

DELIBERA N. 121/24/CONS

**PROCEDIMENTO NEI CONFRONTI DELLA SOCIETÀ
VINCITÙ S.R.L. PER LA PRESUNTA VIOLAZIONE DELLA DISPOSIZIONE
NORMATIVA CONTENUTA NELL'ART. 9, COMMA 1, DEL DECRETO-
LEGGE 12 LUGLIO 2018, N. 87 CONVERTITO CON LEGGE 9 AGOSTO 2018,
N. 96 (CD. DECRETO DIGNITÀ)**

CONTESTAZIONE N. 14/23/DSDI – PROC. 30/FDG

L'AUTORITÀ

NELLA riunione di Consiglio del 30 aprile 2024;

VISTA la legge 14 novembre 1995, n. 481, recante “*Norme per la concorrenza e la regolazione dei servizi di pubblica utilità. Istituzione delle Autorità di regolazione dei servizi di pubblica utilità*”;

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*”;

VISTO il decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259 recante, “*Codice delle comunicazioni elettroniche*”, come modificato, da ultimo, dal decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 207, recante “*Attuazione della direttiva (UE) 2018/1972 del Parlamento europeo e del Consiglio, dell’11 dicembre 2018, che istituisce il Codice europeo delle comunicazioni elettroniche (rifusione)*”;

VISTO il decreto legislativo 12 novembre 2021, n. 208, recante “*Attuazione della direttiva (UE) 2018/1808 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 14 novembre 2018, recante modifica della direttiva 2010/13/UE, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri, concernente il testo unico per la fornitura di servizi di media audiovisivi in considerazione dell’evoluzione delle realtà del mercato*” e, in particolare, l’articolo 41, comma 7 e seguenti;

VISTO il decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70, recante “*Attuazione della direttiva 2000/31/CE relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell’informazione nel mercato interno, con particolare riferimento al commercio elettronico*” (di seguito anche, rispettivamente, “*Decreto e-commerce*” e “*Direttiva e-commerce*”);

VISTO il Regolamento (UE) n. 2022/2065 del Parlamento europeo e del Consiglio del 19 ottobre 2022, relativo a un mercato unico dei servizi digitali e che modifica la

direttiva 2000/31/CE (regolamento sui servizi digitali, di seguito anche DSA) e in particolare gli articoli 4, 5, 6, 8;

VISTO il decreto-legge 15 settembre 2023, n. 123 recante “*Misure urgenti di contrasto al disagio giovanile, alla povertà educativa e alla criminalità minorile, nonché per la sicurezza dei minori in ambito digitale*” convertito, con modificazioni, dalla legge n. 159 del 13 novembre 2023;

VISTA la Risoluzione del Parlamento europeo del 10 settembre 2013 sul gioco d’azzardo *online* nel mercato interno 2012/2322(INI) pubblicata sulla Gazzetta ufficiale dell’Unione europea C 93/42 del 9 marzo 2016 e, in particolare, la lettera f), nella quale viene evidenziato che “*in ragione delle sue intrinseche peculiarità e in applicazione del principio di sussidiarietà, la fornitura di servizi di gioco d’azzardo online non è soggetta a una regolamentazione settoriale specifica a livello di UE ed è esclusa dall’applicazione delle direttive sui servizi e sui diritti dei consumatori, restando tuttavia soggetta a vari atti legislativi del diritto derivato dell’Unione, come la direttiva sulla protezione dei dati, la direttiva sulla privacy e le comunicazioni elettroniche e la direttiva relativa alle pratiche commerciali sleali*”, e la lettera h), in cui si afferma che “*la Corte di giustizia ha confermato che la fornitura di giochi di sorte o d’azzardo costituisce un’attività economica di natura particolare, in relazione alla quale possono essere giustificate restrizioni per motivi d’interesse generale prevalente*”;

VISTA la legge 24 novembre 1981, n. 689, recante “*Modifiche al sistema penale*”;

VISTA la legge 7 agosto 1990, n. 241, recante “*Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi*”;

VISTO il decreto-legge 12 luglio 2018, n. 87, recante “*Disposizioni urgenti per la dignità dei lavoratori e delle imprese*”, convertito, con modificazioni, dalla legge 9 agosto 2018, n. 96 (di seguito “*Decreto dignità*” o “*Decreto*”);

VISTO, in particolare, l’art. 9, comma 1, del Decreto dignità il quale sancisce che “*Ai fini del rafforzamento della tutela del consumatore e per un più efficace contrasto del disturbo da gioco d’azzardo, fermo restando quanto previsto dall’art. 7, commi 4 e 5, del decreto legge 13 settembre 2012, n. 158, convertito, con modificazioni, dalla legge 8 novembre 2012, n. 189, e in conformità ai divieti contenuti nell’art. 1, commi da 937 a 940, della legge 28 dicembre 2015, n. 208, a decorrere dalla data di entrata in vigore del presente decreto è vietata qualsiasi forma di pubblicità, anche indiretta, relativa a giochi o scommesse con vincite di denaro nonché al gioco d’azzardo, comunque effettuata e su qualunque mezzo, incluse le manifestazioni sportive, culturali o artistiche, le trasmissioni televisive o radiofoniche, la stampa quotidiana e periodica, le pubblicazioni in genere, le affissioni e i canali informatici, digitali e telematici, compresi i social media. Dal 1° gennaio 2019 il divieto di cui al presente comma si applica anche alle sponsorizzazioni di eventi, attività, manifestazioni, programmi, prodotti o servizi e a tutte le altre forme di*

comunicazione di contenuto promozionale, comprese le citazioni visive e acustiche e la sovraimpressione del nome, marchio, simboli, attività o prodotti la cui pubblicità, ai sensi del presente articolo, è vietata. Sono esclusi dal divieto di cui al presente comma le lotterie nazionali a estrazione differita di cui all'art. 21, comma 6, del decreto-legge 1° luglio 2009, n. 78, convertito, con modificazioni, dalla legge 3 agosto 2009, n. 102, le manifestazioni di sorte locali di cui all'art. 13 del decreto del Presidente della Repubblica 26 ottobre 2001, n. 430, e i loghi sul gioco sicuro e responsabile dell'Agenzia delle dogane e dei monopoli”;

VISTO, altresì, l'art. 9, comma 2, del Decreto dignità, ai sensi del quale *“fatto salvo quanto previsto dall'articolo 7, comma 6, del decreto-legge 13 settembre 2012, n. 158, convertito, con modificazioni, dalla legge 8 novembre 2012, n. 189, l'inosservanza delle disposizioni di cui al comma 1, comporta a carico del committente, del proprietario del mezzo o del sito di diffusione o di destinazione e dell'organizzatore della manifestazione, evento o attività, ai sensi della legge 24 novembre 1981, n. 689, l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria di importo pari al 20 per cento del valore della sponsorizzazione o della pubblicità e in ogni caso non inferiore, per ogni violazione, a euro 50.000”.*

VISTO il decreto legislativo 25 marzo 2024, n. 41, pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana n. 78 del 3 aprile 2024, recante *“Disposizioni in materia di riordino del settore dei giochi, a partire da quelli a distanza, ai sensi dell'articolo 15 della legge 9 agosto 2023, n. 111”;*

VISTA la delibera n. 220/08/CONS del 7 maggio 2008 recante *“Procedure per lo svolgimento delle funzioni ispettive e di vigilanza dell'Autorità”;*

VISTA la delibera n. 223/12/CONS, del 27 aprile 2012, recante *“Adozione del nuovo regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento dell'Autorità”* come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 434/22/CONS;

VISTA la delibera n. 132/19/CONS, del 19 aprile 2019, recante *“Linee guida sulle modalità attuative dell'art. 9 del decreto-legge 12 luglio 2018, n. 87, recante “Disposizioni urgenti per la dignità dei lavoratori e delle imprese”, convertito con modificazioni dalla legge 9 agosto 2018, n. 96”* (di seguito anche *“Linee guida”*);

VISTA la delibera n. 410/14/CONS, del 29 luglio 2014 e, in particolare, l'Allegato A, recante *“Testo del regolamento di procedura in materia di sanzioni amministrative e impegni”* (di seguito, *“Regolamento”*), come modificato, da ultimo, dalla Delibera n. 286/23/CONS, dell'8 novembre 2023 e l'allegato 1 in calce al Regolamento stesso recante *“Rateizzazioni delle sanzioni amministrative pecuniarie – Istruzioni per gli Operatori”;*

VISTA la delibera n. 265/15/CONS, del 28 aprile 2015, recante “*Linee guida sulla quantificazione delle sanzioni amministrative pecuniarie irrogate dall’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni*” (di seguito cd. “Linee Guida Regolamento Sanzioni”);

VISTO il protocollo d’intesa relativo ai rapporti di collaborazione tra l’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e la Guardia di Finanza del 12 ottobre 2015 e, in particolare, l’articolo 3;

VISTA la delibera n. 317/23/CONS del 5 dicembre 2023, recante “*Ordinanza-ingiunzione nei confronti della società Google Ireland Limited per la violazione della disposizione normativa contenuta nell’art. 9, comma 1, del decreto-legge 12 luglio 2018, n. 87 convertito con legge 9 agosto 2018, n. 96 (cd. Decreto dignità) contestazione n. 5/23/DSDI – proc. 21/FDG*”;

VISTA la delibera n. 318/23/CONS del 5 dicembre 2023 recante “*Ordinanza-ingiunzione nei confronti della società Twitch Interactive Germany GmbH per la violazione della disposizione normativa contenuta nell’art. 9, comma 1, del decreto-legge 12 luglio 2018, n. 87 convertito con legge 9 agosto 2018, n. 96 (cd. Decreto dignità) Contestazione n. 6/23/DSDI - proc. 22/FDG*”;

VISTA la delibera n. 331/23/CONS del 20 dicembre 2023 recante “*Ordinanza-ingiunzione nei confronti della società Meta Platforms Ireland per la violazione della disposizione normativa contenuta nell’art. 9, comma 1, del decreto-legge 12 luglio 2018, n. 87 convertito con legge 9 agosto 2018, n. 96 (cd. Decreto dignità) Contestazione n. 7/23/DSDI – proc. 23/FDG*”;

VISTA la delibera n. 37/24/CONS del 6 febbraio 2024 recante “*Ordinanza-ingiunzione nei confronti della società Top ADS LTD, per la violazione della disposizione normativa contenuta nell’art. 9, comma 1, del decreto-legge 12 luglio 2018, n. 87 convertito con legge 9 agosto 2018, n. 96 (cd. Decreto dignità)*”;

VISTA la delibera n. 50/24/CONS del 1° marzo 2024 recante “*Ordinanza-ingiunzione nei confronti della società Google Ireland Limited per la violazione della disposizione normativa contenuta nell’art. 9, comma 1, del decreto-legge 12 luglio 2018, n. 87 convertito con legge 9 agosto 2018, n. 96 (cd. Decreto dignità) Cont. 16/23/DSDI-proc. 32/FDG*”;

VISTA la delibera n. 65/24/CONS del 6 marzo 2024 recante “*Ordinanza -ingiunzione nei confronti della società Twitter International Unlimited Company per la violazione della disposizione normativa contenuta nell’art. 9, comma 1, del decreto-legge 12 luglio 2018, n. 87 convertito con legge 9 agosto 2018, n. 96 (cd. Decreto dignità) Contestazione n. 11/23/DSDI - proc 27/FDG*”;

VISTE le segnalazioni pervenute all’Autorità dal Nucleo Speciale Beni e Servizi Gruppo Radiodiffusione Editoria - (“Guardia di Finanza”) in data 20 febbraio 2023 (prot. n. 46310), nelle quali venivano denunciate presunte violazioni dell’art. 9 del Decreto dignità effettuate attraverso diversi accordi di promozione di contenuti in relazione a pubblicità di vincite realizzate su casinò online e, più in generale, del gioco d’azzardo. In particolare, nella richiamata relazione la GdF, avendo appreso dalla stampa di diversi rapporti economici tra diverse concessionarie di giochi, nonché dei provvedimenti adottati da Agcom nei confronti di Google (275/22/CONS) e Top Ads (288/22/CONS) quale società titolare del *content creator* Spike Slot, rappresentava di aver effettuato diverse attività di verifica e controllo circa i rapporti commerciali intervenuti tra alcuni dei più noti *content creator*, le piattaforme digitali e le società concessionarie di giochi. All’esito di tali attività la GdF evidenziava il *“sostanziale ruolo che la citata VINCITU S.r.l. assume, nel contesto di riferimento, nell’ambito del quale la stessa si porrebbe come trade d’union tra il soggetto estero TOP ADS Ltd. e i creator italiani per l’attività di pubblicazione di giochi d’azzardo (per conto degli affiliati della società maltese) sulla piattaforma Twitch”*;

VISTO il verbale dell’ispezione condotta in data 12 maggio 2023 dalla Guardia di Finanza, unitamente ai funzionari dell’Autorità presso la sede legale della società Vincitu S.r.l. trasmesso con nota prot. n. 152339 del 7 giugno 2023;

VISTO l’atto di contestazione n. 14/23/DSDI del 1° agosto 2023, recante *“Contestazione alla società Vinci Tu S.r.l., per la presunta violazione del divieto sancito dall’art. 9, comma 1, del decreto legge 12 luglio 2018 n. 87”*, notificato in data 1° agosto 2023, con il quale è stato avviato il relativo procedimento sanzionatorio nei confronti della società Vincitù S.r.l. (di seguito anche Vinci Tu);

VISTA l’istanza di proroga dei termini per la presentazione della memoria e l’istanza di accesso agli atti presentate dalla Società (prot. n. 140395 del 3 agosto 2023), accolte in pari data con nota prot. n. 208340;

VISTA la memoria trasmessa dalla Società con nota prot. n. 229000 del 12 settembre 2023;

VISTE la risposta fornita dalla Società con nota prot. n. 229053 del 12 settembre 2023 in riscontro alla richiesta di informazioni formulata dagli uffici, ai sensi dell’articolo 1, comma 30, della legge 31 luglio 1997, n. 249, in data 25 agosto 2023 (prot. n. 216309);

SENTITA in audizione la Società in data 29 settembre 2023, in accoglimento della richiesta formulata dalla parte;

VISTA la relazione trasmessa dal Nucleo Speciale Beni e Servizi Gruppo Radiodiffusione Editoria - (“Guardia di Finanza”) il 1° dicembre 2023 (prot. n. 308988);

VISTA la proroga disposta dal Consiglio dell’Autorità nella seduta del 20 febbraio 2024 ai sensi dell’articolo 11 del Regolamento per lo svolgimento di ulteriori approfondimenti e, in particolare, per acquisire elementi conoscitivi utili ai fini della definizione del procedimento da parte dell’Agenzia delle Dogane e dei Monopoli;

VISTA la nota (prot. n. 66019) del 1° marzo 2024, con la quale è stata comunicata a Vincitù la proroga di sessanta giorni del termine di conclusione del procedimento in oggetto ai sensi dell’articolo 11 del Regolamento;

VISTA la nota (prot. n. 110256) del 10 aprile 2024, con la quale la Direzione studi ha dato riscontro alla richiesta di acquisire ogni elemento conoscitivo utile riguardante la società Vincitù presente presso il Registro degli Operatori della Comunicazione nonché presso l’Informativa Economica di Sistema avuto specifico riguardo all’attività pubblicitaria eventualmente svolta dalla stessa;

VISTA la nota dell’Agenzia dei Monopoli e delle Dogane pervenuta in data 18 aprile 2024 (prot. n. 112118) in riscontro alla richiesta formulata dalla Direzione competente e nella quale sono stati forniti chiarimenti in merito alle tipologie contrattuali in uso presso i concessionari;

CONSIDERATO quanto segue:

1. Fatto, attività preistruttoria e contestazione

In data 20 febbraio 2023 (prot. n. 46310) è pervenuta una relazione dal Nucleo Speciale Beni e Servizi della Guardia di finanza nella quale venivano denunciate presunte violazioni dell’art. 9 del Decreto dignità effettuate da una società concessionaria attraverso diversi accordi di promozione del gioco d’azzardo. In particolare, la GdF rappresentava di aver effettuato attività di verifica e controllo circa i rapporti commerciali intercorrenti tra alcuni dei più noti *content creator*, le piattaforme digitali e le società concessionarie di giochi. All’esito di tali attività la GdF evidenziava il “*sostanziale ruolo che la citata VINCITU S.r.l. assume, nel contesto di riferimento, nell’ambito del quale la stessa si porrebbe come trade d’union tra il soggetto estero TOP ADS Ltd. e i creator italiani per l’attività di pubblicazione di giochi d’azzardo (per conto degli affiliati della società maltese) sulla piattaforma Twitch*”.

In base a tanto, il predetto Nucleo della GdF, non avendo riscontrato elementi chiari diretti ad identificare una violazione da parte della società Vinci Tu, aveva suggerito lo svolgimento di accertamenti più approfonditi al fine di individuare i canali utilizzati e i soggetti italiani interessati per la pubblicizzazione dei giochi d’azzardo su *Twitch*.

Pertanto, in data 11 maggio 2023 (prot. n. 152339 del 7 giugno 2023) la GdF, coadiuvata da personale Agcom, ha effettuato un’ispezione presso la società Vincitù S.r.l. con l’obiettivo di acquisire ogni documentazione ed informazione utile in ordine alle relazioni commerciali in essere con la società TOP ADS Ltd, nonché con altri *creators* presenti

con propri canali non solo presso Twitch ma anche su tutte le altre piattaforme di condivisione di video quali, YouTube, Instagram, Facebook, Telegram, Twitter e Telegram, oggetto di analoghi procedimenti sanzionatori.

In tale sede è emersa l'esistenza di contratti tra la società Vincitù e soggetti terzi, volti a promuovere e commercializzare i giochi *online* della medesima, riconducibili a due categorie:

a) una prima categoria riguarda 30 (trenta) contratti denominati “*accordi per la promozione dei giochi pubblici a distanza per conto del concessionario Vincitù s.r.l.*” siglati con soggetti terzi che attraverso un'interfaccia personalizzata nei colori e nel logo (c.d. Skin) consentono di accedere ai canali di gioco di proprietà della Vincitù S.r.l.. In dettaglio, attraverso tali canali, la commercializzazione del gioco avviene per il tramite del soggetto titolare dell'interfaccia Skin personalizzata, mentre la gestione sottostante del conto gioco dell'utente finale che utilizza detti servizi resta in capo alla società Vincitù;

b) una seconda categoria riguarda 20 (venti) contratti denominati “*contratti di web affiliazione*”, stipulati con soggetti terzi che gestiscono perlopiù siti di comparazione *online* di giochi *online*. Al riguardo, dal verbale redatto dalla Guardia Finanza è emerso che tali soggetti “*rendono disponibile, una pagina internet di propria titolarità, di comparazione quote nelle modalità che loro ritengono più opportune*” (cfr. pag. 3 del verbale).

Nell'ambito dell'attività ispettiva sono stati inoltre acquisiti i documenti contabili con il dettaglio dei ricavi riversati ai vari soggetti partner della Vincitù per ciascuna delle due tipologie contrattuali.

Pertanto, a valle della descritta attività preistruttoria, l'Autorità ha contestato alla società concessionaria di giochi *online* Vincitù S.r.l. la presunta violazione dell'articolo 9 del decreto-legge n. 87/2018, convertito con modificazioni nella legge n. 96/2018, notificando, in data 1° agosto 2023, l'atto di contestazione n. 14/23/DSDI.

2. Deduzioni difensive e informazioni fornite dalla società

In data 3 agosto 2023, la società Vincitù ha presentato istanza di accesso agli atti del procedimento (prot. n. 140395), a cui è stato dato riscontro in pari data (prot. n. 208340), consentendo l'accesso per via telematica ai documenti del fascicolo procedimentale.

Successivamente, con nota del 12 settembre 2023, Vincitù ha presentato le proprie memorie difensive.

2.1. Osservazioni generali

In via preliminare, Vincitù ha osservato che le asserite violazioni oggetto dell'atto di contestazione sono prive di fondamento in quanto prendono le mosse da un'interpretazione “errata” delle Linee Guida dell'Autorità di cui alla delibera n. 132/19/CONS. Infatti, Vincitù ritiene che l'Autorità abbia erroneamente ricondotto la

nozione di “promozione e commercializzazione” al divieto di pubblicità stabilito nell'articolo 9 del Decreto dignità. Tale articolo, infatti, mira – ad avviso della Società - esclusivamente a vietare la “pubblicità”, anche se indiretta, “*e non certo la promozione e la commercializzazione del prodotto*”. Queste due attività, essendo essenziali all'esercizio dell'impresa, sono ritenute prerogative fondamentali del concessionario, secondo un sistema consolidato avallato e riconosciuto dall'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli.

2.2. I 30 contratti promozionali relativi alle c.d. Skin

Secondo quanto rappresentato dalla società, l'utilizzo della cosiddetta “Skin” costituisce una legittima manifestazione dell'esercizio dell'impresa. Contrariamente a quanto sostenuto nell'atto di contestazione, Vincitù sostiene che le Skin operano nel rispetto delle regole della concessione costituendo parte integrante dell’*”impalcatura del sistema di raccolta del gioco a distanza, per come delineato da ADM”*.

Sul punto, viene espressamente richiamata la Convenzione annessa all'atto di Concessione stipulata con ADM, dalla quale emergono due prerogative fondamentali del concessionario (cfr. art. 5): l'obbligo del concessionario di commercializzare i prodotti di gioco tramite “canali prescelti”, incluso il sito *web*, autorizzati da ADM e la facoltà di svolgere attività di promozione e diffusione dei giochi oggetto di convenzione anche mediante soggetti terzi, salvo il divieto di intermediazione e il rispetto della concessione. Di conseguenza, la società ritiene che nel caso *de quo* trattandosi di gioco a distanza, il “canale prescelto” non possa che concretizzarsi in un sito *web*. Peraltro, Vincitù sottolinea come ogni nuovo canale (sito *web*) debba essere certificato dall'organismo autorizzato da ADM e poi comunicato ad ADM. Precisa, inoltre, come sul portale istituzionale di ADM, in concomitanza di ciascun concessionario, siano elencati i canali prescelti “*e dunque autorizzati da ADM*”¹ che altro non sono che siti *web* in alcuni casi riconducibili allo stesso concessionario e più spesso ai promotori di cui lo stesso si avvale, in ossequio alla convenzione, per commercializzare i prodotti di gioco.

Alla luce delle considerazioni svolte, Vincitù ritiene di poter legittimamente avvalersi di più canali prescelti e autorizzati da ADM (Skin), che integrano l'esplicazione dei diritti di commercializzazione e promozione del gioco che possono essere gestiti da soggetti terzi (promotori) purché operino nel rispetto della convenzione annessa alla concessione.

Inoltre, la società rappresenta che “*la circostanza che nei “contratti di promozione” il concessionario fornisca al promotore propri servizi ed esperienze tecnologiche al fine di promuovere giochi online del concessionario e che il parco clienti raccolto dal soggetto promotore vada a costituire “bene aziendale” di quest'ultimo*” rientra nell'ambito della legittima attività di promozione che costituisce prerogativa tipica dell'attività di impresa. Inoltre, il fatto che il profilo provvigionale sia legato al “parco clienti” costituisce espressione della libertà contrattuale delle parti, non rinvenendosi alcuno schema

¹ ADM verifica che il sito rispecchi le caratteristiche tecnico-funzionali e le regole amministrative della convenzione, sia riguardo all'offerta di gioco, che al profilo informativo

contrattuale obbligatorio e tipico predisposto da ADM circa il rapporto tra concessionario e promotore.

La parte infine evidenzia che l'atto di contestazione risulterebbe poco coerente con una precedente segnalazione dell'Agcom al Governo nella quale venivano segnalate diverse criticità circa l'applicabilità del Decreto dignità a fronte degli obblighi informativi gravanti sui concessionari di divulgazione e promozione del gioco lecito.

2.3. I 20 contratti di affiliazione

Con specifico riferimento ai contratti di affiliazione, Vincitù osserva come l'Autorità non abbia mosso delle contestazioni riguardo specifiche condotte in violazione di legge, ma al contrario abbia contestato il sistema di affiliazione di per sé considerato. In sostanza, AGCOM ha contestato la circostanza che l'affiliato mette a disposizione su un proprio sito *web* i giochi del concessionario, con un profilo provvigionale calcolato in base al volume della raccolta di gioco a favore del concessionario sviluppato dai clienti che accedono al sito del concessionario tramite un *link* univoco, reso disponibile sul sito *web* dell'affiliato.

In primo luogo, la società afferma che le eventuali specifiche violazioni commesse dagli affiliati devono ricadere solo su questi ultimi, in quanto essi sono tenuti contrattualmente a rispettare il divieto di pubblicità. Inoltre, Vincitù sostiene la piena legittimità dei portali tramite i quali gli affiliati svolgono l'attività di comparazione delle offerte, delle quote e dei prodotti di diversi concessionari. Tale attività viene svolta, secondo quanto sostenuto da Vincitù, in modo oggettivo, equilibrato e imparziale e nel rispetto della legge e del divieto di pubblicità.

Sul punto, la società invoca l'applicazione del concetto di "comunicazione di carattere meramente informativo" delineato dalle Linee Guida dell'AGCOM e la disciplina inerente ai "servizi informativi di comparazione", i quali, "*se effettuati nel rispetto dei principi di continenza, non ingannevolezza e trasparenza*", non sono da considerarsi forme di pubblicità.

Con riguardo al profilo provvigionale qualificato come indice sintomatico della finalità pubblicitaria indiretta da parte dell'AGCOM, la parte evidenzia che esso rientra invece nella lecita e legittima finalità comparativa di quote di più *competitors*, costituendo un semplice parametro sulla cui base viene determinato il compenso dell'affiliato. In sostanza, se il sito dell'affiliato svolge una mera attività informativa legittima, l'effetto di promozione del concessionario "*costituisce effetto indiretto ulteriore rispetto alla causa del contratto*", che peraltro secondo la società "*non svolge alcuna attività di call to action verso il pubblico. In definitiva, la determinazione del cliente di accedere al portale del concessionario posto in comparazione e stipulare un contratto di gioco è da intendersi quale effetto indiretto, rispetto all'attività di comparazione*".

Vincitù, al riguardo, richiama la Risposta n.75 resa su istanza di interpello dalla Agenzia delle Entrate, Divisione Centrale Grandi Contribuenti, avente ad oggetto: Art.10, comma 1, n.9) del Dpr n.633 del 1972 - Trattamento, ai fini IVA, dei servizi di promozione del

gioco *online* attraverso siti c.d. "comparatori di quote". In tale documento si afferma che *"la comparazione di quote rientra (...) in un ambito di attività di tipo privatistico (...) e che i siti che svolgono questo servizio, pertanto, non sono sottoposti ad autorizzazioni da parte di questa Agenzia ma, potendo rivestire carattere promozionale del gioco on-line, non devono in alcun modo contenere link che rimandino a siti di gioco illegali (di concessionari non autorizzati)"*. L'ADM ha peraltro ritenuto che *"l'attività che l'affiliato si impegna a svolgere in favore della avente finalità divulgativa e promozionale concretizza (...) una prestazione che solo in via indiretta può correlarsi alla conclusione dei contratti di conto di gioco"*.

Lo stesso parere chiarisce poi che *"l'istante ha rappresentato che intende avvalersi di soggetti Affiliati (...) che, per il tramite di siti c.d. "comparatori di quote", svolgono attività di informazione, comparazione e promozione, consentendo ai potenziali giocatori di accedere direttamente alle piattaforme di gioco dei diversi operatori del settore (...). Come previsto dal punto 1.1 del Programma di affiliazione, l'Affiliato "fornisce alla dei servizi di marketing, come contraente autonomo", non è agente o rappresentante dell'istante, "non avrà alcun diritto, potere o autorità per stipulare Accordi per o per conto della, né potrà assumere obblighi o responsabilità per conto della stessa, né potrà in alcun modo vincolare la"* Il successivo punto 3.2 prevede che l'Affiliato *"è tenuto a commercializzare i Siti e a indirizzare verso di essi i potenziali giocatori" e che lo stesso "sarà l'unico responsabile del contenuto e della scelta delle modalità di marketing"*.

Pertanto, sebbene in via incidentale, Vincitù ritiene che l'ADM abbia chiaramente affermato che la conclusione dei contratti di gioco da parte degli utenti finali possa essere correlata solo in via indiretta alla attività promozionale e divulgativa svolta dal soggetto affiliato. Tale attività si distingue e differisce dall'attività pubblicitaria, vietata dal Decreto dignità.

Alla luce delle considerazioni svolte, la società sostiene che l'atto di contestazione sia infondato sotto ogni profilo, affermando che i rapporti contrattuali contestati operano alla luce di un *"sistema strutturale, su cui ha fatto pieno affidamento l'esponente, in cui si articola il gioco a distanza"*. Tale sistema, peraltro preesistente al Decreto dignità, è condiviso dalla stessa ADM, in aderenza al sistema delle concessioni mediante il quale il concessionario-imprenditore legittimamente svolge la propria attività di promozione e commercializzazione del gioco lecito.

In conclusione, la parte, richiamando i principi costituzionali di buon andamento e imparzialità dell'amministrazione (art. 97 Cost.), richiama l'attenzione sulla circostanza che *"perlopiù tutti i concessionari della raccolta a distanza operino mediante lo schema delle Skin (...) e di rapporti contrattuali con soggetti "affiliati" al fine di promuovere commercializzare e comparare i propri prodotti"*, con un profilo provvisoriale del tutto simile a quello contestato dall'Autorità.

Il procedimento sanzionatorio in esame rappresenterebbe, secondo Vincitù un caso isolato dal quale la società subirebbe danni cospicui, col rischio di arrecare grave

documento all'immagine imprenditoriale e conseguente sviamento di clientela e perdita di posti lavoro dei propri dipendenti e collaboratori.

3. La richiesta di informazioni sul valore economico della pubblicità e la seconda attività ispettiva della Guardia di Finanza

Con nota del 25 agosto 2023 (prot. n. 216309), l'Autorità ha chiesto alla società di indicare per ciascuno dei 50 (cinquanta) accordi di promozione commerciale sopra riportati sottoscritti con diversi soggetti individuati, ogni più utile elemento di dettaglio, tra cui, in particolare: la data inizio del rapporto contrattuale, la modalità di *partnership*, la tipologia di contratto, il valore economico complesso della prestazione.

Con nota del 12 settembre 2023 (prot. n. 229053) la Società non ha fornito quanto richiesto dichiarando, con particolare riferimento al valore della sponsorizzazione o della pubblicità, che *“non sia suscettibile alcuna forma di pubblicità o sponsorizzazione e la medesima società chiede che tale richiesta venga maggiormente specificata, atteso che nel caso di specie non vi è alcun importo fisso, ma pagamenti periodici, trattandosi di rapporti di tipo commerciale”*. Inoltre, la società ha comunicato che le informazioni richieste erano già in possesso della Direzione servizi digitali *“attesa l'acquisizione dei contratti in sede di accertamenti”*, non trasmettendo, conseguentemente, alcuna documentazione.

Conseguentemente, in data 19 e 20 settembre 2023, l'Autorità ha nuovamente richiesto il supporto della Guardia di Finanza al fine di acquisire ulteriore documentazione utile alla definizione del procedimento (prot. n. 235485).

Il 30 novembre 2023, la Guardia di Finanza ha dunque trasmesso all'Autorità una relazione avente ad oggetto l'esito dell'ulteriore controllo svolto presso la Vincitù S.r.l..

In tale relazione, la GdF dà conto del materiale acquisito e, segnatamente, dei contratti di promozione commerciale sottoscritti da Vincitù S.r.l. e di ogni più utile elemento di dettaglio dei rapporti contrattuali in essere (prot. n. 308988).

4. Interlocuzioni con l'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli

Come anticipato, in esito allo svolgimento delle attività istruttorie è emersa, l'esigenza di acquisire alcune informazioni da parte dell'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli in merito alle tipologie contrattuali in uso presso i concessionari del genere di quelle menzionate in riferimento alla Vincitù.

Pertanto, con nota del 28 febbraio 2024 è stata trasmessa una nota all'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli (prot. n. 62904) riscontrata con successiva nota del 18 aprile 2024 (prot. n. 112118).

Nella risposta ADM ha, in via preliminare, precisato che il concessionario per il gioco a distanza è la persona giuridica di diritto privato che esercita pubbliche funzioni nelle attività di gestione, esercizio e raccolta di gioco pubblico per conto dello Stato, avendone

ottenuto un formale titolo concessorio a seguito di gara pubblica europea, è legittimato a raccogliere esclusivamente con le modalità a distanza individuate e definite nell'atto di convenzione accessivo alla concessione" (enfasi aggiunta).

Sul piano amministrativo ha poi aggiunto che *"l'articolo 24 della legge 7 luglio 2009, n.88, al comma 17, lettera g), relativo al gioco on line, impone, tra l'altro, che la commercializzazione del gioco a distanza avvenga esclusivamente mediante il canale prescelto (cioè solo on line e non anche su rete fisica)"*.

Proprio a tal fine, il concessionario utilizza i canali di raccolta (siti web autorizzati o altre modalità di comunicazione a distanza quali, ad esempio, i canali telefonici e la tv interattiva), autorizzati dall'Agenzia.

Il concessionario abilitato alla raccolta a distanza dei giochi del portafoglio ADM, alla luce di quanto osservato *"deve necessariamente utilizzare una procedura automatizzata al fine di comunicare i dati relativi ai canali utilizzati e la tipologia dei giochi offerti ai fini della pubblicazione degli stessi in apposite sezioni pubbliche del sito istituzionale dell'Agenzia"*. Le comunicazioni che superano la fase di validazione vengono poi rese disponibili al pubblico e possono essere identificati come siti autorizzati dall'Agenzia. Detta validazione riguarda qualunque movimentazione dei canali di raccolta, ivi inclusi l'inserimento di nuovi canali, l'aggiornamento e l'eliminazione di canali precedentemente validati e trasmessi.

L'Agenzia ha inoltre precisato che non vi è alcun limite al numero dei canali di raccolta utilizzabili da parte del concessionario tanto che *"nella prassi, come nel caso di specie, vi sono diversi concessionari che utilizzano nello svolgimento della loro attività concessoria più siti internet, molti dei quali sono in realtà gestiti da soggetti terzi estranei alla compagine societaria del concessionario ma che operano in nome dello stesso con accordi di tipo privatistico che non sono a conoscenza di questa Agenzia che, come detto, riconosce la responsabilità esclusiva del concessionario abilitato a seguito di procedura di gara pubblica europea"* (enfasi aggiunta).

Con specifico riferimento a quanto richiesto dall'AGCOM con la predetta nota, ADM ha osservato che la prima categoria di contratti riguardano i rapporti tra i concessionari e soggetti terzi che operano attraverso le c.d. *skin*, cioè una veste grafica differente, cui si accede con URL distinta del sito di uno stesso concessionario.

In particolare, osserva che *"il cliente/giocatore che gioca tramite skin stipula un contratto di conto di gioco direttamente con quel concessionario. Questa Agenzia consente la gestione delle skin, della quale non vi è una specifica definizione nelle norme vigenti se non in documenti tecnici quali, ad esempio, le "Linee Guida per la certificazione della piattaforma di gioco", da parte di un soggetto terzo atteso che il suo sito è solo una "vetrina", un punto di accesso, alla piattaforma del concessionario, il quale provvede alla contrattualizzazione del cliente/giocatore."* Su tale ultimo aspetto, ADM osserva che *"le skin sono ammesse a patto che sia posto in evidenza al giocatore chi è il*

concessionario a cui si riferiscono (quindi, con evidenza del codice concessione, ragione sociale, contatti, ecc.)”.

ADM ha segnalato che proprio di recente il legislatore italiano con il decreto legislativo 25 marzo 2024, n. 41 (pubblicato in G.U. n. 78 del 3 aprile 2024) *“ha voluto vietare tale possibilità di proliferazione di soggetti terzi che operano nell’ambito del gioco pubblico in nome di alcuni concessionari”* precisando, tuttavia, che tale limitazione troverà applicazione solo al momento dell’assegnazione delle nuove concessioni.

Con specifico riferimento, poi, alla seconda tipologia di contratti, ADM ha osservato che si tratta di contratti sottoscritti tra i concessionari per il gioco a distanza e i c.d. siti “comparatori di quote”, vale a dire con *“web affiliati che rendono disponibile una pagina di propria titolarità di comparazione quote nelle modalità che loro ritengono più opportune”*.

Parimenti, anche questi contratti, osserva ADM, *“disciplinano un rapporto di tipo privatistico tra i concessionari e le società che gestiscono i c.d. siti “comparatori di quote” e non vengono in alcun modo portati a conoscenza dell’Agenzia delle Dogane e dei Monopoli. L’ADM, infatti, ha rapporti esclusivamente con i concessionari abilitati alla raccolta del gioco pubblico attraverso la gestione dei canali di raccolta su rete fisica o su rete a distanza. Pertanto, l’attività di comparazione delle quote offerte dai concessionari e disciplinata con i predetti contratti, non comportando attività di raccolta di gioco, non rientra nella competenza di controllo di questa Agenzia”*.

5. Risultanze istruttorie e valutazioni dell’Autorità

Con riferimento alle argomentazioni svolte dalla Società relative all’asserita liceità delle condotte oggetto di contestazione, appare opportuno procedere, in via preliminare, ad una sintetica ricostruzione del quadro normativo di riferimento allo scopo di chiarire quali siano le condotte che il legislatore considera illecite.

L’articolo 9 del sopra citato Decreto dignità prescrive che *“al fine di un più efficace contrasto del disturbo da gioco d’azzardo è vietata qualsiasi forma di pubblicità, anche indiretta, relativa a giochi o scommesse con vincite di denaro nonché al gioco d’azzardo, comunque effettuata e su qualunque mezzo, incluse le manifestazioni sportive, culturali o artistiche, le trasmissioni televisive o radiofoniche, la stampa quotidiana e periodica, le pubblicazioni in genere, le affissioni e i canali informatici, digitali e telematici, compresi i social media [...]”*.

Inoltre, lo stesso comma precisa: *“Dal 1° gennaio 2019 il divieto di cui al presente comma si applica anche alle sponsorizzazioni di eventi, attività, manifestazioni, programmi, prodotti o servizi e a tutte le altre forme di comunicazione di contenuto promozionale, comprese le citazioni visive e acustiche e la sovraimpressione del nome, marchio, simboli, attività o prodotti la cui pubblicità, ai sensi del presente articolo, è vietata”*.

Il comma 2 del richiamato articolo, al fine di rafforzare la portata dissuasiva della sanzione che assiste il divieto sancito al primo comma, ha previsto che siano responsabili dell'illecito: (1) *“committente”*, (2.1) *“proprietario del mezzo o del sito di diffusione”*, (2.2) *“proprietario del mezzo o del sito di destinazione”* e (3) *“organizzatore della manifestazione, evento o attività”*.

Invero, la *ratio* del divieto ivi contenuto risiede nel dichiarato intento di contrastare il fenomeno della ludopatia, (qualificato oggi come “disturbo da gioco d'azzardo”, c.d. DGA, ai sensi dell'articolo 9, comma 1-bis del Decreto dignità) e di rafforzare la tutela del consumatore/giocatore, con particolare riferimento alle categorie vulnerabili. Ne consegue che l'ambito soggettivo e oggettivo di applicazione della norma sono ampi.

Al fine di coordinare le nuove previsioni del Decreto dignità con l'articolata disciplina di settore previgente, non incisa dall'intervento legislativo e con i principi costituzionali e dell'Unione europea, l'Autorità, con la delibera n. 132/19/CONS, ha adottato delle specifiche Linee Guida con l'intento di coordinare le nuove previsioni del Decreto dignità. Segnatamente, le Linee Guida forniscono chiarimenti interpretativi in ordine agli ambiti di applicazione oggettivo, soggettivo e territoriale dell'art. 9 del Decreto dignità.

Come affermato dal TAR del Lazio nella sentenza n. 11036/2021, posto che non esiste una puntuale normativa comunitaria sul gioco d'azzardo *online* e sulla relativa pubblicità, gli Stati membri hanno il potere di emanare disposizioni finalizzate a contrastare la diffusione del gioco d'azzardo, ancorché le stesse possano determinare delle restrizioni all'offerta ed alla prestazione di servizi, anche nell'ambito della società dell'informazione.

La norma in commento, infatti, non esclude dalla propria applicabilità i soggetti stabiliti all'estero. Nella sentenza in parola, il Giudice ha precisato che le menzionate Linee Guida dell'Autorità vanno qualificate sub specie di circolare interpretativa - come tali prive della natura di atto amministrativo precettivo – *“le cui indicazioni, seppure volte ad indirizzare uniformemente l'attività degli uffici, possono essere motivatamente disattese dalla stessa autorità emanante, all'esito di diversa valutazione”*

Ai fini dell'irrogazione della sanzione trova applicazione la legge n. 689/81, espressamente richiamata dalla norma.

Nello specifico, la Società ha evidenziato che le attività oggetto delle relazioni commerciali con i soggetti terzi (promozione e commercializzazione), essendo essenziali all'esercizio dell'impresa, sono prerogative fondamentali della società *“pienamente riconosciute e approvate anche dall'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli di Stato”*. Al riguardo, è necessario altresì tenere conto di quanto previsto nella concessione e nella convenzione annessa al cui rispetto il concessionario è obbligato.

Al riguardo, si rappresenta che le suddette attività si pongono in violazione della normativa di divieto di pubblicità del gioco d'azzardo ai sensi dell'articolo 9 del Decreto dignità solo qualora si traducano in una qualunque forma di pubblicità, comunque effettuata. La norma in oggetto, infatti, nel vietare *“qualsiasi forma di pubblicità, anche”*

indiretta” afferente a giochi con vincite in denaro, stabilisce un divieto assoluto di pubblicità. Non è quindi la mera esistenza dei contratti di promozione e commercializzazione dei giochi *online* a costituire, di per sé, un elemento di violazione della normativa ma occorre valutare caso per caso se detta attività di promozione si sia tradotta in una forma di pubblicità.

Si rileva, peraltro, che la generica attività di promozione e commercializzazione non è immediatamente assimilabile alla pubblicità ma ne costituisce una diversa categoria economica. L’attività di promozione, infatti, viene tradizionalmente finalizzata alla conclusione del contratto all’interno di un rapporto diretto e personale con il cliente, a differenza della pubblicità che ha una natura generale ed è diretta ad un pubblico indistinto, ancorché identificativo di un determinato *target*. Cosa diversa dall’attività di promozione sono poi le comunicazioni a contenuto promozionale, che rientrano invece nell’alveo della comunicazione pubblicitaria, ovvero le sponsorizzazioni.

Quanto al profilo provvigionale previsto dai contratti *de quo*, secondo cui l’utile riconosciuto ai contraenti è determinato da una quota percentuale delle somme giocate dagli utenti, vale osservare come si tratti di una forma di *revenue sharing* tipica delle modalità di remunerazione dei settori commerciali.

Con riferimento alle singole categorie di contratti tra la società Vinci Tu e soggetti terzi oggetto di analisi, alla luce di quanto emerso dall’attività istruttoria si evidenzia quanto segue.

La società rappresenta che l’utilizzo delle c.d. *Skin* rispetta il sistema di regole della concessione, nell’ambito del legittimo esercizio dell’attività di impresa. In particolare, nelle memorie difensive si richiama la Convenzione di Concessione stipulata con ADM, nella parte in cui prevede “*l’obbligo del concessionario di commercializzare i prodotti di gioco tramite “canali prescelti”, incluso il sito web, autorizzati da ADM e la facoltà di promuovere e diffondere i giochi oggetto di convenzione anche mediante soggetti terzi, salvo il divieto di intermediazione e il rispetto della concessione*”.

Sul punto, occorre rilevare come la circostanza che ogni canale di gioco (sito *web*) debba essere certificato e autorizzato da ADM, attraverso un controllo delle caratteristiche tecnico-funzionali del sito, non implica che il suddetto controllo riguardi anche le modalità adottate per la gestione delle interfacce personalizzate di accesso (cd. “*skin*”) al canale di gioco del concessionario.

Tuttavia, come affermato dalla stessa ADM, le disposizioni in materia “*non prevedono alcun limite al numero dei canali di raccolta utilizzabili da parte del concessionario tanto che nella prassi, come nel caso di specie, vi sono diversi concessionari che utilizzano nello svolgimento della loro attività concessoria più siti internet, molti dei quali sono in realtà gestiti da soggetti terzi estranei alla compagine societaria del concessionario ma che operano in nome dello stesso con accordi di tipo privatistico*”. L’ADM ha comunque precisato di consentire la gestione delle *skin* da parte di un soggetto terzo “*atteso che il suo sito è solo una “vetrina”, un punto di accesso, alla piattaforma del concessionario,*

il quale provvede alla contrattualizzazione del cliente/giocatore” e ne risponde pienamente e direttamente in quanto titolare delle suddette skin. Peraltro, si rileva, come sopra riportato, che a seguito dell’adozione del d. lgs 25 marzo 2024, n.41, con il rilascio delle nuove concessioni tale possibilità – a far tempo dal rilascio delle nuove concessioni a seguito di gara pubblica - non sarà più consentita.

Riguardo all’osservazione della Società circa il fatto che ADM “*non abbia previsto alcuno schema contrattuale obbligato e tipico volto a disciplinare il rapporto tra le parti*”, preme osservare che tale rilievo non può in ogni caso portare le parti, nell’ambito dell’esercizio della rispettiva libertà contrattuale, a stipulare contratti i cui effetti siano contrari alla legge. Ai fini dell’identificazione dell’illecito occorre quindi valutare se detti contratti si sono tradotti in una qualunque forma pubblicitaria o meno.

Dalle evidenze raccolte dalla GdF, relativamente ai trenta contratti afferenti a tale categoria, è emerso che solo due di questi si sono effettivamente tradotti in un’attività di promozione attuata mediante una forma di comunicazione pubblicitaria. In particolare, si tratta del contratto con la società Top Ads, che attraverso il *content creator* Spike Slot ha promosso i siti di gioco di Vincitù attraverso i propri canali social con contenuti a carattere pubblicitario. Tale condotta illecita da parte della società Top Ads è stata oggetto di un’ordinanza ingiunzione adottata dall’Autorità con la delibera n. 37/24/CONS.

Di contro, per gli altri 28 contratti non è stata riscontrata evidenza né acquisita alcuna prova documentale dell’eventuale diffusione di contenuti illeciti ai fini dell’esecuzione del contratto di promozione.

Quanto ai contratti dei cd. “*web affiliati*”, fatti salvi cinque contratti per i quali dall’istruttoria è emerso che riguardavano soggetti intermediari, negli altri casi si tratta di contratti con gestori di siti di aggregazione/comparatori. In tali siti sono presenti non solo i siti di scommesse riconducibili alla società Vinci Tu ma anche a molte altre concessionarie autorizzate da ADM. Si tratta quindi di una modalità commerciale diffusa e comunemente utilizzata in tutto il settore.

Peraltro, la stessa Guardia di Finanza ha evidenziato che “*la presenza di altri bookmakers sulle pagine dei “webaffiliati” della Vincitù S.r.l., induce a pensare che verisimilmente gli stessi abbiano sottoscritto contratti della medesima natura con gli altri concessionari di gioco presenti sulle pagine di comparazione*”.

Sotto diverso profilo, la Società sostiene che il sito di comparazione dell’affiliato svolge una “*legittima funzione di informazione, laddove l’eventuale riflesso della “promozione” del concessionario posto in comparazione, altrettanto legittimo, costituisce effetto indiretto ed ulteriore rispetto alla causa del contratto, suscettibile di remunerazione in favore del medesimo affiliato che, tuttavia, a tal fine non svolge alcuna attività di call to action verso il pubblico*”.

Sul punto, occorre richiamare la definizione di servizi informativi di comparazione di quote o offerte commerciali dei diversi concessionari di gioco legale, che le citate Linee

Guida dell’Autorità ritengono compatibili, a determinate condizioni, con la previsione normativa.

Pertanto, ai fini delle valutazioni sulla liceità della condotta con riferimento ai *web* affiliati, vengono in rilievo le modalità con cui le suddette comparazioni sono rappresentate. Tali modalità, tuttavia, non risultano essere definite dai singoli concessionari che forniscono le informazioni oggetto di comparazione bensì rientrano generalmente nell’autonomia editoriale del gestore del sito.

In particolare, ai fini dell’identificazione delle condotte illecite occorre effettuare un’analisi dei singoli siti per valutare la funzione informativa ovvero pubblicitaria delle comparazioni rappresentate sulla base di una serie di fattori quali: la grafica adoperata, l’eventuale presenza di collegamenti ipertestuale ai siti di gioco, la presentazione di *bonus* di benvenuto e altre modalità di comunicazione pubblicitaria.

Al riguardo si rappresenta che dalle evidenze raccolte nonché dall’esame dei contratti che regolano i rapporti tra la Vincitù S.r.l. e i soggetti affiliati non emergono elementi atti a provare che il concessionario possa incidere sulla struttura del sito di comparazione o determinarne l’assetto grafico e la modalità di presentazione della propria offerta. Inoltre, nei suddetti contratti è presente un richiamo al rispetto delle previsioni normative del Decreto dignità.

