



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXIII - n. 1

Pubblicato sul sito *www.agcm.it*
il 14 gennaio 2013

SOMMARIO

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	5
C11824 - M-DIS DISTRIBUZIONE MEDIA-SERVIZI STAMPA LIGURIA-SOCIETÀ DI EDIZIONI E PUBBLICAZIONI/GE-DIS	
<i>Provvedimento n. 24154</i>	5
ATTIVITA' DI SEGNALEZIONE E CONSULTIVA	9
AS1004 - ESENZIONE DALLA QUOTA D'OBBLIGO DI CERTIFICATI VERDI PREVISTA DALL'ART. 11 DEL DECRETO LEGISLATIVO 16 MARZO 1999 N. 79	9
AS1005 - SCHEMA DI REGOLAMENTO DELLA REGIONE MARCHE DEL 10 APRILE 2012, N. 479 (TESTO UNICO IN MATERIA DI COMMERCIO)"	12
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	15
PS7023 - POSTE ITALIANE-PACCOCELERE INTERNAZIONALE	15
<i>Provvedimento n. 24133</i>	15
VARIE	26
FORMULARIO RATING DI LEGALITA'	

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

C11824 - M-DIS DISTRIBUZIONE MEDIA-SERVIZI STAMPA LIGURIA-SOCIETÀ DI EDIZIONI E PUBBLICAZIONI/GE-DIS

Provvedimento n. 24154

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 9 gennaio 2013;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'atto della società M-Dis Distribuzione Media S.p.A., pervenuto in data 7 novembre 2012;

VISTA la propria richiesta di informazioni, inviata in data 7 dicembre 2012, con conseguente interruzione dei termini ai sensi dell'articolo 5, comma 3, del D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTE le informazioni aggiuntive delle società M-DIS Distribuzione Media S.p.A., pervenute in data 11 dicembre 2012;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

M-DIS DISTRIBUZIONE MEDIA S.p.A. (di seguito, "M-Dis") è una società attiva nella distribuzione nazionale e locale di prodotti editoriali e non editoriali attraverso il canale edicola e gli altri punti vendita autorizzati. M-Dis è soggetta al controllo congiunto di RCS Media Group S.p.A. e De Agostini Editore S.p.A.. M-Dis opera nel mercato locale tramite le sue controllate Ge-Dis S.r.l. (Genova), To-Dis S.r.l. (Torino) e MDM Distribuzione Media S.r.l. (Milano). Nel 2011 il fatturato, interamente realizzato in Italia, del gruppo M-Dis è pari a 543,2 milioni di euro. Il fatturato realizzato a livello mondiale dal Gruppo RCS Media Group nel 2011 è stato di circa 2,2 miliardi di euro, di cui 1,5 miliardi in Italia ed oltre 500 milioni di euro nel resto dell'Unione Europea. Sempre nell'anno 2011, il fatturato complessivo del Gruppo De Agostini è stato di oltre 5,1 miliardi di euro, di cui 2,3 miliardi per vendite realizzate in Italia e 1,2 miliardi per vendite realizzate nel restante mercato comunitario.

GE-DIS S.r.l. (di seguito, "Ge-Dis") è una società attiva nella distribuzione locale di prodotti editoriali e non, operante sul territorio di Genova. La società è controllata per l'80% da M-Dis, mentre il rimanente 20% è di proprietà della Società di Edizioni e Pubblicazioni S.p.A. (di seguito, "SEP"). Il suo fatturato, interamente realizzato in Italia, è pari a 9,3 milioni di euro nel 2011.

SERVIZI STAMPA LIGURIA S.r.l. (di seguito, "SSL") è una società attiva nella distribuzione locale di prodotti editoriali e di schede telefoniche per i punti vendita autorizzati e dislocati sul

territorio di Genova. SSL è controllata da due persone fisiche. Nel 2011 il suo fatturato, interamente realizzato nel territorio italiano, è pari a 7,3 milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione prevede l'ingresso di SSL nel capitale sociale di Ge-Dis, mediante il conferimento del ramo d'azienda relativo alla distribuzione di SSL e il conseguente aumento di capitale di Ge-Dis, nonché la successiva vendita da parte di M-Dis a SEP di una partecipazione pari all'8% del capitale sociale di Ge-Dis. L'assetto societario di Ge-Dis a seguito dell'operazione sarà il seguente:

- M-Dis 40%
- SSL 40%
- SEP 20%.

A valle dell'operazione, in virtù dei patti parasociali, si configurerà un controllo congiunto su Ge-Dis da parte di M-Dis e SSL. In particolare, le delibere del CdA – composto da cinque membri di cui due nominati da M-Dis, uno nominato da SEP e due nominati da SSL – saranno assunte con il voto favorevole di almeno quattro componenti.

L'operazione è volta alla realizzazione di economie di scala e al miglioramento del servizio distributivo locale. L'obiettivo dell'operazione è inoltre quello di rendere maggiormente efficiente la distribuzione a livello locale.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo congiunto della nuova entità formata da Ge-Dis e dal ramo di impresa di SSL, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/90.

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/2004, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16(1) l. 287/90, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è superiore a 474 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE

Il mercato rilevante è da considerarsi quello della distribuzione locale di prodotti editoriali e non editoriali tramite il canale edicola e gli altri punti vendita autorizzati. L'area geografica di interesse è quella della città di Genova e di alcune aree limitrofe della provincia (di seguito, "Grande Genova"). Altri mercati interessati sono, inoltre, quelli della distribuzione nazionale e dell'editoria di stampa periodica e quotidiana.

Riguardo al mercato della distribuzione nazionale, i principali operatori sono circa 15, ma alcune tra le più grandi case editrici si rivolgono direttamente ai distributori locali. Le quote di mercato dei principali distributori nazionali sono le seguenti¹: M-Dis ([25-30%]²), Press-Di ([15-20%]), SODIP ([15-20%]), Repubblica-L'Espresso ([5-10%]), Parrini ([5-10%]).

¹ Elaborazioni interne M-Dis.

In Italia sono attivi circa 150 soggetti³ nella distribuzione locale, la maggior parte dei quali opera in esclusiva in una determinata zona. Le edicole e gli altri punti vendita autorizzati in Italia sono circa 35 mila, di cui solo una minima parte vende esclusivamente prodotti editoriali.

Nel 2011 le quote di mercato in valore di Ge-Dis e SSL nell'area della Grande Genova sono, rispettivamente, del [40-45%] e del [35-40%]. Inoltre, nell'area della Grande Genova opera una terza impresa, l'agenzia Rovido, che detiene una quota di mercato pari al [20-25%]. Le due imprese parti dell'operazione operano nella medesima area territoriale, pur distribuendo due diversi insiemi di pubblicazioni, che coincidono solo in maniera marginale. L'agenzia Rovido opera invece in un'area limitrofa, che si sovrappone parzialmente a quella in cui SSL e Ge-Dis sono attive.

L'operazione determinerà l'unione del primo e del secondo operatore nel mercato della distribuzione locale di quotidiani e periodici a Genova, con una quota ([80-85%]) pari a quattro volte quella dell'unico soggetto rimanente sul mercato. Le rilevanti quote di mercato che sarebbero attribuibili all'entità *post-merger* rappresentano un indice del potere di mercato riconducibile alla nuova società, dal cui esercizio non è da escludersi che possa conseguire un peggioramento del servizio fornito alle rivendite, ad esempio, in termini di disponibilità alla fornitura, puntualità delle consegne, rispondenza delle consegne a quanto richiesto dai punti vendita, ecc.

Sulla base di tali elementi, l'operazione potrebbe determinare la creazione di una posizione dominante in capo a Ge-Dis, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza nel mercato della distribuzione locale della stampa quotidiana e periodica nell'area della Grande Genova.

Oltre ai possibili effetti di natura orizzontale, va tenuto presente che la società M-Dis appartiene ad importanti gruppi editoriali, vale a dire De Agostini e RCS MediaGroup. Anche il gruppo SEP detiene una posizione di *leadership* nella stampa quotidiana in Liguria, tramite Il Secolo XIX e l'Avvisatore Marittimo. Con l'operazione in esame, i citati gruppi editoriali, che già controllano uno dei tre distributori locali nell'area di Genova (Ge-Dis), acquisirebbero il ramo di azienda appartenente ad un altro distributore locale della stessa zona (SSL), che risulta essere indipendente e non verticalmente integrato. L'operazione va dunque considerata anche dal punto di vista degli effetti verticali, in considerazione dei rischi di comportamenti opportunistici da parte del principale distributore locale, nonché dalle società controllanti attive nell'editoria e nella attività di distribuzione nazionale.

