

PS10283 - LIDL OLIO EXTRAVERGINE D'OLIVA

Provvedimento n. 26070

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 giugno 2016;

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;

VISTO il proprio provvedimento del 23 marzo 2016, con il quale, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per particolari esigenze istruttorie;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Lidl Italia S.r.l. in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera b), del Codice del Consumo. La società, con sede in Italia, opera, tra l'altro, nella commercializzazione di olio con il marchio "Primadonna". Il bilancio della società, relativo all'esercizio chiuso il 28 febbraio 2014, presenta ricavi delle vendite e prestazioni pari a 3.041.312.488 €.

Konsumer Italia, nella qualità di associazione dei consumatori; Rete Consumatori Italia, *network* di associazioni dei consumatori.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dal professionista, consistente nella commercializzazione di un olio con caratteristiche qualitative inferiori a quelle dichiarate.

3. In particolare, secondo la segnalazione dell'associazione di consumatori Konsumer Italia, pervenuta il 22 maggio 2015 ed integrata il successivo 12 novembre e le informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo (rilevazioni *internet* compiute d'ufficio il 12 novembre 2015), il professionista avrebbe reso comunicazioni commerciali non veritiere, sull'etichetta, apposta sulle confezioni del prodotto, circa le proprietà organolettiche dell'olio, presentando lo stesso come extravergine sebbene appartenente a categoria merceologica inferiore (olio di oliva vergine).

4. Ciò premesso, la pratica commerciale oggetto del presente procedimento investe la possibile ingannevolezza dell'indicazione "olio extravergine di oliva", apposta sull'etichetta del prodotto e riportata sul sito *internet*.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

Quadro normativo

L'olio extravergine di oliva, per essere qualificato come tale, oltre a dover esser estratto con metodi meccanici, deve rispettare specifici parametri [Regolamento (CEE) n. 2568/91, Regolamento di esecuzione (UE) n. 1348/2013 e Regolamento delegato (UE) n. 1830/2015]. Più precisamente, i Regolamenti (UE) nn. 1348/2013 e 1830/2015 della Commissione¹, prevedono i parametri chimico - fisici unitamente ai relativi limiti analitici necessari a garantire la genuinità e la qualità dell'olio, nonché apposito esame organolettico, c.d. "Panel-test" la cui metodologia, criteri di valutazione, nonché gli strumenti per la valutazione sensoriale sono disciplinati in dettaglio nell'All. XII del Regolamento (CEE) n. 2568/91 e successive modifiche. Siffatto esame, in particolare, è realizzato dai *panel* di assaggiatori riconosciuti dagli Stati membri secondo precise modalità fissate, in Italia, dal decreto del Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali del 18 giugno 2014, rubricato "Criteri e modalità per il riconoscimento dei panel di assaggiatori ai fini della valutazione e del controllo delle caratteristiche organolettiche degli oli di oliva vergini di cui al Regolamento (CEE) n. 2568/91, nonché per l'iscrizione nell'elenco nazionale di tecnici ed esperti degli oli di oliva vergini ed extravergini".

5. Giova evidenziare che, ad esito della valutazione organolettica, l'olio viene classificato - in funzione della "mediana dei difetti" e della "mediana dell'attributo fruttato" - in tre categorie, ossia:

a) olio extravergine di oliva se la mediana dei difetti è pari a 0 e la mediana del fruttato è superiore a 0;

¹ [Che modificano il Regolamento (CEE) n. 2568/91 relativo alle caratteristiche degli oli d'oliva e degli oli di sansa d'oliva nonché ai metodi a essi attinenti.]

- b) olio di oliva vergine se la mediana dei difetti è superiore a 0 e inferiore o pari a 3,5 e la mediana del fruttato è superiore a 0;
- c) olio di oliva lampante se la mediana dei difetti è superiore a 3,5.

