

DELIBERA N. 145/26/CONS

PARERE
ALL'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO
IN MERITO AL PROCEDIMENTO AVVIATO NEI CONFRONTI DI
RIALTO SPA
IN MATERIA DI ATTIVITÀ PARASSITARIE

PV26

L'AUTORITÀ

NELLA riunione di Consiglio dell'11 giugno 2026;

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 del Consumo);

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 del 6 marzo 2025;

VISTA la nota pervenuta in data 26 maggio 2026 al prot. n. 0193959 dell'Autorità, con la quale l'Autorità garante della concorrenza e del mercato (di seguito, AGCM) ha chiesto, ai sensi dell'articolo 8, comma 6, del Decreto legislativo 2 agosto 2007, n. 145, il parere di questa Autorità rispetto a una pratica commerciale di Rialto spa (di seguito Rialto o la Società o il Professionista) in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 2, lettera c), del Decreto Legge n. 16/2020, convertito in Legge 8 maggio 2020, n. 31, recante *“Disposizioni urgenti per l'organizzazione e lo svolgimento dei Giochi olimpici e paralimpici invernali Milano Cortina 2026 e delle finali ATP Torino 2021 - 2025, nonché in materia di divieto di attività parassitarie”* (di seguito Decreto Milano Cortina). Nella nota di richiesta di parere dell'AGCM si informa che, con comunicazione del 19 febbraio 2026, è stato avviato un procedimento in materia di attività parassitarie nei confronti del Professionista al fine di valutare l'eventuale violazione dell'articolo 10 del Decreto Milano Cortina;

CONSIDERATO che nella nota di richiesta di parere si informa che, poiché le pratiche in questione sono state diffuse anche tramite *Internet* (sito *web* e *social network*) si richiede all'Autorità, ai sensi e per gli effetti di cui all'articolo 8, comma 6, del Decreto legislativo 2 agosto 2007, n. 145, di esprimere il proprio parere in merito;

VISTA la comunicazione dell'AGCM del 19 febbraio 2026, di avvio del procedimento istruttorio PV26, ai sensi dall'articolo 12, comma 2 del Decreto Milano Cortina;



CONSIDERATO che, sulla base di quanto riportato nella suddetta comunicazione, la Rialto svolge, quale attività prevalente, quella del commercio nel settore della grande distribuzione, organizzata attraverso 62 ipermercati, distribuiti tra Lombardia, Piemonte ed Emilia-Romagna con il marchio “Il Gigante”;

TENUTO CONTO che, nella su riportata nota di comunicazione di avvio del procedimento istruttorio PV26, AGCM evidenzia che, secondo la segnalazione ricevuta e in base agli accertamenti svolti e le informazioni acquisite, Rialto avrebbe posto in essere la seguente condotta:

il Professionista ha realizzato nel mese di gennaio 2026 una campagna pubblicitaria – diffusa tramite i principali *social network* (Instagram, Facebook), il proprio sito *web* e attraverso volantini promozionali in distribuzione presso la rete di vendita – idonea a creare un collegamento tra il marchio “Il Gigante” e i prossimi Giochi olimpici e paralimpici invernali Milano Cortina 2026 (di seguito, anche “Olimpiadi”), attraverso la denominazione della promozione (“TecnOlimpiadi”) che richiama testualmente le Olimpiadi, la riproduzione simbolo olimpico (immagine dei cinque cerchi olimpici) con immagini di sport invernali nonché immagini di montagne innevate, ciò senza essere annoverato tra gli sponsor ufficiali. La medesima operazione pubblicitaria è stata realizzata mediante un *post* su Instagram nel quale, oltre alle predette denominazioni, immagini, riproduzione del simbolo olimpico, sono riportati chiari e diretti collegamenti alle Olimpiadi, alla montagna e agli sport invernali. La campagna promozionale “TecnOlimpiadi” risulta essere stata pubblicata anche sul profilo Facebook “Il Gigante” in data 16 gennaio 2026, corredata dai *claim* “la tecnologia scende in campo con offerte dedicate, pensate per chi cerca prestazioni, affidabilità e convenienza” e ancora “con il Gigante, la tecnologia gioca sempre nella squadra giusta”. In tal modo, sarebbe stata rafforzata l’idea che la catena Il Gigante aveva legato il proprio marchio ai giochi olimpici invernali, essendone uno degli sponsor. Il Nucleo Speciale Antitrust della Guardia di Finanza ha segnalato, inoltre, che “nonostante l’iniziativa sia terminata il 28.01.2026, sulla pagina *social network* di Facebook, il Gigante, la campagna pubblicitaria *de qua* permane”. Peraltro, tale iniziativa risulta ancora in diffusione alla data del 4 febbraio 2026, come emerge dalla schermata agli atti, estratta dalla pagina Facebook Il Gigante in tale data;