Infatti, M-Dis e SEP, tramite la propria controllata Ge-Dis, potrebbero favorire la distribuzione e la vendita delle testate editate dai propri gruppi di riferimento, a detrimento degli editori concorrenti non integrati verticalmente che si servono di Ge-Dis, che vedrebbero ostacolato il loro accesso al mercato.

In via preliminare non è allo stato possibile escludere che l'operazione notificata possa condurre, mediante la costituzione di una posizione dominante sul mercato della distribuzione locale di stampa quotidiana e periodica nell'area della Grande Genova, ad effetti unilaterali escludenti sui

² Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

³ Indagine Conoscitiva IC35, AGCM.

mercati verticalmente integrati della distribuzione nazionale di quotidiani e periodici e dell'editoria di stampa periodica e quotidiana.

Si ritiene necessaria, pertanto, una più ampia valutazione del caso volta ad analizzare in dettaglio gli effetti concorrenziali orizzontali e verticali della concentrazione.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame sia suscettibile di determinare, ai sensi dell'articolo 6 della legge n. 287/1990, la creazione o il rafforzamento di una posizione dominante nel mercato della distribuzione locale di prodotti editoriali e non editoriali nell'area della Grande Genova, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza sul medesimo mercato e nei mercati della distribuzione nazionale di quotidiani e periodici e dell'editoria di stampa periodica e quotidiana;

DELIBERA

a) l'avvio dell'istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990, nei confronti della società M-Dis Distribuzione Media S.p.A. e Servizi Stampa Liguria S.r.l.;

b) la fissazione del termine di giorni dieci, decorrente dalla data di notificazione del presente provvedimento, per l'esercizio da parte dei legali rappresentanti delle Parti, ovvero da persone da esse delegate, del diritto di essere sentiti, ai sensi dell'articolo 14, comma 1, della legge n. 287/90, precisando che la richiesta di audizione dovrà pervenire alla Direzione Comunicazioni della Direzione Generale per la Concorrenza di questa Autorità almeno tre giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;

c) che il responsabile del procedimento è il Dott. Massimo Ferrero;

d) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione Comunicazioni della Direzione Generale per la Concorrenza di questa Autorità dai rappresentanti legali delle Parti, nonché dai soggetti aventi un interesse giuridicamente rilevante o da persona da essi delegata;

e) che il procedimento deve concludersi entro quarantacinque giorni decorrenti dalla data di delibera del presente provvedimento.

Il presente provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

AS1004 - ESENZIONE DALLA QUOTA D'OBBLIGO DI CERTIFICATI VERDI PREVISTA DALL'ART. 11 DEL DECRETO LEGISLATIVO 16 MARZO 1999 N. 79

Roma, 29 novembre 2012

Ministero dello Sviluppo Economico
Direzione Generale energia nucleare, energie rinnovabili
ed efficienza energetica

In risposta al quesito posto da codesta Direzione generale circa la normativa da applicare per riconoscere l'esenzione dalla quota d'obbligo di certificati verdi prevista dall'art. 11 del Decreto Legislativo 16 marzo 1999 n. 79, la Seconda Sezione del Consiglio di Stato ha inviato un parere interlocutorio con il quale ha chiesto di acquisire, tra l'altro, l'avviso dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato. In ottemperanza a quanto disposto dal Consiglio di Stato, codesta Direzione Generale ha invitato l'Autorità a far pervenire il proprio avviso.

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (di seguito, Autorità), nella sua adunanza del 20 novembre 2012, ha rilevato quanto segue.

Oggetto di parere è l'obbligo stabilito dall'art. 11 del Decreto Legislativo n. 79/99 in capo ai produttori e agli importatori di energia elettrica da fonte non rinnovabile di immettere ogni anno nella rete elettrica una quota prestabilita (quota obbligatoria) di energia prodotta da impianti alimentati a fonti rinnovabili o, in alternativa, di acquistare da altri produttori o dal GSE un numero di certificati verdi attestanti la produzione di una quantità di energia da fonti rinnovabili pari alla quota obbligatoria. La quota consiste in una percentuale da applicare al totale della quantità di energia elettrica da fonte non rinnovabile eccedente i 100 GWh prodotta o importata da ciascun operatore. Dal totale cui applicare la percentuale va esclusa, tra l'altro, la produzione che l'operatore ha effettuato attraverso impianti di "cogenerazione".

Le modalità per la esatta individuazione – a tal fine - degli impianti di cogenerazione sono state dapprima definite dalla delibera n. 42/02 dell'Autorità per l'Energia Elettrica e il Gas. Successivamente la direttiva 2004/8/CE del Parlamento e del Consiglio ha introdotto il concetto di "cogenerazione ad alto rendimento" (CAR), che prevede criteri più restrittivi. Tale direttiva è stata recepita con il Decreto Legislativo 8 febbraio 2007 n. 20, che ha trasferito (art. 6, comma 1) alla CAR i benefici (inclusa l'esenzione dall'obbligo di acquisto di certificati verdi) prima riservati alla cogenerazione *tout court*, così come definita dalla delibera AEEG n. 42/02. Il medesimo decreto stabiliva anche un periodo transitorio (art. 3 comma 1) durante il quale la vecchia definizione veniva equiparata a quella di CAR fino al 31 dicembre 2010. A causa delle differenze esistenti tra

le due definizioni, con il passaggio alla seconda definizione alcuni operatori perdono il beneficio dell'esenzione completa dall'obbligo di acquisto dei certificati verdi di cui avevano goduto fino allo scadere del periodo transitorio (31 dicembre 2010).

Si deve, dunque, individuare quale sia la normativa da applicare nella definizione di "impianti di cogenerazione" che sono qualificati per l'esenzione dalla quota d'obbligo, dovendosi scegliere tra quella stabilita dalla delibera AEEG n. 42/02, che ammette all'esenzione un maggior numero di impianti, e quella fissata nella direttiva 2004/8/CE e nel Decreto Legislativo 8 febbraio 2007 che invece esclude dal beneficio un numero più consistente di impianti.

L'Autorità ritiene che la propria valutazione debba partire dal giudizio già espresso sul sistema dei certificati verdi, che peraltro si trova ormai in una fase transitoria che muove verso l'esaurimento, avendo l'art. 25 comma 3 del Decreto Legislativo 3 marzo 2011 n. 28 previsto che la quota d'obbligo dovrà essere pari a zero a partire dall'anno 2015.. Nel febbraio 2011¹ l'Autorità ha, infatti, inviato al Presidente della X^o Commissione del Senato della Repubblica una segnalazione ai sensi dell'art. 21 della legge n. 287/90, avente ad oggetto lo schema del decreto legislativo poi approvato come Decreto Legislativo 3 marzo 2011 n. 28, nella quale si evidenziava l'effetto discriminatorio del sistema dei certificati verdi a sfavore dei generatori meno dotati di impianti alimentati da fonti rinnovabili o comunque non esenti dall'obbligo di acquisto di tali certificati. In quella occasione, inoltre, l'Autorità ha rilevato come tale effetto venisse aggravato dal passaggio alla cessione a titolo oneroso alle imprese che generano elettricità dei diritti di emissione di CO₂, già previsto per il 1° gennaio 2013 dalla Direttiva UE n. 29/2009. Infatti, poiché gli impianti di generazione di energia elettrica a fonte rinnovabile sarebbero stati tenuti a pagare diritti di emissione molto modesti se non nulli, l'assegnazione a titolo oneroso dei diritti di emissione di CO₂ sarebbe andata a gravare sugli stessi soggetti già svantaggiati dall'obbligo di acquisto di certificati verdi. L'Autorità auspicava pertanto che la data di azzeramento dell'obbligo di acquisto dei certificati verdi venisse anticipata al 1° gennaio 2013.

Sulla base di tale valutazione negativa del permanere dell'obbligo di acquisto dei certificati verdi, l'Autorità ritiene che, sotto il profilo concorrenziale, tra le due interpretazioni oggetto della richiesta di parere sia probabilmente da preferirsi la soluzione che quantomeno, restringendo il perimetro dell'esenzione, riduce il numero dei soggetti privilegiati. Nel caso specifico, pertanto, si è dell'avviso che sotto il profilo concorrenziale sarebbe preferibile adottare la linea suggerita dal Ministero, secondo la quale l'esenzione dall'obbligo di acquisto andrebbe mantenuta solo per gli impianti qualificabili come cogenerativi secondo i criteri previsti per la CAR dal Decreto Legislativo n. 20/2007. Con questa soluzione, infatti, risulterebbe diminuito il numero dei soggetti avvantaggiati dal sistema dei certificati verdi.