1) L'iter del procedimento

Attività istruttoria

- 6.** In relazione alla condotta sopra descritta, in data 13 novembre 2015 è stato comunicato alle Parti l'avvio del procedimento istruttorio n. PS10283 nei confronti di Lidl Italia S.r.l.. In tale sede è stato ipotizzato che la condotta del professionista fosse suscettibile di integrare una violazione degli artt. 20, 21, comma 1, lettera b) e 22, del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e tale da far ritenere che l'olio possedesse le proprietà organolettiche della categoria merceologica riportata in etichetta.
- 7.** Contestualmente alla comunicazione di avvio, al fine di acquisire elementi conoscitivi utili alla valutazione della pratica commerciale in esame, è stato chiesto al professionista, ai sensi dell'articolo 27, commi 3 e 4, del Codice del Consumo e dell'articolo 12, comma 1, del Regolamento, di fornire informazioni in merito alle etichette apposte sulle confezioni del prodotto; agli eventuali *spot* pubblicitari trasmessi su mezzo televisivo o radiofonico e messaggi diffusi a mezzo stampa nel corso del 2015; alle procedure adottate e ai controlli svolti per verificare la sussistenza delle qualità vantate e riportate in etichetta, nonché le relative tempistiche; al volume e valore delle vendite sul mercato italiano nel corso degli anni 2014 e 2015.
- 8.** A seguito di specifiche istanze, la Parte ha avuto accesso agli atti del procedimento il 27 novembre 2015 e il 28 aprile 2016.
- 9.** In data 14 aprile 2016 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento.

2) Le evidenze acquisite

- 10.** La segnalazione dell'associazione di consumatori Konsumer Italia riportava gli esiti dell'indagine condotta dalla rivista mensile "Il Test", edita da Editorialenovanta S.r.l., su alcuni oli extravergine di oliva, tra cui quello a marchio "Primadonna", finalizzata a verificarne l'esatta classificazione. Nel dettaglio, i risultati delle analisi, eseguite dal laboratorio Chimico di Roma, Direzione interregionale per il Lazio e l'Abruzzo delle Agenzie delle Dogane e dei Monopoli, dietro commissione della testata giornalistica, hanno mostrato che alcuni campioni di olio sottoposto a verifica – tra cui quello contraddistinto dal lotto LLD03-7 4352, TMC 18.03.2016 – non erano conformi alla categoria dichiarata ("olio extravergine di oliva") atteso che il valore della mediana del difetto risultava > 0.
- 11.** Inoltre, poiché da notizie di stampa è emerso che la Procura della Repubblica presso il Tribunale di Torino avrebbe iscritto nel registro degli indagati, per i reati di cui agli artt. 515 e 517 c.p., alcuni professionisti che commercializzano olio extravergine di oliva, gli Uffici hanno chiesto a detta Procura informazioni in merito alle indagini giudiziarie in corso.
- 12.** In data 15 gennaio 2016 la Procura inviava una nota in cui segnalava di aver trasmesso alle Autorità giudiziarie competenti per territorio alcuni procedimenti. Contattata pertanto, la Procura della Repubblica presso il Tribunale di Firenze, quest'ultima trasmetteva agli Uffici, in data 7 marzo 2016, una nota con allegati gli esiti dei *test* chimici e organolettici eseguiti a seguito dei campionamenti dei N.A.S. di Torino su richiesta della Procura. I risultati di dette analisi, realizzate il 10 agosto 2015, su campioni del prodotto [prelevati da bottiglia originale in vetro scuro con tappo sigillato, lotto LLT02-1 5161, TMC 10.9.2016] attestano che l'olio confezionato per Lidl Italia da Fiorentini Firenze S.p.A., presenta caratteristiche organolettiche corrispondenti alla categoria "olio di oliva vergine".