CONSIDERATO che, secondo AGCM, i comportamenti su riportati potrebbero integrare fattispecie di attività parassitarie in violazione dell’articolo 10 del Decreto Milano Cortina. In particolare,

il Decreto Milano Cortina stabilisce, tra l’altro, che: il “simbolo olimpico” (i.e. i cinque anelli) rappresenta una “proprietà olimpica” (cfr. articolo 5-bis, comma 1); “l’uso delle proprietà olimpiche è riservato esclusivamente al Comitato olimpico internazionale, al Comitato olimpico nazionale italiano, al Comitato organizzatore, alla società [Infrastrutture Milano Cortina 2020-2026 S.p.A.] e ai soggetti espressamente autorizzati” (cfr. articolo 5bis, comma 2). Inoltre, viene stabilito un divieto di registrazione non solo del “simbolo olimpico” (cfr. articolo 5bis, comma 3) ma “il divieto si applica in ogni caso alle parole [...]«Milano Cortina» anche in combinazione con l’anno 2026” (cfr. articolo 5bis, comma 4). La predetta attività parassitaria risulta determinata attraverso l’utilizzo, a fini commerciali, di una specifica campagna promozionale legata all’evento dei giochi olimpici tramite la



denominazione “TecnOlimpiadi”, l’utilizzo del simbolo olimpico e il richiamo alla montagna e agli sport invernali. La predetta attività risulta altresì amplificata attraverso la pubblicazione di *post* sui *social network* nei quali viene espressamente creato un collegamento ai Giochi olimpici. Pertanto, dall’analisi della documentazione agli atti, emerge che il Professionista abbia creato un collegamento, anche diretto e testuale, fra il proprio marchio “il Gigante” e i Giochi olimpici e paralimpici invernali Milano Cortina 2026; detto collegamento appare idoneo a indurre in errore il pubblico sull’identità degli sponsor ufficiali, in violazione del divieto di “attività parassitaria” di cui all’articolo 10, commi 1 e 2, lettera a) e c) del Decreto Milano Cortina. In particolare, l’utilizzo nel sito, nei volantini e nei *social* del simbolo olimpico e il richiamo al termine Olimpiadi, creando un collegamento diretto e testuale tra il marchio Il Gigante e le Olimpiadi, sono idonei a indurre in errore il pubblico sull’identità degli sponsor ufficiali, in violazione dell’articolo 10, commi 1 e 2, lettera a) del citato decreto. Inoltre, la promozione del proprio marchio attraverso una campagna pubblicitaria che attiri l’attenzione del pubblico evocando l’evento sportivo delle Olimpiadi invernali è idonea a generare nel pubblico l’erronea impressione che il Professionista sia sponsor dell’evento sportivo citato in violazione dell’articolo 10, commi 1 e 2, lettera c) del Decreto Milano Cortina;

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 8, comma 6, del Decreto legislativo 2 agosto 2007, n. 145, 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 anche 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 2025 compreso tra 43,9 e 44,1 milioni su base mensile (tra 44,6 e 44,7 milioni nel quarto trimestre del 2024), con 69 ore e 6 minuti² complessive trascorse, in media, da ciascun utente navigando su *Internet*; di questi, a dicembre 2025, 42,9 milioni hanno usato Google (43,6 milioni nello stesso mese del 2024), 39,9 milioni Meta Platforms (39,8 milioni nello stesso mese del 2024), 36,8 milioni Amazon (36,3 milioni nello stesso mese del 2024). In aggiunta, il numero di utenti unici dei siti/*app* di *e-commerce* varia, nel quarto trimestre del 2025, tra 38,9 e 39,2 milioni (tra 38,7 e 38,8 milioni nel quarto trimestre del 2024),

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 2025.



con una media di 2 ore e 43 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 dalla 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;

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 della Commissaria Elisa Giomi, relatrice ai sensi dell'articolo 31 del Regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento dell'Autorità;

DELIBERA

alla luce di quanto riportato in motivazione, di esprimere parere secondo cui, nel caso di specie, *Internet* sia uno strumento di comunicazione idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale in oggetto, laddove ne sia confermata la valutazione dell'AGCM.

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, 11 giugno 2026

IL PRESIDENTE
Giacomo Lasorella

LA COMMISSARIA RELATRICE
Elisa Giomi

Per attestazione di conformità a quanto deliberato

IL SEGRETARIO GENERALE
Giovanni Santella

³ Dato riferito al mese di dicembre 2025.