Il presente parere verrà pubblicato sul Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ai sensi dell'art. 26 della legge n. 287/90. Eventuali esigenze di riservatezza dovranno essere manifestate all'Autorità entro trenta giorni dal ricevimento del presente parere, precisandone i motivi.

¹ AS807 - PROMOZIONE DELL'USO DELL'ENERGIA DA FONTI RINNOVABILI - ATTUAZIONE DELLA DIRETTIVA 2009/28/CE, 14 febbraio 2011, Boll. n. 7/2011.

L'Autorità ringrazia per l'attenzione dimostrata nei confronti della propria attività istituzionale.

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella

AS1005 - SCHEMA DI REGOLAMENTO DELLA REGIONE MARCHE DEL 10 APRILE 2012, N. 479 (TESTO UNICO IN MATERIA DI COMMERCIO)”

Roma, 10 gennaio 2013

Regione Marche
Presidente

L'Autorità intende effettuare le seguenti osservazioni, ai sensi dell'articolo 22 della legge n. 287/90, in merito allo schema di Regolamento della Regione Marche del 10 aprile 2012, n. 479, recante “*Disciplina del Commercio in sede fissa in attuazione del Titolo II Capo I della L. R. 27/09 (Testo Unico in materia di commercio)*” (di seguito anche il Regolamento).

Il Regolamento in oggetto reca una serie di disposizioni che appaiono in contrasto con le esigenze di semplificazione amministrativa e che risultano suscettibili di introdurre ingiustificati ostacoli al libero esercizio delle attività commerciali, e non proporzionati rispetto agli interessi generali, pur invocati nel Preambolo e nelle disposizioni dello stesso, quali, a titolo esemplificativo, la tutela della salute, dei lavoratori e dell'ambiente.

Al riguardo, l'Autorità ha già avuto modo di rilevare, anche di recente, che l'introduzione di vincoli alla libera iniziativa economica debba essere limitata a quanto strettamente necessario per il perseguimento di specifiche esigenze di interesse pubblico e che tali vincoli rispettino il principio di proporzionalità¹.

In tale ottica, assume rilievo la complessità della procedura istruttoria per il rilascio della autorizzazioni all'apertura e ampliamento delle medie e grandi superfici di vendita, di cui agli articoli 24 e 29 del Regolamento, in quanto introducono una procedura onerosa e complessa, in considerazione innanzitutto della copiosità della documentazione da produrre. Si consideri ad esempio la pluralità di dichiarazioni sostitutive che il richiedente l'autorizzazione deve produrre (ad es. art. 24, comma 6, lettera c, punto 2, lettere f, h, l e m) nonché le numerose e diversificate relazioni progettuali, che, oltre che indicare, come doveroso, la localizzazione delle aree e delle relative pertinenze e la loro conformità alle prescrizioni urbanistiche vigenti, devono tracciare tra l'altro l'entità dei parcheggi, anche per le attività non commerciali, gli accessi alla viabilità e le soluzioni per risolvere le esternalità negative (art. 24, comma 6, lettere b e c).

¹ In proposito, cfr. AS901, provv. del 5 gennaio 2012, *Proposte di riforma concorrenziale ai fini della legge annuale per il mercato e la concorrenza – anno 2012*, nonché AS988, provv. del 29 settembre 2012, *Proposte di riforma concorrenziale ai fini della legge annuale per il mercato e la concorrenza – anno 2013*.

Si tratta di disposizioni che anziché semplificare l'ingresso sul mercato di nuovi operatori, appaiono in grado di ritardarne l'ingresso.

L'art. 28, comma 2, del Regolamento autorizza altresì i Comuni ad introdurre una serie di condizioni particolarmente onerose per l'apertura o l'ampliamento di grandi superfici di vendita.

Accanto a criteri predeterminati dalla Regione e relativi all'utilizzo di fonti energetiche rinnovabili, alla valutazione degli effetti acustici ed alla creazione di "fasce verdi di protezione" dei fondi finitimi, i Comuni possono prevedere ulteriori elementi quali, a titolo di esempio, la realizzazione di apposite aree di servizio destinate alla raccolta differenziata e allo stoccaggio dei rifiuti prodotti dall'esercizio; la raccolta delle acque piovane attraverso la realizzazione di una vasca di recupero; la realizzazione all'interno della struttura di vendita di un apposito reparto da affidare in gestione ad imprenditori agricoli, riservato alla vendita diretta di prodotti agricoli di prossimità. Si tratta nel complesso di condizioni che appaiono ingiustificatamente restrittive della concorrenza e sproporzionate rispetto agli obiettivi di tutela della salute, dell'ambiente e del territorio.

Tali previsioni, infatti, possono limitare l'accesso al mercato delle grandi strutture di vendita attraverso la previsione di vincoli eccessivi, che aggravano oltremodo il costo degli investimenti necessari a realizzare tali strutture, così favorendo il mantenimento degli assetti di mercato esistenti.

Peraltro, tutti i vincoli e gli adempimenti imposti dal Regolamento sono posti solo a carico dei nuovi operatori, generando una regolamentazione asimmetrica, che aggrava gli adempimenti per i nuovi entranti e non impone analoghi requisiti per le superfici di vendita esistenti, in tal modo producendo ingiustificate discriminazioni a danno della concorrenza.

Nel complesso, il Regolamento risulta, per questi profili, in contrasto con i principi e le norme a tutela della concorrenza vigenti nell'ordinamento comunitario e nazionale ed appare altresì difforme dai principi contenuti nell'art. 1, comma 1, lettera b), del D.L. 24 gennaio 2012, n. 1, convertito, con modifiche, nella legge 24 marzo 2012, n. 27 (c.d. decreto "*cresci Italia*"). Tale norma, in particolare, espressamente considera in violazione del principio di libertà di iniziativa economica sancito dall'articolo 41 della Costituzione e del principio di concorrenza sancito dal Trattato dell'Unione europea le norme "*che pongono divieti e restrizioni alle attività economiche non adeguati o non proporzionati alle finalità pubbliche perseguite, nonché le disposizioni di pianificazione e programmazione territoriale o temporale autoritativa con prevalente finalità economica o prevalente contenuto economico, che pongono limiti, programmi e controlli non ragionevoli, ovvero non adeguati ovvero non proporzionati rispetto alle finalità pubbliche dichiarate e che in particolare impediscono, condizionano o ritardano l'avvio di nuove attività economiche o l'ingresso di nuovi operatori economici ponendo un trattamento differenziato rispetto agli operatori già presenti sul mercato, operanti in contesti e condizioni analoghi, ovvero impediscono, limitano o condizionano l'offerta di prodotti e servizi al consumatore, nel tempo nello spazio o nelle modalità, ovvero alterano le condizioni di piena concorrenza fra gli operatori economici oppure limitano o condizionano le tutele dei consumatori nei loro confronti*".

In conclusione, il Regolamento presenta alcune disposizioni restrittive della concorrenza che rendono particolarmente difficoltoso l'accesso di nuovi operatori nel mercato, condizionandolo al

possesso di requisiti non strettamente necessari per il perseguimento degli interessi pubblici, e ritardando detto ingresso con una procedura amministrativa lunga e complessa.

L'Autorità auspica che in sede di definitiva redazione del Regolamento in questione, la Regione in indirizzo voglia tenere in debita considerazione i contenuti della presente segnalazione.

La presente segnalazione verrà pubblicata sul Bollettino dell'Autorità ai sensi dell'articolo 26 della legge n. 287/90.

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

PS7023 - POSTE ITALIANE-PACCOCELERE INTERNAZIONALE

Provvedimento n. 24133

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 19 dicembre 2012;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

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 pratiche commerciali scorrette*", adottato dall'Autorità con delibera del 15 novembre 2007, successivamente sostituito dal "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, clausole vessatorie*" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera dell'8 agosto 2012;

VISTO il proprio provvedimento del 27 settembre 2012, con il quale, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per la valutazione degli impegni proposti dal professionista in data 6 agosto 2012, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Poste Italiane S.p.A. (di seguito, anche "Poste Italiane"), in qualità di professionista ai sensi dell'art. 18, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società opera, tra l'altro, nel settore postale fornendo i servizi postali c.d. a valore aggiunto in concorrenza con altri operatori economici. Nell'esercizio 2011, a fronte di ricavi pari a circa 9,5 miliardi di euro, ha conseguito un utile di circa 700 milioni di euro.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere da Poste Italiane, consistente nella diffusione di messaggi pubblicitari sul sito *internet* dello stesso professionista volti a promuovere il servizio di spedizione "*Paccocelere Internazionale*" che rientra tra i servizi forniti in concorrenza con altri operatori economici (cc.dd. a valore aggiunto).

