



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXXV - n. 33

**Pubblicato sul sito www.agcm.it
25 agosto 2025**

SOMMARIO

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE	5
A561 - APP TRACKING TRANSPARENCY DI APPLE	
<i>Provvedimento n. 31656</i>	5
OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	6
C12733 - POSTE VITA/COMPENDIO DI CRONOS VITA ASSICURAZIONI	
<i>Provvedimento n. 31657</i>	6
C12738 - FIDEURAM VITA/COMPENDIO DI CRONOS VITA ASSICURAZIONI	
<i>Provvedimento n. 31658</i>	12
C12743 - BANCA IFIS-CDP VENTURE CAPITAL SGR-TRECCANI SCUOLA/EDULIA	
<i>Provvedimento n. 31659</i>	18
C12744 - ANIMAL WELLNESS INVESTMENTS/FATRO	
<i>Provvedimento n. 31660</i>	23
ATTIVITA' DI SEGNALEZIONE E CONSULTIVA	28
AS2097 - COMUNE DI SAPRI (SA) - PROROGA CONCESSIONI DEMANIALI MARITTIME CON	
FINALITA' TURISTICO-RICREATIVE-NUOVA SEGNALEZIONE	28
AS2098 - COMUNE DI PALERMO - RICOGNIZIONE SPL 2024	34
AS2099 - ROMA CAPITALE - REQUISITI DEL BANDO DI ISCRIZIONE AL RUOLO DEI	
CONDUCENTI DEGLI AUTOSERVIZI PUBBLICI NON DI LINEA	41
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	45
PS12920 - FORBES ITALIA - PUBBLICITA' OCCULTA	
<i>Provvedimento n. 31663</i>	45

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

A561 - APP TRACKING TRANSPARENCY DI APPLE

Provvedimento n. 31656

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 5 agosto 2025;

SENTITA la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

VISTO l'articolo 102 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea (TFUE);

VISTO il Regolamento n. 1/2003 del Consiglio del 16 dicembre 2002;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO il D.P.R. 30 aprile 1998, n.217;

VISTO il proprio provvedimento n. 30620 del 2 maggio 2023 con il quale è stata avviata un'istruttoria ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/1990, nei confronti delle società Apple Inc., Apple Distribution International Ltd e Apple Italia S.r.l. per accertare l'esistenza di violazioni della concorrenza ai sensi dell'articolo 102 TFUE;

VISTO il proprio provvedimento n. 31340 dell'8 ottobre 2024 con il quale il procedimento è stato oggettivamente esteso in relazione alla potenziale restrittività della condotta consistente nell'imposizione agli sviluppatori di applicazioni terze per il sistema operativo mobile iOS di condizioni non oggettive, non trasparenti, non proporzionate e suscettibili di avvantaggiare la stessa Apple in merito alle modalità di richiesta del consenso degli utenti ai fini dello sfruttamento dei dati a fini pubblicitari;

CONSIDERATA la necessità di garantire alle Parti il più ampio esercizio dei diritti di difesa e del contraddittorio;

RITENUTO necessario disporre la proroga del termine di conclusione del procedimento, attualmente fissato al 31 ottobre 2025;

DELIBERA

di prorogare il termine di conclusione del procedimento all'11 novembre 2025.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Guido Stazi

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

C12733 - POSTE VITA/COMPENDIO DI CRONOS VITA ASSICURAZIONI

Provvedimento n. 31657

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 5 agosto 2025;

SENTITO il Relatore, Saverio Valentino;

VISTO il Regolamento (CE) n. 139/2004;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO il D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTA la comunicazione della società, pervenuta in data 9 giugno 2025;

VISTO il parere dell'IVASS, pervenuto in data 10 luglio 2025;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Poste Vita S.p.A. (di seguito, "Poste Vita"; c.f. 07066630638) è controllata al 100% da Poste Italiane S.p.A. (di seguito, "Poste Italiane"). Quest'ultima è la società, quotata in Borsa, *holding* del Gruppo Poste, a sua volta partecipata dal Ministero dell'Economia e delle Finanze, il quale, secondo quanto comunicato da Poste Vita nel formulario di notifica dell'operazione di concentrazione, detiene direttamente il 29,6% del capitale sociale di Poste Italiane e, indirettamente, un ulteriore 35% attraverso Cassa Depositi e Prestiti. La restante parte del capitale sociale di Poste Italiane è detenuto da investitori istituzionali, investitori individuali e da Poste Italiane stessa. Il Gruppo Poste è attivo, oltre che nel settore postale, anche in altri ambiti, tra i quali quello dei servizi assicurativi. In quest'ultimo settore, il Gruppo Poste è presente con Poste Vita, compagnia assicurativa attiva nel comparto vita, a capo del Gruppo assicurativo Poste Vita¹.

Nel corso del 2024, il Gruppo Poste ha realizzato un fatturato complessivo a livello mondiale pari a circa [30-40]* miliardi di euro, di cui circa [30-40] miliardi di euro generati in Europa e circa [20-30] miliardi di euro in Italia.

¹ Fanno altresì parte del Gruppo Poste Vita la compagnia assicurativa danni Poste Assicura S.p.A. (di seguito, "Poste Assicura"), interamente posseduta da Poste Vita, l'intermediario assicurativo Poste Insurance Broker S.r.l., a sua volta interamente partecipato da Poste Assicura, nonché, a partire dal 2023, la compagnia danni Net Insurance S.p.A. (di seguito, "Net Insurance"), che offre soluzioni di protezione dedicate alla persona, alla famiglia e alla piccola e media impresa, e la sua controllata Net Insurance Life S.p.A., attiva nei Rami vita, che offre principalmente coperture assicurative connesse ai prodotti danni offerti dalla controllante Net Insurance.

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

2. Il Compendio² (di seguito, “Compendio”) di Cronos Vita Assicurazioni S.p.A. (di seguito, “Cronos”; c.f. 13088520963) oggetto di acquisizione è specializzato nella gestione *post-vendita* di prodotti assicurativi relativi al comparto vita. Il Compendio è costituito dal portafoglio assicurativo comprendente i contratti di assicurazione di cui ai Rami vita I, III e IV, nonché dagli altri elementi patrimoniali e rapporti giuridici connessi, individuati nell’apposito Accordo di Scissione, come di seguito definito³.

Il capitale sociale di Cronos è detenuto dalle società Allianz S.p.A. (10%), Intesa Sanpaolo Assicurazioni S.p.A. (22,5%), Generali Italia S.p.A. (22,5%), Poste Vita (22,5%) e Unipol S.p.A. (22,5%) (di seguito, congiuntamente, le “Compagnie”), nessuna delle suddette Compagnie detiene il controllo a fini *antitrust* su Cronos.

Cronos è stata costituita in data 3 agosto 2023 dalle Compagnie, nel contesto di un’operazione di sistema finalizzata alla salvaguardia dei clienti di Eurovita S.p.A. (di seguito, “Eurovita”), avviata a seguito della sottoposizione della stessa ad un’operazione di dismissione per via del commissariamento da parte dell’IVASS in data 31 gennaio 2023 e della messa in amministrazione straordinaria in data 29 marzo 2023 da parte del Ministro delle Imprese e del *Made in Italy*, per problemi di solvibilità e di requisiti patrimoniali sottosoglia rispetto a quelli minimi previsti dalla regolazione.

Nel dettaglio, l’operazione di dismissione ha a oggetto: (i) l’acquisto da parte di Cronos di un ramo d’azienda comprendente tutto il portafoglio di prodotti di Eurovita e alcune attività e passività, con l’esclusione di specifici elementi, contestualmente alla sottoposizione della stessa a liquidazione coatta amministrativa in data 27 ottobre 2023 (di seguito, “Ramo d’Azienda”), e (ii) la successiva divisione tra le Compagnie dei rapporti compresi nel Ramo d’Azienda (di seguito, “*Split*”).

In data 27 ottobre 2023, Cronos ha perfezionato l’acquisto del Ramo d’Azienda di Eurovita e, in data 7 aprile 2025, Cronos e le Compagnie⁴ hanno sottoscritto un accordo teso a regolare lo *Split* (“Accordo di Scissione”). Ai sensi dell’Accordo di Scissione, lo *Split* sarà realizzato mediante la scissione totale non proporzionale di Cronos a favore degli attuali soci⁵ con (i) assegnazione dell’intero patrimonio di Cronos, ripartito in diversi compendi, e (ii) conseguente estinzione – alla data di efficacia della scissione – di Cronos.

Ai sensi del proprio statuto, l’operatività di Cronos, fino al perfezionamento dello *Split*, è interamente deputata alla sola gestione in *run-off* del portafoglio assicurativo acquisito da Cronos nell’ambito del Ramo d’Azienda e allo svolgimento delle attività funzionali allo *Split*, che terminerà con la scissione totale di Cronos e l’assegnazione di tutto il suo patrimonio alle Compagnie.

Nel corso del 2024, il Compendio ha realizzato un fatturato complessivo a livello mondiale pari a circa [35-100] milioni di euro, interamente realizzato in Italia.

² Il Compendio non ha personalità giuridica.

³ Si precisa che il Compendio è comunque autorizzato anche all’esercizio dell’attività assicurativa nei Rami danni I e II.

⁴ Si precisa che è parte dell’Accordo di Scissione, come di seguito definito, in qualità di “Terzo Designato” di Intesa Sanpaolo Assicurazioni S.p.A., anche Fideuram Vita S.p.A., in favore della quale verrà effettuata l’assegnazione del relativo compendio.

⁵ E di Fideuram Vita S.p.A., che acquisirà il compendio di competenza del socio di Cronos Intesa Sanpaolo Assicurazioni S.p.A. in proporzione alla partecipazione da essa detenuta in Cronos.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione comunicata (di seguito, "Operazione") consiste nell'acquisizione, da parte di Poste Vita, del controllo esclusivo sul Compendio di Cronos, a seguito della scissione totale non proporzionale di questa società, nel contesto del più ampio schema di salvataggio attuato a partire dal 2023 e finalizzato alla tutela dei sottoscrittori delle polizze di Eurovita, compagnia assicurativa in liquidazione coatta amministrativa.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

4. L'Operazione, in quanto finalizzata all'acquisto del controllo di parti di un'impresa, costituisce una concentrazione, ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/1990. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/1990, 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, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 582 milioni di euro e il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, individualmente da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 35 milioni di euro⁶.

IV. IL PARERE DELL'IVASS

5. Con parere pervenuto in data 10 luglio 2025, l'IVASS ha evidenziato che, sulla base delle informazioni disponibili, l'Operazione non è in grado di alterare l'equilibrio concorrenziale dei mercati assicurativi rilevanti.

V. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

V.1 I mercati rilevanti

6. L'Operazione comporta una sovrapposizione orizzontale tra le attività delle Parti nei mercati della produzione di prodotti assicurativi del comparto vita a livello nazionale e della distribuzione di prodotti assicurativi del comparto vita su base provinciale.

V.1.1 Mercati nazionali della produzione di prodotti assicurativi Rami vita

7. Nel settore assicurativo, per consolidato orientamento dell'Autorità⁷, in ciascun ramo assicurativo viene individuato un mercato del prodotto distinto. Tale distinzione si fonda, principalmente, sull'oggetto del servizio reso, sui rischi assunti, sull'obiettivo di copertura assicurativa espresso dalla domanda di ogni singolo Ramo e sull'assenza di sostituibilità delle polizze erogate a fronte del particolare oggetto del servizio reso. I Rami vita sono i seguenti:

⁶ Cfr. provvedimento n. 31495 del 18 marzo 2025 "Rivalutazione soglie di fatturato ex articolo 16, comma 1, della legge n. 287/1990", pubblicato in Bollettino n. 11 del 24 marzo 2025.

⁷ Cfr., tra gli altri, C11524 - Unipol gruppo finanziario/Unipol assicurazioni-Premafin Finanziaria Fondiaria Sai-Milano Assicurazioni, provvedimento n. 23678 del 19 giugno 2012, in Bollettino n. 25/2012 e, da ultimi, C12417 - Cassa di Risparmio di Bolzano - Sparkasse/Banca di Cividale, provvedimento n. 29972 del 18 gennaio 2022, in Bollettino n. 5/2022 e C12500 - Poste Vita /Net Insurance, provvedimento n. 30389 del 30 novembre 2022, in Bollettino n. 45/2022.

- *Ramo vita I - Durata vita umana*: si tratta delle assicurazioni sulla vita umana attraverso le quali un soggetto (l'assicuratore), a fronte di un premio dell'assicurato, si impegna a pagare una somma di denaro al verificarsi di un evento collegato alla vita umana, quale morte dell'assicurato o raggiungimento di una certa età;

- *Ramo vita II - Nuzialità e natalità*: si tratta delle assicurazioni che riguardano la famiglia e, in particolare, matrimonio e nascita dei figli;

- *Ramo vita III - Fondi di investimento*: si tratta di contratti di assicurazione le cui prestazioni sono collegate (i) al valore di quote di fondi comuni di investimento, (ii) indici azionari, (iii) altri valori di riferimento;

- *Ramo vita IV - Malattia*: si tratta dell'assicurazione malattia e l'assicurazione contro il rischio di non autosufficienza garantite mediante contratti di lunga durata;

- *Ramo vita V - Capitalizzazione*: si tratta di operazioni di capitalizzazione del risparmio attraverso le quali l'assicurato affida alla compagnia di assicurazione una determinata somma, per un certo arco temporale, a fronte di una rivalutazione dell'investimento, normalmente legata alla misura dei rendimenti di una particolare gestione separata con garanzia di minimo;

- *Ramo vita VI - Fondi pensione*: si tratta di operazioni di gestione di fondi collettivi costituiti per l'erogazione di prestazione in caso di morte, di vita o di cessazione o riduzione dell'attività lavorativa.

8. Sotto il profilo geografico, i mercati in esame allo stato risultano di dimensione nazionale, essendo questo l'ambito ove sono definite alcune delle condizioni delle polizze offerte e quindi la politica commerciale dei servizi assicurativi offerti.

9. L'Operazione, sulla base dei dati e delle informazioni fornite dalle Parti, appare impattare sui mercati produttivi Ramo vita I, III e IV.

V.1.2 Mercati provinciali della distribuzione di prodotti assicurativi Rami vita

10. L'attività distributiva è caratterizzata dalla presenza di reti differenziate, tra le varie compagnie, a livello locale (agenti in mono-mandato, agenti in pluri-mandato, promotori, *brokers*, ecc.) le quali competono definendo alcune componenti essenziali della polizza, ad esempio il prezzo finale con l'applicazione o meno di sconti e con adeguamenti della polizza stessa alle specifiche esigenze della domanda. Si osservi, inoltre, che gli stessi operatori non sono sempre e necessariamente attivi nella fase produttiva e in quella distributiva (si pensi, ad esempio, ai rapporti di *bancassurance* laddove una banca opera come solo distributore e non come produttore a monte) e che alcuni distributori operano per più produttori (*brokers* o agenti in pluri-mandato)⁸.

11. Il grado di pressione competitiva a livello distributivo appare valutabile considerando, distintamente, da un lato i Rami danni e dall'altro i Rami vita, in considerazione del fatto che nella fase di collocamento le reti si differenziano, per tipo di soggetti attivi e modalità di azione, in funzione delle due aree (danni o vita) di rischi coperti. Ad esempio, la tipica rete distributiva di polizze vita risulta essere quella degli sportelli bancari, diversamente dai Rami danni, dove il canale bancario è quasi del tutto assente e invece è predominante quello degli agenti.

⁸ Cfr. C11524 - *Unipol gruppo finanziario/Unipol assicurazioni-Premafin Finanziaria Fondiaria Sai-Milano Assicurazioni*, cit..

Per le caratteristiche descritte appare, pertanto, possibile individuare due mercati della distribuzione distinti per l'insieme dei Rami vita e per l'insieme dei Rami danni. Nell'Operazione in esame rileva esclusivamente il mercato della distribuzione dei Rami vita.

12. Sotto il profilo geografico, in considerazione della mobilità della domanda, i predetti mercati distributivi ramo vita appaiono, come da vari precedenti dell'Autorità, in prima approssimazione di dimensione provinciale⁹.

V.2 Gli effetti dell'Operazione

13. Per quanto riguarda i mercati nazionali della produzione di polizze assicurative vita, l'Operazione comporterà delle marginali sovrapposizioni orizzontali nei Rami I, III e IV, in quanto in questi mercati la quota di mercato del Compendio è *[inferiore all'1%]* e, di conseguenza, la quota di mercato *post-merger* del Gruppo Poste Vita rimarrà sostanzialmente invariata.

14. Più precisamente, nel Ramo I la quota di mercato congiunta sarà pari al *[20-25%]*, con una quota del Compendio pari al *[inferiore all'1%]* e quella del Gruppo Poste Vita pari al *[20-25%]*; nel Ramo III la quota di mercato congiunta sarà pari a *[5-10%]*, con una quota del Compendio pari al *[inferiore all'1%]* e quella del Gruppo Poste Vita pari al *[5-10%]*; infine, nel Ramo IV la quota di mercato congiunta sarà pari a *[1-5%]*, con una quota del Compendio pari al *[inferiore all'1%]* e quella del Gruppo Poste Vita pari al *[1-5%]*.

Rileva, inoltre, notare che il Compendio non è attivo nella produzione di nuove polizze, ma si limita alla gestione *post-vendita* delle polizze precedentemente emesse da Eurovita. A ciò si aggiunga che il contesto competitivo è caratterizzato dalla presenza di numerosi concorrenti con una quota di mercato superiore o prossima a quella del Gruppo Poste Vita, in grado di esercitare una rilevante pressione concorrenziale: nel Ramo I, Generali *[20-25%]* e Intesa Sanpaolo *[15-20%]*; nel Ramo III Allianz *[20-25%]*, Mediolanum *[15-20%]* e Intesa Sanpaolo *[10-15%]*; nel Ramo IV, Generali *[60-65%]*, AXA Italia *[5-10%]* e Allianz *[5-10%]*.

15. Anche per quanto riguarda i mercati locali della distribuzione di prodotti assicurativi Rami vita, l'Operazione comporterà delle marginali sovrapposizioni orizzontali, considerato che la quota riconducibile al Compendio è *[inferiore all'1%]*.

La quota congiunta delle Parti a livello provinciale rimarrà inferiore al 20% in quarantuno delle province italiane interessate dall'Operazione. Nelle restanti province, in sessanta la quota congiunta delle Parti sarà compresa tra il 20% e il 50% e solo in sei province superiore al 50%; in tali province, tuttavia, la quota di mercato del Gruppo Poste rimarrà sostanzialmente invariata *post* Operazione, in quanto, l'incremento apportato dal Compendio, come sopra indicato, risulta *[inferiore all'1%]* e, pertanto, inidoneo a modificare la struttura di tali mercati locali.

16. Quanto alla presenza di possibili effetti verticali, con riferimento alle province in cui il Gruppo Poste detiene quote superiori al 30%¹⁰, si osserva che la relazione verticale tra le attività comprese nel Compendio nella produzione di prodotti assicurativi vita (Rami I, III e IV) e l'operatività del Gruppo Poste nei mercati della distribuzione assicurativa di prodotti vita è solo teorica, in quanto il Compendio non è attivo nella produzione di nuove polizze. In ogni caso, rileva che la quota di mercato del Compendio nella produzione di prodotti vita, in ciascuno dei Rami in cui opera, è

⁹ Cfr. C12401 - Zurich Insurance Company/Ramo di Azienda DB Financial Advisors di Deutsche Bank, provvedimento n. 29887 del 9 novembre 2021, in Bollettino n. 47/2021.

¹⁰ Sono quaranta province.

sempre trascurabile e, per tale motivo, l'Operazione non è suscettibile di generare alcun effetto preclusivo a livello della clientela o dei fattori di produzione.

17. Alla luce delle considerazioni che precedono, stante l'assenza di sostanziali sovrapposizioni di natura orizzontale, nonché di possibili criticità concorrenziali di carattere verticale, l'Operazione non appare suscettibile di determinare effetti pregiudizievoli per la concorrenza.

