



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

DELIBERA N. 26/26/CONS

PARERE

**ALL'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO
IN MERITO AL PROCEDIMENTO AVVIATO NEI CONFRONTI DI
BERNABEI SRL E BERNABEI LIQUORI SRL
IN MATERIA DI PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE**

PS12804

L'AUTORITÀ

NELLA riunione di Consiglio del 28 gennaio 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 19 dicembre 2025 al prot. n. 0328631 dell’Autorità, 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 del Consumo 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 di Bernabei srl e Bernabei Liquori srl (di seguito, congiuntamente, Bernabei o la Società o il Professionista) in qualità di professionista, ai sensi dell’art. 18, lettera b, del Codice del Consumo. Nella nota di richiesta di parere dell’AGCM si informa che, con comunicazione del 28 maggio 2025, è stato avviato un procedimento in materia di pratiche commerciali scorrette nei confronti del Professionista al fine di valutare l’eventuale violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del Consumo;

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 *app*) 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 28 maggio 2025, di avvio del procedimento istruttorio PS12804, ai sensi dell’art. 27, comma 3 del Codice del Consumo e dell’art. 6 del Regolamento, con contestuale richiesta di informazioni ai sensi dell’art. 13, comma 1, del Regolamento;



CONSIDERATO che, sulla base di quanto riportato nella suddetta comunicazione, la Bernabei svolge, quale attività prevalente, quella del commercio sia al minuto – tramite punti vendita – sia *online* – tramite il sito <https://www.bernabei.it> (di seguito, il Sito) e l'*app* – di bevande alcoliche e non alcoliche;

TENUTO CONTO che, nella su riportata nota di comunicazione di avvio del procedimento istruttorio PS12804, AGCM evidenzia che, in base agli accertamenti svolti e le informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo, Bernabei avrebbe posto in essere la seguente condotta:

il Professionista porrebbe in essere una pratica commerciale consistente nella scorretta indicazione dei prezzi e degli annunci di riduzione di prezzo dei prodotti da essi commercializzati, pubblicizzati tramite il Sito, l'*app* e gli altri canali distributivi da essi impiegati. A mero titolo esemplificativo, in data 5 maggio 2025 sul Sito è indicato quanto segue. In una delle pagine delle offerte promozionali riguardante i prodotti "Selezionati da voi: etichette di rara qualità alla portata di tutti" e in quelle dei singoli prodotti *in offerta*, è indicato "Vino Spumante Brut Millesimato 2024 Lunazzi" al prezzo di 4,90 € (Prezzo più basso: 4,10 € - Prezzo di listino: 7,90 €). In un'altra pagina del Sito dedicata alle promozioni, è indicato "Vini e liquori scontati del 30% e oltre. L'offerta è servita: approfittane! Scorri la nostra selezione, scegli il prodotto , carica il carrello, afferra l'extra-sconto del - 30%". Ad esempio, alla citata pagina e in quelle dei singoli prodotti in offerta è indicato quanto segue: con riferimento alla "Ribolla Gialla Baloc 2024" al prezzo di 6,60 € (Prezzo più basso: 6,50€ - Prezzo di listino: 11,90€). Alla pagina dei vini bianchi, con riferimento al "Muller Thurgau Boem 2023", proposto in vendita a 6,10 €, è precisato "Prezzo più basso: 5,80 € - Prezzo di listino: 11,90 €". Alla pagina dei vini rossi, con riferimento al "Lambrusco Ottocentonero Albinea Canali 2018" proposto in vendita a 6,50 €, è precisato "Prezzo più basso: 6,20 € - Prezzo di listino: 10,80". Parimenti, accedendo all'*app*, alla pagina promozionale "Offerte - Last Minute" , ad esempio, il vino "Metodo Classico Nature Monsupello" è venduto a 21,80 € ed è precisato "Prezzo più basso 19,80 € e "Prezzo di listino 29,90 €". In tutti i casi sopra indicati, cliccando sulle indicazioni "Prezzo più basso" e "Prezzo di listino", nelle pagine dei singoli vini, compare quanto segue: *"Informazioni sul Prezzo: Su Bernabei.it i prezzi sono applicati in piena e totale trasparenza, nel rispetto della normativa europea"*. Sulla base delle rilevazioni effettuate in data 12 maggio 2025, sul Sito e sull'*app* compaiono indicazioni analoghe a quelle sopra riportate;

CONSIDERATO che, secondo AGCM, i comportamenti su riportati potrebbero integrare fattispecie di pratiche commerciali scorrette in violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del Consumo. In particolare,

il comportamento descritto potrebbe integrare una pratica commerciale scorretta in violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del Consumo, con riguardo alla diffusione di informazioni ingannevoli ed omissive sui prezzi e sugli annunci di riduzione di prezzo dei prodotti commercializzati dal Professionista. Ciò, anche in relazione all'articolo 17 bis del Codice del Consumo, recante la disciplina degli "annunci di riduzione di prezzo", che ha attuato e che corrisponde nell'ordinamento italiano all'articolo 6 bis della Direttiva 98/6/CE. In proposito, la Corte di Giustizia dell'Unione Europea, con la pronuncia del 26 settembre 2024 (causa C-330/23, caso



Aldi), ha statuito che: la Direttiva 98/6/CE intende "migliorare l'informazione dei consumatori [...] in modo da permettere a questi ultimi di procedere a scelte consapevoli [...] assicurare un'informazione omogenea e trasparente [e che] il prezzo di vendita dei prodotti offerti ai consumatori [sia] non equivoco, agevolmente identificabile e facilmente leggibile, affinché tale informazione sia precisa, trasparente e univoca" e "il prezzo di vendita di un prodotto presentato in un annuncio come prezzo ridotto non può essere [...] lo stesso del «prezzo precedente» [cioè, il prezzo più basso applicato nei 30 giorni precedenti la riduzione del prezzo, di cui all'articolo 6 bis, paragrafo 2, della Direttiva 98/6/CE e di cui all'articolo 17 bis, comma 2, del Codice del Consumo] o essere addirittura superiore ad esso". Con la citata pronuncia la Corte di Giustizia ha, dunque, indicato che "una riduzione di prezzo di un prodotto, annunciata da un professionista sotto forma di una percentuale o di una dicitura pubblicitaria diretta a sottolineare il carattere vantaggioso del prezzo annunciato [deve essere] determinata sulla base del «prezzo precedente»", di cui all'articolo 6 bis, paragrafo 2, della Direttiva 98/6/CE e, conseguentemente nel diritto nazionale, di cui all'articolo 17 bis, comma 2, del Codice del Consumo. Nonostante l'invito a rimuovere i profili di scorrettezza, numerose indicazioni sugli annunci di riduzione di prezzo – attualmente diffuse tramite il Sito e l'*app* – appaiono ancora scorrette. In proposito, il Professionista pubblicizza come "in offerta" prodotti per cui i prezzi indicati come "promozionali" sono maggiori di quelli più bassi degli ultimi 30 giorni, contrariamente a quanto stabilito dalla Corte di Giustizia. In particolare, le percentuali di sconto pubblicizzate alle citate pagine "promozionali" del Sito e dell'*app* (ad esempio "Vini e liquori scontati del 30% e oltre" e "afferra l'extra-sconto del -30%") e i *claim* che evidenziano la vantaggiosità dei prezzi indicati ("L'offerta è servita" ed "etichette di rara qualità alla portata di tutti") appaiono ingannevoli, non riferendosi al "prezzo precedente", ovvero quello più basso applicato alla generalità dei consumatori nei trenta giorni precedenti all'applicazione della (presunta) riduzione di prezzo. Inoltre, appare ingannevole, sia nelle pagine "promozionali" sia in quelle "non promozionali" del Sito e dell'*app*, la contemporanea indicazione per numerosi prodotti in offerta: (i) del prezzo più basso degli ultimi 30 giorni "sbarrato" (cd. "prezzo più basso"); (ii) del prezzo di vendita attuale più elevato di quello più basso degli ultimi 30 giorni ma inferiore a quello di listino e (iii) del prezzo di listino "sbarrato" più elevato di quello attuale (cd. "prezzo di listino"). Infatti, l'indicazione di un prezzo di listino "sbarrato" più elevato di quello attuale può indurre ingannevolmente il consumatore a ritenere che sia in corso una promozione particolarmente vantaggiosa con sconti rilevanti ("Vini e liquori scontati del 30% e oltre" ed "etichette di rara qualità alla portata di tutti"), mentre tale circostanza non corrisponde al vero essendo il prezzo attuale di vendita di numerosi prodotti superiore a quello più basso degli ultimi 30 giorni. Ciò contrasta con quanto stabilito dalla Corte di Giustizia. Le stesse considerazioni valgono per tutti gli altri canali distributivi impiegati dal Professionista, inclusi i punti vendita "fisici". Infine, nonostante i citati profili di scorrettezza ed ambiguità nell'indicazione dei prezzi dei prodotti in offerta, sul Sito e nell'*app*, è indicato che "Su Bernabei.it i prezzi sono applicati in piena e totale trasparenza, nel rispetto della normativa europea";



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 del Consumo, 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 secondo trimestre del 2025 compreso tra 43,6 e 44,6 milioni su base mensile (tra 44,3 e 44,8 milioni nel secondo trimestre del 2024), con oltre 69 ore e 12 minuti² complessive trascorse, in media, da ciascun utente navigando su *Internet*; di questi, a giugno 2025, 42,4 milioni hanno usato Google (43,4 milioni nello stesso mese del 2024), 39,3 milioni Meta Platforms (40,3 milioni nello stesso mese del 2024), 34,5 milioni Amazon (36,1 milioni nello stesso mese del 2024). In aggiunta, il numero di utenti unici dei siti/app di *e-commerce* varia, nel secondo trimestre del 2025, tra 37,9 e 38,4 milioni (tra 38,9 e 39,0 milioni nel secondo trimestre del 2024), con una media di oltre 2 ore e 20 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;

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 giugno 2025.

³ Dato riferito al mese di giugno 2025.



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

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, 28 gennaio 2026

IL PRESIDENTE
Giacomo Lasorella

LA COMMISSARIA RELATRICE
Elisa Giomi

Per attestazione di conformità a quanto deliberato

IL SEGRETARIO GENERALE
Giovanni Santella