3. In particolare, secondo informazioni acquisite d'ufficio ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo, i messaggi veicolati attraverso il sito *www.posteitaliane.it* a partire dal mese di gennaio 2008 avrebbero: a) prospettato la possibilità di effettuare il monitoraggio per conoscere lo stato delle spedizioni "*fino all'arrivo a destinazione*" che per alcune località (quali ad es. Marocco, Tunisia, Egitto) non si riferirebbe al recapito effettivo del plico al "destinatario", ma alla mera

consegna all'operatore postale di riferimento del Paese di destinazione; b) prospettato tempi "medi" o "indicativi" di consegna relativi alle principali località non rispondenti al vero in quanto, nella realtà, i pacchi sarebbero recapitati secondo una tempistica superiore a quella riportata nella pubblicità ("2 giorni lavorativi, oltre quello di spedizione, per i Paesi dell'Unione Europea, 2/3 giorni lavorativi, oltre quello di spedizione, per i Paesi Extra Unione Europea e 3/4 giorni lavorativi, oltre quello di spedizione, per il Resto del mondo" recita il *claim*). L'espressione "principali località" è riportata in tutti i messaggi diffusi nel periodo oggetto dell'istruttoria ed indica le destinazioni delle spedizioni che hanno caratteristiche di rilevanza in termini di popolazione tali da garantire l'efficacia del processo logistico relativamente ai tempi di recapito¹.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

Attività preistruttoria

4. All'esito di una richiesta di informazioni al professionista formulata in data 8 marzo 2011 sono stati acquisiti in atti alcuni dati concernenti sia i limiti geografici della tracciatura dello stato delle spedizioni tramite il servizio "*Paccocelere Internazionale*" sia la tempistica di recapito dei pacchi.

Attività istruttoria

5. In relazione alla condotta sopra descritta, in data 28 giugno 2012 è stato comunicato alla Parte l'avvio del procedimento istruttorio n. PS7023 per possibile violazione degli artt. 20, comma 2, 21 e 22 del Codice del Consumo.

In tale sede, veniva in particolare ipotizzata l'ingannevolezza dei messaggi pubblicitari contestati, in quanto il professionista avrebbe fornito ai consumatori informazioni non veritiere e/o omesso informazioni rilevanti con riferimento: 1) ai limiti geografici del servizio di monitoraggio dello stato delle spedizioni; 2) alla tempistica del recapito degli invii inoltrati tramite il servizio "*Paccocelere Internazionale*".

6. Unitamente alla comunicazione di avvio è stata trasmessa al professionista una richiesta di informazioni alla quale è pervenuta risposta in data 19 luglio 2012.

7. Il 25 luglio 2012 Poste Italiane ha esercitato il diritto di accesso agli atti del procedimento. Il successivo 6 agosto il professionista ha prodotto una memoria integrativa di riscontro alla richiesta di informazioni formulata nella comunicazione di avvio del procedimento.

8. In data 6 agosto 2012, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, il professionista ha presentato impegni volti a rimuovere i profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di contestazione.

9. Il 31 agosto 2012 è stata inoltrata al professionista una seconda richiesta di informazioni riguardante esclusivamente gli invii dei pacchi verso le "principali località" alla quale la Parte ha risposto il successivo 17 settembre.

10. In data 24 settembre 2012 è stato richiesto al professionista, ai sensi dell'art. 27, comma 5, del Codice del Consumo, e dell'art. 15, del Regolamento, di fornire prove sull'esattezza materiale

¹ Documento n. 16 in atti.

delle indicazioni riportate nei messaggi pubblicitari riferite ai tempi di consegna dei pacchi con esclusivo riferimento alle spedizioni verso le “principali località”.

11. Il 24 ottobre 2012 la Parte ha depositato una memoria difensiva con la quale ha fornito riscontro all’incombente istruttorio dell’onere della prova.

12. In data 7 novembre 2012 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell’art. 16, comma 1, del Regolamento.

2) Le evidenze acquisite

Monitoraggio dello stato delle spedizioni

13. Per alcune località la possibilità prospettata nei messaggi di effettuare il monitoraggio dello stato delle spedizioni “fino all’arrivo a destinazione” non si riferisce al recapito effettivo del pacco al destinatario ma al mero affidamento dello stesso all’amministrazione postale di destinazione². In particolare, alcune delle località per le quali la tracciatura è possibile soltanto fino alla consegna all’operatore postale di riferimento sono mutate nel corso del tempo, in quanto nel periodo in cui sono stati effettuati gli accertamenti preistruttori erano il Marocco, la Tunisia e l’Egitto³ mentre nel corso del procedimento istruttorio il professionista ha indicato a tal fine la Tunisia, le Isole Faroe, la Groenlandia e alcune zone (c.a.p.) della Svizzera⁴.

14. L’avviso concernente le Isole Faroe pubblicato sulla pagina *web* <http://pcinternazionale.poste.it/Default.aspx>, sezione “Informazioni Territoriali”, al fine di rendere edotti i consumatori in ordine al fatto che “... la consegna al destinatario viene effettuata su tutto il territorio direttamente dall’Amministrazione Postale. Pertanto la tracciatura di avvenuta consegna disponibile presso il sito www.poste.it si intende relativa all’affidamento delle spedizioni all’Amministrazione Postale...” è stato inserito sul sito del professionista soltanto in data 6 luglio 2012 e non risultano essere state inserite in precedenza sul *web* analoghe schermate relative ad altre località in cui le spedizioni vengono consegnate per il tramite dell’Amministrazione postale del luogo di destinazione⁵.

Tempistica di recapito dei pacchi

15. “Paccocelere Internazionale” è un servizio di spedizione descritto nella pagina *web* dedicata come “Il modo più veloce e sicuro per spedire fino a 30 Kg in oltre 220 paesi”. La pubblicità prospetta tempi “medi” o “indicativi” di consegna che variano in funzione della distanza della destinazione del pacco.

16. Con memoria pervenuta in data 19 luglio 2012 e integrata il successivo 7 agosto⁶, Poste Italiane ha indicato i tempi medi di consegna dei pacchi recapitati con il servizio “Paccocelere Internazionale” per le località europee, extra europee e del resto del mondo in modo aggregato, cioè con riferimento sia alle spedizioni dirette verso località principali (quelle prese in considerazione dai messaggi pubblicitari) sia a quelle dirette verso tutte le altre destinazioni. Ciò in quanto il sistema informatico del professionista dispone esclusivamente di dati complessivi e,

² Documenti nn. 3 e 7 in atti.

³ Documento n. 3 in atti.

⁴ Documento n. 7 in atti

⁵ Documento n. 12 in atti

⁶ Rispettivamente, documento n. 7 e documento n. 12 in atti.

pertanto, non è possibile ottenerne una suddivisione tra “località principali” oggetto della promessa pubblicitaria e “altre località”⁷.

17. A seguito dell’attribuzione dell’onere della prova, Poste Italiane S.p.A. ha provveduto ad “estrarre manualmente” i dati concernenti i tempi di recapito dei pacchi verso le “principali località” con riferimento al periodo settembre - dicembre 2009, agli anni 2010 e 2011 e al periodo gennaio - maggio dell’anno 2012. I dati in questione sono riportati nelle seguenti tabelle⁸:

ANNO 2009 (principali località - tempi medi oltre quello di spedizione) ⁹

	gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago	sett	ott	nov	dic	totale
UE									[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]
Extra UE									[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]
Resto Mondo									[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]

ANNO 2010 (principali località - tempi medi oltre quello di spedizione)

	gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago	sett	ott	nov	dic	totale
UE	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]
Extra UE	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]
Resto Mondo	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]

ANNO 2011 (principali località - tempi medi oltre quello di spedizione)

	gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago	sett	ott	nov	dic	totale
UE	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]
Extra UE	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]
Resto Mondo	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]

⁷ Documento n. 16 in atti.

⁸ Documento n. 21 in atti, allegato n. 2 della nota A.