RITENUTO, pertanto, che l'Operazione non ostacola, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/1990, in misura significativa la concorrenza effettiva nei mercati interessati e non comporta la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990, alle imprese interessate e al Ministro delle Imprese e del Made in Italy.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

C12738 - FIDEURAM VITA/COMPENDIO DI CRONOS VITA ASSICURAZIONI*Provvedimento n. 31658*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 5 agosto 2025;

SENTITA la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

VISTO il Regolamento (CE) n. 139/2004;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO il D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTA la comunicazione della società, pervenuta in data 19 giugno 2025;

VISTO il parere dell'IVASS, pervenuto in data 22 luglio 2025;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Fideuram Vita S.p.A. (di seguito, "Fideuram Vita"; c.f. 10830461009). Fideuram Vita è una compagnia di assicurazioni attiva nella produzione di prodotti assicurativi e previdenziali. Fideuram Vita è controllata in via esclusiva da Intesa Sanpaolo S.p.A. (di seguito, "ISP" e – insieme alle sue controllate, "Gruppo ISP") e fa dunque parte del Gruppo ISP¹.

ISP è la società a capo del Gruppo ISP, uno dei principali gruppi bancari italiani.

Il Gruppo ISP è attivo nella fornitura di servizi bancari e finanziari a livello sia nazionale che internazionale, nonché, in Italia, nel settore assicurativo vita e danni attraverso le seguenti società:

(i) Intesa Sanpaolo Assicurazioni S.p.A. (di seguito, "ISPA"), la capogruppo del Gruppo Intesa Sanpaolo Assicurazioni, di cui ISP detiene il 99,98% del capitale sociale; (ii) Intesa Sanpaolo Protezione S.p.A., nata dalla fusione per incorporazione tra Intesa Sanpaolo Assicura S.p.A. e Intesa Sanpaolo RBM Salute S.p.A.; (iii) Intesa Sanpaolo Insurance Agency S.p.A., che svolge attività di intermediazione assicurativa di prodotti vita e danni; (iv) InSalute Servizi S.p.A., dedicata alla gestione delle prestazioni sanitarie, e (v) Fideuram Vita.

Nel corso del 2024, il Gruppo ISP ha realizzato un fatturato complessivo a livello mondiale pari a circa [60-70]* miliardi di euro, di cui circa [50-60] miliardi di euro generati in Europa e circa [50-60] miliardi di euro in Italia.

2. Il Compendio² (di seguito, "Compendio") di Cronos Vita Assicurazioni S.p.A. (di seguito, "Cronos"; c.f. 13088520963) oggetto di acquisizione è specializzato nella gestione *post-vendita* di

¹ In particolare, il capitale sociale di Fideuram Vita è detenuto da ISP per l'80,01% e da Fideuram – Intesa Sanpaolo Private Banking S.p.A. (di seguito, "Banca Fideuram", una società il cui capitale sociale è, a sua volta, detenuto interamente da ISP) per il 19,99%.

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

² Il Compendio non ha personalità giuridica.

prodotti assicurativi relativi al comparto vita. Il Compendio è principalmente costituito da un portafoglio di polizze vita di Ramo I, III, IV e V, nonché da altri elementi patrimoniali e rapporti giuridici connessi individuati nell'Accordo di Scissione, come di seguito definito. Il capitale sociale di Cronos è detenuto dalle società Allianz S.p.A. (10%), Intesa Sanpaolo Assicurazioni S.p.A. (22,5%), Generali Italia S.p.A. (22,5%), Poste Vita (22,5%) e Unipol S.p.A. (22,5%) (di seguito, congiuntamente, le "Compagnie"). Nessuna delle suddette Compagnie detiene il controllo a fini *antitrust* su Cronos.

Cronos è stata costituita in data 3 agosto 2023 dalle Compagnie, nel contesto di un'operazione di sistema finalizzata alla salvaguardia dei clienti di Eurovita S.p.A. (di seguito, "Eurovita"), avviata a seguito della sottoposizione della stessa ad un'operazione di dismissione per via del commissariamento da parte dell'IVASS in data 31 gennaio 2023 e della messa in amministrazione straordinaria in data 29 marzo 2023 da parte del Ministro delle Imprese e del *Made in Italy*, per problemi di solvibilità e di requisiti patrimoniali sottosoglia rispetto a quelli minimi previsti dalla regolazione.

Nel dettaglio, l'operazione di dismissione ha a oggetto: (i) l'acquisto da parte di Cronos di un ramo d'azienda comprendente tutto il portafoglio di prodotti di Eurovita e alcune attività e passività, con l'esclusione di specifici elementi, contestualmente alla sottoposizione della stessa a liquidazione coatta amministrativa in data 27 ottobre 2023 (di seguito, "Ramo d'Azienda"), e (ii) la successiva divisione tra le Compagnie dei rapporti compresi nel Ramo d'Azienda (di seguito, "*Split*").

In data 27 ottobre 2023, Cronos ha perfezionato l'acquisto del Ramo d'Azienda di Eurovita e, in data 7 aprile 2025, Cronos e le Compagnie hanno sottoscritto un accordo teso a regolare lo *Split* ("Accordo di Scissione"). Si precisa che Fideuram Vita è parte dell'Accordo di Scissione in qualità di "Terzo Designato" di ISPA. Ai sensi dell'Accordo di Scissione, lo *Split* sarà realizzato mediante la scissione totale non proporzionale di Cronos a favore degli attuali soci e di Fideuram Vita, che acquisirà il compendio di competenza del socio di Cronos ISPA in proporzione alla partecipazione da essa detenuta in Cronos, con (i) assegnazione dell'intero patrimonio di Cronos, ripartito in diversi compendi, e (ii) conseguente estinzione – alla data di efficacia della scissione – di Cronos.

Ai sensi del proprio statuto, l'operatività di Cronos, fino al perfezionamento dello *Split*, sarà interamente deputata alla sola gestione in *run-off* del portafoglio assicurativo acquisito da Cronos nell'ambito del Ramo d'Azienda e allo svolgimento delle attività funzionali allo *Split*, che terminerà con la scissione totale di Cronos e l'assegnazione di tutto il suo patrimonio alle Compagnie.

Nel corso del 2024, il Compendio ha realizzato un fatturato complessivo a livello mondiale pari a circa [35-100] milioni di euro, interamente realizzato in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione comunicata (di seguito, "Operazione") consiste nell'acquisizione, da parte di Fideuram Vita, del controllo esclusivo sul Compendio di Cronos, a seguito della scissione totale non proporzionale di questa società, nel contesto del più ampio schema di salvataggio attuato a partire dal 2023 e finalizzato alla tutela dei sottoscrittori delle polizze di Eurovita, compagnia assicurativa in liquidazione coatta amministrativa.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

4. L'Operazione, in quanto finalizzata all'acquisto del controllo di parti di un'impresa, costituisce una concentrazione, ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/1990. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/1990, 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, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 582 milioni di euro e il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, individualmente da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 35 milioni di euro³.

IV. IL PARERE DELL'IVASS

5. Con parere pervenuto in data 22 luglio 2025, l'IVASS ha evidenziato che, sulla base delle informazioni disponibili, l'Operazione non è in grado di alterare l'equilibrio concorrenziale dei mercati assicurativi rilevanti.

V. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

V.1 I mercati rilevanti

6. L'Operazione comporta una sovrapposizione orizzontale tra le attività delle Parti nei mercati della produzione di prodotti assicurativi del comparto vita a livello nazionale e della distribuzione di prodotti assicurativi del comparto vita su base provinciale.

V.1.1 Mercati nazionali della produzione di prodotti assicurativi Rami vita

7. Nel settore assicurativo, per consolidato orientamento dell'Autorità⁴, in ciascun ramo assicurativo viene individuato un mercato del prodotto distinto. Tale distinzione si fonda, principalmente, sull'oggetto del servizio reso, sui rischi assunti, sull'obiettivo di copertura assicurativa espresso dalla domanda di ogni singolo Ramo e sull'assenza di sostituibilità delle polizze erogate a fronte del particolare oggetto del servizio reso. I Rami vita sono i seguenti:

- *Ramo vita I - Durata vita umana*: si tratta delle assicurazioni sulla vita umana attraverso le quali un soggetto (l'assicuratore), a fronte di un premio dell'assicurato, si impegna a pagare una somma di denaro al verificarsi di un evento collegato alla vita umana, quale morte dell'assicurato o raggiungimento di una certa età;

- *Ramo vita II – Nuzialità e natalità*: si tratta delle assicurazioni che riguardano la famiglia e, in particolare, matrimonio e nascita dei figli;

³ Cfr. provvedimento n. 31495 del 18 marzo 2025 “*Rivalutazione soglie di fatturato ex articolo 16, comma 1, della legge n. 287/1990*”, pubblicato in Bollettino n. 11 del 24 marzo 2025.

⁴ Cfr., tra gli altri, C11524 - *Unipol gruppo finanziario/Unipol assicurazioni-Premafin Finanziaria Fondiaria Sai-Milano Assicurazioni*, provvedimento n. 23678 del 19 giugno 2012, in Bollettino n. 25/2012 e, da ultimi, C12417 - *Cassa di Risparmio di Bolzano - Sparkasse/Banca di Cividale*, provvedimento n. 29972 del 18 gennaio 2022, in Bollettino n. 5/2022 e C12500 - *Poste Vita /Net Insurance*, provvedimento n. 30389 del 30 novembre 2022, in Bollettino n. 45/2022.

- *Ramo vita III - Fondi di investimento*: si tratta di contratti di assicurazione le cui prestazioni sono collegate (i) al valore di quote di fondi comuni di investimento, (ii) indici azionari, (iii) altri valori di riferimento;

- *Ramo vita IV - Malattia*: si tratta dell'assicurazione malattia e l'assicurazione contro il rischio di non autosufficienza garantite mediante contratti di lunga durata;

- *Ramo vita V - Capitalizzazione*: si tratta di operazioni di capitalizzazione del risparmio attraverso le quali l'assicurato affida alla compagnia di assicurazione una determinata somma, per un certo arco temporale, a fronte di una rivalutazione dell'investimento, normalmente legata alla misura dei rendimenti di una particolare gestione separata con garanzia di minimo;

- *Ramo vita VI - Fondi pensione*: si tratta di operazioni di gestione di fondi collettivi costituiti per l'erogazione di prestazione in caso di morte, di vita o di cessazione o riduzione dell'attività lavorativa.

8. Sotto il profilo geografico, i mercati in esame allo stato risultano di dimensione nazionale, essendo questo l'ambito ove sono definite alcune delle condizioni delle polizze offerte e quindi la politica commerciale dei servizi assicurativi offerti.

9. L'Operazione, sulla base dei dati e delle informazioni fornite dalle Parti, appare impattare sui mercati produttivi Ramo vita I, III e IV⁵.

V.1.2 Mercati provinciali della distribuzione di prodotti assicurativi Rami vita

10. L'attività distributiva è caratterizzata dalla presenza di reti differenziate, tra le varie compagnie, a livello locale (agenti in mono-mandato, agenti in pluri-mandato, promotori, *brokers*, ecc.) le quali competono definendo alcune componenti essenziali della polizza, ad esempio il prezzo finale con l'applicazione o meno di sconti e con adeguamenti della polizza stessa alle specifiche esigenze della domanda. Si osservi, inoltre, che gli stessi operatori non sono sempre e necessariamente attivi nella fase produttiva e in quella distributiva (si pensi, ad esempio, ai rapporti di *bancassurance* laddove una banca opera come solo distributore e non come produttore a monte) e che alcuni distributori operano per più produttori (*brokers* o agenti in pluri-mandato)⁶.

11. Il grado di pressione competitiva a livello distributivo appare valutabile considerando, distintamente, da un lato i Rami danni e dall'altro i Rami vita, in considerazione del fatto che nella fase di collocamento le reti si differenziano, per tipo di soggetti attivi e modalità di azione, in funzione delle due aree (danni o vita) di rischi coperti. Ad esempio, la tipica rete distributiva di polizze vita risulta essere quella degli sportelli bancari, diversamente dai Rami danni che vedono quasi del tutto assente il canale bancario e, invece, predominante quello degli agenti.

Per le caratteristiche descritte appare, pertanto, possibile individuare due mercati della distribuzione distinti per l'insieme dei Rami vita e per l'insieme dei Rami danni. Nell'Operazione in esame rileva esclusivamente il mercato della distribuzione dei Rami vita.

⁵ Seppure il Compendio includa contratti di assicurazione di cui al Ramo vita V, tali contratti non sono produttivi di fatturato in quanto nel 2024 non è ad essi riconducibile alcuna raccolta premi.

⁶ Cfr. C11524 - *Unipol gruppo finanziario/Unipol assicurazioni-Premafin Finanziaria Fondiaria Sai-Milano Assicurazioni*, cit..

12. Sotto il profilo geografico, in considerazione della mobilità della domanda, i predetti mercati distributivi ramo vita appaiono, come da vari precedenti dell'Autorità, in prima approssimazione di dimensione provinciale⁷.

V.2 Gli effetti dell'Operazione

13. Per quanto riguarda i mercati nazionali della produzione di polizze assicurative vita, l'Operazione comporterà delle marginali sovrapposizioni orizzontali nei Rami I, III e IV, in quanto in questi mercati la quota di mercato del Compendio è *[inferiore all'1%]* e, di conseguenza, la quota di mercato *post-merger* del Gruppo ISP rimarrà sostanzialmente invariata.

14. Più precisamente, nel Ramo I la quota di mercato congiunta sarà pari al *[15-20%]*, con una quota del Compendio pari al *[inferiore all'1%]* e quella del Gruppo ISP pari al *[15-20%]*; nel Ramo III la quota di mercato congiunta sarà pari a *[10-15%]*, con una quota del Compendio pari al *[inferiore all'1%]* e quella del Gruppo ISP pari al *[10-15%]*; nel Ramo IV, infine, la quota di mercato congiunta sarà pari a *[inferiore all'1%]*, con una quota del Compendio pari al *[inferiore all'1%]* e quella del Gruppo ISP pari al *[inferiore all'1%]*.

Rileva, inoltre, notare che il Compendio non è attivo nella produzione di nuove polizze, ma si limita alla gestione *post-vendita* delle polizze precedentemente emesse da Eurovita. A ciò si aggiunga che il contesto competitivo è caratterizzato dalla presenza di numerosi concorrenti con una quota di mercato superiore a quella del Gruppo ISP nel Ramo I (Generali *[20-25%]* e Poste Vita *[20-25%]*), nel Ramo III (Allianz *[20-25%]* e Mediolanum *[15-20%]*) e nel Ramo IV (Generali *[60-65%]*, AXA Italia *[5-10%]*, Allianz *[5-10%]* e Poste Vita *[1-5%]*).

15. Anche per quanto riguarda i mercati locali della distribuzione di prodotti assicurativi Rami vita, l'Operazione comporterà delle marginali sovrapposizioni orizzontali, considerato che la quota riconducibile al Compendio è *[inferiore all'1%]*⁸.

La quota congiunta delle Parti a livello provinciale rimarrà inferiore al 20% in ottantasei delle province italiane interessate dall'operazione. Nelle restanti ventuno province, la quota congiunta delle Parti sarà compresa tra il 20% e il 35%, ma anche in tali province non vi saranno effetti anticoncorrenziali posto che la quota di mercato del Gruppo ISP rimarrà sostanzialmente invariata *post* Operazione, in quanto l'incremento apportato dal Compendio, come sopra indicato, risulta *[inferiore all'1%]* e, pertanto, inidoneo a modificare la struttura di tali mercati locali.

16. Quanto alla presenza di possibili effetti verticali, con riferimento alla sola provincia in cui il Gruppo ISP detiene quote superiori al 30%, si osserva che la relazione verticale tra le attività comprese nel Compendio nella produzione di prodotti assicurativi vita (Rami I, III e IV) e l'operatività del Gruppo ISP nei mercati della distribuzione assicurativa di prodotti vita è solo teorica, in quanto il Compendio non è attivo nella produzione di nuove polizze. In ogni caso, rileva che la quota di mercato del Compendio nella produzione di prodotti vita, in ciascuno dei Rami in cui opera, è sempre trascurabile e per tale motivo l'Operazione non è suscettibile di generare alcun effetto preclusivo a livello della clientela o dei fattori di produzione.

⁷ Cfr. C12401 - Zurich Insurance Company/Ramo di Azienda DB Financial Advisors di Deutsche Bank, provvedimento n. 29887 del 9 novembre 2021, in Bollettino n. 47/2021.

⁸ Fatta eccezione per un'unica provincia in cui la quota è di poco superiore all'1%.

17. Alla luce delle considerazioni che precedono, stante l'assenza di sostanziali sovrapposizioni di natura orizzontale, nonché di possibili criticità concorrenziali di carattere verticale, l'Operazione non appare suscettibile di determinare effetti pregiudizievoli per la concorrenza.

RITENUTO, pertanto, che l'Operazione non ostacola, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/1990, in misura significativa la concorrenza effettiva nei mercati interessati e non comporta la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990, alle imprese interessate e al Ministro delle Imprese e del Made in Italy.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

C12743 - BANCA IFIS-CDP VENTURE CAPITAL SGR-TRECCANI SCUOLA/EDULIA
Provvedimento n. 31659

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 5 agosto 2025;

SENTITO il Relatore, Saverio Valentino;

VISTO il Regolamento (CE) n. 139/2004;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO il D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTA la comunicazione della società Banca Ifis S.p.A., pervenuta in data 17 luglio 2025;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Banca Ifis S.p.A. (di seguito "Banca Ifis", C.F. 02505630109) è una banca a capo dell'omonimo gruppo bancario, attivo, prevalentemente in Italia, nell'offerta di servizi e prodotti bancari principalmente indirizzata alla clientela privata e alle piccole e medie imprese, con *focus* sui servizi e sulle soluzioni di credito, nonché sulla gestione del credito deteriorato. In particolare, il Gruppo, oltre all'attività di raccolta bancaria *online* ed erogazione di finanziamenti, svolge attività di *factoring*, di acquisto *pro soluto* di crediti di difficile esigibilità, con relativa assistenza ai debitori per la realizzazione dei piani di rientro, e di cartolarizzazione¹. Banca Ifis è una società quotata nel segmento STAR di Borsa Italiana ed è controllata direttamente e in via esclusiva dalla *holding* familiare svizzera La Scogliera SA, che detiene circa il 44,76% dell'intero capitale sociale, mentre il 49,87% del predetto capitale è disperso fra investitori di mercato e la restante parte dell'azionariato è costituita da azioni proprie della società e azioni detenute da una persona fisica.

Il fatturato consolidato realizzato nel 2024 dal Gruppo Banca Ifis nell'Unione europea è stato pari a circa [1-2]* miliardi di euro, quasi interamente sviluppato in Italia.

2. CDP Venture Capital SGR S.p.A. (di seguito, "CDPVC", C.F. 08480100018) è controllata indirettamente, tramite CDP Equity S.p.A., da Cassa Depositi e Prestiti S.p.A. (di seguito, "CDP"). CDP è una società per azioni a controllo pubblico il cui azionista di maggioranza è il Ministero dell'Economia e delle Finanze, che detiene l'82,77% del capitale. CDP è attiva, tra l'altro, anche tramite il risparmio postale, nel finanziamento di enti pubblici territoriali e non, e di iniziative dagli stessi promosse, nell'assunzione di partecipazioni in società di rilevante interesse nazionale, nel

¹ A partire dal 4 luglio 2025, a seguito dell'OPAS conclusasi in data 27 giugno 2025 (cfr. C12702-Banca Ifis/Illimity, provvedimento n. 31478 del 4 marzo 2025, in Bollettino n. 11/2025), Banca Ifis ha acquisito il controllo esclusivo di Illimity Bank S.p.A., banca digitale attiva nell'offerta dei servizi e prodotti bancari tradizionali, nei servizi di finanziamento e *factoring* a PMI italiane con accesso limitato al credito, nonché nell'acquisizione e gestione di portafogli di crediti deteriorati.

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

finanziamento di opere, impianti, reti e dotazioni destinati alla fornitura di servizi pubblici e alle bonifiche, nonché nella gestione delle partecipazioni trasferite dal Ministero dell'Economia e delle Finanze alla stessa CDP all'atto della trasformazione della stessa in società per azioni. CDPVC è una società di gestione collettiva del risparmio autorizzata da Banca d'Italia e iscritta all'Albo dei gestori di FIA (Fondo di Investimento Alternativo) attiva nella promozione, istituzione e gestione di fondi comuni di investimento; in particolare, CDPVC gestisce il Fondo Boost Innovation (di seguito, "Fondo"), titolare della partecipazione nella società *target* Edulia S.r.l.. Inoltre, CDPVC detiene a sua volta partecipazioni in numerose società, fra cui rilevano, nel caso di specie, la partecipazione di controllo in Gility S.r.l. Società Benefit, *learning technology company* italiana che supporta le imprese nello sviluppo di competenze strategiche attraverso percorsi di formazione continua, *upskilling* e *reskilling* rivolti in particolar modo alle PMI e ai loro dipendenti².

