

DELIBERA N. 185/25/CONS

PARERE

**ALL'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO
IN MERITO AL PROCEDIMENTO AVVIATO NEI CONFRONTI DI
GIORGIO ARMANI SPA E GA OPERATIONS SPA
IN MATERIA DI PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE**

PS12793

L'AUTORITÀ

NELLA riunione di Consiglio del 10 luglio 2025;

VISTA la legge 31 luglio 1997, n. 249, recante “*Istituzione dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo*” (di seguito, Autorità);

VISTO il decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante “*Codice del consumo, a norma dell’articolo 7 della legge 29 luglio 2003, n. 229*” (di seguito, Codice);

VISTA la delibera n. 223/12/CONS, del 27 aprile 2012, recante “*Adozione del nuovo Regolamento concernente l’organizzazione e il funzionamento dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni*” come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 58/25/CONS;

VISTA la nota pervenuta in data 29 maggio 2025 al prot. n. 133859 dell’Autorità, perfezionata con la successiva nota n.146003 del 12 giugno 2025, con la quale l’Autorità garante della concorrenza e del mercato (di seguito, AGCM) ha chiesto, ai sensi dell’art. 27, comma 6, del Codice e dell’art. 1, comma 6, lettera c), numero 9), della Legge n. 249/97, il parere di questa Autorità rispetto a una pratica commerciale della società Giorgio Armani SpA e GA Operations SpA (di seguito “Gruppo Armani” o “GA” o la “Società” o il “Professionista”) in qualità di professionista, ai sensi dell’art. 18, lettera b, del Codice. Nella nota di richiesta di parere dell’AGCM si informa che, con comunicazione del 9 luglio 2024, è stato avviato un procedimento in materia di pratiche commerciali scorrette nei confronti del Professionista al fine di valutare l’eventuale violazione degli artt. 20 e 21 del Codice;

CONSIDERATO che nella nota di richiesta di parere si informa che, poiché le pratiche in questione sono state diffuse tramite *Internet* (siti *web*) si richiede all’Autorità, ai sensi e per gli effetti di cui all’art. 17, comma 2, del “*Regolamento sulle procedure istruttorie nelle materie di tutela del consumatore e pubblicità ingannevole e comparativa*” (di seguito, Regolamento), adottato dall’AGCM con delibera del 5 novembre 2024, di esprimere il proprio parere in merito;

VISTA la comunicazione dell’AGCM del 9 luglio 2024, di avvio del procedimento istruttorio PS12793, ai sensi dell’art. 27, comma 3 del Codice, dell’art. 6 del Regolamento e contestuale richiesta di informazioni ai sensi dell’art. 12, comma 1, del Regolamento;



CONSIDERATO che, sulla base di quanto riportato nella suddetta comunicazione, la società Giorgio Armani SpA è attiva nella creazione, fabbricazione, distribuzione e vendita di articoli di abbigliamento, calzature, articoli di pelletteria e succedanei, nonché prodotti per l'arredamento, mentre la società GA Operations SpA è attiva nella produzione e nel commercio di articoli di abbigliamento, calzature, articoli di pelletteria e succedanei, nonché prodotti per l'arredamento;

TENUTO CONTO che, nella su riportata nota di comunicazione di avvio del procedimento istruttorio PS12793, AGCOM evidenzia che, in base alla segnalazione pervenuta e agli accertamenti svolti e le informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice, il Gruppo Armani avrebbe posto in essere la seguente condotta:

il Gruppo Armani avrebbe ottenuto la manifattura di borse e accessori da parte di soggetti terzi che impiegano manodopera senza osservare le norme relative alla salute e sicurezza sui luoghi di lavoro e senza rispettare i Contratti Collettivi Nazionali di Lavoro di settore riguardo retribuzioni della manodopera, orari di lavoro, pause e ferie. Tali fatti potrebbero rendere non veritiere le dichiarazioni etiche e sull'eccellenza artigianale rilasciate dal Gruppo Armani, attraverso le quali questo ha assunto una rilevante responsabilità sociale verso i consumatori. In particolare, GA Operations SpA avrebbe affidato la fornitura di borse e accessori a società terze. Queste, non disponendo della capacità produttiva richiesta, avrebbero affidato tali commesse ad opifici "abusivi con manodopera cinese in nero e clandestina": i) in tali opifici sarebbero state riscontrate *“condizioni di lavoro in sfruttamento, [...] pagamento sotto soglia, orario di lavoro non conforme, ambienti di lavoro insalubri, [...] gravi violazioni in materia di sicurezza sui luoghi di lavoro, [...] omessa sorveglianza sanitaria, omessa formazione e informazione, [...] dormitori realizzati abusivamente ed in condizioni igienico sanitarie sotto minimo etico”*; ii) *“[g]li investigatori parlano di un presunto sistema che avrebbe permesso di realizzare una massimizzazione dei profitti inducendo l'opificio cinese che produce effettivamente i manufatti ad abbattere i costi da lavoro (contributivi, assicurativi e imposte dirette) facendo ricorso a manovalanza in nero e clandestina”*; iii) *“la produzione negli opifici abusivi cinesi era attiva per oltre 14 ore al giorno, anche festivi, con lavoratori sottoposti a ritmi di lavoro massacranti e con una situazione caratterizzata da pericolo per la sicurezza della manodopera”*. Inoltre, il Gruppo Armani non avrebbe svolto adeguati controlli della propria filiera produttiva, pure se alcuni dipendenti del Gruppo Armani si sarebbero recati mensilmente presso i suddetti opifici per svolgere i controlli qualità. Emergerebbe, piuttosto, dalle indagini della Procura di Milano menzionate da diverse testate giornalistiche, *“una cultura di impresa gravemente deficitaria sotto il profilo del controllo, anche minimo, della filiera produttiva della quale la società si avvale: prassi illecite così radicate e collaudate da poter essere considerata inserita in una più ampia politica d'impresa diretta all'aumento del business [...] funzionale a realizzare una massimizzazione dei profitti, anche a costo di instaurare stabili rapporti con soggetti dediti allo sfruttamento dei lavoratori”*. Per tali motivi, il Tribunale di Milano avrebbe disposto una procedura di amministrazione giudiziaria sulla base dell'art. 34, d.lgs. n. 159/2011 della GA Operations SpA. Al contempo, il Gruppo Armani ha adottato un cd. "Codice Etico" e diversi altri documenti e dichiarazioni riguardanti la responsabilità sociale e ambientale, l'insieme di valori e, più in generale, l'identità del Gruppo Armani. Tali documenti e dichiarazioni sono



pubblicati su "Sito Armani Values" (<https://armanivalues.com/it/>) a cui rinvia direttamente il "Sito Armani" su cui è possibile fare acquisti *online* (<https://www.armani.com/it/>). Il Codice Etico, espressamente rivolto anche ai fornitori terzi, prevede, tra le altre cose, che: i) *“le esigenze analizzate dal presente Codice non sono solo di ordine legale ed economico ma sono dettate da un preciso impegno sociale e morale che GA assume [...] GA opera nella legalità e vigila affinché tutti i soggetti obbligati al rispetto di questo Codice osservino le leggi e le altre norme degli ordinamenti vigenti evitando che commettano reati e qualsiasi altro tipo di illecito”*; ii) *“Sono altresì destinatari obbligati del Codice i consulenti, i fornitori, i partner delle iniziative commerciali di GA e chiunque svolga attività in nome e per conto di GA o sotto il controllo della stessa”*, iii) *“GA cerca di promuovere lo sviluppo sociale, economico ed occupazionale nel rispetto degli standard e dei diritti internazionalmente riconosciuti in materia di tutela dei diritti fondamentali, non discriminazione, tutela dell'infanzia, divieto di lavoro forzato, tutela dei diritti sindacali, salute e sicurezza sul luogo di lavoro, orario di lavoro e retribuzione”*; iv) *“GA imposta i rapporti con clienti, fornitori e collaboratori esclusivamente sulla base di criteri di fiducia, qualità, competitività, professionalità, rispetto delle regole di una leale concorrenza. In particolare, GA si aspetta che la selezione dei fornitori e dei collaboratori e gli acquisti di beni e servizi avvengano esclusivamente sulla base di parametri obiettivi di qualità, convenienza, prezzo, capacità, efficienza tali da permettere di impostare un rapporto fiduciario con detti soggetti, evitando accordi con fornitori di dubbia reputazione nel campo, ad esempio, del rispetto dell'ambiente, delle condizioni di lavoro e/o dei diritti umani. [...] GA si attende che fornitori e collaboratori adottino comportamenti legali, etici e in linea con gli standards ed i principi internazionalmente accettati in materia di trattamento dei propri dipendenti e lavoratori”*. Inoltre, sul Sito Armani Values il Professionista dichiara che: i) *“Persone, Pianeta, Prosperità - Penso che la moda possa contribuire al rinnovamento in atto riallineandosi ai bisogni reali delle persone, nel rispetto dei beni comuni da tutelare: il tessuto sociale e l'ambiente”*; ii) *“questa [...] è la storia di capi che sono modi di essere e che generano valori autentici [...]. Di ago e filo che cuciono insieme persone diverse nel rispetto reciproco. [...] Verso un futuro più responsabile [...] un nuovo modo di essere sostenibili. [...] Questa è la storia in cui l'etica diventa estetica. E la storia di chi crede nel futuro e ci insegna a ridisegnarlo”*; iii) *“gli stabilimenti produttivi del Gruppo contribuiscono a diffondere il Made in Italy nel mondo attraverso la creazione di prodotti che si contraddistinguono per l'eccellenza artigianale, l'attenzione al dettaglio e la qualità dei materiali”*;

CONSIDERATO che, secondo AGCM, i comportamenti su riportati potrebbero integrare fattispecie di pratiche commerciali scorrette in violazione degli articoli 20 e 21 del Codice. In particolare,

le dichiarazioni etiche e di responsabilità sociale richiamate – assieme a quelle sull'eccellenza artigianale e sulla qualità dei prodotti offerti – appaiono idonee ad influire sulle decisioni di natura commerciale dei consumatori. Infatti, queste sono atte a ingenerare nei consumatori l'affidamento circa il rispetto, da parte del professionista, degli impegni e dei valori professati, portandoli a preferire quei prodotti rispetto ad altri. Tali dichiarazioni appaiono, quindi, direttamente connesse alla promozione e alla vendita dei prodotti in questione, anche in



considerazione del fatto che dal Sito Armani, su cui è possibile compiere acquisti, vi è un rinvio diretto al Sito Armani Values, dove sono contenute. Queste dichiarazioni risulterebbero non veritiere dal momento che il Gruppo Armani avrebbe affidato, direttamente o indirettamente, la produzione di alcuni dei suoi articoli ad opifici, anche abusivi, che impiegano manodopera con salari inadeguati, orari di lavoro oltre i limiti di legge, e condizioni sanitarie e di sicurezza insufficienti, tutte condizioni che contrastano con le dichiarazioni di impegno al rispetto della normativa e delle condizioni minime accettabili di lavoro, e che non sono in grado di garantire il mantenimento dei vantati livelli di eccellenza della produzione;

VISTA la documentazione trasmessa dall'AGCM in allegato alla richiesta di parere relativa al comportamento della Società;

RITENUTO opportuno che il parere sul caso di specie sia reso all'AGCM ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice, riportando le valutazioni di questa Autorità in relazione all'attitudine dello specifico mezzo di comunicazione, utilizzato per diffondere la pratica commerciale, a incidere e amplificare l'eventuale ingannevolezza e/o scorrettezza della medesima pratica;

RILEVATO che la pratica in esame, sulla base della documentazione istruttoria, si riferisce alle comunicazioni e alle attività attuate dalla Società tramite *Internet*;

CONSIDERATO che *Internet* è una rete di comunicazione globale, in grado di offrire velocemente all'utente una vasta sequenza di informazioni atte a influenzarne il comportamento;

RILEVATO che, in base a quanto riportato nell'osservatorio sulle comunicazioni di questa Autorità, i dati sull'accesso ai siti/app dei principali operatori evidenziano un numero mensile di utenti unici¹ che si sono collegati a Internet nel quarto trimestre del 2024 compreso tra 44,6 e 44,7 milioni su base mensile (tra 44,3 e 44,6 milioni nel quarto trimestre del 2023), con oltre 70 ore e 10 minuti² complessivi trascorsi, in media, da ciascun utente navigando su *Internet*; di questi, a dicembre 2024, 43,6 milioni hanno usato Google (43,5 milioni nello stesso mese del 2023), 39,8 milioni Meta Platforms (39,6 milioni nello stesso mese del 2023), 36,3 milioni Amazon (37,2 milioni nello stesso mese del 2023). In aggiunta, il numero di utenti unici dei siti/app di *e-commerce* varia, nel quarto trimestre del 2024, tra 38,7 e 38,8 milioni (tra 38,9 e 39,0 milioni nel quarto trimestre del 2023), con una media di 3 ore e 2 minuti³ trascorsi da ciascun utente navigando su tali siti/app di *e-commerce*;

CONSIDERATO che, con riferimento al caso di specie, il mezzo di comunicazione e acquisto utilizzato, in relazione al servizio offerto dalle Società, risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che, sulla base delle informazioni lette nei siti/app utilizzati dalla Società, potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità delle modalità di promozione e vendita utilizzate;

¹ Numero di utenti/persone diverse che hanno visitato qualsiasi contenuto di un sito *web*, una categoria, un canale o un'applicazione durante il periodo di riferimento.

² Dato riferito al mese di dicembre 2024.

³ Dato riferito al mese di dicembre 2024.



RITENUTO, pertanto, che, allo stato della documentazione in atti, nel caso di specie *Internet* sia uno strumento di comunicazione idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale rispetto alla quale è richiesto il parere a questa Autorità, laddove ne sia confermata la valutazione dell'AGCM sopra richiamata;

VISTI gli atti del procedimento;

UDITA la relazione del Commissario Antonello Giacomelli, relatore ai sensi dell'articolo 31 del Regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento dell'Autorità;

DELIBERA

di esprimere parere nei termini di cui in motivazione.

Il presente parere sarà pubblicato sul sito *web* dell'Autorità, salvo che vengano rappresentate, entro trenta giorni dal suo ricevimento, eventuali ragioni ostative alla pubblicazione.

Roma, 10 luglio 2025

IL PRESIDENTE
Giacomo Lasorella

IL COMMISSARIO RELATORE

Antonello Giacomelli

Per attestazione di conformità a quanto deliberato

IL SEGRETARIO GENERALE
Giovanni Santella