divisa per il numero dei vincitori".

16. La pagina iniziale del sito *internet* relativo al gioco in esame, accessibile all'indirizzo: www.giochinumerici.info/portal/page/portal/sitoinformativowfl/homepage -oggetto di rilevazione in data 28 ottobre 2009² - cui si accede anche dal sito *web* della società Sisal S.p.A., è caratterizzata da un riquadro centrale in cui compare in rilievo il claim "4.000 € al mese per 20 anni!".

17. Nella sezione esplicativa del gioco, accessibile dal riquadro "Vinci per la vita - Win for Life", in alto a sinistra della *homepage*, viene indicato che "[...] se hai giocato 1 € e indovini **10 numeri più il Numerone**, o se hai giocato 2 € e **indovini 10 o zero numeri più il Numerone, vinci 4.000 € al mese per 20 anni** oltre ai circa 10.000 € del premio previsto per il 10 ovvero lo 0!". Nella sezione relativa ai premi messi in palio e accessibile da un riquadro "QUANTO SI VINCE", posto in alto a sinistra della *homepage*, vi è una tabella che riporta le c.d. "quote medie" di vincita per ciascuna categoria; nella tabella, accanto all'indicazione "fino a 4.000 € al mese per 20 anni", un asterisco rinvia ad una scritta sottostante in cui si legge che "Nel caso di due o più punti 10 o zero più il Numerone in uno stesso concorso, la quota viene divisa per il numero dei vincitori e se si realizza 10 + il Numerone o zero + il Numerone, si vincono ulteriori 10.000€ circa (il premio della categoria 10 o 0)". Parimenti, nell'articolo 5, comma 4, del Regolamento del gioco, accessibile dalla citata *homepage*, viene specificato che: "Il premio di categoria quinta consiste in una somma di importo pari a 4.000 (quattromila) euro al mese, corrisposta per 240 mensilità consecutive, unitamente ad un premio di prima categoria, ai sensi ed agli effetti dell'articolo 3, comma 11. Il premio di prima categoria verrà interamente erogato al vincitore in occasione del pagamento del primo rateo delle 240 mensilità. Nell'ipotesi in cui si verificano più combinazioni di gioco risultanti vincenti nel medesimo concorso di riferimento, l'importo mensile si suddivide in parti uguali tra tutte le combinazioni di gioco risultate vincenti del premio di categoria quinta".

18. Con riferimento alle locandine in diffusione dal 30 settembre 2009 dal claim "WinforLife - Spensierati e sistemati. La vita è più leggera con 4.000€ al mese", relative al gioco in argomento, in uno dei riquadri inferiori si legge: "Con 10 + il numerone e 0 + il numerone vinci 4.000 € al mese per 20 anni".

19. La campagna promozionale è stata modificata attraverso l'inserimento del nuovo claim "fino a 4000 euro al mese". Nel retro delle schede di gioco, inoltre, l'indicazione della suddivisibilità del premio di quinta categoria tra i vincitori è stata inserita, in un paragrafo distinto, con carattere grassetto ed enfatizzato dall'annotazione "N.B." Le modifiche hanno riguardato le schede di gioco a partire dal 26 ottobre 2009, il sito *internet* dal 29 ottobre 2009 e le locandine dal 22 novembre 2009.

3) Le argomentazioni difensive del professionista

20. La Parte sottolinea che, sin dal lancio del gioco in questione, l'indicazione della possibile ripartizione del premio di quinta categoria in caso di più vincitori era presente sul retro delle schede di gioco, nonché nel regolamento del gioco e nelle FAQ (*frequently asked questions*) disponibili sul sito *internet*. L'indicazione non era invece contenuta nelle locandine che, per loro stessa natura, non si presterebbero ad informazioni estese. Tuttavia, tali locandine, secondo il professionista, non dovrebbero formare oggetto di autonoma e separata valutazione a fronte di una campagna promozionale basata sull'utilizzo contemporaneo di una pluralità di mezzi di diffusione. Infine, il regolamento del gioco, contenente la specificazione in merito alla suddivisibilità dei premi, sarebbe disponibile presso tutte le ricevitorie e, quindi, accessibile agli utenti.