3) Le argomentazioni difensive del Professionista

- 13.** Nelle memorie depositate nel corso del procedimento (il 4 dicembre 2015 e il 4 maggio 2016), il professionista ha, in primo luogo, escluso fermamente l'ingannevolezza della dicitura "extravergine di oliva" dell'olio a marchio "Primadonna" rilevando, in primo luogo, la pluralità delle verifiche cui è sottoposto il prodotto: i controlli, prima dell'imbottigliamento, ad opera del produttore Fiorentini, presso i laboratori interni e presso il laboratorio Eurofins di Amburgo, nonché gli *audit* periodici e senza preavviso, effettuati da Lidl Stiftung sui siti produttivi dei fornitori. Il professionista ha precisato di aver promosso, nel corso del 2015, con riferimento all'olio extravergine di oliva a marchio "Primadonna", attraverso un volantino diffuso sul sito *web* la settimana n. 1/2015 e appositi volantini cartacei: uno a livello nazionale, nella settimana n. 32/2015, ed altri, a livello locale, in occasione di particolari ricorrenze (es. apertura o rinnovo di filiali).
- 14.** In secondo luogo, Lidl Italia S.r.l. ha prodotto copia del rapporto di prova AR-14-JK-11674701 del 29 dicembre 2014, redatto dal laboratorio Eurofins di Amburgo², avente esito positivo su un olio appartenente al medesimo lotto LLD03-7 4352 di quello oggetto di campionamento da parte di Editorialenovanta e di analisi ad opera del laboratorio chimico di Roma delle Agenzie delle Dogane e dei Monopoli contestandone le modalità di prelievo e conservazione dei campioni, l'omessa predisposizione di controcampioni ai fini dell'effettuazione delle controanalisi, nonché l'incertezza in ordine alla riconducibilità al professionista del prodotto analizzato.

² [All. 4 alla memoria del 4 dicembre 2015 (doc. n. 20 del fascicolo istruttorio).]

15. Anche con riferimento alle analisi realizzate a seguito del campionamento operato dai N.A.S. di Torino, nell'ambito delle indagini giudiziarie, il professionista deduceva vari vizi procedurali in merito all'omessa indicazione delle modalità di conservazione del campione, all'omessa formazione di un campione rappresentativo ex all. 1 *bis* al Reg. (CEE) n. 2568/1991 e rimarcava la scarsa attendibilità del metodo valutativo mediante degustazione, connotato da apprezzabili margini di opinabilità – circostanza ammessa dallo stesso legislatore comunitario (considerando 13 del Reg. (CE) n. 1638/1998) ripetutamente intervenuto per modificare e migliorare la disciplina del *panel test*.

Peraltro, Lidl Italia S.r.l. ha prodotto 3 rapporti di prova con esito positivo³ - su campioni di prodotto tratti dallo stesso lotto LLT02-1 5161, oggetto di campionamento ad opera dei N.A.S. di Torino e di analisi ad opera del laboratorio chimico di Genova, Direzione interregionale per la Liguria, il Piemonte e la Valle d'Aosta, delle Agenzie delle Dogane e dei Monopoli - eseguiti il 5 giugno 2015 dal laboratorio Eurofins di Amburgo, il 9 giugno 2015 dal laboratorio chimico del fornitore Fiorentini Firenze S.p.A., il 27 luglio 2015 dal laboratorio chimico di Palermo, Direzione regionale per la Sicilia, dell'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli, previo prelievo e campionamento del prodotto effettuato dallo stesso professionista.

Il professionista ha aggiunto che, nel corso del 2015, diverse autorità pubbliche (N.A.S., A.S.L. e I.C.Q.R.F.) hanno effettuato 24 prelievi di campioni dell'olio "Primadonna" in distinti punti vendita sul territorio nazionale e in nessun caso hanno contestato condotte illegittime a Lidl Italia S.r.l., né al fornitore Fiorentini Firenze S.p.A..

16. Il professionista, infine, lamentando che il procedimento dell'autorità si basi sugli esiti di analisi condotte in violazione del dettato normativo – con riferimento ad un giudizio di non conformità fondato unicamente su un parametro che lo stesso legislatore riconosce implicitamente afflitto da una ragguardevole soggettività – sottolineava come, in ogni caso, i risultati analitici rilevati dalle analisi eseguite sulla base dei campioni effettuati dai N.A.S. di Torino, fossero da imputare alla singola confezione e non all'intera partita.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

17. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso mezzi di telecomunicazione, in data 5 maggio 2016 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo.