Nel 2024 il Gruppo CDP ha realizzato a livello mondiale un fatturato pari a circa [40-50] miliardi di euro, di cui circa [20-30] miliardi di euro nell'Unione europea e circa [20-30] miliardi di euro in Italia.

3. Treccani Scuola S.p.A. (di seguito "Treccani Scuola", C.F. 14018901000), è controllata direttamente e in via esclusiva da Istituto della Enciclopedia Italiana fondata da Giovanni Treccani S.p.A. ("Istituto Treccani"), società *holding* del Gruppo Treccani, i cui principali azionisti sono Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A. (7,97%); Fondazione Sicilia (7,52%); Banca Nazionale del Lavoro S.p.A. (7,51%); Unicredit S.p.A. (6,94%); Cassa Depositi e Prestiti (6,66%). L'Istituto Treccani è un'istituzione culturale italiana nota per la sua produzione enciclopedica e lessicografica, principalmente conosciuto per l'Enciclopedia Italiana di Scienze, Lettere ed Arti, ma attivo anche in altri ambiti dell'editoria e della cultura. Treccani Scuola offre, tramite una piattaforma *online*, attività di didattica digitale e attività formative per studenti e docenti. Fra le società partecipate del Gruppo Treccani (diverse da Edulia) rileva in particolare Treccani Accademia S.r.l., specializzata nell'offerta di formazione d'eccellenza per aziende, *manager*, professionisti e neolaureati.

Nel 2024 il Gruppo Treccani ha realizzato a livello mondiale un fatturato pari a circa [35-100] milioni di euro, di cui circa [35-100] milioni di euro in Italia.

4. Edulia S.r.l. (di seguito, "Edulia" o "Target", C.F. 16110111008) è una società attiva nei settori della didattica digitale e delle attività formative per studenti e docenti. La società offre, inoltre, attività formativa digitale per la qualificazione e per la riqualificazione professionale finalizzata alla ricerca di nuovi impieghi, inclusa l'attività di pubblicazione di contenuti formativi via *Internet* (quali video, *slide*, lezioni e documenti di approfondimento). Attualmente³, Edulia è soggetta al controllo congiunto di Treccani Scuola e di CDPVC, con quote del capitale sociale pari, rispettivamente, al 68,70% e al 16,84%⁴; la restante parte del capitale sociale è detenuto dalla società Impactscool S.r.l..

² Cfr. C12454 – CDP VENTURE CAPITAL-BPER Banca/NEWCO, provvedimento n. 30183 del 31 maggio 2022, in Bollettino n. 23/2022.

³ Cfr. C12460 – CDP Venture Capital SGR/Treccani Futura, provvedimento n. 30209 del 21 giugno 2022, in Bollettino n. 26/2022.

⁴ In particolare, le delibere relative ad alcune materie riservate alla competenza del Consiglio di Amministrazione della società, quali ad esempio *business plan* e *budget*, richiedono il voto favorevole di almeno uno dei membri designati rispettivamente da CDP VC e Treccani Scuola.

Nel 2024 Edulia ha realizzato, interamente in Italia, un fatturato pari a circa *[inferiore a 1 milione]* euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

5. L'operazione comunicata (di seguito, "Operazione") consiste nell'acquisto da parte di Banca Ifis di una quota pari al 20% del capitale sociale di Edulia dagli attuali soci, CDPVC, Treccani Scuola e Impactscool S.r.l..

In particolare, all'esito dell'Operazione il capitale sociale di Edulia sarà ripartito come segue: Treccani Scuola sarà titolare di una quota pari a al 58,77%⁵, CDPVC (per il tramite del Fondo) sarà titolare di una quota pari al 21,23% e Banca Ifis sarà titolare di una quota pari al 20%⁶.

6. Le delibere relative ad alcune materie riservate alla competenza del Consiglio di Amministrazione (ad esempio modifica allo Statuto, *business plan* e *budget*) richiedono il voto favorevole sia di Treccani Scuola sia di Banca Ifis sia del Fondo.

7. In base a quanto dichiarato dalle Parti, l'Operazione non prevede restrizioni accessorie.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

8. L'Operazione, in quanto comporta l'acquisizione del controllo congiunto di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/1990. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/1990, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento (CE) n. 139/2004, in quanto ciascuna delle Parti realizza più di due terzi del proprio fatturato totale nell'Unione europea all'interno di un unico Stato membro (l'Italia), ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 582 milioni di euro e il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, individualmente da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 35 milioni di euro⁷.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

a) I mercati rilevanti

9. In considerazione dell'attività della Target, possono essere preliminarmente individuati i seguenti mercati rilevanti, la cui definizione merceologica e geografica può comunque essere lasciata aperta in ragione dell'assenza di effetti concorrenziali derivanti dall'Operazione, come illustrato nel prosieguo: *(i)* il mercato dell'istruzione scolastica e della formazione a distanza, *(ii)* il mercato del *software* didattico e *(iii)* il mercato della formazione professionale.

⁵ *[omissis]*.

⁶ Più nel dettaglio, *[omissis]*, Treccani Scuola e il Fondo cederanno a Banca Ifis una quota delle loro partecipazioni *[omissis]*, mentre Impactscool S.r.l. cederà la sua intera partecipazione, *[omissis]*.

⁷ Cfr. provvedimento n. 31088 del 18 marzo 2025 "Rivalutazione soglie fatturato ex articolo 16, comma 1, della legge n. 287/90", in Bollettino n. 11/2025.

i) Mercato dell'istruzione scolastica e della formazione a distanza

10. Il mercato dell'istruzione scolastica e della formazione a distanza identifica il servizio che mette in comunicazione gli utenti con i docenti delle materie attraverso reti telefoniche e, in particolare, altre tecnologie come, ad esempio, *Internet*⁸.

11. Dal punto di vista geografico, come accertato dall'Autorità in diversi precedenti⁹, tale mercato ha estensione nazionale, in ragione delle barriere linguistiche e dei fattori culturali che rendono il mercato in questione generalmente limitato al solo territorio nazionale.

ii) Mercato del software didattico

12. Il mercato del *software* didattico concerne la produzione di strumenti informatici di supporto alle attività di insegnamento e apprendimento dei diversi gradi di istruzione scolastica. Tali strumenti possono essere comprensivi dei contenuti disciplinari (italiano, storia, lingua straniera, matematica, ecc.) oppure fornire solo lo "strumento autore", con il quale lo studente o l'insegnante raccolgono e rielaborano contenuti resi disponibili da altre fonti. Il mercato in oggetto comprende anche quanto prodotto e commercializzato dagli editori di testi scolastici sotto forma di *software* distribuito in allegato ai libri in adozione, di regola relativo a materiale per esercitazioni o approfondimenti delle rispettive materie, per cui vengono adottati anche contenuti integrativi a carattere digitale.

13. La dimensione geografica di tale mercato, in analogia a quanto osservato per il mercato dell'istruzione scolastica e della formazione a distanza, è circoscritta al territorio nazionale.

iii) Il mercato della formazione professionale

14. Il mercato della formazione professionale, secondo prassi dell'Autorità¹⁰, comprende tutte le attività e i servizi connessi alla gestione e all'erogazione di corsi aventi a oggetto la formazione professionale di dipendenti di entità private o pubbliche, nonché all'organizzazione e vendita di convegni, seminari, corsi e attività formative a distanza, *on-line* e *in-house*, e nella vendita del relativo materiale (libri, microfilm e *database* strumentali alla medesima attività).

15. Anche in relazione a tale mercato, la dimensione geografica è da ritenersi circoscritta al territorio nazionale.

b) Effetti dell'operazione

16. L'Operazione, sulla base dei dati e delle informazioni fornite dalle Parti, non appare idonea a determinare criticità concorrenziali. Infatti, Banca Ifis non è attiva in nessuno dei mercati rilevanti e, pertanto, l'acquisizione del controllo congiunto, assieme a CDPVC e Treccani Scuola, da parte di Banca Ifis su Edulia, non darà luogo ad alcun impatto sulla concorrenza.

⁸ Cfr. C4184 – *Istituto Geografico De Agostini/LOL Europe*, provvedimento n. 8726 del 27 settembre 2000, in Bollettino n. 39/2000, C5859 – *RCS Scuola/Garamond*, provvedimento n. 12031 del 22 maggio 2003, in Bollettino n. 21/2003, e, più recentemente, C12460 – *CDP Venture Capital SGR/Treccani Futura* (cit.).

⁹ *Ibidem*.

¹⁰ Cfr., tra gli altri, C12387 – *Paganini Investments/Multiversity*, provvedimento n. 29802 del 3 agosto 2021, in Bollettino n. 34/2021 e C8584 – *Apax Partners Worldwide/Thomson Learning-The Gale Group-Thomson Learning Holdings*, provvedimento n. 17021 del 27 giugno 2007, in Bollettino n. 26/2007.

17. Rileva inoltre osservare che, in ciascuno dei tre mercati sopra definiti, Edulia detiene una quota inferiore all'1%, mentre Treccani Scuola e CDPVC, e i Gruppi a cui esse appartengono, detengono quote non superiori all'1% (dati 2024 forniti dalle Parti).

18. Alla luce delle considerazioni che precedono, stante l'assenza di sostanziali sovrapposizioni di natura orizzontale, nonché di possibili criticità concorrenziali di carattere verticale, l'Operazione non appare determinare alterazioni significative nella struttura concorrenziale dei mercati rilevanti.

RITENUTO, che l'Operazione non ostacola, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/1990, in misura significativa la concorrenza effettiva nei mercati interessati e non comporta la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990, alle imprese interessate ed al Ministro delle Imprese e del Made in Italy.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

C12744 - ANIMAL WELLNESS INVESTMENTS/FATRO*Provvedimento n. 31660*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 5 agosto 2025;

SENTITA la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

VISTO il Regolamento (CE) n. 139/2004;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO il D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTA la comunicazione effettuata da Animal Wellness Investments S.p.A. pervenuta in data 21 luglio 2025;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Animal Wellness Investments S.p.A. (di seguito, "Animal Wellness" o "Acquirente"; C.F. 13654010969) è una società di investimento, il cui intero capitale sociale è detenuto da Animal Wellness Participations S.à r.l., una società a responsabilità limitata lussemburghese (di seguito, "LuxHoldCo"), a sua volta detenuta da Animal Wellness Collective S.C.A. (di seguito, "LuxCo"), una società lussemburghese in accomandita per azioni controllata indirettamente dal fondo Investindustrial VIII SCSp e dai fondi passivi di co-investimento a esso affiliati (di seguito, insieme, i "Fondi Investindustrial"). I Fondi Investindustrial sono controllati in ultima istanza da Investindustrial S.A. (di seguito, "Investindustrial"), la società capogruppo del gruppo Investindustrial (di seguito, insieme a tutte le imprese associate, "Gruppo Investindustrial").

2. Il Gruppo Investindustrial è un gruppo di società di investimento, *holding* e *financial advisory* gestite in modo indipendente, il cui portafoglio è focalizzato in quattro aree di investimento: industria manifatturiera, consumo, salute e servizi.

3. Il fatturato consolidato realizzato dal Gruppo Investindustrial, nell'anno finanziario 2024, è stato pari a circa [10-15]* miliardi di euro a livello mondiale, di cui [1-5] conseguiti a livello nazionale.

4. Fatro S.p.A. (di seguito, "Fatro" o "Target" e, congiuntamente all'Acquirente, le "Parti"; C.F. 01125080372) è società di diritto italiano attiva nella produzione e distribuzione di farmaci e vaccini per animali, controllata dalla Corrado Zaini & C. Società in accomandita per azioni (di seguito, "CZ"), in ultima istanza controllata da persone fisiche (di seguito, collettivamente, i "Soci Venditori").

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

5. Fatro controlla alcune società a vario titolo collegate con la propria attività (di seguito, insieme a Fatro, il “Gruppo Fatro”) e segnatamente: i) Azienda Terapeutica Italiana S.r.l., che svolge attività di distribuzione di farmaci a marchio proprio per uso animale e ii) Quadrel S.r.l., società impegnata nella ricerca farmaceutica e specializzata in farmaci veterinari; iii) Vetefin S.r.l., *holding* che controlla Vetefar S.r.l., Vetefar Fossano S.r.l. e Carmavete S.r.l. e che detiene quote di partecipazione in Vetintesa S.r.l. (vendita all’ingrosso e al dettaglio di farmaci veterinari); iv) Ternova S.r.l., che opera principalmente come agente di vendita per il Gruppo Fatro.

6. Il fatturato consolidato dalla Target, a livello mondiale nell’anno finanziario 2024, è stato pari a circa [100-582] milioni di euro, di cui [100-582] milioni conseguiti in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL’OPERAZIONE

7. L’operazione comunicata consiste nell’acquisizione, da parte del Gruppo Investindustrial, del controllo esclusivo di Fatro e delle società da essa controllate, tramite Animal Wellness (di seguito, “Operazione”).

8. L’Operazione sarà perfezionata tramite la stipula di: i) un accordo di compravendita della Target e ii) un accordo di reinvestimento comprensivo di un patto parasociale (di seguito, “Accordo Quadro”). In particolare, ad esito della vendita del 100% del capitale sociale di Fatro a Animal Wellness, CZ acquisirà una partecipazione del 20% in LuxHoldCo. A seguito del completamento dell’Operazione, poi, è prevista la fusione inversa di Animal Wellness in Fatro, che sarà quindi l’entità superstite.

9. L’Accordo Quadro disciplina i diritti di *governance* e gestione di LuxHoldCo e di Fatro.

10. Per ciò che concerne LuxHoldCo, l’Accordo Quadro prevede, in particolare che:

- il Consiglio di Amministrazione di LuxHoldCo sarà composto da [omissis], di cui uno designato da CZ [omissis];
- le delibere del Consiglio di Amministrazione di LuxHoldCo verranno adottate con le maggioranze di legge, a eccezione di quelle delibere aventi ad oggetto alcune materie [omissis] che richiederanno il voto favorevole dell’amministratore designato da CZ.

11. Con riferimento a Fatro, l’Accordo Quadro, prevede che:

- il Consiglio di Amministrazione sarà composto da [omissis] di cui uno sarà designato da CZ, [omissis];
- le delibere del Consiglio di Amministrazione aventi ad oggetto le materie riservate (v. *supra*) richiederanno il voto favorevole dell’amministratore designato da CZ.

12. L’operazione determina, quindi, l’acquisizione del controllo esclusivo del Gruppo Fatro da parte di Animal Wellness, in quanto la previsione del voto dell’amministratore designato da CZ ha a oggetto materie tipiche a tutela del socio di minoranza¹.

¹ Cfr. “Comunicazione consolidata della Commissione sui criteri di competenza giurisdizionale a norma del regolamento (CE) n. 139/2004 del Consiglio relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese”, in G.U.U.E. C95/1 del 16 aprile 2008, paragrafo 66 dove prevede che: “[...]. La normale tutela dei diritti degli azionisti di minoranza è limitata alle decisioni sugli elementi costitutivi dell’impresa comune, quali modifiche dello statuto, aumenti o riduzioni di capitale o la liquidazione della società. Un diritto di veto che, per esempio, può impedire la vendita o la liquidazione dell’impresa comune non conferisce il controllo congiunto all’azionista di minoranza che ne gode”.

13. L'Operazione prevede, inoltre, alcune restrizioni accessorie, della durata di cinque anni, di seguito elencate:

1. un patto di non concorrenza *[omissis]* nel territorio dell'Unione Europea, della Svizzera e del Regno Unito e in qualsiasi altro stato in cui le società del Gruppo Fatro abbiano realizzato almeno il *[1-5]*% del fatturato consolidato nell'anno fiscale 2024, *[omissis]*;
2. un patto di non sollecitazione *[omissis]*.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

14. L'Operazione, in quanto finalizzata all'acquisizione del controllo esclusivo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/1990. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/1990, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento (CE) 139/2004, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge in quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 582 milioni di euro e il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 35 milioni di euro².

15. I patti di non concorrenza e non sollecitazione sottoscritti dalle Parti e descritti in precedenza possono essere ritenuti direttamente connessi e necessari alla realizzazione dell'operazione di concentrazione in esame, in quanto funzionali alla salvaguardia del valore dell'impresa acquisita, a condizione che esso siano limitati geograficamente all'area d'attività dell'impresa acquisita, temporalmente ad un periodo di due anni, e non impediscano al venditore di acquistare o detenere azioni a soli fini di investimento finanziario³.

IV. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE

Il mercato del prodotto

16. L'Operazione ha luogo nel settore della produzione e commercializzazione dei medicinali veterinari, generalmente rappresentati da sostanze e composizioni con funzioni terapeutiche utilizzate per prevenire e curare le malattie degli animali. Le principali materie prime utilizzate per realizzare medicinali veterinari sono rappresentate da principi attivi farmaceutici e soprattutto da antibiotici. Le attività di preparazione, distribuzione e impiego di questi prodotti sono regolamentate dal Decreto Legislativo 27 gennaio 1992, n. 119 e dal Decreto Legislativo 24 febbraio 1997, n. 47. In particolare, la produzione e vendita di ogni medicinale veterinario deve essere autorizzata dal Ministero della Salute dietro presentazione di un *dossier* relativo al prodotto stesso. Il fabbricante di medicinali veterinari può vendere i suoi prodotti soltanto a grossisti autorizzati dal Ministero della Salute e a farmacie⁴.

² Cfr. provvedimento n. 31495 del 18 marzo 2025.

³ Cfr. "Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni", in G.U.U.E.C56/24 del 5 marzo 2005..

⁴ Cfr. C6646- *Newco/Industria Italiana Integratori* - Trei provvedimento n. 13537 del 26 agosto 2004, in Bollettino n. 33-34-35/2004; C4415 - *CEVA Santé Animale/Centralvet* provvedimento n. 9156 del 25 gennaio 2001, in Bollettino 4/2001; C3501 - *Intervet Italia/Finagel* provvedimento n. 7250 del 3 giugno 1999, in Bollettino n. 22/1999 e C2156 - *Istituto delle Vitamine/Cynamid Italia* provvedimento n. 3258 del 5 settembre 1995, in Bollettino n. 35-36/1995.

17. La vendita al dettaglio di tali medicinali può essere realizzata esclusivamente da farmacisti in farmacia, dietro presentazione di ricetta medico-veterinaria o da grossisti.

18. Nella propria prassi consolidata, l'Autorità, pur considerando la possibilità di distinguere le diverse classi di medicinali veterinari in relazione alle loro finalità terapeutiche sugli animali (principalmente antinfettivi, farmaci per il metabolismo, farmaci per il sistema nervoso, ormoni), non ha ulteriormente segmentato il mercato merceologico.

Il mercato geografico

19. La dimensione geografica del mercato rilevante può essere individuata a livello nazionale in ragione della vigente normativa nazionale relativa alla registrazione e all'immissione in commercio dei prodotti in argomento, tuttavia non risulta necessario ai fini della valutazione della presente operazione addivenire ad una precisa delimitazione geografica⁵.

Gli effetti dell'Operazione

20. L'Operazione non dà luogo a sovrapposizioni orizzontali tra le attività delle Parti in quanto nessuna delle società in portafoglio detenute da fondi di investimento gestiti da società del Gruppo Investindustrial è attiva nel mercato dei medicinali veterinari.

21. Inoltre, sotto il profilo verticale, né Animal Wellness, né altre società in portafoglio detenute da fondi di investimento gestiti da società del Gruppo Investindustrial operano in mercati posti a monte o a valle del mercato nel quale è attiva la Target.

22. Alla luce delle considerazioni esposte, l'Operazione non appare idonea a ostacolare la concorrenza nei mercati interessati e a determinare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante.

RITENUTO, pertanto, che l'Operazione non ostacola, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/1990, in misura significativa la concorrenza effettiva nei mercati interessati e non comporta la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante;

RITENUTO, altresì, che i patti di non concorrenza e non sollecitazione sopra descritti possano ritenersi accessori all'Operazione nei soli limiti sopra indicati e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove sussistano i presupposti, il patto che si dovesse realizzare oltre tali limiti;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990, alle imprese interessate e al Ministro delle Imprese e del Made in Italy.

⁵ Cfr. *ibidem*.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Guido Stazi

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

AS2097 - COMUNE DI SAPRI (SA) - PROROGA CONCESSIONI DEMANIALI MARITTIME CON FINALITA' TURISTICO-RICREATIVE-NUOVA SEGNALAZIONE

Roma, 22 maggio 2025

Comune di Sapri

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella sua riunione del 20 maggio 2025, ha deliberato di rendere un parere motivato, ai sensi dell'articolo 21-*bis* della legge 10 ottobre 1990, n. 287, con riferimento all'inerzia serbata dal Comune di Sapri per non aver adottato gli atti deliberativi volti a dare corso alle procedure a evidenza pubblica per l'assegnazione delle concessioni demaniali a uso turistico-ricreativo, riconoscendo di fatto la legittimità dell'occupazione del suolo demaniale da parte degli attuali concessionari e paventando addirittura una proroga fino al 31 marzo 2028. Di tale circostanza l'Autorità ha avuto conoscenza in data 27 marzo 2025 in occasione del riscontro fornito dal Comune alla richiesta di informazioni trasmessa il 24 marzo 2025.

In particolare, secondo il Comune sussistono nel caso di specie le condizioni previste dal novellato articolo 3, comma 3, della legge n. 118/2022 per differire il termine di scadenza delle attuali concessioni fino al 31 marzo 2028, legittimando fino a tale data l'occupazione delle aree demaniali da parte dei relativi concessionari¹. Il Comune infatti ha dichiarato di essere in procinto di *“adottare una Delibera di Giunta Municipale atta a riconoscere la legittimità dell'occupazione delle aree sino al nuovo affidamento dei beni, aree e specchi acquei già assentiti in concessione demaniale marittima agli attuali operatori economici”*² e di stare *“procedendo alla predisposizione del Piano delle Coste, atto prodromico ed indispensabile ai fini dell'indizione delle procedure a evidenza pubblica tese alla futura assegnazione delle predette aree demaniali”*. Inoltre, prima di indire le procedure di gara, il Comune rappresenta di voler attendere l'emanazione del c.d. Decreto Indennizzi da parte del MIT, le determinazioni finali da parte del Governo e un pronunciamento del TAR Salerno su un ricorso attualmente pendente.

Pertanto, rivedendo il proprio precedente intendimento di affidare con procedura a evidenza pubblica le concessioni demaniali marittime in essere nel territorio comunale di competenza – come

¹ Il Comune precisa che *“[fino a tale data [i.e. 31 marzo 2028] l'occupazione dell'area demaniale da parte del concessionario uscente è comunque legittima anche in relazione all'articolo 1161 del codice della navigazione”* (grassetto in originale).

² Con esclusione *“delle aree che l'Ente comunale intende gestire in via diretta e senza affidamento in favore di privati”*.

comunicato all'Autorità³ nelle more del contenzioso pendente dinanzi al TAR Salerno in merito alla proroga al 31 dicembre 2024 (disposta con deliberazione n. 161/2023)⁴ –, il Comune ha deciso di non dare corso alle predette procedure, prorogando di fatto le concessioni in esame.

Al riguardo, l'Autorità, rinviando ai propri numerosi interventi volti a censurare le proroghe ingiustificate delle concessioni in essere⁵, intende svolgere le seguenti considerazioni in merito ai diversi profili di criticità concorrenziale dalla predetta inerzia del Comune di Sapri.

In via preliminare, si osserva che con la sentenza del 17 gennaio 2025, n. 122, il Tar Salerno ha annullato la deliberazione della Giunta Comunale n. 161/2023 di proroga delle concessioni in esame al 31 dicembre 2024, confermando, alla luce della costante giurisprudenza del giudice amministrativo, l'obbligo di disapplicazione della normativa nazionale che prevede proroghe automatiche e generalizzate delle concessioni demaniali marittime, in quanto in contrasto con la disciplina eurounitaria⁶.

Nonostante l'inequivocabile decisione del TAR Salerno, contenente l'obbligo per il Comune soccombente di adeguarsi sul piano conformativo ai principi ivi enunciati, il Comune di Sapri non ha manifestato l'intenzione di voler acquisire al demanio pubblico le aree assegnate con concessioni ormai scadute, né ha svolto attività dirette a tal fine. Diversamente, il Comune ha comunicato di ritenere legittima l'occupazione delle aree in questione da parte degli attuali concessionari, di fatto prorogando l'occupazione delle stesse fino al 31 marzo 2028 e non svolgendo alcuna attività volta ad assegnare le concessioni mediante procedure rispettose dei principi concorrenziali, come attestato dalla risposta alla richiesta di informazioni ricevuta il 27 marzo 2025.

L'Autorità ritiene che tale decisione, tenuto conto della volontà di non riacquisire al demanio pubblico le aree assentite con concessioni scadute, oltre a costituire una palese elusione dell'obbligo conformativo sancito dal giudice amministrativo di primo grado, violi i principi generali a tutela della concorrenza espressi dall'articolo 49 TFUE e dall'articolo 12, paragrafi 1 e 2, della Direttiva 2006/123/CE (c.d. "Direttiva Servizi"). La decisione di ritardare l'applicazione della normativa euro-unitaria e l'apertura alla concorrenza del mercato, infatti, impedisce di cogliere i benefici che

³ Cfr. prot. AGCM n. 100818 del 12 novembre 2024; prot. AGCM n. 111758 del 19 dicembre 2024.

⁴ Cfr. *AS1994 – Comune di Sapri (SA) – Proroga concessioni demaniali marittime con finalità turistico-ricreative*, in Boll. n. 25/2024.

⁵ Cfr. le segnalazioni di carattere generale *AS2029 – Proroga delle concessioni demaniali marittime, lacuali e fluviali con finalità turistico ricreative e sportive*, in Boll. n. 32/2024, *AS1730 – Proposte di riforma concorrenziale ai fini della legge annuale per il mercato e la concorrenza anno 2021*, in Boll. n. 13/2021, e *AS1550 – Concessioni e criticità concorrenziali*, in Bollettino n. 48/2018. Nel corso del 2024, inoltre, l'Autorità ha invitato molteplici amministrazioni comunali a disapplicare la normativa nazionale posta a fondamento delle determinazioni di proroga delle concessioni demaniali marittime con finalità turisticoricreative per contrasto delle stesse con l'articolo 49 TFUE e con l'articolo 12 della Direttiva 2006/123/CE.

⁶ Inoltre il Tar Salerno con la suddetta pronuncia ha ritenuto che la proroga disposta non potesse essere considerata neppure alla stregua di una proroga tecnica, dato che la stessa era stata disposta "*nell'attesa della predisposizione da parte del responsabile del settore degli atti amministrativi (id est bando) per l'avvio delle procedure di evidenza pubblica. [...] Non vale poi in alcun modo a giustificare la delibera impugnata la pur richiamata "necessità di una ridefinizione del piano portuale in sinergia con La Regione Campania e la Capitaneria di Porto"*. Al riguardo, il TAR Salerno ha statuito che: "*[...] è da escludere che all'adozione del predetto piano portuale possa tributarsi efficacia condizionante l'insorgenza dell'obbligo di indire le gare, stante la natura self-executing della norma di diritto europeo (comunitario) recante il citato obbligo ed alla luce della semplice considerazione che, così come la sua mancata adozione non ha impedito che gli attuali concessionari continuassero ad utilizzare le risorse in concessione, così pure non può considerarsi impeditiva dell'affidamento delle (future) concessioni demaniali marittime"*.

sarebbero derivati dal compimento delle procedure a evidenza pubblica finalizzate a nuovi affidamenti delle concessioni venute a scadenza⁷.

Al riguardo, si sottolinea, infatti, come sia il giudice nazionale⁸ quanto quello europeo⁹ abbiano affermato l'obbligo di procedere con gare a evidenza pubblica per il rilascio delle concessioni demaniali marittime con finalità turistico-ricreative, in applicazione dei principi generali a tutela della concorrenza espressi dalle norme eurounitarie sopra richiamate.

Pertanto, piuttosto che rimanere inerte e prorogare ulteriormente di fatto la durata delle concessioni demaniali marittime in essere, l'Autorità ritiene che il Comune di Sapri avrebbe dovuto procedere allo svolgimento di procedure a evidenza pubblica finalizzate a nuovi affidamenti delle concessioni, nel rispetto dei principi di concorrenza, equità, trasparenza e non discriminazione. Ciò tenuto conto dell'obbligo di conformazione alle disposizioni e ai principi euro-unitari e al correlato obbligo di disapplicazione della normativa nazionale in contrasto con il diritto dell'Unione europea.

Si invita pertanto codesta Amministrazione comunale a procedere senza ulteriore ritardo al varo delle procedure competitive finalizzate a nuovi affidamenti delle concessioni venute a scadenza.

A ciò si deve aggiungere l'infondatezza degli argomenti addotti dal Comune a giustificazione della propria inerzia, fondati sulla necessità di attendere l'approvazione del Piano delle coste e future indicazioni governative.

L'Autorità, infatti, non ritiene che possa ritenersi una ragione valida a sostegno dell'inerzia volta a procrastinare l'avvio delle procedure a evidenza pubblica l'argomento relativo alla necessità di attendere l'approvazione del Piano delle Coste, posto che l'indizione delle gare può ben avvenire anche nelle more dell'adeguamento del predetto Piano, considerata la natura *self-executing* della normativa unionale (come affermato anche dal TAR Salerno con riferimento al piano portuale) e tenuto conto della tempistica di approvazione dello stesso¹⁰.

Analogamente, la volontà di attendere una pronuncia del Tar Salerno non appare motivo atto a giustificare il mancato adeguamento dell'Ente alla sentenza n. 122/2025 sopra richiamata, passata in giudicato.

Inoltre, con riferimento all'esigenza di attendere future indicazioni governative, si osserva che, nei propri più recenti interventi¹¹, l'Autorità ha già contestato la non conformità delle norme contenute nel decreto legge n. 131/2024, convertito con modifiche dalla legge n. 166/2024, alle disposizioni di cui all'articolo 49 TFUE e 12 della Direttiva n. 2006/123/CE, con conseguente obbligo di

⁷ Cfr. Consiglio di Stato, Adunanza Plenaria, 9 novembre 2021, n. 17, secondo cui le concessioni demaniali, oltre il 31 dicembre 2023, "anche in assenza di una disciplina legislativa, [...] cesseranno di produrre effetti, nonostante qualsiasi eventuale ulteriore proroga legislativa che dovesse nel frattempo intervenire, la quale andrebbe considerata senza effetto perché in contrasto con le norme dell'ordinamento U.E."

⁸ Cfr. Consiglio di Stato, 20 maggio 2024, n. 4479, n. 4480 e n. 4481 e, da ultimo, Consiglio di Stato, 16 dicembre 2024, n. 10131.

⁹ V. Corte di giustizia Ue, 20 aprile 2023, *AGCM (Comune di Ginosa)*, C-348/2022, EU:C:2023:301.

¹⁰ Cfr., *ex multis*, AS2014 – Comune di Agropoli (SA) – Proroga delle concessioni demaniali marittime con finalità turistico – ricreative, in Boll. n. 28/2024; AS1973 – Comune di Pietrasanta (LU) – Proroga delle concessioni demaniali marittime con finalità turistico – ricreative, in Boll. n. 22/2024.

¹¹ Da ultimo si vedano i pareri ex articolo 21-bis relativi ai casi AS2065 – Comune di Fiumicino (RM) - Concessioni demaniali marittime con finalità turistico ricreative, in Boll. n. 11/2025; AS2073 – Comune di Taggia (IM) – Proroga delle Concessioni demaniali marittime con finalità turistico ricreative, in Boll. n. 15/2025.

disapplicazione dalla normativa nazionale e di indizione di procedure rispettose dei principi concorrenziali¹².

In particolare, l'Autorità ha evidenziato come la nuova normativa preveda un evidente *favor* nei confronti dei soggetti titolari di concessione, in relazione tanto ai criteri di valutazione delle offerte, quanto alla previsione di un indennizzo per il concessionario uscente, ponendosi anche sotto tale aspetto in contrasto con i principi della libera concorrenza.

Per quanto attiene ai criteri di valutazione, l'Autorità evidenzia che dalla mancata considerazione dell'esperienza e professionalità acquisita nello svolgimento di attività extra-concessione o dalla valorizzazione eccessiva dell'attività svolta in concessione possono derivare significative restrizioni della concorrenza. Tali requisiti possono infatti risultare ingiustificatamente restrittivi, privi dei connotati di necessità e proporzionalità, nonché idonei a integrare una preferenza in favore di operatori già attivi nel mercato¹³.

Con riferimento all'indennizzo, la posizione espressa dall'Autorità¹⁴ circoscrive il riconoscimento di un indennizzo al concessionario uscente, da porre a base d'asta nella procedura selettiva, solo ai casi di tutela del legittimo affidamento (ove sussistente) del medesimo concessionario e comunque limitatamente al valore di eventuali investimenti da questo effettuati e non ancora ammortizzati al termine della concessione, per i quali non è possibile la vendita su un mercato secondario¹⁵. In tal modo, fermo restando il disposto dell'articolo 49 del Codice della Navigazione¹⁶, l'esigenza di rimborsare i costi non recuperati sopportati dal concessionario uscente risulterebbe compatibile con procedure di affidamento coerenti sia con i principi della concorrenza, sia con gli incentivi a effettuare gli investimenti¹⁷.

¹² Al riguardo, si rappresenta che con una recente sentenza anche il TAR Liguria ha affermato che le disposizioni introdotte nella legge n. 118/2022 dal d.l. n. 131/202, conv. con mod. dalla legge n. 116/2024 “*non rappresentino altro che ulteriori proroghe della durata delle concessioni demaniali marittime, illegittime, in quanto contrastanti con l'art. 12 della Direttiva, dunque disapplicabili*” (sentenza del 14 dicembre 2024, n. 869).

¹³ Secondo l'Adunanza Plenaria del Consiglio di Stato n. 17/2021, “*La scelta di criteri di selezione proporzionati, non discriminatori ed equi è, infatti, essenziale per garantire agli operatori economici l'effettivo accesso alle opportunità economiche offerte dalle concessioni. A tal fine i criteri di selezione dovrebbero dunque riguardare la capacità tecnica, professionale, finanziaria ed economica degli operatori, essere collegati all'oggetto del contratto e figurare nei documenti di gara. Nell'ambito della valutazione della capacità tecnica e professionale potranno, tuttavia, essere individuati criteri che, nel rispetto della par condicio, consentano anche di valorizzare l'esperienza professionale e il knowhow acquisito da chi ha già svolto attività di gestione di beni analoghi (e, quindi, anche del concessionario uscente, ma a parità di condizioni con gli altri), anche tenendo conto della capacità di interazione del progetto con il complessivo sistema turistico-ricettivo del territorio locale; anche tale valorizzazione, peraltro, non potrà tradursi in una sorta di sostanziale preclusione dell'accesso al settore di nuovi operatori*”.

¹⁴ Cfr. anche segnalazione AS2029 cit.

¹⁵ Si veda anche quanto affermato dall'Adunanza Plenaria del Consiglio di Stato nelle sentenze gemelle del 2021, richiamando quanto statuito dalla sentenza della Corte di Giustizia nella sentenza del 14 luglio 2016, *Promoimpresa*, C-458/14 e C-67/15, EU:C:2016:558.

¹⁶ Da ultimo, la Corte di Giustizia, con la sentenza dell'11 luglio 2024, *Società Italiana Imprese Balneari*, C-598/22, EU:C:2024:597, ha ritenuto che “*L'articolo 49 TFUE deve essere interpretato nel senso che: esso non osta ad una norma nazionale secondo la quale alla scadenza di una concessione per occupazione del demanio pubblico e salva una diversa pattuizione nell'atto di concessione, il cessionario è tenuto a cedere immediatamente, gratuitamente e senza indennizzo, le opere non amovibili da esso realizzate nell'area concessa, anche in caso di rinnovo della concessione*”.

¹⁷ Come ha affermato, quindi, il Consiglio di Stato nelle richiamate sentenze gemelle “[l']indizione di procedure competitive per l'assegnazione delle concessioni dovrà, pertanto, ove ne ricorrano i presupposti, essere supportata dal riconoscimento di un indennizzo a tutela degli eventuali investimenti effettuati dai concessionari uscenti, essendo tale meccanismo indispensabile per tutelare l'affidamento degli stessi”.

Alla luce di quanto rappresentato, l'Autorità ritiene che il comportamento inerte dell'Ente e la proroga di fatto accordata agli attuali concessionari si pongano in contrasto con le norme a tutela della concorrenza e del mercato e i principi concorrenziali. Tali comportamenti, infatti, sono volti a impedire il corretto svolgimento delle dinamiche concorrenziali nel mercato di riferimento, favorendo gli attuali concessionari e impedendo il confronto competitivo che dovrebbe essere garantito in sede di affidamento dei servizi incidenti su risorse demaniali di carattere scarso, in un contesto di mercato nel quale le dinamiche concorrenziali sono già particolarmente affievolite a causa della lunga durata delle concessioni attualmente in essere. In particolare, tale comportamento dell'Ente si pone in contrasto con l'articolo 49 TFUE, in quanto limita ingiustificatamente la libertà di stabilimento e la libera circolazione dei servizi nel mercato interno, nonché con le disposizioni normative euro-unitarie in materia di affidamenti pubblici, con particolare riferimento all'articolo 12 Direttiva Servizi.

Ai sensi dell'articolo 21-*bis*, comma 2, della legge n. 287/1990 il Comune di Sapri dovrà comunicare all'Autorità, entro il termine di sessanta giorni dalla ricezione del presente parere, le iniziative adottate per rimuovere le violazioni della concorrenza sopra esposte. Laddove entro il suddetto termine tali iniziative non dovessero risultare conformi ai principi concorrenziali sopra espressi, l'Autorità potrà presentare ricorso entro i successivi trenta giorni.

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

Comunicato in merito alla decisione dell'Autorità di non presentare ricorso ex articolo 21-bis della legge n. 287/1990 avverso l'inerzia serbata dal Comune di Sapri per non aver adottato gli atti deliberativi volti a dare corso alle procedure a evidenza pubblica per l'assegnazione delle concessioni demaniali a uso turistico-ricreativo, riconoscendo di fatto la legittimità dell'occupazione del suolo demaniale da parte degli attuali concessionari fino al 31 marzo 2028

L'Autorità, il 20 maggio 2025, ha deliberato di rendere un parere motivato al Comune di Sapri, ai sensi dell'articolo 21-*bis* della legge n. 287/1990, con riferimento all'inerzia serbata dal Comune per non aver adottato gli atti deliberativi volti a dare corso alle procedure a evidenza pubblica per l'assegnazione delle concessioni demaniali a uso turistico-ricreativo, riconoscendo di fatto la legittimità dell'occupazione del suolo demaniale da parte degli attuali concessionari e paventando finanche una proroga sino al 31 marzo 2028.

L'Autorità ha ritenuto che il comportamento dell'Ente si ponga in contrasto con l'articolo 49 TFUE, in quanto limita ingiustificatamente la libertà di stabilimento e la libera circolazione dei servizi nel mercato interno, nonché con le disposizioni normative euro-unitarie in materia di affidamenti pubblici, con particolare riferimento all'articolo 12 della Direttiva 2006/123/CE (c.d. "Direttiva Servizi").

Nei termini normativamente previsti, il Comune di Sapri non ha fornito alcun riscontro al predetto parere motivato.

Ciononostante, l'Autorità è venuta a conoscenza di nuovi provvedimenti frattanto adottati dal Comune di Sapri in materia di concessioni demaniali marittime a uso turistico-ricreativo e pertanto, nella propria riunione del 5 agosto 2025, ha deliberato di non proporre ricorso dinanzi al Tribunale Amministrativo Regionale competente avverso l'inerzia serbata dal Comune.

AS2098 - COMUNE DI PALERMO - RICOGNIZIONE SPL 2024

Roma, 30 maggio 2025

Comune di Palermo

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella sua riunione del 28 maggio 2025, ha deliberato di rendere un parere motivato, ai sensi dell'articolo 21-*bis* della legge 10 ottobre 1990, n. 287, con riferimento alla Deliberazione del Consiglio Comunale del Comune di Palermo n. 392 del 27 dicembre 2024, avente a oggetto "*Censimento annuale delle partecipazioni pubbliche ai sensi dell'art. 17 del d.l. n. 90/2014 – Anno 2023 – Revisione periodica ordinaria delle partecipazioni detenute alla data del 31 dicembre 2023 dal Comune di Palermo ex art. 20 decreto legislativo 19 agosto 2016, n. 175 "Testo Unico in materia di società a partecipazione pubblica" – Relazione sullo stato di attuazione del piano di razionalizzazione straordinaria e successivi aggiornamenti di cui alle deliberazioni di Consiglio comunale n. 817/2017 e n. 396/2023*" (di seguito "il Piano") e alle allegate relazioni, adottate da Codesto Comune ex articolo 30 del d.lgs. n. 201/2022 (recante il *Riordino della disciplina dei servizi pubblici locali di rilevanza economica*), contenenti le ricognizioni della situazione gestionale dei servizi pubblici locali di rilevanza economica affidati nel territorio di competenza (di seguito anche "la Ricognizione"). La Ricognizione e il *link* ipertestuale al Piano sono stati pubblicati in data 4 aprile 2025 sul portale dedicato alla Trasparenza dei Servizi pubblici Locali dell'Autorità Nazionale Anticorruzione.

Al riguardo, l'Autorità intende svolgere le seguenti considerazioni in merito a diversi profili di criticità concorrenziale che emergono dal Piano e dalla Ricognizione con riguardo al servizio di gestione dei rifiuti urbani e ai servizi di trasporto pubblico locale e connessi, considerata la gestione gravemente insoddisfacente di tali servizi da parte delle società *in house* affidatarie - già rilevata con la segnalazione AS1967¹ - che rende non adeguatamente giustificato il mantenimento dell'affidamento e della relativa partecipazione da parte del Comune.

Preliminarmente si osserva che in base all'articolo 30, comma 1, del d.lgs. n. 201/2022, la ricognizione deve rilevare il concreto andamento di ogni servizio pubblico locale di rilevanza economica affidato dagli enti competenti dal punto di vista economico, dell'efficienza, della qualità del servizio e del rispetto degli obblighi indicati nel contratto di servizio, in modo analitico e tenendo conto anche degli atti e degli indicatori adottati dalle autorità di regolazione (per i servizi a rete) e dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy (per i servizi non a rete). La ricognizione deve altresì indicare la misura del ricorso agli affidamenti *in house* e gli oneri e i risultati in capo agli enti affidanti.

¹ AS1947 – Comune di Palermo – Ricognizione SPL 2023, in Boll. n. 21/2024.

Il d.lgs. n. 201/2022 ha, dunque, inteso rendere maggiormente trasparenti i risultati delle gestioni dei servizi pubblici locali, affidando agli enti il compito di verificare che le condizioni di offerta del servizio siano sostenibili nel corso del tempo dal punto di vista economico e finanziario e tali da assicurare, anche sotto il profilo qualitativo, la soddisfazione dei bisogni degli utenti.

Inoltre, il d.lgs. n. 175/2016 (recante il *Testo Unico in materia di società a partecipazione pubblica*, anche “TUSPP”) prevede espressamente che le disposizioni ivi contenute sono finalizzate alla tutela e promozione della concorrenza e del mercato e individua tassativamente i casi in cui possono essere mantenute o costituite società a controllo pubblico, stabilendo stringenti vincoli di scopo e di attività (cfr. articolo 4, commi 1 e 2, del TUSPP), nonché i casi in cui le amministrazioni devono procedere alla dismissione delle relative partecipazioni (cfr. articolo 20, comma 2, del TUSPP). Pertanto, quando un’amministrazione viola le disposizioni del TUSPP, compie un’azione potenzialmente in grado di ledere la concorrenza, che legittima un intervento dell’Autorità.

L’articolo 20 del TUSPP, in particolare, dispone che le amministrazioni effettuano annualmente un’analisi dell’assetto complessivo delle società in cui detengono partecipazioni, dirette o indirette, predisponendo un piano di riassetto per la loro razionalizzazione, fusione o soppressione (anche mediante messa in liquidazione o cessione) nei casi, tra gli altri, in cui le partecipazioni societarie non rientrino in alcuna delle categorie di attività consentite ex articolo 4 del TUSPP (articolo 20, comma 2, lett. a)).

Secondo quanto prescritto dall’articolo 17, comma 5, del d.lgs. n. 201/2022, in materia di gestioni *in house* di servizi pubblici locali, l’ente locale deve procedere all’analisi periodica e all’eventuale razionalizzazione previste dal citato articolo 20 del TUSPP, dando conto, nel relativo provvedimento, delle ragioni che, sul piano economico e della qualità dei servizi, giustificano il mantenimento dell’affidamento del servizio a società *in house*, anche in relazione ai risultati conseguiti nella gestione.

Premesso quanto sopra, l’Autorità ritiene che laddove dalla ricognizione emerga una gestione del servizio gravemente insoddisfacente per la quale il mantenimento dell’affidamento *in house* non si giustifica sul piano economico e qualitativo, viene meno la stretta necessità della società per i fini istituzionali dell’ente, richiesta dall’articolo 4, comma 1, del TUSPP - non essendo il gestore in grado di offrire adeguatamente il servizio affidato - e può pertanto integrarsi la fattispecie di cui alla citata lett. a) dell’articolo 20, comma 2, del TUSPP, atta a giustificare la dismissione della medesima partecipazione.

Inoltre, è indubbio che le gestioni gravemente disfunzionali possano tradursi in una violazione sia degli obblighi di servizio pubblico, sia delle obbligazioni previste dal contratto di servizio, e quindi dare legittimamente luogo alla risoluzione anticipata dell’affidamento ex articolo 27 del d.lgs. n. 201/2022.

(i) Sul servizio di gestione dei rifiuti urbani

Con riguardo al servizio di gestione dei rifiuti, affidato *in house* alla società Risorse Ambiente Palermo S.p.A. (di seguito, “RAP S.p.A.”) per il periodo 2020-2035 (15 anni)², va rilevata innanzitutto l’assenza nella Ricognizione di adeguate informazioni relative all’andamento della gestione sotto i profili della qualità del servizio (erogata e/o percepita), del raggiungimento degli

² RAP svolge il servizio di raccolta, trattamento, recupero e smaltimento dei rifiuti urbani e assimilati, nonché le attività di cessione dei materiali recuperabili nel Comune di Palermo.

obiettivi previsti nel contratto di servizio da parte della società affidataria RAP S.p.A. e sul livello di gradimento del servizio da parte dell'utenza.

La Ricognizione riporta infatti le principali criticità dell'attuale sistema di gestione del servizio, senza indicare le azioni intraprese per risolverle o quantomeno limitarle³. Si tratta, in particolare, di: *i*) carenza di personale; *ii*) difficoltà di gestione e innovazione del parco mezzi; *iii*) necessità di ammodernamenti di autoparchi e sedi operative; *vi*) mancata realizzazione della VII vasca della discarica di Bellolampo; *v*) mancata estensione della Raccolta Differenziata in tutto il territorio cittadino; *vi*) mancata realizzazione di tutti i Centri Comunali di Raccolta e delle Isole Ecologiche Mobili previsti; *vii*) mancata piena attuazione del Piano di spazzamento; *viii*) diffuse violazioni al Regolamento Comunale sui rifiuti da parte dell'utenza cittadina.

Per quanto attiene ai dati di raccolta differenziata e ai costi del servizio, la Ricognizione si limita a riportare la fotografia dei dati forniti dal Rapporto Rifiuti Urbani di ISPRA (Edizioni 2022 e 2023) e dallo studio UIL – analisi della Tassa Rifiuti (TARI) anno 2023, i quali, contrariamente a quanto sembra suggerire l'Ente, non sono in alcun modo idonei ad attestare un'efficiente gestione del servizio.

Si osserva infatti che, con specifico riferimento alla raccolta differenziata, dai dati pubblicati nel “*Rapporto Rifiuti Urbani Edizione 2024*” di ISPRA emerge come le *performance* in termini di percentuali di raccolta differenziata e di produzione *pro capite* dei rifiuti siano tra le peggiori rilevate su tutto il territorio nazionale: tra i 14 Comuni italiani con popolazione superiore a 200.000 abitanti, il Comune di Palermo, infatti, si colloca in sesta posizione per quantità *pro-capite* di rifiuti prodotta (pari a 567 kg/abitante per anno)⁴ e si conferma ultimo, con ampio distacco dagli altri, per percentuale di raccolta differenziata (pari soltanto al 16,9%, anche se in leggero incremento rispetto al 15,2% del 2022)⁵.

Peraltro, numerose sono le notizie di stampa circa gli episodi di emergenza dovuti ai cumuli di rifiuti non raccolti in Città, alla carenza di personale e di mezzi della società e alla generale insoddisfazione dell'utenza per il servizio svolto da RAP S.p.A.⁶.

Anche i dati relativi all'andamento economico della società nel triennio 2021-2023 risultano estremamente critici. Come evidenziato nella Ricognizione, le perdite di bilancio subite nel corso del 2023 hanno determinato la necessità di una ricapitalizzazione della società da parte del socio unico (Comune di Palermo), la predisposizione di un piano di risanamento triennale ai sensi dell'articolo 14, comma 2, del TUSPP e l'incremento della tariffa TARI 2024-2025 in misura pari all'11,8% rispetto al corrispettivo 2023.

Nonostante tale situazione, nel Piano il Comune di Palermo attesta il mantenimento della partecipazione in RAP S.p.A., senza alcun tipo di azione o intervento, non illustrando le ragioni che, sul piano economico e della qualità dei servizi, giustificano il mantenimento dell'affidamento del

³ Alcune azioni, pur indicate, non sembra siano state concretamente implementate, come ad esempio la stipula di un nuovo contratto di servizio tra il Comune e il gestore.

⁴ Si consideri che la media nazionale è pari a 496 kg/abitante per anno.

⁵ Per quanto riguarda le percentuali di raccolta differenziata nell'anno 2023, la media nei quattordici Comuni italiani con popolazione superiore a 200.000 abitanti è pari al 49,1%, la media nazionale è pari al 66,6% e la media della Regione Sicilia è pari al 55,2%.

⁶ Cfr. <https://www.palermotoday.it/tag/emergenza-rifiuti/> e <https://www.comune.palermo.it/palermo-informazione-dettaglio.php?id=39564&tipo=1>.

servizio alla società *in house*, anche in relazione ai risultati conseguiti nella gestione, come invece richiesto dall'articolo 17, comma 5, del d.lgs. n. 201/2022. Ciò nonostante le criticità evidenziate nei pareri del Ragioniere Generale e del Collegio dei Revisori del Comune di Palermo⁷.

In particolare, il Collegio dei Revisori, ritiene che le criticità riscontrate nei servizi e negli aspetti finanziari fragili di alcune società partecipate “*debbono essere risolte con interventi strutturali organizzativi all'interno delle Partecipate (vedasi in merito relazione ispettiva RAP)*” e invita il socio Comune di Palermo a “*incidere sulle Governance in merito*”.

Nella Ricognizione, inoltre, il Comune di Palermo fa riferimento agli incrementi quantitativi e qualitativi attesi dall'offerta del servizio da parte di RAP S.p.A., sottolineando come la Società sia destinataria di risorse finanziarie che consentiranno un potenziamento del parco mezzi e degli impianti.

Tali argomentazioni tuttavia non risultano convincenti, posto che l'Ente non ha fornito alcun dato dal quale potersi ricavare che il rafforzamento del parco mezzi e degli impianti porteranno a un miglioramento della qualità del servizio tale da incrementare l'efficienza gestionale dell'operatore. Le valutazioni dell'affidamento sono basate, infatti, su proiezioni ottimistiche delle variabili economico-finanziarie e della quantità e qualità dei servizi all'utenza, ma muovono da un'esperienza di gestione da parte di RAP S.p.A. caratterizzata da indubbie criticità gestionali e operative, con persistenti difficoltà di miglioramento anche nell'ultimo periodo.

Si confermano dunque le criticità nell'andamento della gestione, già rilevate nel 2024 con la segnalazione AS1967, relative alle scarse *performance* in termini di percentuale di raccolta differenziata e a un'elevata produzione *pro capite* di rifiuti, alla carenza di informazioni con riferimento all'adempimento degli obblighi di servizio pubblico, ai livelli raggiunti in termini di qualità del servizio e agli atti e indicatori previsti dalle delibere ARERA, nonché agli oneri per l'ente affidante con particolare riguardo all'efficienza e all'equilibrio economico finanziario della gestione. Da tali criticità non si ravvisano le ragioni che, sul piano economico e della qualità dei servizi, giustificano il mantenimento dell'affidamento del servizio di gestione dei rifiuti alla società RAP S.p.A., ai sensi dell'articolo 17, comma 5, del d.lgs. n. 201/2022, e della partecipazione detenuta dall'Ente nella medesima società.

(ii) Sul servizio TPL e gli altri servizi connessi

Anche in merito ai servizi di Trasporto Pubblico Locale e ai servizi connessi⁸, affidati ad AMAT Palermo S.p.A. per 30 anni (dal 27 luglio 2005 al 29 luglio 2035), si rileva che, al pari di quanto

⁷ In generale, con riferimento alla ricognizione effettuata ai sensi dell'articolo 30, il Ragioniere Generale rileva come la ricognizione sia stata effettuata utilizzando il modello di Relazione predisposto dall'ANCI nel 2023 e non considera l'aggiornamento effettuato dall'ANCI nel 2024 per tenere conto delle osservazioni formulate dall'Autorità nella segnalazione AS1999.

Inoltre, il Ragioniere Generale rileva come i riscontri prodotti dai Dirigenti competenti sono allegati senza il necessario coordinamento “*e pertanto, talvolta, risultano carenti delle informazioni esplicitamente richieste dalla normativa citata e non esaustivi al fine di rilevare*” **“per ogni servizio affidato, il concreto andamento dal punto di vista economico, la qualità del servizio ed il rispetto degli obblighi indicati nel contratto di servizio, in modo analitico, tenendo conto anche degli atti e degli indicatori di cui agli articoli 7, 8 e 9”**. La ricognizione, altresì avrebbe dovuto rilevare la misura del ricorso all'affidamento a società *in house*, oltre che gli oneri risultanti in capo agli enti affidanti” (enfasi in originale).

Tali valutazioni sono condivise nel parere del Collegio dei Revisori.

⁸ Ossia, i servizi di *car sharing* e *bike sharing*, gestione di sosta tariffata, parcheggi di interscambio e terminal dei servizi di trasporto pubblico extra-urbano, gestione della Zona a Traffico Limitato (di seguito, “ZTL”), rimozione dei veicoli in sosta vietata o per motivi di ordine pubblico o di sicurezza e apposizione e manutenzione della segnaletica stradale.

rilevato nella segnalazione AS1967, la Ricognizione non fornisce alcun dato sulla qualità (erogata o percepita) del servizio di TPL affidato ad AMAT, né sul raggiungimento degli obiettivi contrattuali o al livello di gradimento da parte dell'utenza. Per quanto attiene agli ulteriori servizi affidati alla medesima società, la Ricognizione si limita a rappresentare che il vigente contratto di servizio non prevede verifiche in merito alla qualità dei servizi resi. Inoltre, nessuna informazione è fornita (né altrimenti reperibile⁹) con riferimento alla stipula del nuovo contratto di servizio, che sarebbe dovuta avvenire entro il 31 dicembre 2024.

Tuttavia, informazioni riguardanti l'andamento gestionale di AMAT possono essere desunte da fonti pubbliche che attestano l'esistenza di perduranti criticità del servizio sotto il profilo delle *performance* qualitative. Secondo quanto si legge nel "Rapporto Ecosistema Urbano 2024" a cura di Legambiente e del Sole24Ore¹⁰, tra i Comuni italiani con oltre 200.000 abitanti, Palermo si conferma anche per il 2023 tra le ultime città per offerta di Trasporto Pubblico Locale (con soli 19 vetture-km/abitanti/anno, di poco superiore a Napoli (17)).

Anche dall'edizione più recente del "Report on the quality of life in European cities, 2023" della Commissione europea emerge un quadro problematico, nel quale Palermo risulta addirittura ultima tra tutte le città dei Paesi Europei per grado di soddisfazione relativo al trasporto pubblico locale, con solo il 22% di intervistati che si è dichiarato soddisfatto del servizio¹¹.

In merito all'andamento economico-finanziario della società affidataria, la Ricognizione dà conto delle gravi perdite registrate nel 2022 (pari a 20.887.200,00 euro), per il ripianamento delle quali la Società ha previsto come termine il 2027. La Ricognizione, tuttavia, non fornisce ulteriori informazioni in merito allo stato di attuazione del Piano di risanamento ed efficientamento 2022-2024, adottato nel 2022 a causa della condizione di *deficit* strutturale registrato da AMAT e su cui il bilancio 2021 ampiamente relaziona. Inoltre, nonostante gli utili registrati nel 2023 e la situazione economico finanziaria al 30 settembre 2024 (che evidenzerebbe un utile pari a 4.295.535 euro), la Relazione sulla gestione del primo trimestre 2024, trasmessa dal Comune, evidenzia come diverse previsioni del Piano di risanamento non hanno trovato attuazione nei tempi previsti¹².

Al riguardo, si evidenzia che anche il parere reso dal Ragioniere Generale del Comune di Palermo, condiviso dal Collegio dei Revisori del Comune e allegato al Piano ex articolo 20 TUSPP, attesta come talune delle misure previste nel Piano di risanamento della società "non sono ancora state adottate dall'Amministrazione. A titolo esemplificativo, si riferisce che la società continua a gestire servizi in perdita che, anche a mente delle misure/azioni deliberate dal C.C. con provvedimento n. 98/2023, devono essere espunte dal contratto di servizio (recte: avrebbero già dovuto esserlo all'indomani dell'adozione da parte del consiglio comunale del Piano di Riequilibrio)".

⁹ Sul sito della società è ancora presente il Contratto di Servizio stipulato nel 2015.

¹⁰ Il Rapporto è basato su 20 parametri che fotografano le *performance* ambientali di 106 città capoluogo in 5 macroaree (aria, acqua, rifiuti, mobilità, ambiente). V. https://www.legambiente.it/wp-content/uploads/2021/11/Ecosistema-Urbano_libro2024.pdf.

¹¹ Il Report è consultabile al link:

https://ec.europa.eu/regional_policy/sources/reports/qol2023/2023_quality_life_european_cities_en.pdf.

¹² In particolare, si evidenzia: i) il ritardo nell'attivazione degli interventi previsti nell'ambito della proposta aziendale di revisione dell'intera gestione del controllo della sosta tariffata affidata ad AMAT; ii) la rimodulazione dei cosiddetti servizi in perdita (rimozione, *car/bike sharing* e segnaletica stradale); iii) la mancata revisione del Contratto di Servizio. Infine, nell'analisi del Rendiconto Finanziario, la Relazione evidenziava alcune problematiche finanziarie che avevano impedito di far fronte agli impegni nei confronti dei fornitori e di altre partite debitorie.

A fronte delle descritte criticità, tuttavia, il Piano ex articolo 20 del TUSPP adottato dal Comune di Palermo attesta il mantenimento della partecipazione in AMAT “senza interventi” e non motiva le ragioni che, sul piano economico e della qualità dei servizi, giustificano il mantenimento dell’affidamento alla società *in house*, anche in relazione ai risultati conseguiti nella gestione. A ciò si aggiunga che la “Relazione sull’attuazione del piano di razionalizzazione delle partecipazioni”, allegata allo stesso Piano, si limita a rappresentare l’approvazione della deliberazione n. 164/2023 da parte del Comune di Palermo, con cui è stato approvato lo schema conciliativo tra il Comune e la Partecipata AMAT. Tale schema conciliativo prevedeva diverse misure¹³ che, tuttavia, allo stato non risultano ancora essere state implementate.

Alla luce delle considerazioni sopra esposte, l’Autorità ritiene che dalla Ricognizione esaminata e dalle ulteriori informazioni raccolte non siano emersi miglioramenti tali da poter considerare efficiente l’andamento dei servizi di gestione dei rifiuti e del trasporto pubblico locale e connessi. Diversamente, la gestione gravemente insoddisfacente di tali servizi rende non adeguatamente giustificato il mantenimento del relativo affidamento e delle partecipazioni detenute nelle società RAP S.p.A. e AMAT Palermo S.p.A. da parte del Comune di Palermo, in violazione degli articoli 17, comma 5, e 30 del d.lgs. n. 201/2022 e degli articoli 4 e 20 del TUSPP.

Ai sensi dell’articolo 21-bis, comma 2, della legge n. 287/1990 il Comune di Palermo dovrà comunicare all’Autorità, entro il termine di sessanta giorni dalla ricezione del presente parere, le iniziative adottate per rimuovere le violazioni della concorrenza sopra esposte. Laddove entro il suddetto termine tali iniziative non dovessero risultare conformi ai principi concorrenziali sopra espressi, l’Autorità potrà presentare ricorso entro i successivi trenta giorni.

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

Comunicato in merito alla decisione dell’Autorità di non presentare ricorso ex articolo 21-bis della legge n. 287/1990 avverso la Deliberazione del Consiglio Comunale del Comune di Palermo n. 392 del 27 dicembre 2024 e le allegate relazioni, adottate ex articolo 30 del d.lgs. n. 201/2022 (recante il Riordino della disciplina dei servizi pubblici locali di rilevanza economica), contenenti le ricognizioni della situazione gestionale dei servizi pubblici locali di rilevanza economica affidati nel territorio di competenza

L’Autorità, il 28 maggio 2025, ha deliberato di rendere un parere motivato, ai sensi dell’articolo 21-bis della legge n. 287/1990, in merito alla Deliberazione del Consiglio Comunale del Comune di Palermo n. 392 del 27 dicembre 2024 e alle allegate relazioni, adottate dal Comune ex articolo 30 del d.lgs. n. 201/2022 (recanti il *Riordino della disciplina dei servizi pubblici locali di rilevanza*

¹³ In particolare, il Comune si è impegnato a predisporre il nuovo contratto di servizio e la società si è impegnata a mettere in atto strumenti per la verifica dell’efficacia delle misure adottate con il piano di risanamento, a prevedere la dismissione dei cosiddetti “servizi in perdita” e a redigere un adeguato nuovo piano industriale improntato a più solidi criteri di efficienza e sostenibilità economica dei servizi.

economica), contenenti le ricognizioni della situazione gestionale dei servizi pubblici locali di rilevanza economica affidati nel territorio di competenza.

Nel proprio parere motivato, l'Autorità ha rilevato come dalle ricognizioni esaminate e dalle ulteriori informazioni raccolte non siano emersi, rispetto alle criticità già rilevate con la segnalazione AS1967, miglioramenti tali da poter considerare efficiente l'andamento dei servizi di gestione dei rifiuti e del trasporto pubblico locale e connessi. Diversamente, la gestione gravemente insoddisfacente di tali servizi rende non adeguatamente giustificato il mantenimento del relativo affidamento e delle partecipazioni detenute nelle società RAP S.p.A. e AMAT Palermo S.p.A. da parte del Comune di Palermo, in violazione degli articoli 17, comma 5, e 30 del d.lgs. n. 201/2022 e degli articoli 4 e 20 del TUSPP.

In data 28 luglio 2025, il Comune di Palermo ha fornito riscontro al predetto parere motivato, comunicando all'Autorità una serie di iniziative adottate e di prossima adozione da parte del Comune stesso e delle società partecipate, volte a migliorare la qualità e l'efficienza nella gestione dei servizi in esame.

L'Autorità, valutato il contenuto della risposta dell'Ente, nella riunione del 5 agosto 2025 ha deliberato di non impugnare dinanzi al Tribunale Amministrativo Regionale competente la Deliberazione in oggetto.

AS2099 - ROMA CAPITALE - REQUISITI DEL BANDO DI ISCRIZIONE AL RUOLO DEI CONDUCENTI DEGLI AUTOSERVIZI PUBBLICI NON DI LINEA

Roma, 6 agosto 2025

Città Metropolitana di Roma Capitale
Regione Lazio

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nell'adunanza del 5 agosto 2025, ha deliberato di formulare alcune osservazioni, ai sensi dell'articolo 21 della legge n. 287/1990, in merito alle problematiche concorrenziali contenute nell'"Avviso pubblico per l'indizione delle sessioni di esame di aprile 2025 ai fini dell'iscrizione al ruolo dei conducenti dei veicoli o natanti per l'esercizio degli autoservizi pubblici non di linea di cui alla legge n. 21 del 1992 e legge regionale Lazio n. 58 del 1993" (di seguito, "Avviso"), della Città Metropolitana di Roma Capitale.

Il comma 4 dell'articolo 2 dell'Avviso, con riferimento ai requisiti per l'ammissione all'esame per l'iscrizione al ruolo provinciale dei conducenti di veicoli e natanti per l'esercizio del trasporto pubblico non di linea, prevede: *"sono ammessi a sostenere l'esame i candidati che abbiano regolarmente presentato la relativa domanda e siano in possesso dei requisiti dichiarati e previsti dalla normativa vigente, secondo quanto disposto dagli articoli 17 e 18 della L.R. Lazio n. 58 del 1993"*, ossia che abbiano la residenza o il domicilio in un comune rientrante nella Regione Lazio.

Come noto, il trasporto mediante autoservizi pubblici non di linea è disciplinato dalla legge n. 21/1992¹, il cui articolo 6, comma 1, dispone che *"presso le Camere di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura è istituito il ruolo dei conducenti di veicoli o natanti adibiti ad autoservizi pubblici non di linea"*². Ai sensi del comma 3 della medesima norma: *"l'iscrizione nel ruolo avviene previo esame da parte di apposita commissione regionale, [...], che accerta i requisiti di idoneità all'esercizio del servizio, con particolare riferimento alla conoscenza geografica e toponomastica"* (enfasi aggiunta).

In base all'articolo 6, comma 5, della legge citata: *"l'iscrizione nel ruolo costituisce requisito indispensabile per il rilascio [...] dell'autorizzazione per l'esercizio del servizio di noleggio con conducente"*.

Il legislatore regionale del Lazio è intervenuto a disciplinare la materia con la legge regionale n. 58/1993³ che, tra i requisiti per l'iscrizione nel ruolo provinciale dei conducenti, prescrive di *"essere*

¹ Recante "Legge quadro per il trasporto di persone mediante autoservizi pubblici non di linea".

² Inoltre, ai sensi dell'articolo 6, comma 2: *"È requisito indispensabile per l'iscrizione nel ruolo il possesso del certificato di abilitazione professionale [...]"*.

³ Recante *"Disposizioni per l'esercizio del trasporto pubblico non di linea e norme concernenti il ruolo dei conducenti dei servizi pubblici di trasporto non di linea, di cui all'art. 6 della legge 15 gennaio 1992 n. 21"*.

residenti ovvero domiciliati in un comune compreso nel territorio della Regione” (articolo 17, comma 1, lettera b). L’articolo 18 della legge regionale (*“Domanda di iscrizione nel ruolo provinciale”*) stabilisce che *“Coloro i quali abbiano interesse a essere iscritti nel ruolo provinciale di cui all’art. 16 devono farne richiesta alla camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura della provincia nella quale hanno la residenza o il domicilio”* (comma 1); *“La domanda deve essere prodotta entro almeno sessanta giorni prima della data della sessione d’esame individuata e deve contenere: a) la dichiarazione, resa e sottoscritta dagli interessati ai sensi dell’art. 3 della legge 4 gennaio 1968, n. 15 e autenticata con le modalità stabilite dall’art. 20 della stessa legge n. 15 del 1968, attestante il possesso dei requisiti di cui all’art. 17, comma 1, lettere a), b), c) e d), commi 2, 3 e 5; b) la formale istanza, formulata dagli stessi interessati, per la partecipazione all’esame per l’accertamento del possesso del requisito di idoneità all’esercizio, di cui all’art. 19”* (comma 2). In base all’articolo 19 (*“Modalità dell’esame per l’accertamento del possesso del requisito di idoneità all’esercizio del servizio”*), l’esame prevede, *inter alia*, *“la conoscenza geografica e toponomastica relativa al territorio provinciale”* (articolo 19, comma 2, lettera d-bis). Infine, *“il soggetto che non abbia superato la prova scritta può essere ammesso a ripetere la medesima per una sola volta, previa ripresentazione della domanda di esame, senza provvedere a un nuovo pagamento dei diritti di segreteria di cui all’articolo 18, comma 4, purché siano decorsi due mesi dalla precedente prova”* (articolo 19, comma 7).

Con la presente segnalazione l’Autorità intende rappresentare che la richiesta, contenuta nell’Avviso, del requisito della residenza o del domicilio in un comune rientrante nella Regione Lazio necessario per la presentazione della domanda di partecipazione all’esame presenta profili di incompatibilità con i principi posti a tutela della concorrenza. Infatti, tale requisito, stabilito dall’Amministrazione per la mera partecipazione all’esame, costituisce un’ingiustificata e sproporzionata barriera all’accesso all’attività volta a escludere molti aspiranti conducenti che, pur non in possesso di tale requisito, presentino caratteristiche di professionalità e conoscenza del territorio di pari o superiore livello rispetto ai residenti o ai domiciliati nella Regione Lazio.

Il requisito appare inoltre particolarmente gravoso in quanto, laddove la prova d’esame non sia superata, l’aspirante conducente può essere ammesso a ripetere la medesima prova per una sola volta.

Inoltre, l’articolo 18 della legge regionale, là dove prevede che la domanda di iscrizione al ruolo, da presentare sessanta giorni prima della data di svolgimento dell’esame, deve già contenere una dichiarazione attestante il possesso del requisito di cui al comma 1, lettera b) dell’articolo 17, ossia *“essere residenti ovvero domiciliati in un comune compreso nel territorio della Regione”*, appare anticipare il possesso di tale requisito a un momento antecedente al superamento dell’esame facendo sì che il requisito *de quo* divenga di fatto necessario anche per la partecipazione all’esame. In questo modo, viene introdotto un onere non giustificato e sproporzionato rispetto alle finalità cui deve assolvere l’esame di verifica dell’idoneità all’esercizio del servizio.

Peraltro, sia la disposizione contenuta nell’Avviso sia quella di cui all’articolo 18 della legge regionale citata, in quanto preclusive della stessa presentazione della domanda di partecipazione all’esame propedeutico all’iscrizione nel ruolo dei conducenti, non appaiono coerenti con il quadro normativo nazionale che disciplina la materia (articolo 6, comma 3, legge n. 21/1992). Infatti, quest’ultimo risulta improntato alla strutturazione dell’esame come momento destinato ad accertare, anche a tutela degli utenti, gli specifici requisiti tecnici, tra cui anche la conoscenza geografica e

toponomastica del territorio, oltre che le attitudini morali del soggetto aspirante al futuro svolgimento dei servizi di NCC, senza richiedere per la partecipazione allo stesso il requisito della residenza o del domicilio.

Al riguardo, la recente sentenza della Corte Costituzionale n. 183 del 2024 ha colto l'occasione per ribadire, con specifico riferimento al settore degli NCC, *“la necessità costituzionale di un'apertura del mercato eliminando ogni barriera regolatoria priva di adeguata giustificazione (sentenze n. 137 e n. 36 del 2024)”*⁴ e ha richiamato una propria precedente pronuncia, la n. 264 del 2013⁵, in cui era stato già osservato che il requisito *de quo* comportava *“una palese discriminazione tra soggetti o imprese, operata sulla base di un mero elemento di localizzazione”* privo, in sé, di *“alcuna ragionevole giustificazione in rapporto alla esigenza [...] di garantire e comprovare, anche a tutela dell'utenza, le specifiche idoneità tecniche e le attitudini morali del soggetto al corretto futuro svolgimento dell'attività in questione”* traducendosi *“in una limitazione al libero ingresso di lavoratori o imprese nel bacino lavorativo regionale, in danno dei cittadini dell'Unione europea, nonché dei cittadini italiani residenti in altre Regioni”*. In questa pronuncia, era stato ribadito *“il divieto per i legislatori regionali di frapporre barriere di carattere protezionistico alla prestazione, nel proprio ambito territoriale, di servizi di carattere imprenditoriale da parte di soggetti ubicati in qualsiasi parte del territorio nazionale”*⁶.

L'Autorità auspica che le osservazioni formulate siano tenute nella debita considerazione eliminando dai requisiti di partecipazione all'esame, previsti nell'Avviso, quello legato alla residenza o al domicilio, in quanto misura che introduce limitazioni alla libertà di iniziativa economica (articolo 41 Costituzione) e alla libertà di stabilimento, di cui all'articolo 49 del Trattato sul funzionamento dell'Unione europea, non necessarie né proporzionate rispetto allo scopo perseguito, dovendo l'esame essere unicamente volto ad accertare le capacità tecniche e le attitudini morali del soggetto che aspira a svolgere l'attività in questione.

A tal fine, l'Autorità auspica altresì che il legislatore regionale modifichi l'articolo 18 della legge n. 58 del 1993 in modo da evitare che le modalità di presentazione della domanda di iscrizione al ruolo prescrivano il possesso del requisito della residenza o del domicilio in un momento antecedente a quello della partecipazione all'esame e del suo superamento, rendendolo di fatto un requisito per la partecipazione allo stesso. L'attuale formulazione di tale norma appare infatti porsi in contrasto con gli articoli 117, comma 1, lettera e) e 41 della Costituzione in quanto introduce un ostacolo allo svolgimento del servizio che non è previsto nella legislazione nazionale e che incide in misura non giustificata e sproporzionata sull'esercizio della libertà di iniziativa economica, oltre a porsi in contrasto con l'articolo 49 del Trattato sul funzionamento dell'Unione europea.

Si invitano le Amministrazioni in indirizzo a comunicare, entro trenta giorni dalla ricezione della presente segnalazione, le iniziative adottate per rimuovere le criticità concorrenziali sopra evidenziate.

⁴ Cfr. paragrafo 9. Con detta sentenza la Corte Costituzionale ha dichiarato l'illegittimità costituzionale dell'articolo 6, comma 1, lettera i), della legge Regione Umbria n. 17 del 1994, nella parte in cui prevede, tra i requisiti necessari per l'iscrizione nel ruolo dei conducenti di veicoli adibiti a servizi pubblici non di linea, quello *“di essere residente in uno dei Comuni della Regione Umbria”*.

⁵ La disposizione era una norma della Regione Molise che prevedeva, tra gli altri, il requisito che i soggetti aspiranti all'iscrizione al ruolo dei conducenti dovessero *“essere residenti in un comune compreso nel territorio della Regione da almeno un anno e avere la sede legale dell'impresa nel territorio regionale”*.

⁶ Cfr. paragrafo 2.2 sentenza n. 264/2013 e 8.2 sentenza n. 183/2024.

La presente segnalazione sarà pubblicata sul Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

PS12920 - FORBES ITALIA - PUBBLICITA' OCCULTA

Provvedimento n. 31663

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 5 agosto 2025;

SENTITO il Relatore, Saverio Valentino;

VISTA la Parte II, Titolo III, del Decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, e successive modificazioni (di seguito, "Codice del consumo");

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie nelle materie di tutela del consumatore e pubblicità ingannevole e comparativa*", adottato dall'Autorità con delibera del 5 novembre 2024, n. 31356 (di seguito, "Regolamento");

VISTA la comunicazione del 6 febbraio 2025, con cui è stato avviato il procedimento PS12920 nei confronti della società BFC Media S.p.A.;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. BFC Media S.p.A. (P. IVA 11673170152), in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera b), del Codice del consumo (di seguito anche "BFC Media"), svolge attività editoriale tramite la testata Forbes Italia e altri noti periodici del settore del business e *financial communication*.

2. [omissis]*, Luciano Pignataro [omissis], Federico Silvio Bellanca [omissis] e Antonio Galdi [omissis], in qualità di cointeressati ai sensi dell'articolo 7, comma 1, secondo periodo, della legge 7 agosto 1990, n. 241.

II. LA PRATICA COMMERCIALE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

3. Il procedimento concerne la condotta posta in essere da BFC Media, editore del supplemento al n. 84 di ottobre 2024 di Forbes Italia dal titolo "*100 Ristoranti & co. Innovativi 2025*", consistente in una fattispecie di pubblicità occulta.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

III.1. L'iter del procedimento

4. Sulla base di informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del consumo, è stato comunicato, in data 6 febbraio 2025 l'avvio del procedimento istruttorio PS12920 nei confronti di BFC Media S.p.A. in cui veniva contestato che, tramite il supplemento al n. 84 di ottobre 2024 di

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

Forbes Italia dal titolo “100 Ristoranti & co. Innovativi 2025”, l’editore avrebbe realizzato una pubblicità occulta.

5. La comunicazione di avvio del procedimento è stata altresì notificata a Marco Gemelli, Luciano Pignataro, Federico Silvio Bellanca e Antonio Galdi, in qualità di cointeressati ai sensi dell’articolo 7, comma 1, secondo periodo, della Legge 7 agosto 1990, n. 241, essendo questi autori di alcuni dei contenuti presenti nel menzionato supplemento.

6. Il 3 marzo 2025, BFC Media ha formulato istanza di proroga del termine per presentare memorie e rispondere alla richiesta di informazioni contenuta nella comunicazione di avvio del procedimento nonché istanza di accesso agli atti del fascicolo istruttorio. Con comunicazione del 5 marzo 2025 è stato dato seguito ad entrambe le istanze.

7. Il 4 marzo 2025, Marco Gemelli ha formulato istanza di proroga del termine per presentare le memorie e rispondere alla richiesta di informazioni contenuta nella comunicazione di avvio del procedimento, accolta con comunicazione del 5 marzo 2025.

8. BFC Media ha fornito riscontro alla richiesta di informazioni formulata nella comunicazione di avvio con memoria del 19 marzo 2025.

9. Marco Gemelli, Federico Silvio Bellanca e Antonio Galdi hanno depositato memorie in data 21 marzo 2025 (Marco Gemelli) e 8 aprile 2025 (Federico Silvio Bellanca e Antonio Galdi). Luciano Pignataro ha depositato la propria memoria il 6 marzo 2025 contestualmente formulando istanza di audizione, che si è tenuta il 24 aprile 2025.

10. In data 7 maggio 2025, è stata comunicata al professionista e ai soggetti cointeressati la conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell’articolo 17, comma 1, del Regolamento, attraverso la comunicazione di contestazione degli addebiti ed è stato assegnato un termine di trenta giorni per eventuali controdeduzioni scritte in replica, da presentarsi al Collegio.

11. Il 9 maggio 2025, BFC Media ha depositato istanza di accesso agli atti e di audizione innanzi al Collegio. L’accesso agli atti del fascicolo istruttorio è stato esperito in data 14 maggio 2025. L’istanza di audizione innanzi al Collegio è stata rigettata con comunicazione del 30 maggio 2025.

12. In data 6 giugno 2025, BFC Media, Marco Gemelli, Federico Silvio Bellanca e Antonio Galdi hanno presentato le proprie controdeduzioni alla comunicazione di contestazione degli addebiti.

13. Il 16 giugno 2025 BFC, Media ha presentato istanza di accesso alle memorie depositate dai cointeressati, cui è stato dato seguito in pari data.

14. In data 20 giugno 2025, è stata trasmessa richiesta di parere all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell’articolo 27, comma 6, Codice del consumo e dell’articolo 17, comma 2, del Regolamento.

15. Il 21 luglio 2025, è pervenuto il parere dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.

III.2 Le evidenze acquisite

16. A partire dal mese di luglio 2024, BFC Media ha avviato una collaborazione con “Il Forchettiere”, testata giornalistica diretta da Marco Gemelli, per la realizzazione di un inserto incentrato sul mondo dell’alta cucina e per l’organizzazione di una cerimonia di presentazione dei ristoranti menzionati in detto inserto.

17. A Marco Gemelli è stato affidato il ruolo di ricercare i ristoranti da inserire nel numero tematico, individuare sponsor del progetto e curare il processo editoriale in cambio del plusvalore tra i ricavi e i costi di produzione del supplemento.

18. Le strutture selezionate hanno sottoscritto un contratto di acquisto di una scheda pubbliredazionale nel progetto “100 Ristoranti & co. Innovativi” per l’importo di [1.000-5.000 €], benché non tutti gli operatori abbiano versato tale somma nella sua interezza e alcuni operatori non abbiano versato alcuna somma.

19. Il valore finale dell’operazione, versato a BFC Media da Il Forchettiere è stato pari a [100.000-200.000 €]¹ IVA inclusa.

20. Tale collaborazione tra BFC Media e Il Forchettiere è culminata nella pubblicazione del supplemento al n. 84 di ottobre 2024 di Forbes Italia dal titolo “100 Ristoranti & co. Innovativi 2025”.

21. Il supplemento consta di cento schede dedicate a ristoranti, pizzerie e cocktail bar. Sono presenti poi un editoriale a firma del direttore Alessandro Mauro Rossi e alcuni testi di presentazione delle diverse sezioni in cui il supplemento è articolato (tre a firma di Marco Gemelli e tre, rispettivamente, a firma di Luciano Pignataro, Federico Silvio Bellanca e Antonio Galdi).

22. Nel supplemento oggetto del procedimento difetta qualsivoglia espresso riferimento alla natura pubblicitaria dei contenuti ivi pubblicati.

23. La presentazione dei ristoranti appare come un contenuto redazionale, con pagine descrittive tutte uguali per grafica e standardizzate nei contenuti: una breve descrizione del ristorante, due foto, un riquadro con ulteriori dettagli intitolato “Innovazione” e indicazione dei relativi contatti.

24. Nel supplemento vi sono anche tredici pagine di natura pubblicitaria dedicate a prodotti e servizi afferenti al mercato della ristorazione, della cucina e dei servizi a questi settori collegati - distinguibili per modalità redazionali dalle schede relative ai ristoranti.

25. Per quanto concerne le modalità di vendita e diffusione del n. 84 di ottobre 2024 di Forbes Italia, il giornale era disponibile: (i) nelle edicole, in versione cartacea, in abbinamento al supplemento e (ii) in abbonamento, in formato digitale e cartaceo, senza supplemento².

26. Nelle edicole, dal 17 ottobre al 7 novembre 2024, sono state vendute [0-3.000] copie della rivista n. 84 di ottobre 2024 di Forbes Italia, distribuita unitamente al supplemento “100 Ristoranti & co. Innovativi 2025”³.

27. Il supplemento “100 Ristoranti & co. Innovativi 2025” era gratuitamente scaricabile dall’app sia per gli abbonati a Forbes Italia, che per i non abbonati, e risultano effettuati un totale di [0-100] download⁴.

28. Il giornale Il Fatto Quotidiano ha pubblicato il 13 novembre 2024 un articolo dal titolo “Forbes e la guida dei 100 ristoranti: paga e sei dentro” in cui si denunciava la mancanza di trasparenza circa la natura pubblicitaria dello stesso.

29. Tale articolo giornalistico, originato da una segnalazione trasmessa alla relativa autrice, contiene una doppia intervista a Alessandro Mauro Rossi (direttore di Forbes Italia) e Marco Gemelli (il giornalista curatore del supplemento). In detta occasione gli intervistati confermano che “più della metà” dei ristoratori ha pagato per essere inserito nella lista oggetto del supplemento, che “non era meritocratico quell’inserito lì, era una operazione commerciale [...]” finalizzata a “raggiungere

¹ Cfr. doc. n. 16 del fascicolo istruttorio, pagina 2.

² Cfr. doc. n. 15 del fascicolo istruttorio, pagina 5.

³ Cfr. *ibidem*.

⁴ Cfr. *ibidem*.

un certo budget” e che “è un elenco tipo guida del telefono, è un’operazione commerciale, abbiamo raccolto denaro attraverso le inserzioni sul giornale e altro. L’unica cosa che forse abbiamo sbagliato è che non ci abbiamo scritto che era a cura della nostra concessionaria pubblicitaria”.

30. Nell’editoriale del successivo supplemento allegato al n. 86 della rivista Forbes Italia, recante il titolo “*Responsibility*”, il direttore Alessandro Mauro Rossi ha chiarito che il supplemento precedente (cioè quello oggetto del procedimento) “*non è stato realizzato dalla direzione ma da una società terza che ha portato avanti alcune azioni commerciali che abbiamo ommesso di segnalare in quanto in copertina comparivano il marchio e la dicitura «in collaborazione con Il Forchettiere» immaginando che fosse sufficiente a determinare la natura anche commerciale del prodotto. Se questo nostro operato non ha reso chiarezza a sufficienza ci scusiamo con i lettori assicurando che nel futuro il confine sarà marcato con più precisione*”.

31. Inoltre, nell’ultima pagina del supplemento al n. 86 è stata apposta la dicitura - non presente nel supplemento oggetto del presente procedimento - “*Supplemento pubblicitario al volume 86, Dicembre 2024 [...]. Questo supplemento è composto da publiredazionali e pubblicità ed è realizzato dalla divisione commerciale di BFC Media S.p.A.*”.

32. Dalle risultanze istruttorie è emerso che il 10 febbraio 2025 il Professionista ha diramato una richiesta di ritiro delle copie ancora in circolazione del n. 84 e del relativo supplemento⁵.

IV. LE ARGOMENTAZIONI DIFENSIVE DELLA PARTE E DEI SOGGETTI COINTERESSATI

Iv.1. Le argomentazioni del professionista

33. BFC Media afferma che generalmente i propri contenuti editoriali redatti su committenza adottano diciture riconoscibili come “*publiredazionale*” o “*advertorial*”.

34. Il professionista sostiene anche che l’inserito oggetto del procedimento sarebbe un prodotto graficamente ed editorialmente molto diverso dalle classifiche di Forbes Italia, tale da consentire - a proprio dire - la riconoscibilità della sua natura pubblicitaria, e, in ogni caso, sarebbe caratterizzato da uno stile non enfatico e privo di giudizi di merito. Inoltre, secondo BFC Media, la natura promozionale della pubblicazione sarebbe riconoscibile poiché sarebbe esplicitato ai lettori sulla copertina del supplemento il rapporto con Il Forchettiere.

35. Il professionista sottolinea anche di essere intervenuto, a seguito dell’articolo pubblicato su Il Fatto Quotidiano, attraverso un editoriale del direttore di Forbes Italia, evidenziando in grassetto alla pagina 13 della successiva edizione n. 86 di Forbes Italia, che l’allegato al precedente n. 84 - oggetto del procedimento - conteneva “*azioni commerciali*”.

36. Inoltre, BFC Media riferisce di avere adottato, a partire dal successivo allegato al n. 86 di dicembre 2024 di Forbes Italia, dal titolo “*Responsibility*”, ulteriori misure per garantire al lettore la facile individuazione di eventuali elementi promozionali presenti nella pubblicazione (quali, ad esempio, le diciture “*Supplemento pubblicitario*” e “*Questo supplemento è composto da publiredazionali e pubblicità*”, riportate a pagina 4 dell’allegato al n. 86).

37. Da ultimo, BFC Media riferisce che, nel mese di febbraio 2025, ha inibito la possibilità di fare richiesta degli arretrati del n. 84 di ottobre 2024 di Forbes Italia e dell’allegato “*100 Ristoranti &*

⁵ Cfr. doc. n. 15 del fascicolo istruttorio, allegato 15.

co. *Innovativi 2025*”: pertanto, sostiene il professionista, il procedimento avrebbe a oggetto una fattispecie ormai conclusa e sarebbe meritevole di archiviazione.

Iv.2. Le argomentazioni dei soggetti cointeressati

38. Il giornalista Marco Gemelli sottolinea che i ristoranti rappresentati nel supplemento sono stati selezionati prima che fosse loro richiesto un pagamento per la pubblicazione, e che tale pagamento sarebbe stato finalizzato solo alla realizzazione del progetto editoriale. In tal senso il giornalista riferisce di un meccanismo costituito da uno “*scouting che garantisce la presenza di 100 strutture assolutamente di livello*” e di un conseguente “*inserimento sorretto da un investimento*”⁶.

39. L’inserimento nella pubblicazione non dipenderebbe dunque dal versamento di un determinato importo, ma dalla verifica delle caratteristiche di eccellenza degli operatori, però “*è indubbio [...], che un progetto non può nascere ed essere realizzato senza un finanziamento che consenta di sostenere i relativi costi, finanziamento che, in questo caso, è avvenuto sotto forma di contributo economico versato dalla strutture inserite nella pubblicazione*”⁷.

40. Secondo Marco Gemelli, poi, la circostanza che alcuni operatori non abbiano versato la somma contrattualmente prevista confermerebbe che l’inserimento nel supplemento non era condizionato al pagamento di un corrispettivo, che invece sarebbe stato richiesto solo per finanziare il progetto.

41. Inoltre, il medesimo giornalista enfatizza la circostanza che siano presenti, oltre alle schede relative a ciascun ristorante, anche articoli a firma di altri soggetti, redatti a titolo gratuito in ragione del rapporto personale tra gli stessi e Marco Gemelli. In particolare, quest’ultimo ritiene che “*se la pubblicazione avesse avuto un fine pubblicitario non vi sarebbe stata la necessità di richiedere il contributo giornalistico dei predetti soggetti*”⁸. Infatti, questi articoli avrebbero natura squisitamente giornalistica essendo scevri da contenuti anche solo latamente pubblicitari e sarebbero stati redatti solo con lo spirito di contribuire al progetto per ragioni di amicizia e senza scopo di lucro.

42. Luciano Pignataro ha inteso precisare, sia tramite le proprie memorie, che in sede di audizione, la propria estraneità alla vicenda. Il giornalista ha riferito di aver scritto l’articolo su richiesta di Marco Gemelli a titolo gratuito in virtù di un rapporto di colleganza e al fine di divulgare informazioni su un settore di cui è esperto⁹. Pignataro aggiunge anche che la selezione delle pizzerie inserite nel supplemento non è stata oggetto di alcuna richiesta, indicazione o suggerimento da parte sua e che egli non ha avuto accesso all’elenco degli operatori selezionati prima della pubblicazione del supplemento¹⁰.

43. Anche Federico Silvio Bellanca ha sostenuto la propria estraneità alla vicenda affermando di aver scritto l’articolo su richiesta di Marco Gemelli, a titolo gratuito in virtù di un rapporto di amichevole collaborazione¹¹. Bellanca sostiene che il proprio contributo aveva il solo scopo di

⁶ Cfr. doc. n. 16 del fascicolo istruttorio, pagina 2.

⁷ Cfr. *ibidem*, pagina. 3.

⁸ Cfr. doc. n. 16 del fascicolo istruttorio, pagina 5.

⁹ Cfr. *ibidem*, pagina3.

¹⁰ Cfr. *Ibidem*.

¹¹ Cfr. doc. n. 18 del fascicolo istruttorio.

informare il lettore delle novità del settore *cocktail bar* e riferisce di non essere a conoscenza di accordi di natura economica finalizzati all'inserimento nel supplemento di determinati operatori.

44. Antonio Galdi ha confermato invece di aver collaborato alla segnalazione degli operatori da coinvolgere nel progetto contribuendo a effettuare con *“diligenza, scienza e onestà intellettuale”*¹² l'individuazione dei ristoranti da inserire nel supplemento. La selezione sarebbe avvenuta sulla base di specifiche indicazioni e direttive impartite da Marco Gemelli finalizzate a operare una selezione obiettiva e mirata allo scopo di individuare operatori che si ponessero sul mercato in termini di novità ed eccellenza. Per tale attività di ricerca e selezione degli operatori, Galdi sarebbe stato retribuito, mentre la redazione dell'articolo pubblicato nel supplemento sarebbe avvenuta a titolo gratuito. Antonio Galdi ha affermato infine di essere a conoscenza del fatto che: *“gli operatori inseriti nel supplemento hanno fornito un contributo economico alla realizzazione del progetto e quindi della pubblicazione del supplemento”*¹³.

V. CONTRODEDUZIONI DELLA PARTE E DEI SOGGETTI COINTERESSATI ALLA COMUNICAZIONE DI CONTESTAZIONE DEGLI ADDEBITI

V.1. Le controdeduzioni del Professionista

45. In sede di controdeduzioni, il professionista ha, in via preliminare, ribadito la correttezza del proprio operato in quanto la natura publireddazionale del supplemento sarebbe stata chiaramente desumibile dai lettori. Infatti, BFC Media ha inteso sottolineare che l'intento promozionale deve essere indicato *“sempre che questo non risulti già evidente dal contesto”*¹⁴, come sarebbe a suo dire nel caso di specie.

46. Secondo BFC Media, non vi sarebbe alcun elemento che lasci intendere che il supplemento sia stato ideato e strutturato come una guida o una classifica oggettiva, mentre la natura pubblicitaria dello stesso sarebbe facilmente desumibile dalla sua struttura.

47. A tale proposito, BFC Media ritiene che sia evidente la difformità grafica delle schede contenute nel supplemento rispetto a una tipica classifica di Forbes Italia. Nel supplemento, infatti, i ristoranti sono meramente elencati in ordine alfabetico e ognuno di essi ha una propria scheda di presentazione, uguale per tutti gli operatori. Inoltre il supplemento presenterebbe una veste grafica differente rispetto alla rivista principale, con un *layout* dedicato, una formattazione distinta e uno stile visivo chiaramente disomogeneo da Forbes Italia.

48. Ancora, l'indicazione dei contatti degli operatori oggetto delle schede renderebbe evidente ai lettori la natura pubblicitaria dei contenuti realizzati, non avendo tale indicazione altro scopo se non quello di promuovere presso il pubblico i servizi offerti da tali soggetti.

49. Inoltre, la vendita separata dell'inserito rispetto al giornale sarebbe un elemento sufficiente per consentire ai lettori di riconoscerne la finalità promozionale.

50. Il professionista ritiene infine che la durata della condotta ascritta sia stata in realtà estremamente limitata in quanto: da un lato, il supplemento è stato disponibile in edicola solo dal 17 ottobre al 7 novembre 2024; dall'altro, già il 12 dicembre 2024, nel n. 86 di Forbes Italia, il direttore

¹² Cfr. doc. n. 19 del fascicolo istruttorio, pagina 2.

¹³ Cfr. *Ibidem*.

¹⁴ Cfr. doc. n. 30 del fascicolo istruttorio.

ha chiarito, con un testo in grassetto nel proprio editoriale, che il supplemento al n. 84 conteneva “azioni commerciali”. Inoltre, nello stesso n. 86, nell’inserito “*Responsibility*”, BFC Media ha adottato ulteriori misure per garantire al lettore la facile individuazione della natura promozionale di detta pubblicazione (quali, ad esempio, le diciture “*Supplemento pubblicitario*” e “*Questo supplemento è composto da pubbliredazionali e pubblicità*”).

51. Pertanto, secondo il Professionista, la condotta violativa dovrebbe intendersi cessata al più tardi il 12 dicembre 2024 e non nel mese di febbraio 2025, quando le copie del n. 84 di Forbes Italia ancora disponibili sono state ritirate dal commercio.

52. A dire di BFC Media, la pratica sarebbe stata circoscritta anche in termini di consumatori coinvolti. Ciò sarebbe dimostrato dal fatto che dei [0-3.000] abbonati cui il n. 84 è stato consegnato senza il supplemento, solo [0-100] hanno effettuato il *download* dell’inserito, ovvero una percentuale pari al [0-10%] dei lettori abituali.

53. Inoltre, il Professionista ritiene che non possa ritenersi verosimile che i propri lettori si siano sentiti indotti ad acquistare la rivista solo per il supplemento “*100 Ristoranti & co. Innovativi 2025*”, che affronta tematiche estranee alla consueta proposta editoriale. Il lettore di Forbes Italia sarebbe, infatti, interessato a tematiche relative al mondo imprenditoriale, alla finanza, alla tecnologia e lo spettacolo essendo altamente istruito, ricoprendo ruoli manageriali, imprenditoriali o di particolare prestigio nel settore finanziario.

54. Da ultimo, BFC Media sottolinea che la società ha registrato nel 2023 perdite pari a euro 3.315.983, e nel 2024 pari ad euro 138.390, in un contesto di crisi generalizzata del settore.

55. Tutti questi elementi, secondo BFC Media, giustificerebbero l’archiviazione del procedimento o, in subordine, l’irrogazione di una sanzione pari al minimo edittale.

V.2. Le controdeduzioni dei soggetti cointeressati

56. Nelle proprie controdeduzioni Marco Gemelli ha chiarito nuovamente di aver partecipato alla realizzazione del progetto “*100 Ristoranti & co. Innovativi 2025*” selezionando gli operatori che si ponevano sul mercato in termini di innovatività ed eccellenza con un intento scevro da qualsivoglia finalità pubblicitaria. Quanto poi alla mancata informazione in merito alla circostanza che una ventina di ristoratori non avrebbero contribuito economicamente alla realizzazione del progetto, il giornalista ritiene che tale circostanza non rilevarebbe in quanto il contributo economico richiesto non era inteso come corrispettivo pubblicitario: “*e in ogni caso, il fine occulto (ove presente) prescinde dall’esistenza di operatori inseriti nell’opuscolo pur non avendo contribuito economicamente al progetto*”¹⁵. Infine, in merito alla presenza nel supplemento di articoli giornalistici redatti da esperti del settore, Marco Gemelli sostiene che tale circostanza non sarebbe fuorviante per il lettore in quanto tali contributi avrebbero solo finalità informative.

57. Federico Silvio Bellanca ha ribadito di aver redatto il proprio articolo a titolo gratuito e in virtù del rapporto di amicizia che lo lega a Marco Gemelli e sottolineato la natura puramente informativa del suo contenuto. Inoltre, il giornalista ha confermato di non aver partecipato alla selezione degli operatori inseriti nel supplemento e di non essere a conoscenza delle modalità e dei criteri di selezione degli stessi¹⁶.

¹⁵ Cfr. doc. n. 30 del fascicolo istruttorio.

¹⁶ Cfr. doc. n. 31 del fascicolo istruttorio.

58. Antonio Galdi, in sede di controdeduzioni, ha ripetuto di aver redatto l'articolo a titolo gratuito in virtù del rapporto di amicizia che lo lega a Marco Gemelli e di aver contribuito alla selezione degli operatori da inserire nel supplemento sulla base delle indicazioni e direttive ricevute. Galdi ha anche confermato di essere a conoscenza della circostanza che gli esercizi commerciali avrebbero offerto un contributo economico alla realizzazione del progetto. Tuttavia, secondo Galdi, tale contributo non può equipararsi a un corrispettivo in qualità di committente di contenuti di natura pubblicitaria, alla luce della rigorosa selezione operata a monte nella individuazione degli operatori da coinvolgere nel progetto, che avrebbe natura meramente editoriale e non sarebbe equiparabile a una attività di raccolta pubblicitaria¹⁷.

59. Luciano Pignataro non ha presentato controdeduzioni.

VI. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

60. Poiché la condotta oggetto del presente provvedimento è stata posta in essere tramite la stampa, in data 20 giugno 2025 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del consumo.

61. Con parere pervenuto in data 21 luglio 2025, la suddetta Autorità ha ritenuto che il mezzo di comunicazione e di acquisto utilizzato in relazione al servizio offerto dal professionista risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori i quali, sulla base delle informazioni presenti nel supplemento pubblicato dal professionista, potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità delle modalità di promozione utilizzate.

VII. VALUTAZIONI

62. Secondo consolidata giurisprudenza¹⁸, la valutazione dell'Autorità in ipotesi di pubblicità occulta si snoda attraverso due fasi distinte. Nella prima fase volta ad accertare la natura commerciale della comunicazione la presenza di uno scopo promozionale (di per sé incompatibile con finalità informative o d'intrattenimento) va verificata mediante la prova del rapporto di committenza che di tale scopo costituisce il fondamento. Nella seconda fase, occorre stabilire se l'operatore pubblicitario abbia effettivamente adottato tutti gli accorgimenti necessari a consentire ai destinatari di distinguere agevolmente tale pubblicità dalle altre forme di comunicazione al pubblico.

63. Dalle evidenze istruttorie è emerso che il rapporto di committenza tra i ristoranti e BFC Media non è contestato ed è, anzi, provato dalle allegazioni fornite nel corso del procedimento.

64. Incontestata la sussistenza della committenza, occorre stabilire se l'editore abbia effettivamente adottato gli accorgimenti necessari a consentire ai lettori di distinguere agevolmente la natura pubblicitaria dei contenuti relativi ai ristoranti presentati.

65. Quanto al carattere manifesto della natura pubblicitaria dell'inserito, il professionista ritiene che l'esplicitazione della collaborazione con Il Forchettiere, presente sulla copertina del

¹⁷ Cfr. doc. n. 32 del fascicolo istruttorio.

¹⁸ Cfr., da ultimo, Consiglio di Stato, VI, 19 marzo 2024, n. 2632, PS11131 - *Rivista-auto pubblicità occulta IQOS*.

supplemento, sarebbe sufficiente a chiarirla¹⁹. Tale argomentazione tuttavia non convince in quanto, in disparte il fatto che la mera menzione della collaborazione con altra testata non è intuibile dalla generalità dei consumatori quale “committenza”, in ogni caso, oggetto di pubblicità nel caso di specie non è Il Forchettiere quale *blog* di settore, ma piuttosto i ristoranti elencati nel supplemento, che sono i veri soggetti committenti su cui è ricaduto l’onere economico della pubblicazione²⁰.