21. Nel quadro di una valutazione complessiva dell'intera campagna promozionale, il professionista ritiene che il grado di diligenza osservato corrisponda a quanto sia ragionevole attendersi da un operatore attivo nel settore dei giochi a

¹ [Decreto direttoriale prot. n. 2009/36621/Giochi/Ena del 25 settembre 2009 dell'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato]

² [La formulazione che ivi rileva del sito *internet* in contestazione è stata in diffusione dal 29 settembre al 29 ottobre 2009.]

premio, tenuto anche conto che Sisal ha fornito informazioni maggiori rispetto a quanto prescritto dalla normativa di settore, con riferimento, ad esempio, alle probabilità di vincita.

22. La Parte evidenzia, inoltre, la circostanza di aver provveduto, ancor prima della comunicazione di avvio del procedimento, alla sostituzione del materiale informativo della campagna promozionale, al fine di rendere ancor più chiare le informazioni fornite ai consumatori. Al riguardo, il professionista sostiene peraltro che, ad evitare disparità di trattamento rispetto ai casi in cui le Parti presentino impegni in relazione alla cessazione di condotte ancora in essere, un simile comportamento, posto in essere prima e a prescindere dall'apertura del procedimento, quantunque non corrispondente a una formale presentazione di impegni ai sensi dell'articolo 8 del Regolamento, dovrebbe in ogni caso formare oggetto di considerazione ai fini di un'eventuale chiusura del procedimento senza accertamento dell'infrazione e senza imposizione di sanzioni.

23. Con riferimento all'inidoneità della propria condotta a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore, Sisal osserva, peraltro, che nel settore dei giochi la scelta del consumatore è dettata dalla volontà di tentare la fortuna, nella consapevolezza del fatto che la vincita, per definizione, non è certa; il suo mancato conseguimento non potrebbe quindi essere percepito come un pregiudizio economico. Pertanto, non si potrebbe ragionevolmente sostenere che l'utente, ove pienamente consapevole della suddivisibilità della vincita, avrebbe scelto di non partecipare al gioco.

24. Il professionista osserva, inoltre, che i destinatari delle campagne promozionali in oggetto sono consumatori che usufruiscono abitualmente dei giochi numerici a totalizzatore nazionale e che, pertanto, ne conoscono le caratteristiche essenziali e, segnatamente, la suddivisibilità del premio in caso di più combinazioni vincenti.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

25. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo *internet*, in data 23 febbraio 2010 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo.

26. Con parere pervenuto in data 30 marzo 2010, la suddetta Autorità ha ritenuto che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo, sulla base delle seguenti considerazioni:

- il messaggio di promozione del gioco a premi Win For Life diffuso a mezzo *internet* e caratterizzato dal *claim* "4.000 € al mese per vent'anni", a fronte della perentoria ed enfatica promessa di vincita di un cospicuo premio, non chiarisce con la dovuta evidenza la ripartibilità di quest'ultimo in caso di più vincitori per la medesima categoria di premio nella stessa estrazione, in quanto tale specificazione non è contenuta nella *homepage*, ma è disponibile unicamente nel Regolamento di gioco e nella sezione "quanto si vince";
- l'indicazione della possibile ripartibilità del premio in questione, presente esclusivamente in alcune pagine *web* del sito in esame, di consultazione solo eventuale, non consente al consumatore una chiara, immediata e completa percezione degli elementi essenziali per una decisione consapevole sull'adesione al gioco di cui si discute.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

27. In via preliminare, si rileva che la campagna promozionale del gioco a premi Win for Life, incentrata su diversi mezzi di diffusione, quali il sito *internet* della società, le schede di gioco e le locandine, costituisce una condotta valutabile come un'unica pratica commerciale.

28. Inoltre, i messaggi pubblicitari oggetto di contestazione in sede di avvio del presente procedimento, e ai quali si farà esclusivo riferimento nel prosieguo dell'analisi, sono unicamente quelli caratterizzati dal *claim* "4.000 € al mese per 20 anni", non più in diffusione³.

Dagli elementi in atti risulta che la condotta del professionista deve ritenersi scorretta in quanto idonea a indurre in errore il consumatore su caratteristiche essenziali del gioco e a fargli conseguentemente assumere una decisione economica che non avrebbe altrimenti adottato.