⁹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

ANNO 2012 (principali località - tempi medi oltre quello di spedizione)

	gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	Ago	sett	ott	nov	dic	totale
UE	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]								[omissis]
Extra UE	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]								[omissis]
Resto Mondo	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]								[omissis]

18. Il numero di invii effettuati con il servizio “Paccocelere Internazionale” (il cui costo minimo considerata sia la spedizione di documenti sia quella di merci è di circa 30 euro) è stato di [omissis] (settembre - dicembre 2009), [omissis] (anno 2010), [omissis] (anno 2011), [omissis] (gennaio - maggio 2012).

Diffusione dei messaggi pubblicitari

19. Dalla documentazione acquisita in atti risulta che la campagna pubblicitaria del servizio “Paccocelere Internazionale” è stata realizzata attraverso le pagine *web* di prodotto nell’arco dell’intero periodo oggetto di accertamento istruttorio. Inoltre, nel quarto trimestre 2011 nell’ambito della nuova gamma “PostExport” è stato pubblicizzato con diverse modalità (ottobre e novembre mediante stampa e *web*, dicembre tramite radio) l’accesso a tre diversi prodotti, incluso il “Paccocelere Internazionale” mentre nel quarto trimestre 2008 è stata realizzata una specifica attività promozionale *online* su diversi siti e attraverso la rete commerciale (locandine e volantini)¹⁰.

Con particolare riferimento al monitoraggio dello stato delle spedizioni (oltre all’indicato avviso concernente le Isole Faroe pubblicato sul sito del professionista il 6 luglio 2012) è stato accertato d’ufficio che nel novembre 2012 è stata inserita una nota nella prima pagina *web* dedicata al prodotto “Paccocelere Internazionale” del seguente tenore: “*Per alcune destinazioni (Tunisia, Groenlandia, Isole Faroe e alcuni c.a.p. della Svizzera) la tracciatura di avvenuta consegna si intende relativa all’arrivo delle spedizioni presso Amministrazione Postale di destino che ne cura la distribuzione finale*”.

3) Le argomentazioni difensive della Parte

20. Per quel che concerne il profilo del monitoraggio dello stato delle spedizioni, il professionista ha sostenuto che le informazioni sulle località in cui i pacchi vengono consegnati per il tramite dell’operatore postale di riferimento (per cui l’avvenuta consegna, indicata sul sito www.poste.it, atterrebbe all’affidamento delle spedizioni all’Amministrazione postale di destinazione e non al recapito effettivo del pacco al destinatario) sarebbero puntualmente aggiornate e rese note ai consumatori attraverso la pagina *web* <http://pcinternazionale.poste.it/Default.aspx>, sezione “*Informazioni Territoriali*”, a seguito della verifica dell’ammissibilità del contenuto della spedizione.

¹⁰ Documento n. 7 in atti.

21. Con riferimento, invece, al profilo afferente la tempistica di recapito dei pacchi, Poste Italiane ha rilevato come i dati forniti nel corso dell'istruttoria comproverebbero il sostanziale rispetto dei tempi di consegna del "Paccocelere Internazionale" indicati nella promessa pubblicitaria.

A riguardo, il professionista ha fatto presente che nella maggior parte dei messaggi pubblicitari diffusi tramite il sito *www.poste.it* i tempi di recapito dei pacchi sarebbero qualificati come "indicativi" e, pertanto, dovrebbero essere considerati come "orientativi e non tassativi".

22. Poste Italiane, inoltre, ha evidenziato che sul proprio sito *web* - quindi nell'ambito dello stesso mezzo di diffusione dei messaggi pubblicitari oggetto di istruttoria - viene esplicitato che il consumatore può richiedere il risarcimento ove la consegna avvenga oltre i giorni pubblicizzati. In tale caso sarà corrisposta al cliente una somma pari alla differenza fra le spese di spedizione iva inclusa e il prezzo previsto per il pacco ordinario aereo di pari peso per la stessa destinazione. In caso di destinazioni non servite per via aerea la differenza sarà commisurata al prezzo di un pacco ordinario per via di superficie.

IV. GLI IMPEGNI PRESENTATI DAL PROFESSIONISTA

23. In data 6 agosto 2012, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, Poste Italiane ha presentato impegni volti a rimuovere i profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di contestazione.

24. Gli impegni prospettati dal professionista consistono nelle seguenti misure:

- inserire sul sito *web* e nella "Guida alla Spedizione" del Paccocelere Internazionale presente sul sito *web* uno specifico elenco delle località "principali" e "secondarie";
- inserire nei materiali pubblicitari e sul sito *internet*, oltre ai tempi di consegna del Paccocelere Internazionale, per le "principali località" (come avviene attualmente), anche l'indicazione dei tempi di recapito per le "località secondarie" e per le "altre località", pubblicizzati sul sito alla specifica sezione che li elencherà nel dettaglio;
- inserire nei materiali pubblicitari e sul sito *internet* l'avviso che il diritto del mittente al rimborso è previsto in caso di ritardo nel recapito secondo quanto specificato nelle Condizioni Generali di Servizio;
- evidenziare anche sulla pagina *web* dedicata al Paccocelere Internazionale, i Paesi nei quali il recapito al destinatario viene effettuato da Poste tramite l'Amministrazione Postale del luogo (oggi: Isole Faroe, Groenlandia, Tunisia ed alcuni CAP della Svizzera) fermo restando il diritto del mittente di richiedere direttamente a Poste il rimborso in caso di ritardo nel recapito secondo quanto specificato nelle Condizioni Generali di Servizio;
- in aggiunta alle informazioni già disponibili, implementare l'attuale sistema informatico al fine di estrarre i dati relativi ai tempi medi di consegna delle spedizioni di Paccocelere Internazionale destinate alle "principali località" separatamente rispetto ai dati relativi alle restanti località;
- specificare nelle Condizioni Generali di Servizio, nel materiale pubblicitario e sul sito che è possibile conoscere lo stato delle spedizioni fino alla consegna, per tutte le località ad eccezione di quelle in cui il recapito è effettuato tramite l'amministrazione postale del luogo di destinazione per le quali è possibile conoscere lo stato delle spedizioni fino alla consegna all'amministrazione postale del luogo di destinazione.

V. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

25. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa anche a mezzo *internet*, in data 16 novembre 2012 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

26. L'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni non ha comunicato il proprio parere entro il termine di trenta giorni dal ricevimento della richiesta e non ha rappresentato ulteriori esigenze istruttorie.

VI. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

27. La pratica contestata è stata posta in essere in un settore liberalizzato nell'ambito del quale i servizi di spedizione (cc.dd. a valore aggiunto) sono forniti dal professionista in concorrenza con gli altri operatori. I profili di scorrettezza oggetto di valutazione relativamente ai messaggi pubblicitari diffusi da Poste Italiane riguardano le caratteristiche del servizio offerto, con particolare riferimento: 1) ai limiti geografici del monitoraggio dello stato delle spedizioni; 2) alla tempistica del recapito degli invii inoltrati tramite il servizio "Paccocelere Internazionale".

28. Per quanto riguarda il primo profilo afferente le modalità di rappresentazione della possibilità di effettuare il monitoraggio dello stato delle spedizioni "fino all'arrivo a destinazione", è stato accertato che per alcune località l'indicato monitoraggio non si riferisce al recapito effettivo del pacco al destinatario, ma al mero affidamento dello stesso all'amministrazione postale di destinazione¹¹. Tali località sono mutate nel corso del tempo. Nel periodo in cui sono stati effettuati gli accertamenti preistruttori erano il Marocco, la Tunisia e l'Egitto¹², mentre durante il procedimento istruttorio il professionista ha indicato: la Tunisia, le Isole Faroe, la Groenlandia e alcune zone (c.a.p.) della Svizzera¹³.