66. Escluso che la menzione de Il Forchettiere sia sufficiente a palesare l’intento di promuovere i ristoranti, va altresì rilevato che, sebbene BFC Media affermi che i propri contenuti editoriali redatti su committenza adottino generalmente diciture riconoscibili come “*publiredazionale*” o “*advertorial*”²¹, una tale prassi non è stata adottata nel caso di specie, mancando nel supplemento oggetto del procedimento qualsiasi formulazione in tal senso. Né può immaginarsi che l’onere dell’indicazione della natura pubblicitaria del supplemento possa ricadere su soggetti diversi dall’editore, essendo stabilito dalla giurisprudenza il principio secondo il quale l’inserimento della dicitura “*informazione pubblicitaria*” rientra tra i compiti dell’editore, che deve attivarsi al momento della realizzazione tipografica per vigilare sull’inserimento di opportune avvertenze²².

67. Il professionista non risulta dunque avere adottato alcuna dicitura per palesare e rendere così esplicita la natura pubblicitaria dell’inserito.

68. Oltre a non essere palesato, lo scopo pubblicitario del supplemento “*100 Ristoranti & co. Innovativi 2025*” non risulta nemmeno deducibile dai lettori da qualsivoglia elemento o indicazione editoriale - e ciò nonostante l’inserito fosse stato immaginato da BFC Media sin dal principio come un “*opuscolo*” o “*guida*” finanziato tramite “*sponsor*” al fine di “*coprire integralmente la parte economica*” della pubblicazione²³.

69. Non è infatti sufficiente a rendere comprensibile la natura pubblicitaria l’aspetto editoriale e grafico del supplemento, che BCF Media pretende essere molto diverso dalle classifiche di Forbes Italia in quanto nel supplemento i ristoranti sono elencati in ordine alfabetico (anziché in un *ranking*) e in quanto ognuno di essi ha una propria scheda di presentazione che reca anche i contatti dell’operatore.

70. Infatti, l’assenza di *ranking* non risulta univocamente significativa della natura pubblicitaria in quanto sul sito internet del professionista (<https://forbes.it/>) si possono rinvenire diverse classifiche, pur aventi natura editoriale, parimenti prive di *ranking*, come è per esempio il caso di “*I 100 volti del marketing e della comunicazione*”²⁴, realizzata almeno a partire dal 2022, oppure “*La carica dei 100 manager*”, realizzata almeno per lo stesso periodo²⁵ oppure “*Le 100 leader vincenti*”, realizzata almeno a partire dal 2018²⁶. Dunque, il fatto che i ristoranti siano presentati in ordine alfabetico, privo di *ranking*, di per sé non è sufficiente a rendere palese o almeno deducibile la natura pubblicitaria dell’inserito oggetto del procedimento.

¹⁹ Cfr. doc. n. 15 del fascicolo istruttorio, pagina 4, paragrafo 5, e pagina 7, paragrafo 15.

²⁰ Cfr. doc. n. 16 del fascicolo istruttorio, pagina 3.

²¹ Cfr. doc. n. 15 del fascicolo istruttorio, pagina 4, paragrafo 8.

²² Cfr. Tar Lazio, sentenza n. 335 del 13 gennaio 2014, PI5869 - *Articoli Toyota Yaris su Leggo*.

²³ Cfr. doc. n. 15 del fascicolo istruttorio, pagina 3 e allegato 1.

²⁴ <https://forbes.it/classifiche-forbes/best-italia/i-100-volti-del-marketing-e-della-comunicazione-2024>.

²⁵ <https://forbes.it/classifiche-forbes/best-italia/la-carica-dei-100-manager-2/>.

²⁶ <https://forbes.it/classifiche-forbes/best-italia/le-100-leader-vincenti/>.

71. Neppure le differenze contenutistiche tra la selezione alla base del supplemento in discorso e quella caratterizzante le ordinarie classifiche pubblicate su Forbes Italia, indicate dal professionista nelle proprie controdeduzioni, sono evidentemente e immediatamente percepibili dal consumatore medio come significative in modo univoco della natura pubblicitaria dei contenuti oggetto del procedimento. Ad esempio, la presenza dei recapiti dei ristoranti non appare di per sé sufficiente a differenziare il supplemento al n. 84 dalle classifiche pubblicate su Forbes Italia. Infatti, l'inserimento di recapiti e mezzi di contatto potrebbe essere contraria ad esigenze di riservatezza delle persone fisiche, che invece non sussistono per le attività commerciali (come i ristoranti): dunque, l'omissione o l'inserimento di tali recapiti non manifesta univocamente - agli occhi dei lettori - la diversità tra i contenuti in parola (classifiche oggettive, da un lato, e pubblicità, dall'altro), diversamente da quanto sostenuto dal professionista.

72. Nemmeno sufficiente a rendere manifesta la natura pubblicitaria è la formattazione usata, che secondo BFC Media sarebbe diversa da quella standard. Con riferimento alle differenze nella formattazione e presentazione grafica, ad avviso della giurisprudenza, perché tali elementi grafici rilevino devono essere di *"evidente percezione"*²⁷ per il lettore medio e devono consentire a quest'ultimo di rendersi immediatamente conto che trattasi di una comunicazione pubblicitaria volta alla diffusione commerciale di uno specifico prodotto. Al proposito si noti che, diversamente dalle schede dei ristoranti, nelle tredici pagine pubblicitarie presenti nell'editoriale la natura promozionale/commerciale è palesemente distinguibile essendo queste sensibilmente diverse da tutte le altre per impaginazione e contenuti, sebbene tutte dedicate a prodotti e servizi afferenti al mercato della ristorazione, della cucina e dei servizi a questi settori collegati.

73. Insufficiente è anche la vendita separata dell'inserito rispetto al giornale. Infatti, sebbene per scelta commerciale del professionista il supplemento non sia stato distribuito agli abbonati congiuntamente al n. 84 di Forbes Italia, in edicola lo stesso era acquistabile insieme al numero di cui costituisce l'allegato, come dichiarato da BFC Media e come riscontrabile dalla dicitura presente sulla copertina del supplemento: *"Copia non vendibile separatamente"*.

74. Fermo restando tutto quanto sopra, va aggiunto che, non solo il supplemento in oggetto non risulta contenere elementi univocamente significativi della sua natura pubblicitaria, ma esso appare vieppiù confezionato in modo tale da indurre i lettori a ritenere che si tratti di una guida redatta a valle di una qualche selezione genuina e quindi da allontanare ancor più la possibilità che il consumatore ne possa comprendere la vera natura pubblicitaria, che rimane occultata.

75. A tal proposito, si osserva che lo stile redazionale utilizzato nell'editoriale e la menzione di un'avvenuta *"scelta"*²⁸ dei ristoranti indicati, affidata a Marco Gemelli, direttore de Il Forchettiere di cui viene sottolineata la speciale *"expertise"*²⁹ nel mondo della ristorazione, inducono addirittura a immaginare - contrariamente a quanto invece poi ammesso dal direttore di Forbes Italia nel successivo supplemento al volume n. 86, nonché nell'intervista pubblicata sul giornale Il Fatto Quotidiano del 13 novembre 2024 - che una selezione meritocratica sia la sola ragione della presenza di un ristorante nel supplemento.

²⁷ Tar Lazio, sentenza n. 335 del 13 gennaio 2014, n. 335, cit..

²⁸ Cfr. Forbes, *100 Ristoranti & co. Innovativi 2025*, ottobre 2024, pagina 7.

²⁹ Cfr. *ibidem*, pagina 9.

76. Parimenti ingannevole è la presenza nel supplemento di alcuni contributi consistenti in articoli a firma di giornalisti³⁰, che vengono giustapposti alle schede sui ristoranti, di talché la natura pubblicitaria di queste ultime, confermata dalla sussistenza di un rapporto di committenza, rimane ancora meno riconoscibile dall'esterno.

77. Infine, non rileva il fatto che *“una ventina di operatori”* non avrebbero versato alcun importo, sebbene il contributo fosse originariamente previsto per tutte le strutture³¹, come confermato da Marco Gemelli e già riportato nel citato articolo de *Il Fatto Quotidiano*. In ogni caso, all'interno del supplemento non è fatta alcuna distinzione tra le diverse categorie di soggetti (ristoranti “paganti” e non) ivi descritti.

78. Non appare condivisibile neanche la difesa del professionista secondo cui lo stile utilizzato sarebbe non enfatico e privo di giudizi di merito. Infatti, un giudizio di merito è connaturato alla stessa valutazione di “innovatività” dei ristoranti oggetto del supplemento. D'altra parte, l'editoriale di Alessandro Mauro Rossi recita: *“c'è tutto un mondo che si muove sui canoni della cucina innovativa e noi di Forbes ve lo raccontiamo fotografando cento realtà particolarmente interessanti [...] Sarà una lettura divertente e curiosa che vi farà assaporare l'innovazione in tavolo”*³².

79. Alla luce delle considerazioni fin qui svolte, si rileva come difetti l'immediatezza della riconoscibilità, nonché la deducibilità, della natura commerciale del contenuto pubblicato nel supplemento. La giurisprudenza a tal proposito chiarisce che: *“[i]n termini positivi, l'immediatezza implica che il consumatore deve essere posto in grado di distinguere e di percepire l'effettiva natura di un testo prima di averne intrapreso la lettura a tutela della sua libertà di scelta in ordine alla decisione di iniziarla o meno”*³³.

80. Quanto alla durata della condotta, anche se il supplemento al n. 84 è stato disponibile in edicola solo dal 17 ottobre al 7 novembre 2024, questo era comunque accessibile liberamente e gratuitamente tramite l'app del professionista almeno fino alla comunicazione di avvio del procedimento, trasmessa il 6 febbraio 2025. Inoltre, solo il 10 febbraio 2025, quindi dopo la notifica della comunicazione di avvio del procedimento, BFC Media ha diramato la richiesta di ritiro delle giacenze del n. 84 di Forbes Italia. Pertanto, nonostante le ‘scuse’ pubblicate nel successivo n. 86, il precedente numero era ancora acquistabile e scaricabile tramite app fino al mese di febbraio 2025.

81. Infine, la pratica non può considerarsi circoscritta a pochi consumatori in quanto il supplemento ha avuto una diffusione di circa *[1.000-3.000]* copie totali (cartacee e digitali).

82. Ciò fermo restando che, stante la natura di illecito di pericolo che la giurisprudenza pacificamente riconosce alle pratiche commerciali scorrette³⁴, il numero di consumatori raggiunti dalla pratica è irrilevante ai fini della valutazione di illiceità della stessa.

83. Inoltre, la circostanza che il lettore medio della rivista sia, nella ricostruzione di BFC Media, un soggetto altamente istruito e specializzato non determina una valutazione diversa della non riconoscibilità del carattere pubblicitario dell'inserito³⁵. Infatti, la giurisprudenza insegna che:

³⁰ Cfr. doc. n. 16 del fascicolo istruttorio, pagina 5.

³¹ Cfr. doc. n. 16 del fascicolo istruttorio, pagina 4.

³² Cfr. Forbes, *100 Ristoranti & co. Innovativi 2025*, ottobre 2024, p. 7.

³³ Cfr. Tar Lazio, 13 gennaio 2014, n. 335, cit..

³⁴ Cfr. Consiglio di Stato, sentenza n. 4976 del 15 luglio 2019, PS9345 - *Tripadvisor - False recensioni online*.

³⁵ Cfr. Tar Lazio, 16 maggio 2019, n. 8792, PB503 - *Alice Mobile 100 ore - costo chiavetta*.

*“l’effettiva incidenza della pratica commerciale scorretta sulle scelte dei consumatori non costituisce un elemento idoneo a elidere o ridurre i profili di illiceità della stessa. Infatti, la ratio della disciplina in materia di pratiche scorrette è quella di salvaguardare la libertà di autodeterminazione del destinatario di un messaggio promozionale da ogni erronea interferenza che possa, anche solo in via teorica, incidere sulle sue scelte e sui riflessi economici delle stesse fin dal primo contatto pubblicitario, imponendo, dunque, all’operatore un preciso onere di chiarezza nella redazione della propria offerta”*³⁶.

84. Infine, alla luce della giurisprudenza in materia, alcun rilievo riveste nella valutazione dell’illiceità della pratica di pubblicità occulta il fatto che il supplemento sia stato distribuito gratuitamente, rilevando invece che la non trasparenza della natura pubblicitaria della pubblicazione sia idonea a incidere su una “decisione commerciale” del consumatore³⁷.

85. Alla luce delle ragioni sinora espresse, la condotta posta in essere dal professionista integra una pratica commerciale scorretta, in violazione degli articoli 20 e 22, comma 2, del Codice del consumo, riconducibile alla fattispecie della pubblicità occulta. Tale pratica risulta idonea a falsare il comportamento economico dei consumatori, nella misura in cui è suscettibile di orientare le loro scelte di consumo verso professionisti (nel caso di specie, ristoratori), presentati come più meritevoli, falsando il normale gioco della concorrenza.

VIII. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

86. Ai sensi dell’articolo 27, comma 9, del Codice del consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta l’Autorità dispone l’applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 10.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

87. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall’articolo 11 della legge 24 novembre 1981, n. 689, in virtù del richiamo previsto all’articolo 27, comma 13, del Codice del consumo, in particolare, della gravità della violazione, dell’opera svolta dall’impresa per eliminare o attenuare l’infrazione, della personalità dell’agente, nonché delle condizioni economiche dell’impresa stessa.

88. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame della particolare insidiosità della pubblicità occulta, che è infatti idonea a intaccare le risorse critiche alle quali il pubblico è solito ricorrere dinanzi a una pressione pubblicitaria palese³⁸.

89. In particolare, la pubblicità occulta attuata attraverso la pubblicità c.d. «redazionale», cioè rivolta al pubblico con le ingannevoli sembianze di un normale servizio giornalistico³⁹, veicola il messaggio pubblicitario in via surrettizia in un apparente contesto di esclusiva valenza informativa o di intrattenimento. Infatti, *“mentre il consumatore è consapevole del fatto che le intenzioni dell’impresa che pubblicizza i propri prodotti o servizi sono di condizionarne il comportamento spingendolo all’acquisto, viceversa al giornalista o alla redazione di un giornale non viene associato alcun vantaggio personale derivante dalla decisione del consumatore di orientarsi verso*

³⁶ Consiglio di Stato, 5 marzo 2024, n. 2173, PS10678 - *DPI diamanti da investimento*.

³⁷ Cfr. Consiglio di Stato, VI, 11 febbraio 2022, n. 1125; Consiglio di Stato n. 632/2025.

³⁸ Cfr. Consiglio di Stato, VI, sentenza n. 2632 del 19 marzo 2024, PS11131 - *Rivista-auto pubblicità occulta IQOS*.

³⁹ Cfr. Consiglio di Stato, VI, sentenza n. 2814 del 30 aprile 2019, PS8272 - *Pasta Aliveris per diabetici*.

l'acquisto di un determinato prodotto"⁴⁰. Come da ultimo autorevolmente statuito dal Consiglio di Stato, la *ratio* della disciplina in materia pubblicitaria è quella di salvaguardare la libertà di autodeterminazione del destinatario di un messaggio promozionale da ogni erronea interferenza⁴¹.

90. Quanto all'importanza del professionista, deve rilevarsi che la testata Forbes Italia risulta essere nota al pubblico e, altresì, tenuta in specifica considerazione in alcuni settori di business per la sua autorevolezza. Essa è nota, peraltro, soprattutto per le classifiche annualmente stilate, che ne costituiscono il tratto identitario⁴² e con le quali la pubblicità veicolata nel supplemento oggetto del procedimento può essere facilmente confusa dal consumatore medio.

91. Inoltre, si deve tenere conto della dimensione economica di BFC Media che, nell'esercizio 2024, ha realizzato ricavi da vendite e prestazioni pari a 8.121.587,00 € e un margine operativo lordo positivo, pari a 898.340,00 €.

92. Si deve altresì considerare che la tiratura di Forbes Italia, con riferimento all'anno 2024, è stata pari a [100.000-300.000] copie, mentre la *readership*⁴³, nel 2024, è stata pari a [10.000-100.000]. Nel 2024 sono state vendute [10.000-100.000] copie⁴⁴.

93. Dalle evidenze istruttorie emerge poi che per la realizzazione dell'inserito contenente la pubblicità occulta BFC Media abbia percepito dai ristoranti pubblicizzati circa [100.000-300.000 €].

94. Quanto alla durata della pratica, in base agli elementi istruttori acquisiti, risulta che la medesima sia stata posta in essere da BFC Media a decorrere dal 17 ottobre 2024, data di pubblicazione del supplemento al n. 84 di ottobre 2024 di Forbes Italia dal titolo "*100 Ristoranti & co. Innovativi 2025*", alla fine del mese di febbraio 2025 quando, a seguito della richiesta di ritiro delle copie ancora in circolazione diramata il 10 febbraio 2025⁴⁵, non è stato più possibile acquistare il numero n. 84 di Forbes Italia.

95. Non rileva infatti a delimitare la durata della pratica l'opera svolta da BFC Media prima del ritiro del supplemento dal commercio, che può essere presa in considerazione solo ai fini della sua idoneità ad attenuare le conseguenze dell'illecito commesso, avendo il professionista esplicitato - nell'editoriale del supplemento al successivo n. 86 - la natura pubblicitaria del supplemento al n. 84.

96. Alla luce di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile nella misura di 170.000 € (centosettantamila euro). Tuttavia, in considerazione dell'opera svolta per attenuare le conseguenze dell'illecito, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile nella misura di 150.000 € (centocinquantamila euro).

⁴⁰ Cfr. *ibidem*.

⁴¹ Cfr. Consiglio di Stato, VI, sentenza n. 5163 del 13 giugno 2025, PS11131 - *Rivista Auto-Pubblicità Occulta Iqos*.

⁴² Ciò è confermato dalle dichiarazioni presenti sullo stesso sito internet del professionista: "*Le Classifiche - Da sempre le classifiche più autorevoli e influenti sui protagonisti della business community globale. Ogni anno le classifiche di Forbes raccontano il successo in tutte le sue forme. Dai Billionaires di Forbes, le persone più ricche del mondo, fino ai giovani talenti degli Under 30 e tanto altro. Una sezione speciale è dedicata agli elenchi compilati dalla redazione di Forbes Italia sulle figure leader nel nostro Paese*". Cfr. <https://forbes.it/classifiche/>.

⁴³ Intesa come: "*L'insieme dei lettori di un quotidiano o di un periodico, calcolato sulla base di indagini statistiche*", cfr. <https://www.treccani.it/vocabolario/readership/>.

⁴⁴ Cfr. doc. n. 15 del fascicolo istruttorio, p. 5.

⁴⁵ Cfr. doc. n. 15 del fascicolo istruttorio, allegato 15.

RITENUTO, pertanto, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pubblicazione del supplemento al n. 84 di ottobre 2024 di Forbes Italia dal titolo "*100 Ristoranti & co. Innovativi 2025*", costituisce una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20 e 22, comma 2, del Codice del consumo, in quanto pubblicità occulta;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società BFC Media S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20 e 22, comma 2, del Codice del consumo, e ne vieta la reiterazione;

b) di irrogare alla società BFC Media S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di 150.000 € (centocinquantamila euro).

La sanzione amministrativa irrogata deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando i codici tributo indicati nell'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto legislativo 9 luglio 1997, n. 241.

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

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, della legge 24 novembre 1981, n. 689, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio della documentazione attestante il versamento effettuato.

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

Ai sensi dell'articolo 27, comma 12, del Codice del consumo, in caso di inottemperanza al provvedimento, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 10.000.000 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'articolo 135, comma 1, lettera *b*), del Codice del processo amministrativo (Decreto legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'articolo 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'articolo 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Guido Stazi

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

*Autorità garante
della concorrenza e del mercato*

Bollettino Settimanale
Anno XXXV- N. 33 - 2025

Coordinamento redazionale

Giulia Antenucci

Redazione

Angela D'Auria, Valerio Ruocco, Manuela Villani
Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato
Direzione gestione documentale, protocollo e servizi
statistici
Piazza Giuseppe Verdi, 6/a - 00198 Roma
Tel.: 06-858211 Fax: 06-85821256

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

Realizzazione grafica

Area Strategic Design