Con parere pervenuto in data 7 giugno 2016, 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, sollecitato dalle comunicazioni commerciali dell'olio di oliva qualificato come extravergine diffuse tramite *internet* e condizionato dalle informazioni non veritiere poste sull'etichettatura del prodotto riguardo alle sue caratteristiche organolettiche, potrebbe poi effettivamente aderire all'acquisto del prodotto pubblicizzato, così sviluppando in concreto la piena potenzialità promozionale della comunicazione *on line*.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

18. Il presente procedimento è incentrato sulla presunta ingannevolezza dell'indicazione "olio extravergine di oliva", apposta sull'etichetta del prodotto e riportata su alcuni volantini cartacei, nonché su un volantino apparso sul sito *web* la settimana n. 1/2015.

19. In via preliminare, con riguardo alle analisi fatte eseguire per conto della rivista "*Il Test*", su un campione riferibile al lotto LLD03-7 4352, si osserva che le stesse non appaiono idonee a fondare la scorrettezza della pratica, dal momento che non assicurano la riconducibilità certa del campione analizzato al marchio di olio del professionista.

Invero, le operazioni di prelievo sono state effettuate da un soggetto privato privo di poteri di certificazione (ossia da Editorialenovanta S.r.l.), senza il rispetto delle procedure normativamente previste e con riguardo ad una pluralità di campioni prelevati, talché la possibilità di una errata attribuzione del campione al professionista non può essere esclusa. Pertanto, tali elementi probatori non sono sufficienti a fondare un giudizio di scorrettezza della pratica commerciale in esame.

20. Diversamente, le analisi fatte svolgere dalla Procura di Torino, su un campione riferibile al lotto LLT02-1 5161, risultano della massima attendibilità, in quanto sia le operazioni di prelievo che le successive analisi sono state effettuate da soggetti pubblici preposti a tali tipo di controlli (N.A.S./Agenzia delle Dogane e dei Monopoli), che hanno attestato ogni singola fase procedurale, dal prelievamento di campioni sino alla certificazione delle analisi compiute.

Sulla base degli esiti di tali analisi su campioni di olio a marchio "Primadonna", acquisiti nell'ambito di analisi giudiziarie, emerge che tale prodotto non corrisponde alla categoria "olio extravergine di oliva" dichiarata in etichetta trattandosi, invece, di olio vergine di oliva.

21. Con riguardo ai rapporti di prova prodotti dal professionista, che si riferiscono al medesimo lotto oggetto di analisi commissionate dalla Procura, occorre rilevare che gli stessi non appaiono idonei a confutare il sopraccitato accertamento in quanto – non diversamente dagli esiti delle analisi fatte eseguire dalla rivista "*Il Test*" – risultano commissionati da un soggetto non terzo (il produttore Fiorentini) ad un laboratorio chimico dell'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli che si è limitato ad analizzare il campione ad esso sottoposto sulla base di riferimenti indicati dal cliente Lidl (che, peraltro, non ha dato conto delle modalità di prelievamento e campionamento). Pertanto, l'esito del

³ [All. 16 e 17 alla memoria del 4 maggio 2016 (doc. n. 44 del fascicolo istruttorio).]

menzionato rapporto di prova non può essere equiparato ad un accertamento effettuato ai fini di controllo e non può, dunque, inficiare la validità e la solidità delle prove trasmesse dalla Procura della Repubblica presso il Tribunale di Firenze ed acquisite al procedimento dell'Autorità. Né, in ogni caso, rilevano gli esiti di altri controlli menzionati dal professionista nelle memorie difensive in quanto effettuati su lotti differenti da quelli campionati e analizzati per conto della Procura, su cui si basano le valutazioni del presente provvedimento.