29. A riguardo, non ha trovato conferma quanto sostenuto dal professionista secondo il quale le informazioni sulle località in cui i pacchi vengono consegnati per il tramite dell'operatore postale di riferimento sarebbero puntualmente aggiornate e rese note ai consumatori attraverso la pagina web <http://pcinternazionale.poste.it/Default.aspx>, sezione "Informazioni Territoriali". Infatti, a seguito di una specifica richiesta di informazioni sul punto, è stato accertato che l'avviso concernente le Isole Faroe pubblicato sulla pagina web <http://pcinternazionale.poste.it/Default.aspx>, sezione "Informazioni Territoriali", del seguente tenore "... la consegna al destinatario viene effettuata su tutto il territorio direttamente dall'Amministrazione Postale. Pertanto la tracciatura di avvenuta consegna disponibile presso il sito www.poste.it si intende relativa all'affidamento delle spedizioni all'Amministrazione Postale..." è stato inserito sul sito del professionista soltanto in data 6 luglio 2012 e non risultano essere state inserite in precedenza (a partire dall'anno 2008) sul web analoghe schermate relative ad altre località in cui le spedizioni vengono consegnate per il tramite dell'Amministrazione postale del luogo di destinazione¹⁴. La tardiva informativa in questione, dunque, non costituisce la prassi ordinariamente seguita dal professionista per rendere edotti i consumatori circa le

¹¹ Documenti nn. 3 e 7 in atti.

¹² Documento n. 3 in atti.

¹³ Documento n. 7 in atti.

¹⁴ Documento n. 12 in atti.

limitazioni geografiche del monitoraggio delle spedizioni, ma è stata realizzata esclusivamente per la località indicata (Isole Faroe) e, in ogni caso, dopo l'avvio del procedimento istruttorio del 28 giugno 2012.

Pertanto, il professionista, in contrasto con il requisito dell'ordinaria diligenza professionale, ha omesso di specificare che per alcune località la possibilità di effettuare il monitoraggio sarebbe cessata nel momento della consegna all'operatore postale di riferimento del Paese di destinazione.

30. La pratica commerciale in esame, con riferimento al profilo concernente il monitoraggio dello stato delle spedizioni, risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, e 22 del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione al servizio offerto dal professionista.

31. Alla luce delle precedenti considerazioni, si ritiene che gli impegni proposti dal professionista nel corso del procedimento non possano essere accolti in quanto riguardanti comportamenti manifestamente non conformi al grado di attenzione e diligenza ragionevolmente esigibile in base ai principi di correttezza e buona fede che dovrebbero generalmente informare le comunicazioni commerciali di un operatore dello specifico settore di attività, privando il consumatore di elementi rilevanti per la valutazione complessiva dell'offerta.

Inoltre, la diffusione dei messaggi è avvenuta per un lungo periodo (a far data dal 2008 fino a buona parte dell'anno 2012) ed in modo capillare sul territorio nazionale attraverso il sito *internet* aziendale, interessando quindi un gran numero di consumatori.

Sussiste, peraltro, nel caso di specie, l'interesse dell'Autorità a procedere all'accertamento dell'infrazione.

32. Diversamente, non può addivenirsi ad una valutazione di ingannevolezza con riferimento al secondo profilo riguardante la tempistica di recapito dei pacchi, in quanto i dati acquisiti nel corso dell'istruttoria non evidenziano, nella maggior parte dei periodi considerati, scostamenti rilevanti. Peraltro, posto che i tempi di consegna dei pacchi sono segnalati nei messaggi pubblicitari come meramente "indicativi", i casi di recapito tardivo concentrati in alcuni limitati periodi dell'anno non risultano incompatibili con il fisiologico ed episodico malfunzionamento dei servizi interessati riconducibile anche a fattori esterni o ad incrementi particolarmente significativi delle richieste di spedizione che si registrano, ad esempio, in alcuni periodi come quello delle festività natalizie.

VII. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

33. Ai sensi dell'art. 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 500.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

34. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'art. 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'art. 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.

35. Con riguardo alla gravità della violazione, nella fattispecie in esame viene preliminarmente in rilievo l'importanza del professionista e la posizione di mercato ricoperta dallo stesso quale

fornitore del servizio postale universale, sul presupposto che la pratica oggetto di contestazione è stata posta in essere in un settore liberalizzato con possibile sfruttamento anche della notorietà e credibilità acquisita presso il pubblico dal professionista stesso.

Si tiene conto, inoltre, dell'entità complessiva del pregiudizio potenziale per i consumatori rispetto ad una condotta suscettibile di avere un significativo impatto in ragione dell'avvenuta diffusione del messaggio pubblicitario attraverso rilevanti ed ampi mezzi di comunicazione, con particolare riferimento alla rete *internet*. Tale circostanza, peraltro, risulta confermata dai dati acquisiti nel corso del procedimento circa il numero di invii effettuati con il servizio "Paccocelere Internazionale" (il cui costo minimo relativo a documenti/merci è di circa 30 euro) che sono stati [omissis] nel periodo settembre - dicembre 2009, [omissis] nell'anno 2010, [omissis] nell'anno 2011 e [omissis] nel periodo gennaio - maggio 2012.

36. Per quanto riguarda la durata della violazione, risulta che la pratica commerciale è stata realizzata attraverso le pagine *web* di prodotto nell'arco dell'intero periodo oggetto di accertamento istruttorio (dal 2008 a buona parte del 2012). Per quel che concerne l'anno 2012, limitatamente alle Isole Faroe, la violazione è cessata in data 6 luglio 2012 allorché il professionista ha pubblicato un avviso sulla pagina *web* <http://pcinternazionale.poste.it/Default.aspx>, sezione "*Informazioni Territoriali*", informando i consumatori che per tale località l'arrivo a destinazione doveva intendersi la mera consegna all'Amministrazione postale di riferimento. Successivamente la violazione è venuta meno anche per le restanti destinazioni con le medesime modalità di consegna (Tunisia, Groenlandia e alcuni c.a.p. della Svizzera) in quanto nel novembre 2012 nella prima pagina *web* dedicata al prodotto "Paccocelere Internazionale" è stata inserita una nota del seguente tenore: "*Per alcune destinazioni la tracciatura di avvenuta consegna si intende relativa all'arrivo delle spedizioni presso Amministrazione Postale di destino che ne cura la distribuzione finale*".

37. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Poste Italiane S.p.A. nella misura di 35.000 € (trentacinquemila euro).

38. Tuttavia, in considerazione del fatto che sussiste, nel caso di specie, una circostanza *aggravante* in quanto il professionista risulta già destinatario di provvedimenti adottati in applicazione delle disposizioni contenute nel Codice del Consumo¹⁵, si ritiene di determinare l'importo della sanzione nella misura di 45.000 € (quarantacinquemila euro).

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, e 22 del Codice del Consumo in quanto, nel promuovere il servizio di spedizione denominato "Paccocelere Internazionale" Poste Italiane S.p.A., in contrasto con il requisito dell'ordinaria diligenza professionale, ha fornito indicazioni ingannevoli riguardo le caratteristiche del servizio offerto;

¹⁵ Cfr. provv. n. 21912 del 15 dicembre 2010, - PS3341 - "*POSTE ITALIANE-RIMBORSO RITARDO*"; provv. n. 23105 del 14 dicembre 2011, - PS6858 - "*POSTE ITALIANE – MODULI NON DISPONIBILI*".

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Poste Italiane S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, e 22 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare alla società Poste Italiane S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di 45.000 € (quarantacinquemila euro).

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera b) deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando l'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997. Tale modello può essere presentato in formato cartaceo presso gli sportelli delle banche, di Poste Italiane S.p.A. e degli Agenti della Riscossione. In alternativa, il modello può essere presentato 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.

Ai sensi dell'art. 37, comma 49, del decreto-legge n. 223/2006, i soggetti titolari di partita IVA, sono obbligati a presentare il modello F24 con modalità telematiche.

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'art. 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 di copia del modello 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 del combinato disposto dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo e dell'art. 23, comma 12-quinquiesdecies del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, come modificato dalla Legge 7 agosto 2012, n. 135, 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 del Lazio, ai sensi dell'art. 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'art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 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

RobertoChieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

VARIE

FORMULARIO RATING DI LEGALITÀ'

(Modulo per autocertificazione e dichiarazioni sostitutive
di atti notori ai sensi del d.P.R. n. 445/2000)

*Il prospetto firmato digitalmente dal legale rappresentante della società dovrà essere
accompagnato da copia di un documento d'identità personale in corso di validità, seguendo
le istruzioni pubblicate sul sito www.agcm.it*

Dichiarazione

Il/la sottoscritto/a (nome, cognome)

codice fiscale

nato/a a

il

residente a

in via

consapevole delle sanzioni penali previste dal d.P.R. n. 445/2000, per le dichiarazioni mendaci,
la falsità negli atti e l'uso di atti falsi (art. 76, d.P.R. n. 445/2000);

sotto la propria personale responsabilità,

in qualità di legale rappresentante dell'impresa (indicare ragione sociale/ditta)

CHIEDE

per la suddetta impresa, l'attribuzione del "rating di legalità" a norma dell'articolo 5 *ter*, d.l. 24
gennaio 2012, n. 1, così come modificato dall'art. 1, comma 1-*quiquies*, d.l. 24 marzo 2012, n.
29, convertito, con modificazioni, dalla l. 18 maggio 2012, n. 62 e del Regolamento di attuazione
adottato dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, in raccordo con i Ministeri della
Giustizia e dell'Interno, con delibera del 14 novembre 2012 (di seguito Regolamento).

A tal fine

DICHIARA

FORMULARIO RATING DI LEGALITÀ

BOLLETTINO N. 1 DEL 14 GENNAIO 2013

27

SEZIONE A - SCHEDA ANAGRAFICA DELL'IMPRESA

Ragione sociale/Ditta

Codice fiscale

Iscrizione al Registro delle Imprese: data

numero

Settore di attività

Codice ATECO

Associazione/i rappresentativa/e degli enti cui l'impresa aderisce

Sito web

PEC (aziendale)

Indirizzo sede legale

Via

Comune

Numero civico

Pr

Stato

Indirizzo sede operativa

Via

Comune

Numero civico

Pr

Stato

Persona cui rivolgersi

Nome

Telefono

Fax

Cognome

E-mail

Forma giuridica

☐ Ditta individuale

☐ Società di persone

☐ Società di capitali

☐ Altre forme societarie

☐ Società semplice

☐ Società in nome collettivo

☐ Società in accomandita semplice

☐ Società per azioni

☐ Società a responsabilità limitata

☐ SRL a socio unico

☐ Società in accomandita per azioni

☐ Società cooperative

☐ Altro (specificare)

Fatturato e numero dipendenti relativi all'ultimo esercizio chiuso nell'anno precedente alla richiesta di rating

Anno

Fatturato (in euro)

Numero dipendenti

FORMULARIO RATING DI LEGALITÀ

BOLLETTINO N. 1 DEL 14 GENNAIO 2013

28

A1. ELENCO DELLE PERSONE FISICHE CHE DEVONO POSSEDERE I REQUISITI DI CUI ALL'ART 2 DEL REGOLAMENTO

a) Se impresa INDIVIDUALE:

Indicare per i soggetti di cui all'art. 2, comma 2, lettera a),

	NOME	COGNOME	DATA E LUOGO DI NASCITA	LUOGO DI RESIDENZA	CODICE FISCALE
Titolare					
Direttore tecnico					

b) Se impresa COLLETTIVA:

Indicare per i soggetti di cui all'art. 2, comma 2, lettera b),

	NOME	COGNOME	DATA E LUOGO DI NASCITA	LUOGO DI RESIDENZA	CODICE FISCALE
Rappresentante legale					
Amministratore					
Amministratore					
Amministratore					
Amministratore					
Direttore generale					
Direttore tecnico					
Socio (*)					
Socio (*)					
Socio (*)					
Socio (*)					
Socio (*)					
Socio (*)					

(*)Soci di maggioranza, anche relativa

SEZIONE B REQUISITI PER L'ATTRIBUZIONE DEL RATING (art.2, co. 2,3, 4 e 5 Reg.)

B1. Dichiarazione per la verifica della deroga di cui all'art. 2, co.5, Reg.

Barrare le caselle rispondenti alle condizioni elencate

a) l'impresa, sottoposta a sequestro o confisca ai sensi dell'articolo 12-*sexies* del d.l. n. 306/1992, convertito, con modificazioni, dalla l. n. 356/1992, è stata affidata ad un custode o amministratore giudiziario o finanziario per finalità di continuazione o ripresa dell'attività produttiva

☐ SI

☐ NO

b) l'impresa, sottoposta a misura di prevenzione patrimoniale del sequestro o della confisca ai sensi del d. lgs. n. 159/2011, è stata affidata ad un amministratore giudiziario per finalità di continuazione o ripresa dell'attività produttiva

☐ SI

☐ NO

c) i beni aziendali, oggetto di confisca definitiva, sono stati destinati all'affitto o alla vendita in favore di società o imprese pubbliche o private per finalità di continuazione o ripresa dell'attività produttiva con provvedimento dell'Agenzia nazionale per l'amministrazione, la gestione e la destinazione dei beni sequestrati e confiscati alla criminalità organizzata, ai sensi dell'articolo 48, comma 8 del d. lgs. n. 159/2011

☐ SI

☐ NO

Se l'impresa (individuale o collettiva) soddisfa almeno una delle condizioni

→ proseguire la compilazione al punto B4.

altrimenti

→ proseguire la compilazione al punto B2.

B2. Dichiarazione in merito alla responsabilità dei soggetti di cui al punto A1

Barrare le caselle rispondenti alle condizioni elencate

a) nei confronti dei soggetti elencati al punto A1, è stata iniziata l'azione penale ai sensi dell'articolo 405 c.p.p. per delitti aggravati ai sensi dell'articolo 7 del d.l. n. 152/1991, convertito dalla l. n. 203/1991

☐ SI

☐ NO

In caso di risposta affermativa

→ *l'impresa non può accedere al RATING.*

In caso di risposta negativa

→ *proseguire la compilazione.*

b) nei confronti dei soggetti elencati al punto A1, per reati di cui al d. lgs. n. 231/2001 e per i reati tributari di cui al d. lgs. n. 74/2000 e successive modifiche

b1) sono state adottate misure cautelari personali e/o patrimoniali; sono state adottate misure di prevenzione personale e/o patrimoniale

☐ SI

☐ NO

Barrare la casella SI unicamente nel caso le misure cautelari e/o di prevenzione risultino in corso di efficacia.

In caso di risposta affermativa

→ *l'impresa non può accedere al RATING.*

In caso di risposta negativa

→ *proseguire la compilazione.*

b2) è stata pronunciata sentenza di condanna o emesso decreto penale di condanna oppure sentenza di applicazione della pena su richiesta, ai sensi dell'articolo 444 del codice di procedura penale

☐ SI

☐ NO

In caso di risposta affermativa

→ *proseguire la compilazione al punto B2c).*

In caso di risposta negativa

→ *proseguire la compilazione al punto B3.*

c) (*applicazione dell'eccezione di cui all'art. 2, comma 4, Regolamento*) dopo 5 anni dal passaggio in giudicato della/e sentenza/e o del/i provvedimento/i di condanna di cui all'art. 2, comma 4, del Regolamento, nei confronti dei destinatari di tali sentenze/provvedimenti è stata iniziata l'azione penale ai sensi dell'articolo 405 c.p.p. per delitti aggravati ai sensi dell'articolo 7 del d.l. n. 152/1991, convertito dalla l. n. 203/1991, sono state adottate misure cautelari, misure di prevenzione o sono stati emessi provvedimenti o sentenze di condanna anche non definitivi ai sensi dell'articolo 2 del Regolamento

☐ NO

☐ SI .

Le sentenze/provvedimenti di condanna non sono ancora passati in giudicato

Non sono trascorsi 5 anni dal passaggio in giudicato delle sentenze/provvedimenti di condanna

In caso di risposta affermativa o qualora i provvedimenti/sentenze non siano passati in giudicato, o non siano trascorsi 5 anni dal loro passaggio in giudicato

→ l'impresa non può accedere al RATING.

In caso di risposta negativa

→ proseguire la compilazione.

B3. Dichiarazione in merito alla responsabilità amministrativa di impresa ex d.lgs. 231/2001

Barrare le caselle rispondenti alle condizioni elencate

a) nei confronti dell'impresa, per illeciti amministrativi dipendenti dai reati di cui al d. lgs. n. 231/2001,

a1) sono state adottate misure cautelari

☐ SI

☐ NO

Barrare la casella SI unicamente nel caso le misure cautelari risultino in corso di efficacia.

In caso di risposta affermativa

→ l'impresa non può accedere al RATING.

In caso di risposta negativa

→ proseguire la compilazione.

a2) è stata pronunciata sentenza di condanna

☐ SI

☐ NO

In caso di risposta affermativa

→ proseguire la compilazione.

In caso di risposta negativa

→ proseguire la compilazione al punto B4.

b) (applicazione dell'eccezione di cui all'art. 2, comma 4, Regolamento) dopo 5 anni dal passaggio in giudicato della sentenza di cui all'art. 2, comma 4 del Regolamento, nei confronti dell'impresa sono state emesse sentenze di condanna o sono state adottate misure cautelari per gli illeciti amministrativi dipendenti dai reati di cui al d.lgs. n. 231/2001

☐ NO

☐ SI

Le sentenze/provvedimenti non sono ancora passati in giudicato

Non sono trascorsi 5 anni dal passaggio in giudicato delle sentenze/provvedimenti di condanna

In caso di risposta affermativa o qualora le sentenze non siano passate in giudicato, o non siano trascorsi 5 anni dal loro passaggio in giudicato

→ l'impresa non può accedere al RATING.

In caso di risposta negativa

→ proseguire la compilazione.

c) l'impresa è governata da una struttura totalmente dissociata rispetto ai reati accertati in via definitiva

☐ SI

☐ NO

(indicare gli elementi dai quali risulta la dissociazione)

In caso di risposta affermativa

→ proseguire la compilazione.

In caso di risposta negativa

→ l'impresa non può accedere al RATING.

B4. Dichiarazione in merito alla responsabilità di impresa per Illeciti amministrativi

Barrare le caselle rispondenti alle condizioni elencate

L'impresa:

a) non è destinataria di provvedimenti di condanna dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) o della Commissione europea per illeciti *antitrust gravi* divenuti inoppugnabili o confermati con sentenza passata in giudicato nel biennio precedente la richiesta di *rating*

☐

b) non è destinataria di provvedimenti dell'autorità competente di accertamento di un maggior reddito imponibile rispetto a quello dichiarato divenuti inoppugnabili o confermati con sentenza passata in giudicato nel biennio precedente la richiesta di *rating*

☐

c) non è destinataria di provvedimenti dell'autorità competente di accertamento del mancato rispetto delle previsioni di legge relative alla tutela della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro, divenuti inoppugnabili o confermati con sentenza passata in giudicato nel biennio precedente la richiesta di *rating*

☐

d) non è destinataria di provvedimenti dell'autorità competente di accertamento di violazioni in materia di obblighi retributivi, contributivi e assicurativi e di obblighi relativi alle ritenute fiscali concernenti i propri dipendenti e collaboratori, divenuti inoppugnabili o confermati con sentenza passata in giudicato nel biennio precedente la richiesta di *rating*

☐

e) effettua pagamenti e transazioni finanziarie di ammontare superiore alla soglia di euro 1.000 esclusivamente per il tramite di strumenti di pagamento tracciabili anche secondo le modalità previste nella determinazione n. 4 del 7 luglio 2011 dell'Autorità di Vigilanza sui Contratti Pubblici

☐

f) non è destinataria di provvedimenti di revoca di finanziamenti pubblici di cui è o è stata beneficiaria, per i quali non siano stati assolti gli obblighi di restituzione, divenuti inoppugnabili o confermati con sentenza passata in giudicato nel biennio precedente la richiesta di *rating*

☐

In caso di mancanza di anche uno solo dei requisiti di cui al punto B4

→ **L'impresa non può accedere al RATING.**

altrimenti

→ **proseguire la compilazione alla sezione C.**

SEZIONE C REQUISITI PER L'INCREMENTO DEL PUNTEGGIO (art.3, co. 2,3 e 4 Reg.)

C1. Dichiarazione per la verifica delle condizioni per l'incremento del punteggio

Barrare le caselle rispondenti alle condizioni elencate

L'impresa:

a) rispetta i contenuti del Protocollo di legalità sottoscritto dal Ministero dell'Interno e da Confindustria in data 10 maggio 2010 e le successive versioni dello stesso e le Linee Guida che ne costituiscono attuazione, nonché i protocolli sottoscritti a livello locale dalle Prefetture e dalle associazioni di categoria

☐ SI

☐ NO

(indicare i Protocolli sottoscritti e i firmatari)

b) utilizza sistemi di tracciabilità dei pagamenti anche per somme di importi inferiori rispetto a quelli fissati dalla legge

☐ SI

☐ NO

c) ha adottato una funzione o struttura organizzativa, anche in *outsourcing*, che espleti il controllo di conformità delle attività aziendali a disposizioni normative applicabili all'impresa o un modello organizzativo ai sensi del d.lgs. n. 231/2001

☐ SI

☐ NO

(indicare il modello organizzativo adottato)

d) ha adottato processi volti a garantire forme di *Corporate Social Responsibility* anche attraverso l'adesione a programmi promossi da organizzazioni nazionali o internazionali e l'acquisizione di indici di sostenibilità

☐ SI

☐ NO

(specificare i programmi/protocolli cui l'impresa aderisce e gli standards adottati (i.e. principi del Global Compact delle Nazioni Unite, linee guida dell'OCSE per le imprese multinazionali, linee guida UNI ISO 26000 sulla responsabilità sociale delle organizzazioni, dichiarazione tripartita di principi sulle imprese multinazionali e la politica sociale - ILO Tri-partite Declaration, Dow Jones Sustainability Index, FTSE4Goods, altro)

e) è iscritta in uno degli elenchi di fornitori, prestatori di servizi ed esecutori di lavori non soggetti a tentativi di infiltrazione mafiosa istituiti ai sensi delle vigenti disposizioni di legge (*white list*)

☐ SI

☐ NO

(indicare gli elenchi cui l'impresa è iscritta)

f) ha aderito a codici etici di autoregolamentazione adottati dalle associazioni di categoria

☐ SI

☐ NO

(indicare i codici a cui l'impresa aderisce)

g) ha denunciato all'autorità giudiziaria o alle forze di polizia taluno dei reati previsti dal presente Regolamento, commessi a danno dell'imprenditore o dei propri familiari e collaboratori e a seguito di tale denuncia è stata esercitata azione penale in relazione ai fatti di reato denunciati

☐ SI

☐ NO

(fornire i dati per l'identificazione dell'avvenuto esercizio dell'azione penale)

Il possesso di ciascuno dei requisiti di cui alla sezione C dà luogo ad un incremento di punteggio pari a un +.

*Il conseguimento di tre segni + comporta l'attribuzione di una * aggiuntiva, fino ad un punteggio totale massimo di * * *.*

Il legale rappresentante dell'impresa che effettua la dichiarazione deve apporre la propria firma digitale al presente file una volta compilato e salvato prima di procedere all'invio alla casella di Posta Elettronica Certificata, seguendo le istruzioni riportate sul sito www.agcm.it - Sezione "Rating di legalità".

Si precisa che non verranno accettate richieste inviate con modalità diverse da quelle indicate sul sito www.agcm.it: in particolare non verranno accettate domande inviate in forma cartacea, via posta, fax o consegnate a mano.

INFORMATIVA SUL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

(art. 13 del d.lgs. 30 giugno 2003, n. 196)

Si informa che i dati personali acquisiti dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato (titolare del trattamento) saranno utilizzati solamente per lo svolgimento delle attività ad essa demandate dalla disciplina in materia di rating di legalità (articolo 5 ter del decreto legge 24 gennaio 2012, n. 1, così come modificato dall'art. 1, comma 1- quinquies, del decreto legge 24 marzo 2012, n. 29, convertito, con modificazioni, dalla legge 18 maggio 2012, n. 62)

Il conferimento di questi dati è strettamente funzionale allo svolgimento di tali attività e il relativo trattamento verrà effettuato, anche tramite strumenti informatici, nei modi e nei limiti necessari al perseguimento di dette finalità.

I dati conferiti saranno conosciuti da personale incaricato del trattamento e potranno essere comunicati a soggetti pubblici sulla base delle disposizioni di legge o regolamento ed eventualmente ai soggetti privati che vi abbiano interesse in applicazione della disciplina sull'accesso ai documenti amministrativi.

Nei confronti dei dati che lo riguardano l'interessato può esercitare i diritti di cui all'art. 7 del decreto legislativo n. 196/2003 (ad esempio, il diritto di accedere ai propri dati e di ottenerne la comunicazione in forma intelligibile, chiederne eventualmente la rettifica o l'aggiornamento), rivolgendo un'istanza all'Autorità garante della concorrenza e del mercato.

*Autorità garante
della concorrenza e del mercato*

Bollettino Settimanale
Anno XXIII- N. 1 - 2013

Coordinamento redazionale

Giulia Antenucci

Redazione

Elisabetta Allegra, Sandro Cini, Valerio Ruocco,
Simonetta Schettini
Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato
Ufficio Statistico e Ispezioni Informatiche
Piazza Giuseppe Verdi, 6/a - 00198 Roma
Tel.: 06-858211 Fax: 06-85821256

Web: <http://www.agcm.it>

Realizzazione grafica

Area Strategic Design