29. In particolare, nella *homepage* disponibile all'indirizzo *www.giochinumerici.com*, il *claim* principale, caratterizzante peraltro l'intera campagna promozionale, promette in maniera perentoria una vincita di 4.000 euro al mese per 20 anni, senza tuttavia specificare che, nell'ipotesi di più vincitori nell'ambito della medesima estrazione e della medesima categoria di premio, la somma indicata verrà tra loro proporzionalmente ripartita. Tale precisazione compare, in maniera non del tutto chiara, in alcune pagine del sito *internet* di consultazione solo eventuale. Nella sezione "Vinci per la vita – Win for Life" viene infatti inizialmente indicata una vincita "fino a 4.000 € al mese per 20 anni" (sottolineatura aggiunta); tuttavia, nel paragrafo immediatamente successivo viene diversamente specificato che "[...] se hai giocato 1 € e indovini 10 numeri più il Numerone, o se hai giocato 2 € e indovini 10 o zero numeri più il Numerone, vinci 4.000 € al mese per 20 anni [...]". ingenerando in tal modo confusione, nel destinatario della comunicazione, circa l'effettiva entità del premio in palio.

³ [Trattasi, in particolare, del sito *internet* in diffusione dal 29 settembre al 29 ottobre, delle locandine diffuse dal 30 settembre 2009 e delle schede di gioco in diffusione fino al 26 ottobre, descritte nei paragrafi 14 e ss. del presente provvedimento.]

30. Analogamente, le schede di gioco sono caratterizzate dalla perentoria promessa di una vincita di "4.000 € al mese per 20 anni". La suddivisibilità del premio promesso in caso di più vincitori viene specificata unicamente sul retro delle schede dove, con evidenza grafica inadeguata, viene indicato che "Nel caso di due o più punti 10 o zero più il Numerone, la quota viene divisa per il numero dei vincitori". Sul retro delle schede permane in ogni caso il richiamo a un premio speciale di "4.000 € al mese per 20 anni" che contraddice e rende nel complesso confusoria la portata della menzionata specificazione.

31. Per quanto riguarda, invece, le locandine in contestazione, le informazioni da esse veicolate circa l'entità del premio costituito da una rendita mensile di 4.000 euro per vent'anni omettono di fornire, a fronte della perentorietà del *claim* utilizzato, qualunque indicazione circa la suddivisibilità dell'eventuale vincita.

32. Inoltre, contrariamente a quanto affermato dalla Parte, non può ritenersi che la portata ingannevole del *claim* "4.000 € al mese per 20 anni" possa essere sanata dal rinvio ad altra fonte (rinvio peraltro del tutto assente nelle locandine), come le ulteriori pagine *internet* e ancor più la consultazione del Regolamento di gioco. Deve, infatti, ritenersi che il Legislatore abbia inteso salvaguardare la libertà di autodeterminazione del consumatore da ogni interferenza ingiusta fin dal primo contatto pubblicitario, imponendo al professionista un preciso onere di chiarezza nella redazione della propria comunicazione commerciale. Secondo un consolidato orientamento interpretativo dell'Autorità, ampiamente confermato dalla giurisprudenza amministrativa, il rinvio a fonti informative ulteriori rispetto al messaggio non è idoneo a sanare l'ingannevolezza di quest'ultimo; ciò in quanto tutte le informazioni necessarie per la corretta comprensione dell'offerta da parte del consumatore devono essere fornite contestualmente, potendo il rinvio ad altra fonte servire, al più, ad integrare i contenuti di quanto prospettato, ma non a circoscriverne la portata.

33. Più in generale, con riferimento al rilievo dell'ingannevolezza contestata, contrariamente a quanto affermato dalla Parte, non può ritenersi che le informazioni relative all'effettivo ammontare del premio di categoria più alta del gioco in esame non siano essenziali e determinanti nell'orientare le scelte economiche dei destinatari delle comunicazioni commerciali di cui si discute.

34. Nel caso di specie, infatti, la forza attrattiva del messaggio - specie nella fase di lancio del nuovo gioco Win for Life - è rappresentata proprio dalla peculiarità del premio, consistente in una cospicua rendita mensile corrisposta per venti anni. La stessa denominazione del nuovo gioco Win for Life (Vinci per la vita), unitamente alla perentorietà del *claim* oggetto del presente procedimento (vinci 4.000 euro al mese per vent'anni), evoca una vincita assai rilevante, per un periodo di tempo prolungato. Non può, pertanto, ragionevolmente sostenersi che il consumatore sia indifferente all'effettiva entità della rendita mensile conseguibile in caso di vincita, che costituisce, per contro, l'elemento centrale e caratterizzante dell'intera iniziativa commerciale, il suo essenziale aspetto di novità e la ragione della sua diffusione presso un *target* sensibilmente più ampio di utenti.

