

## **PS10286 - CARAPELLI OLIO EXTRAVERGINE D'OLIVA**

Provvedimento n. 26073

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. Carapelli Firenze S.p.A. (nel prosieguo, Carapelli) 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 i marchi "Sasso classico", "Carapelli Il Frantoio" e "Bertolli Gentile". Il bilancio della società, relativo all'anno 2014, presenta ricavi delle vendite e prestazioni pari a circa 400 milioni di euro.

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 oli 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 dei prodotti "Sasso classico", "Carapelli Il Frantoio" e "Bertolli Gentile" e riportata sul sito *internet* aziendale.

### **III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO**

#### **Quadro normativo**

5. 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 Commissione<sup>1</sup>, 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'Al. 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*".

6. 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;

---

<sup>1</sup> [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*

**7.** In relazione alla condotta sopra descritta, in data 13 novembre 2015 è stato comunicato alle Parti l'avvio del procedimento istruttorio n. PS10286 nei confronti di Carapelli Firenze S.p.A.. 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.

**8.** 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.

**9.** A seguito di specifiche istanze, la Parte ha avuto accesso agli atti del procedimento il 19 e 26 novembre 2015 e il 24 marzo 2016.

**10.** 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**

**11.** 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 quelli contraddistinti dai marchi "Sasso classico", "Carapelli Il Frantoio" e "Bertolli Gentile", 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 "Sasso classico" appartenente al lotto L4338R H1649 MI0002, TMC 11.2015 (R), "Carapelli Il Frantoio" appartenente al lotto L4251T H2255 FI003, TMC 29.02.2016 (T), e "Bertolli Gentile", appartenente al lotto L4348T H0141 FI003, TMC 01.2016 – non erano conformi alla categoria dichiarata ("olio extravergine di oliva").

**12.** 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.

**13.** 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, effettuate il 10 agosto 2015 e 9 ottobre 2015, su campioni del prodotto [prelevati da bottiglia originale in vetro scuro con tappo sigillato, rispettivamente: lotti L5319R H2042 MI0002, TMC 07.2016 (R); L4252T H0338 FI003, TMC 29.02.2016 (T); L5320T H1520 FI003, TMC 07.2016 (T)] attestano che l'olio commercializzato da Carapelli Firenze S.p.A., presenta caratteristiche organolettiche corrispondenti alla categoria "olio di oliva vergine".

### **3) Le argomentazioni difensive del Professionista**

**14.** 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 contraddistinto dai marchi "Sasso classico", "Carapelli Il Frantoio" e "Bertolli Gentile" contestando le modalità di prelievo e di conservazione dei campioni, nonché l'omessa formazione di un campione rappresentativo e rilevando che il vizio organolettico dedotto deriva da un *test* sensoriale connotato da forti margini di opinabilità, come tale, scarsamente attendibile.

In secondo luogo, il professionista ha precisato di aver sottoposto a certificazione del sistema di qualità aziendale UNI/EN ISO 9001:2008 le procedure relative ai controlli di qualità e adeguatezza del prodotto rispetto alla etichettatura e alla comunicazione commerciale<sup>2</sup>, nonché di aver conseguito (e di conservare) la certificazione "BRC Global Standards for food security", rilasciata da una rete mondiale di accreditati (*Bureau veritatis*), oggetto di conferme periodiche all'esito di apposite visite ispettive di cui la più recente nel maggio 2015<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> [All. n. 5 alla memoria del 4 dicembre 2015, doc. 21 del fascicolo istruttorio.]

<sup>3</sup> [All. n. 8 e 9 al doc. 21 del fascicolo istruttorio.]

**15.** Nel dettaglio, Carapelli ha riferito che i *test* chimico fisici ed organolettici su altri campioni di prodotto, appartenenti ai medesimi lotti esaminati dal laboratorio romano dell'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli, effettuati presso due distinti enti accreditati, (quali il laboratorio della Stazione sperimentale per le industrie degli oli e dei grassi di Milano e l'Organizzazione nazionale degli assaggiatori degli oli di oliva presso la CCIAA di Imperia) hanno confermato l'appartenenza del prodotto alla categoria merceologica dichiarata in etichetta<sup>4</sup>.

Anche con riferimento agli esiti dei *test* eseguiti dal laboratorio genovese dell'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli il professionista contestava il numero di prelievi, la tempistica di trasmissione al laboratorio di analisi dopo il prelevamento, l'impossibilità di procedere a controanalisi.

**16.** Inoltre, il professionista ha evidenziato di aver provveduto alla sostituzione dei prodotti appartenenti ai tre lotti esaminati dal menzionato laboratorio genovese, nonché di aver posto in essere, unitamente alla controllante Deoleo S.A. – al fine di offrire una garanzia continua della qualità del prodotto (sin dall'acquisizione delle materie prime) e prevenire il verificarsi nel futuro ipotesi in cui il prodotto non risulti regolamentare – una intensa attività riorganizzativa e correttiva consistente, nell'adozione di interventi mirati di *auditing*, sul proprio assetto organizzativo relativo al settore qualità e acquisti realizzando modifiche all'organigramma, al fine di tenere distinte le responsabilità degli acquisti e della qualità, e istituendo un apposito *Comitato di qualità*, a convocazione mensile, con lo specifico obiettivo di individuare ed implementare, sia le azioni dirette al raggiungimento e al mantenimento dei livelli di qualità stabiliti dalla società, sia le eventuali necessarie azioni correttive.

**17.** Infine, il professionista ha fatto presente di aver affidato a consulenti esterni l'incarico di operare la revisione del codice etico e del modello di organizzazione gestione e controllo ex Decreto Legislativo 8 giugno 2001, n. 231, nonché di aver commissionato un'attività ispettiva sull'affidabilità delle procedure di rintracciabilità e del sistema Qualità. Detta attività ha portato all'adozione di diverse iniziative tra cui, in particolare, la revisione e l'aggiornamento:

- della procedura di qualifica dei fornitori di Deoleo S.A. con la previsione di controlli analitici per confermare la classificazione dell'olio destinato a Carapelli;
- della procedura di gestione delle non conformità analitiche/sensoriali in termini di responsabilità, modalità e tempi di comunicazione, responsabilità rispetto al declassamento del prodotto, responsabilità sulle azioni correttive, decisione e modalità di aggiornamento delle registrazioni sui sistemi informatici/informativi;
- delle modalità di predisposizione di *report* inerenti l'analisi sensoriale.

Il professionista ha, poi, aggiunto che sono in corso di adozione ulteriori misure e, segnatamente, la revisione sia della procedura di rintracciabilità Carapelli, sia delle procedure di comunicazione di eventuali non conformità analitiche e di trattamento del prodotto non conforme, nonché la previsione di sistemi automatici di blocco/sblocco delle partite in base agli esiti dei controlli analitici.

**18.** Infine, Carapelli - richiamando l'orientamento della giurisprudenza amministrativa che, ai fini della configurazione di una pratica commerciale scorretta, richiede una condotta posta in essere, in un arco temporale significativo, con carattere di apprezzabile omogeneità (T.A.R. Lazio, I sez., 6 aprile 2009, n. 3692) - ha eccepito che le condotte contestate hanno costituito episodi isolati e sporadici, inidonei ad integrare una pratica commerciale e ha sottolineato come la non conformità sensoriale è, in ogni caso, circoscritta a soli tre campioni, appartenenti a tre distinti lotti, a fronte di oltre 500 lotti di olio extravergine di oliva prodotti ogni anno.

#### **IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI**

**19.** 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 lo stesso è in grado di offrire velocemente all'utente una vasta sequenza di potenziali informazioni atte a incidere sul suo comportamento.

#### **V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE**

**20.** Il presente procedimento è incentrato sulla presunta ingannevolezza dell'indicazione "olio extravergine di oliva", apposta sull'etichetta dei prodotti "Sasso classico", "Carapelli Il Frantoio" e "Bertolli Gentile" e riportata sul sito *web* aziendale.

**21.** In via preliminare si osserva che con riguardo ai *test* fatti eseguire dalla rivista "*Il Test*", sui campioni riferibili ai lotti L4338R H1649 MI0002, L4251T H2255 FI003, e L4348T H0141 FI003, si osserva che gli stessi non appaiono idonei 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, senza il rispetto delle procedure normativamente previste e con riguardo ad una pluralità di campioni prelevati, talché la

---

<sup>4</sup> [All. nn. 21. e 22 al doc. 21 del fascicolo istruttorio.]

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.

**22.** Diversamente, le analisi fatte svolgere dalla Procura di Torino, sui campioni riferibili ai lotti L5319R H2042 MI0002, L4252T H0338 FI003 e L5320T H1520 FI003, 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 prelevamento di campioni sino alla certificazione delle analisi compiute.

Sulla base degli esiti di tali analisi su campioni di olio contraddistinti dai marchi "Sasso classico", "Carapelli Il Frantoio" e "Bertolli Gentile", acquisiti nell'ambito di analisi giudiziarie, emerge che tali prodotti non corrispondono alla categoria "olio extravergine di oliva" dichiarata in etichetta trattandosi, invece, di olio vergine di oliva.

**23.** Per quanto attiene alle certificazioni conseguite dal professionista, va rilevato che, pur avendo quest'ultimo posto in essere articolate procedure di controllo, le stesse non sono state idonee a prevenire la ricorrenza di un vizio organolettico che non consente di qualificare il prodotto come appartenente alla categoria merceologica riportata in etichetta. Invero, appaiono, in ogni caso, privi di rilevanza 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.

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.

**24.** Quanto, invece, alla censura in merito all'episodicità della pratica commerciale, per un verso, si osserva che il vizio riscontrato non può essere considerato una condotta isolata, dal momento che lo stesso risulta presente in tre campioni dei tre marchi esaminati riconducibili al professionista; per altro verso, giova ricordare il recente orientamento della Corte di Giustizia (I Sez., 16 aprile 2015, C-388/13) secondo cui non è esclusa la sussistenza di una pratica commerciale anche ove la condotta del professionista abbia riguardato un solo consumatore.

**25.** 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.

**26.** 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**

**27.** 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.

**28.** Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame della dimensione economica del professionista, il quale ha realizzato nel 2014 un fatturato di circa 400 milioni di euro, della notorietà del marchio 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 3 maggio 2015 (data di imbottigliamento ed etichettatura del prodotto) al mese di maggio 2016 (epoca di completamento del ritiro dei prodotti appartenenti ai lotti appartenevano i campioni prelevati dai N.A.S. di Torino).

**29.** Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Carapelli Firenze S.p.A., nella misura di 300.000 € (trecentomila 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 dei prodotti, nonché riportata sul sito aziendale, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione ai prodotti pubblicizzati dal professionista;

## DELIBERA

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

b) di irrogare alla società Carapelli Firenze S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di 300.000 € (trecentomila euro).

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](http://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 verrà 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 T.A.R. 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*