RITENUTO, alla luce delle considerazioni svolte, di ritenere in violazione del divieto in parola la condotta tenuta da Vincitù nei rapporti con la società Top Ads Ltd relativamente ai siti internet di scommesse “Betroom” e “Wincasino”;

RITENUTO, anche alla luce delle considerazioni svolte da ADM, di non disporre di elementi che inducano a ritenere violativi del divieto gli altri rapporti (cd. *Skin*) attualmente in essere;

RITENUTO che per i restanti illeciti contestati alla Vincitù e relativi ai cd “contratti di affiliazione”, allo stato degli elementi disponibili in atti e con riserva di procedere alla verifica dei siti di comparazione/quote per accertare le modalità concrete di implementazione di tale affiliazione e le rispettive responsabilità concrete, non risultano elementi sufficienti a ritenere dette condotte violative del divieto sancito dalla legge;

RILEVATO che, per quanto concerne l’analisi del valore economico degli illeciti rilevati, ai sensi del richiamato articolo 9 del Decreto dignità per la violazione del divieto in parola è prevista l’irrogazione di una sanzione commisurata al valore della pubblicità, in ogni caso non inferiore, per ogni violazione, a euro 50.000,00 (cinquantamila/00). Più in particolare, ai sensi del comma 2 del predetto articolo 9 *“l’inosservanza delle disposizioni di cui al comma 1, comporta a carico del committente, del proprietario del mezzo o del sito di diffusione o di destinazione e dell’organizzatore della manifestazione, evento o attività, ai sensi della legge 24 novembre 1981, n. 689, l’applicazione di una*

sanzione amministrativa pecuniaria di importo pari al 20 per cento del valore della sponsorizzazione o della pubblicità e in ogni caso non inferiore, per ogni violazione, a euro 50.000”;

CONSIDERATO che nel procedimento sono stati acquisiti tutti gli elementi istruttori nella piena garanzia del contraddittorio;

RITENUTO, alla luce di quanto sopra, di procedere con l’irrogazione della sanzione prevista dall’articolo 9 del Decreto dignità relativamente ai due illeciti commessi dalla società in relazione al rapporto contrattuale stipulato con la Top ADS LTD;

RITENUTO alla luce delle motivazioni sopra riportate che non ricorrono, allo stato degli elementi in atti, elementi sufficienti per ritenere i restanti contratti *ex se* in violazione del divieto. Al riguardo, l’Autorità intende avviare una attività di verifica sui siti di comparazione individuati allo scopo di accertare le concrete modalità attuative dei contratti in essere riservandosi di assumere le iniziative conseguenti;

RILEVATO che il valore complessivo della pubblicità per entrambi gli illeciti relativi ai contratti con la società Top ADS LTD per i siti di gioco “Wincasino” e “Betroom” risulta pari ad euro 1.942.269,60;

RILEVATO per l’effetto che, in ossequio al dettato della norma, il 20% del valore della pubblicità risulta essere pari ad euro 388.453,92 come tale superiore alla soglia minima di euro 50.000,00 prevista dal legislatore al predetto comma 2 dell’articolo 9;

RIENUTO, pertanto che relativamente ai predetti illeciti l’importo della sanzione risulta essere di euro 388.453,92;

ACCERTATO che la Società non ha inteso accedere all’istituto del pagamento in misura ridotta della sanzione amministrativa prevista dall’art. 16, comma 1, della legge n. 689 del 1981;

RITENUTO, per l’effetto, di dover determinare la sanzione per la violazione delle disposizioni normative contestate nella misura di euro 388.453,92 (trecentottatottomilaquattrocentocinquantequattro/92) corrispondente al 20% del valore della pubblicità quale risultante dai contratti stipulati sopra identificati per cui è stata rilevata la violazione dell’articolo 9 del Decreto dignità e che in tale commisurazione rilevano altresì i seguenti criteri, di cui all’art. 11 della legge n. 689/1981:

A. Gravità della violazione

Il comportamento posto in essere dalla Società sopra menzionata deve ritenersi di entità elevata in quanto il bene giuridico protetto dalla norma, ossia il contrasto della ludopatia, esige una tutela rafforzata proprio al fine di evitare effetti pregiudizievoli in danno dei consumatori.

B. Opera svolta dall'agente per l'eliminazione o l'attenuazione delle conseguenze della violazione

La Società, a seguito della ricezione dell'atto di contestazione, non ha posto in essere alcuna iniziativa volta ad eliminare o attenuare gli effetti della violazione.

C. Personalità dell'agente

La Società è dotata di una struttura idonea a garantire una puntuale osservanza delle disposizioni richiamate.

D. Condizioni economiche dell'agente

Ai fini della valutazione delle condizioni economiche dell'agente, deve sottolinearsi come Vincitù, dall'analisi dei documenti di bilancio per l'esercizio 2022, presenta dei risultati di conto economico che evidenziano un ricavo pari a 144.074.323 milioni di euro per il 2022 e di 157.693.883 milioni di euro per il 2021. Parimenti, si rileva che la società non presenta delle perdite ma degli utili pari a 2.417.173,00 milioni di euro per il 2022 e di 1.898.077,00 per il 2021. Pertanto, si ritiene congrua l'irrogazione della sanzione come di seguito determinata. Si ritiene infatti che le condizioni economiche dell'agente siano tali da giustificare la complessiva misura della sanzione pecuniaria oggetto del presente provvedimento, la quale appare pertanto proporzionata.

RITENUTO, per l'effetto, di dover determinare la sanzione per ciascuna violazione della disposizione normativa accertata nella misura pari a euro 388.453,92 (trecentottatottomilaquattrocentocinquantatre/92), secondo principio del cumulo materiale delle sanzioni;

VISTI gli atti del procedimento;

UDITA la relazione del Commissario Massimiliano Capitanio, relatore ai sensi dell'art. 31 del *Regolamento concernente l'organizzazione ed il funzionamento dell'Autorità*;

ORDINA

alla società Vincitù S.r.l. via Giovanni Porzio IS F/10 Napoli c.f. 02606180640, PEC vincitu@legalmail.it di pagare la sanzione amministrativa di euro 388.453,92 (trecentottatottomilaquattrocentocinquantatre/92), al netto di ogni altro onere accessorio eventualmente dovuto, per la violazione delle disposizioni contenute nell'articolo 9 del decreto-legge 12 luglio 2018, n. 87, convertito con modificazioni dalla legge 9 agosto 2018, n. 96;

INGIUNGE

alla citata società di versare la predetta somma alla Sezione di Tesoreria Provinciale dello Stato di Roma, utilizzando il c/c n. 871012 con imputazione al capitolo 2380, capo

X, bilancio di previsione dello Stato o mediante bonifico bancario utilizzando il codice IBAN n. IT 42H 01000 03245 348 0 10 2380 00, evidenziando nella causale “*Sanzione amministrativa irrogata dall’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni con delibera n. 121/24/CONS*”, entro trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, sotto pena dei conseguenti atti esecutivi a norma dell’art. 27 della citata legge n. 689/81.

La Società ha facoltà di chiedere il pagamento rateale della somma dovuta, entro e non oltre 30 giorni dalla data di notifica della presente delibera, mediante istanza motivata da presentare al protocollo generale dell’Autorità attraverso posta elettronica certificata all’indirizzo agcom@cert.agcom.it, secondo le modalità previste dall’ allegato 1 in calce al Regolamento stesso recante “*Rateizzazioni delle sanzioni amministrative pecuniarie – Istruzioni per gli Operatori*”. L’istanza di rateizzazione è indirizzata al Servizio programmazione, bilancio e digitalizzazione.

Entro il termine di dieci giorni dal versamento, dovrà essere inviata in originale, o in copia autenticata, a quest’Autorità quietanza dell’avvenuto versamento, indicando come riferimento “*Delibera n. 121/24/CONS*”

DIFFIDA

la medesima Società dal porre in essere ulteriori comportamenti in violazione delle disposizioni richiamate.

Il presente atto può essere impugnato davanti al Tribunale Amministrativo Regionale del Lazio entro 60 giorni dalla notifica dello stesso.

La presente delibera è notificata alla Società e pubblicata sul sito *web* dell’Autorità.

Roma, 30 aprile 2024

IL PRESIDENTE
Giacomo Lasorella

IL COMMISSARIO RELATORE
Massimiliano Capitanio

Per attestazione di conformità a quanto deliberato
IL SEGRETARIO GENERALE
Giulietta Gamba