35. Sulla base di quanto sin qui osservato, le comunicazioni in esame devono pertanto ritenersi ingannevoli ai sensi dell'articolo 22 del Codice del Consumo, in quanto forniscono in maniera ambigua e del tutto inadeguata, ovvero omettono, informazioni essenziali di cui il consumatore medio ha bisogno per effettuare una scelta economica consapevole, inducendolo, di conseguenza, ad assumere una decisione che non avrebbe altrimenti preso.

36. Anche alla luce di quanto sopra riportato, deve ritenersi che la pratica commerciale in oggetto integri altresì una violazione dell'articolo 20, comma 2, del Codice del Consumo, in quanto contraria ai principi di correttezza e buona fede che dovrebbero informare l'attività di un professionista operante nel settore dei giochi a premio e delle scommesse, nonché idonea a falsare in maniera apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio che essa raggiunge o al quale è diretta, tenuto anche conto dell'asimmetria informativa esistente tra professionista e consumatore rispetto alla stessa novità delle caratteristiche e delle modalità di funzionamento del gioco Win for Life.

37. Con riferimento, infine, alle osservazioni della Parte secondo cui l'accertamento dell'infrazione in un momento in cui non è più possibile presentare impegni formali - poiché la condotta è stata modificata in un momento antecedente all'avvio del procedimento istruttorio - costituirebbe un trattamento iniquo e discriminante, vale unicamente osservare che tale argomentazione presuppone che gli ipotetici impegni da essa presentati sarebbero stati accettati dall'Autorità, prescindendo completamente dall'ampia discrezionalità di cui essa invece dispone nel decidere se accettare le proposte di impegni, ovvero ritenere prevalente l'interesse a procedere all'accertamento dell'eventuale infrazione.

38. Deve, inoltre, osservarsi che comunque, come anche specificato nel corso dell'audizione, nel caso di specie la Parte non ha presentato alcun impegno ai sensi dell'articolo 8 del Regolamento.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

39. 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.

40. 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.

41. Con riguardo alla gravità, devono considerarsi, unitamente alla dimensione economica del professionista, le specifiche modalità di diffusione della pratica commerciale, suscettibile, in virtù della natura e pluralità dei mezzi

utilizzati - quali *internet*, locandine e schede di gioco - e della fase di lancio del nuovo prodotto, di aver raggiunto e condizionato nelle proprie scelte un numero rilevante di consumatori.

42. Con riferimento alla durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere per un periodo di tempo limitato a circa un mese⁴.

43. In considerazione di tali elementi, si ritiene congruo determinare l'importo base della sanzione amministrativa nella misura di 50.000 € (cinquantamila euro).

44. Peraltro, tenuto conto del comportamento osservato dal professionista, che nel caso di specie ha modificato la propria condotta, la sanzione amministrativa pecuniaria applicabile nei confronti di Sisal S.p.A. viene determinata nella misura di 40.000 € (quarantamila euro).

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta in quanto contraria agli artt. 20 e 22 del Codice del Consumo;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Sisal 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 l'ulteriore diffusione;

b) che alla società Sisal S.p.A. sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 40.000 € (quarantamila euro).

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera b) deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, con versamento diretto al concessionario del servizio della riscossione oppure mediante delega alla banca o alle Poste Italiane, presentando il modello allegato al presente provvedimento, così come previsto dal Decreto Legislativo 9 luglio 1997, n. 237.

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.

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 27, comma 13, del Codice del Consumo, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'articolo 8, comma 2, 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
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

⁴ [Come sopra evidenziato, risulta in atti che il sito *internet* sia stato in diffusione nella versione che ivi rileva dal 29 settembre al 29 ottobre 2009; le schede di gioco nella formulazione originaria, distribuite in un numero di esemplari pari a 115.000, sono state ritirate il 26 ottobre 2009; le locandine in argomento affisse constano di 1.849 esemplari e sono state in diffusione fino almeno fino al 14 ottobre 2009 e successivamente modificate a partire dal 22 novembre 2009.]