22. Con riferimento, inoltre, alle argomentazioni della Parte riguardanti la presunta inaffidabilità delle prove organolettiche, in quanto presenterebbero risultati altamente soggettivi, si richiama quanto previsto dai citati Regolamenti comunitari, che, nello schema decisionale per la verifica della conformità di un campione di olio alla categoria dichiarata prevedono che, anche in presenza di analisi chimiche che attestano la conformità dell'olio, l'esito della prova organolettica sia sufficiente per dichiarare l'olio non conforme alla categoria dichiarata.

23. In via conclusiva si osserva che la categoria merceologica del prodotto è in grado di orientare le scelte di natura commerciale del consumatore, che può preferire un prodotto presentato con caratteristiche qualitative superiori ed è disposto a pagarlo ad un prezzo più elevato. Pertanto, l'indicazione dell'appartenenza di olio alla categoria extravergine quando, in realtà, lo stesso presenta le caratteristiche di un olio vergine, risulta contraria alla diligenza professionale ed idonea a falsare il comportamento economico del consumatore medio che essa raggiunge e costituisce, pertanto, una pratica ingannevole ai sensi dell'articolo 21 del Codice del Consumo.

24. In particolare, quanto alla contrarietà alla diligenza professionale, ai sensi dell'articolo 20 del Codice del Consumo, non si riscontra, nel caso di specie, da parte del professionista, il normale grado di competenza e attenzione che ragionevolmente ci si può attendere, avuto riguardo alla qualità dell'operatore del settore alimentare.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

25. 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 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

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.

26. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame della dimensione economica del professionista - il quale è attivo nel settore della grande distribuzione organizzata ed ha realizzato, nel 2013, un fatturato di circa 3 miliardi di euro - e della diffusione della pratica.

Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere dal 16 giugno 2015 (data di imbottigliamento ed etichettatura del prodotto oggetto di campionamento da parte dei N.A.S. di Torino) ed è ancora in corso (essendo il campione riferibile ad un lotto, LLT02-1 5161, attualmente in vendita, risultando in scadenza il 10 settembre 2016) sia tramite l'etichettatura posta sulle confezioni, sia tramite il volantino diffuso sul sito *web* la settimana n. 1/2015 e alcuni volantini cartacei.

27. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Lidl Italia S.r.l., nella misura di 500.000 € (cinquecentomila euro).

In considerazione del fatto che sussiste, nel caso di specie, una circostanza aggravante in quanto il professionista risulta già destinatario di un provvedimento per violazione del Codice del Consumo⁴, si ritiene di determinare l'importo della sanzione nella misura di 550.000 € (cinquecentocinquantomila euro).

RITENUTO, pertanto, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20 e 21, comma 1, lettera b), del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante l'ingannevole indicazione "olio extravergine di oliva", apposta sull'etichetta del prodotto, su alcuni volantini pubblicitari cartacei e su un volantino diffuso sul *web* la settimana n. 1/2015, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione al prodotto pubblicizzato dal professionista,

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera A), del presente provvedimento, posta in essere dalla società Lidl Italia S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20 e 21, comma 1, lettera b), del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare alla società Lidl Italia S.r.l. una sanzione amministrativa pecuniaria di 550.000 € (cinquecentocinquantomila euro).

⁴ [Provvedimento n. 24887 del 16 aprile 2014 (PS9230, LIDL - Prodotti in garanzia) in Boll. n. 20/2014.]

La sanzione amministrativa irrogata deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando i codici tributo indicati nell'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997.

Il pagamento deve essere effettuato telematicamente con addebito sul proprio conto corrente bancario o postale, attraverso i servizi di *home-banking* e CBI messi a disposizione dalle banche o da Poste Italiane S.p.A., ovvero utilizzando i servizi telematici dell'Agenzia delle Entrate, disponibili sul sito internet www.agenziaentrate.gov.it.

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 della documentazione attestante il versamento effettuato.

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

Ai sensi dell'articolo 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza al provvedimento, 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.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR per il Lazio, ai sensi dell'articolo 135, comma 1, lettera *b*), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'articolo 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'articolo 8 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
Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella