AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXXV - n. 40

Pubblicato sul sito *www.agcm.it*
13 ottobre 2025

SOMMARIO

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE 5

I801AC - SERVIZI DI PRENOTAZIONE DEL TRASPORTO TAXI - ROMA - INOTTEMPERANZA

Provvedimento n. 31682 *5*

I873 - PRODUTTORI DI CAVI IN RAME

Provvedimento n. 31683 *23*

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE 25

C12726 - POSTE ITALIANE/TELECOM ITALIA

Provvedimento n. 31679 *25*

C12750 - DIAMANTE BIDCO-PERSONA FISICA/OBJECTWAY

Provvedimento n. 31680 *26*

C12752 - ICG VELASCA SCSP SICAV-RAIF/EXCELLERA ADVISORY GROUP

Provvedimento n. 31681 *30*

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE 35

PS12653 - ASIA VALENTE-FAKE FOLLOWERS

Provvedimento n. 31684 *35*

PS12954 - ALD – DANNI AL VEICOLO

Provvedimento n. 31685 *48*

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

I801AC - SERVIZI DI PRENOTAZIONE DEL TRASPORTO TAXI - ROMA - INOTTEMPERANZA
Provvedimento n. 31682

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 23 settembre 2025;

SENTITO il Relatore, Saverio Valentino;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO, in particolare, l'articolo 15, comma 2, della citata legge, nella parte in cui prevede che, in caso di inottemperanza alla diffida di cui al comma 1 dello stesso articolo, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria fino al dieci per cento del fatturato ovvero, nei casi in cui sia stata applicata la sanzione di cui al comma 1, di importo non inferiore al doppio della sanzione già applicata con un limite massimo del dieci per cento del fatturato, determinando, altresì, il termine entro il quale il pagamento della sanzione deve essere effettuato. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività d'impresa fino a trenta giorni;

VISTO, altresì, l'articolo 15, comma 2-*bis*, lettera a), della citata legge che prevede che l'Autorità può irrogare alle imprese e associazioni di imprese penalità di mora il cui importo può giungere fino al cinque per cento del fatturato medio giornaliero realizzato a livello mondiale durante l'esercizio sociale precedente per ogni giorno di ritardo a decorrere dalla data fissata nella decisione, al fine di costringerle a ottemperare alla diffida di cui al comma 1 del presente articolo;

VISTA la legge 24 novembre 1981, n. 689;

VISTO il decreto del Presidente della Repubblica 30 aprile 1998, n. 217;

VISTO il proprio provvedimento n. 27244 del 27 giugno 2018, con il quale è stato accertato che le società Radiotaxi 3570 - Società Cooperativa, Cooperativa Pronto Taxi 6645 - Società Cooperativa e Samarcanda - Società Cooperativa hanno posto in essere intese restrittive della concorrenza con riferimento alla previsione, negli atti che disciplinano i rapporti tra le predette società e i tassisti aderenti, di clausole che individuano specifici obblighi di non concorrenza, che, nel loro insieme, sono suscettibili di produrre effetti anticoncorrenziali impedendo od ostacolando l'ingresso sul mercato di nuovi operatori;

VISTA la lettera b) del dispositivo del citato provvedimento, con cui è stato ordinato alle società Radiotaxi 3570 - Società Cooperativa, Cooperativa Pronto Taxi 6645 - Società Cooperativa e Samarcanda - Società Cooperativa di adottare, entro centoventi giorni dalla notifica del presente provvedimento, misure idonee a eliminare l'infrazione accertata e di astenersi in futuro dal porre in essere comportamenti analoghi a quelli oggetto dell'infrazione stessa;

VISTA la lettera c) del dispositivo del citato provvedimento, con il quale si richiedeva alle società Radiotaxi 3570 - Società Cooperativa, Cooperativa Pronto Taxi 6645 - Società Cooperativa e

Samarcanda - Società Cooperativa di dare comunicazione all'Autorità delle iniziative adottate per ottemperare a quanto richiesto dalla lettera b) del dispositivo, trasmettendo specifica relazione scritta entro centoventi giorni dalla notifica del provvedimento;

VISTE le sentenze del Consiglio di Stato, Sez. VI, n. 7991/2020 del 14 dicembre 2020 e n. 8061/2020 del 15 dicembre 2020;

VISTO il proprio provvedimento n. 29969 dell'11 gennaio 2022 con il quale è stato deliberato: (i) che il comportamento di Radiotaxi 3570 Società Cooperativa, consistente nel non aver adottato alcuna misura volta a eliminare o ridurre la portata delle clausole di non concorrenza, nonché nella mera non applicazione delle suddette clausole, integra inottemperanza al provvedimento n. 27244 del 27 giugno 2018, in violazione dell'articolo 15, comma 2, della legge n. 287/1990; (ii) di irrogare a Radiotaxi 3570 Società Cooperativa, per tale comportamento e per quanto esposto in motivazione, una sanzione amministrativa pecuniaria di 21.000 € (ventunomila euro);

VISTE le sentenze del Tar del Lazio, sez. I, del 20 marzo 2023, n. 4769 e del Consiglio di Stato, sez. VI, del 8 novembre 2024 n. 8937;

VISTO il proprio provvedimento n. 31302 del 30 luglio 2024, notificato l'8 agosto 2024, con il quale è stato deliberato: "*a) che il comportamento di Radiotaxi 3570 Società Cooperativa, consistente nel non aver adottato misure idonee all'eliminazione dell'infrazione e nel non essersi astenuta dal porre in essere comportamenti analoghi a quelli oggetto dell'infrazione, non avendo in particolare modificato le clausole statutarie e regolamentari di non concorrenza a portata assoluta nei termini indicati in motivazione, integra inottemperanza al provvedimento n. 27244 del 27 giugno 2018, in violazione dell'articolo 15, comma 2, della legge n. 287/1990; b) di irrogare a Radiotaxi 3570 Società Cooperativa, per tale comportamento e per quanto esposto in motivazione, una sanzione amministrativa pecuniaria di 140.043,95 € (centoquarantamilaquarantatrè/95 euro; c) di imporre, per quanto esposto in motivazione, una penalità di mora di 214,40 € (duecentoquattordici/40 euro) a Radiotaxi 3570 Società Cooperativa per ogni giorno di ritardo nell'adempimento della diffida di cui al provvedimento n. 27244 del 27 giugno 2018, a decorrere dal termine di novanta giorni dalla notificazione del presente provvedimento; d) che Radiotaxi 3570 Società Cooperativa deve presentare, entro sessanta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, una relazione scritta sulle misure che intende adottare ai fini dell'ottemperanza al provvedimento n. 27244 del 27 giugno 2018*";

VISTO il proprio provvedimento n. 31428 del 17 dicembre 2024, notificato il 19 dicembre 2024, con il quale è stato avviato un procedimento per contestare alla società Radiotaxi 3570 - Società Cooperativa la violazione di cui all'articolo 15, comma 2, della legge n. 287/1990 per reiterata inottemperanza al proprio provvedimento n. 27244 del 27 giugno 2018;

VISTA la comunicazione della società Radiotaxi 3570 - Società Cooperativa, pervenuta in data 17 dicembre 2024;

VISTA l'istanza di partecipazione al procedimento di Mytaxi Italia S.r.l., pervenuta in data 3 aprile 2025, e accolta il giorno successivo;

VISTO il proprio provvedimento n. 31578 del 4 giugno 2025, con cui è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento al 30 settembre 2025;

VISTA la Comunicazione delle Risultanze Istruttorie, inviata alle Parti in data 16 luglio 2025;

VISTE le memorie conclusive di Radiotaxi 3570 - Società Cooperativa e di Mytaxi Italia S.r.l., trasmesse in data 5 settembre 2025;

SENTITI in audizione finale, in data 15 settembre 2025, i rappresentanti di Radiotaxi 3570 - Società Cooperativa e di Mytaxi Italia S.r.l.;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Radiotaxi 3570 Società Cooperativa (di seguito, "Radiotaxi 3570"), C.F. 02278690587, è la principale società di gestione del radiotaxi a Roma per numero di tassisti aderenti, pari a circa 4.000[1]. Radiotaxi 3570 è una cooperativa di servizi attiva a Roma sin dal 1968 e offre ai tassisti aderenti, oltre al servizio radiotaxi, anche l'utilizzo dell'applicazione itTaxi, sviluppata nell'ambito dell'Unione dei Radiotaxi d'Italia-URI, a cui possono aderire solo i gestori di radiotaxi e non più di un radiotaxi per città che, a Roma, è appunto la società Radiotaxi 3570.

2. Mytaxi Italia S.r.l. (di seguito, Mytaxi), C.F. 09018700964, è la filiale italiana di un gruppo fondato nel giugno 2009 che, dal 2014, dopo la fusione con Moovel GmbH, appartiene al gruppo automobilistico tedesco Daimler AG ed è attiva nella gestione dell'omonima app Mytaxi per dispositivi mobili, che mette in collegamento diretto tassisti e utenti, in numerosi Paesi europei e in alcune città statunitensi. Nel febbraio 2019 Daimler e BMW, altro gruppo automobilistico tedesco, hanno costituito una *mobility joint venture* alla quale appartiene il nuovo logo FreeNow, che ha sostituito il logo Mytaxi. La società opera in Italia in varie città tra cui, in particolare, Roma, Milano, Torino e Napoli. Ad aprile 2025, la statunitense Lyft, Inc., una delle principali piattaforme di mobilità, ha annunciato di aver firmato un accordo definitivo per l'acquisizione di FreeNow[2].

II. IL PROCEDIMENTO ISTRUTTORIO

3. L'Autorità, in data 17 dicembre 2024 ha avviato il presente procedimento per contestare a Radiotaxi 3570 la violazione dell'articolo 15, comma 2, della legge n. 287/1990 per reiterata inottemperanza al proprio provvedimento n. 27244/2018[3].

---

[1] Cfr. *https://www.3570.it.*

[2] Cfr. *https://www.free-now.com/it/stampa/lyft-acquisizione-di-freenow/*: "*FREENOW continuerà a operare abitualmente, mantenendo l'attuale leadership e gli stessi dipendenti, per promuovere la crescita in 9 Paesi e oltre 150 città, tra cui Irlanda, Regno Unito, Germania, Grecia, Spagna, Italia, Polonia, Francia e Austria. L'operazione sarà completata nella seconda metà del 2025* […]".

[3] In particolare, l'Autorità ha valutato che la modifica della clausola statutaria di non concorrenza volta a riconoscere ai tassisti soci la sola possibilità di accettare chiamate provenienti "*da piattaforme terze che abbiano concluso accordi di interoperabilità con la piattaforma proprietaria ItTaxi*" integra inottemperanza in quanto tale misura impedisce "*ai tassisti soci di mettere direttamente a disposizione di qualsiasi piattaforma di intermediazione terza la capacità produttiva eccedente quella necessaria al funzionamento della cooperativa*", non garantendo così "*la concorrenza tra piattaforme che erogano servizi di intermediazione della domanda e dell'offerta del servizio taxi, che costituisce l'obiettivo perseguito dal provvedimento dell'Autorità del 2018*", in linea peraltro con la sentenza del Consiglio di Stato del dicembre 2020, di conferma del provvedimento del 2018 (paragrafi 50 e 51 del provvedimento n. 31302 del 30 luglio 2024). Nel provvedimento è precisato al riguardo che la misura di ottemperanza adottata dalla Parte "*riconosce alla piattaforma ItTaxi il ruolo di intermediario necessario, che decide al posto del tassista come e nei*

4. L'avvio dell'inottemperanza ha fatto seguito al fatto che "*Radiotaxi 3570 non risulta aver dato esecuzione alle prescrizioni contenute nel provvedimento dell'Autorità n. 27244/2018, non avendo presentato la relazione scritta sulle misure adottate per ottemperare a tale provvedimento, di cui alla lettera d) del dispositivo del provvedimento n. 31302/2024, entro il termine del 7 ottobre 2024*"[4]. Inoltre, nella medesima delibera di avvio l'Autorità ha osservato che "*in esito al presente procedimento, accertata l'inottemperanza e la sua durata, dovrà essere definito anche il quantum della penalità di mora, indicata nella lettera c) del dispositivo del provvedimento n. 31302/2024, che la Parte sarà tenuta a pagare fino a quando non ottempererà al provvedimento dell'Autorità n. 27244/2018*"[5].

5. Con comunicazione del 17 dicembre 2024, Radiotaxi 3570 ha prodotto una relazione di ottemperanza, proponendo una prima versione di misure di ottemperanza[6].

6. In data 23 gennaio 2025, si è tenuta l'audizione di Radiotaxi 3570 con la Direzione[7], a esito della quale, in data 18 febbraio 2025, è pervenuta un'ulteriore comunicazione di Radiotaxi 3570, contenente una nuova proposta dettagliata e completa delle misure originariamente presentate, che la Parte si impegna a implementare ai fini dell'ottemperanza[8].

7. In data 6 marzo 2025, si è svolta la seconda audizione istruttoria della Parte[9], a esito della quale, in data 19 marzo 2025, Radiotaxi 3570 ha trasmesso il verbale e la delibera del Consiglio di Amministrazione della cooperativa del 12 marzo 2025, con cui vengono approvate le modifiche statutarie ai fini dell'ottemperanza, nonché un comunicato del Presidente del 14 marzo 2025 (di cui in pari data quest'ultimo richiedeva la diffusione ai soci), avente a oggetto la convocazione dell'assemblea straordinaria dei soci della cooperativa per l'approvazione delle modifiche statutarie per il 24 marzo 2025[10].

8. In data 3 aprile 2025, Mytaxi ha presentato un'istanza di partecipazione al procedimento, che è stata accolta in data 4 aprile 2025[11].

9. Sempre in data 3 aprile 2025, Radiotaxi 3570 ha trasmesso il verbale dell'assemblea straordinaria dei soci tenutasi il 24 marzo 2025, con cui sono state approvate le modifiche statutarie ai fini dell'ottemperanza[12].

---

confronti di quali operatori quest'ultimo può mettere a disposizione la propria capacità inutilizzata, ossia quella quota di capacità che dovrebbe essere invece lasciata completamente libera". Dunque, "*per effetto della misura, sarà la piattaforma ItTaxi a stabilire quali soggetti potranno entrare nel mercato e a quali condizioni, definendone anche il modello di business, in spregio allo sviluppo di una concorrenza effettiva nel mercato de quo*" (paragrafo 51).

[4] Cfr. paragrafo 9 del provvedimento n. 31302/2024. Né la Parte aveva provveduto a versare, entro il 6 novembre 2024, la sanzione amministrativa pecuniaria pari a 140.043,95 euro, irrogata per l'inottemperanza con il provvedimento da ultimo citato.

[5] Cfr. paragrafo 10 del provvedimento n. 31302/2024. L'Autorità ha poi chiarito che "*inoltre, in esito al presente procedimento, in caso di perdurante inottemperanza potrà essere irrogata una nuova penalità di mora*" (paragrafo 11). E "*infine, si osserva che, ai sensi dell'articolo 15, comma 2, legge n. 287 del 1990, nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività d'impresa fino a trenta giorni*" (paragrafo 12).

[6] Cfr. doc. 2.

[7] Cfr. doc. 5.

[8] Cfr. doc. 6.

[9] Cfr. doc. 7.

[10] Cfr. docc. 8, 8.1 e 8.2

[11] Cfr. docc. 9 e 11.

[12] Cfr. doc. 10.1.

10. In data 6 maggio 2025, si è svolta l'audizione di Mytaxi che ha contestualmente depositato documentazione[13]. In data 1° luglio 2025 è pervenuta una memoria della società[14].
11. Entrambe le Parti hanno avuto accesso agli atti del procedimento.
12. In data 4 giugno 2024, l'Autorità ha deliberato di prorogare il termine conclusivo del procedimento al 30 settembre 2025.
13. In data 16 luglio 2025 l'Autorità ha trasmesso la Comunicazione delle Risultanze Istruttorie (di seguito anche "CRI")[15];
14. Radiotaxi 3570 e Mytaxi hanno trasmesso le rispettive memorie conclusive in data 5 settembre 2025[16];
15. Infine, Radiotaxi 3570 e Mytaxi sono stati sentiti davanti al Collegio in data 15 settembre 2025[17].

III. IL TRASPORTO MEDIANTE TAXI: CENNI NORMATIVI

16. In base alla legge quadro n. 21/1992 e ss.mm.ii., il servizio taxi, per sua natura e funzione, si configura come un servizio di trasporto pubblico di piazza sottoposto a regime di licenza (con servizio obbligatorio e tariffe predeterminate a livello amministrativo). Il servizio taxi è, infatti, l'unico a essere soggetto a un regime di licenza e di predeterminazione politico-amministrativa delle tariffe massime; al contempo, è anche l'unico che offre una tipologia di servizio obbligatorio di natura pubblica autorizzato a offrire il cosiddetto "servizio di piazza". Il servizio taxi, inoltre, rappresenta un servizio pubblico che non grava in alcun modo sulla collettività, in quanto "autofinanziato" interamente dagli utenti[18].
17. Tra le competenze delle amministrazioni comunali rientrano: l'individuazione dei fabbisogni di offerta (numero di veicoli); le modalità per lo svolgimento del servizio e, dunque, la regolamentazione in materia di turni; i criteri per la determinazione delle tariffe per il servizio taxi. All'amministrazione comunale compete anche l'attività di verifica del rispetto della normativa, inclusa quella sui turni, da parte dei tassisti[19].

---

[13] Cfr. docc. 21, 21.1 e 21.2.
[14] Cfr. doc. 34.
[15] Cfr. docc. 35.1 e 36.1.
[16] Cfr. docc. 45 e 47.
[17] Cfr. doc. 51.
[18] La legge quadro n. 21/1992, all'articolo 2, definisce il servizio di taxi come un servizio di trasporto pubblico non di linea che: "*ha lo scopo di soddisfare le esigenze del trasporto individuale o di piccoli gruppi di persone; si rivolge a un'utenza indifferenziata; lo stazionamento avviene in luogo pubblico; le tariffe sono determinate amministrativamente dagli organi competenti* [i Comuni n.d.r.] *che stabiliscono anche le modalità del servizio; il prelevamento dell'utente ovvero l'inizio del servizio avvengono all'interno dell'area comunale o comprensoriale*". Inoltre: "*la prestazione del servizio è obbligatoria*". Infine, l'esercizio dell'attività "*è soggetta a licenza*".
[19] Ai sensi dell'articolo 5. "*I comuni, nel predisporre i regolamenti sull'esercizio degli autoservizi pubblici non di linea, stabiliscono: a) il numero e il tipo dei veicoli e dei natanti da adibire a ogni singolo servizio; b) le modalità per lo svolgimento del servizio; c) i criteri per la determinazione delle tariffe per il servizio di taxi; d) i requisiti e le condizioni per il rilascio della licenza per l'esercizio del servizio di taxi e della autorizzazione per l'esercizio del servizio di noleggio con conducente*".

IV. LE RISULTANZE ISTRUTTORIE

18. Di seguito, si dà conto delle risultanze istruttorie e, in particolare, della proposta di ottemperanza, delle successive integrazioni e modifiche, e delle misure assunte a corredo della stessa da Radiotaxi 3570 nel corso del procedimento, nonché delle difese svolte per sostenere che la società possa ritenersi ottemperante a quanto prescritto dal provvedimento n. 27244/2018. Si illustreranno anche le osservazioni e le informazioni prodotte a riguardo da Mytaxi.

a) La relazione di ottemperanza

19. Nella relazione del 17 dicembre 2024, Radiotaxi 3570 si impegnava a modificare l'articolo 5 dello Statuto della Cooperativa (recante "*Soci cooperatori*"), inserendo in esso quanto segue:

[omissis*]*[*].

20. Secondo quanto indicato dalla Parte nella propria relazione, la modifica prevede la possibilità per i tassisti soci di mettere a disposizione la propria capacità produttiva anche a favore di piattaforme terze *non interconnesse* con il sistema ItTaxi. A fronte di tale apertura, la modifica stabilisce una modulazione della quota sociale mensile che verrebbe in particolare prefigurata sotto forma di sconto della suddetta quota per i tassisti soci che ogni anno presenteranno una dichiarazione sottoscritta e trasmessa al Consiglio di Amministrazione della società che conferma la scelta di destinare la propria capacità esclusivamente in favore della cooperativa e delle piattaforme terze interconnesse con il sistema ItTaxi. Inoltre, nella relazione viene precisato che l'efficacia di tale dichiarazione è limitata all'anno solare in relazione al quale la stessa sarà rilasciata.

21. Nel corso dell'audizione del 23 gennaio 2025, è stata comunicata alla Parte la necessità di integrare la misura prevedendo che lo sconto debba essere proporzionato e fissato in un *range* massimo del [omissis].

22. Sul punto, nel corso della medesima audizione, Radiotaxi 3570 ha rappresentato innanzitutto che "*la determinazione di uno sconto del [omissis] sulla quota sociale mensile può essere implementata dalla cooperativa, benché la misura determini inevitabilmente «un'emorragia» di soci per la cooperativa stessa che, nei termini indicati, può ritenersi tuttavia compatibile con quanto necessario per (continuare ad) assicurare il buon funzionamento della cooperativa*". Inoltre, la Parte ha prospettato che "*l'applicazione concreta della clausola che prevede lo sconto per il socio «fedele» dovrà essere declinata con una serie di prescrizioni che accompagnano la previsione della clausola stessa, con l'obiettivo di scongiurare il rischio di violazione dell'obbligo di fedeltà che possa derivare dall'implementazione di questa misura*", in particolare precisando che dovranno essere stabilite sanzioni per le violazioni dell'obbligo di fedeltà.

b) La nuova misura di ottemperanza: modifiche e integrazioni

23. Con comunicazione del 18 febbraio 2025, Radiotaxi 3570 ha presentato una descrizione dettagliata e completa (con l'indicazione della relativa tempistica) delle misure che si impegna a implementare ai fini dell'ottemperanza al provvedimento n. 27244/2018. Misure che prevedono una modifica dell'articolo 5 dello Statuto della cooperativa (recante "*Soci cooperatori*"), e l'introduzione di un nuovo articolo, il 5-*bis*, (recante "*Criterio di determinazione differenziata della quota sociale mensile*").

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

24. Le modifiche statutarie, depositate in atti, prevedono che nell'articolo 5 dello Statuto della cooperativa (recante "*Soci cooperatori*") sia inserito quanto segue:
[omissis*]*.
25. Infine, quanto alle tempistiche di attuazione delle descritte misure di ottemperanza, nell'audizione del 6 marzo 2025 la Parte ha dichiarato che esse potranno essere realizzate sin dalla prossima assemblea per l'approvazione del bilancio, facendo seguire la convocazione ordinaria con quella straordinaria per le modifiche sociali, segnalando, altresì, che "*detta assemblea potrà tenersi alla metà di maggio p.v*.".

c) Le misure definitive di ottemperanza e la loro attuazione

26. Nel far seguito alle ultime interlocuzioni relative al presente procedimento e alla citata audizione del 6 marzo 2025, Radiotaxi 3570, con comunicazione del 19 marzo 2025, ha trasmesso il verbale del Consiglio di Amministrazione della cooperativa del 12 marzo 2025, con cui detto organo conferisce mandato al Presidente di convocare l'assemblea straordinaria dei soci, che dovrà essere svolta entro il 19 maggio 2025, per deliberare in ordine all'approvazione delle modifiche statutarie ai fini dell'ottemperanza al provvedimento n. 27244/2018, che nel loro testo definitivo recepiscono interamente le indicazioni ricevute nel corso della citata audizione del 6 marzo 2025.
27. Come risulta dal verbale, le modifiche statutarie prevedono che nell'articolo 5 dello Statuto (recante "*Soci cooperatori*") sia inserito che:
"*I soci della Cooperativa, che ne diano preventiva disponibilità, hanno la facoltà - durante l'espletamento del servizio taxi - di mettere a disposizione la propria offerta per soddisfare anche le domande di utenti veicolate dal Sistema (autoprodotto e autogestito) denominato «ItTaxi» mediante accordi di integrazione tecnologica con Piattaforme di Intermediazione di Soggetti terzi.*
I soci della Cooperativa hanno anche la possibilità di presentare una dichiarazione alla Cooperativa - entro il mese di novembre di ogni anno e per la durata dell'anno successivo - con cui confermano la decisione di mettere la propria offerta - nei soli momenti di inattività durante l'espletamento del servizio taxi - direttamente a disposizione di Piattaforme di Intermediazione concorrenti rispetto a quella di Interconnessione autoprodotta e autogestita denominata «ItTaxi»".
ART. 5-bis (Criterio di determinazione differenziata della quota sociale mensile)
Il CdA, nella determinazione della quota sociale mensile, potrà prevedere l'applicazione di un criterio di natura premiale a favore dei soci che non abbiano presentato la dichiarazione di cui al precedente paragrafo, decidendo quindi di assicurare alla Cooperativa tutta la loro capacità di offerta. A tal fine è prevista una percentuale di sconto massima pari al 15% rispetto a quello stabilito per i soci che sottraggono alla Cooperativa capacità di offerta presentando la dichiarazione di cui all'art. 5.
Resta inteso che, qualora venga accertato che - senza la preventiva dichiarazione di cui ai paragrafi precedenti - un socio abbia, dolosamente e senza il rispetto delle previsioni statutarie, messo la propria offerta direttamente a disposizione di Piattaforme di Intermediazione terze rispetto a quella autoprodotta e autogestita denominata «ItTaxi»:
- il C.d.A. potrà richiedere al tassista, a seguito del primo accertamento, il pagamento di un importo pari al doppio dell'importo della quota sociale annuale stabilità ai sensi dell'art. 5-bis;
- il CdA potrà richiedere al tassista, a seguito del secondo accertamento, il pagamento di un importo pari al triplo dell'importo della quota sociale annuale stabilita ai sensi dell'art. 5-bis;

- a seguito del terzo accertamento, il CdA potrà valutare, in funzione della gravità del comportamento, l'esclusione del socio".

28. Contestualmente, Radiotaxi 3570 ha depositato un comunicato del Presidente della cooperativa da cui risulta che è stata convocata per il 24 marzo 2025 l'assemblea straordinaria dei soci della Cooperativa per l'approvazione delle modifiche statutarie[20].

29. In data 3 aprile 2025, Radiotaxi 3570 ha depositato il verbale dell'assemblea straordinaria dei soci tenutasi il 24 marzo 2025, con cui sono state approvate le riportate modifiche statutarie[21].

d) Le argomentazioni di Radiotaxi 3570 a sostegno dell'idoneità delle misure attuate ai fini dell'ottemperanza

30. La Parte ha evidenziato preliminarmente che l'eliminazione *tout court* della clausola di esclusiva non è richiesta dal dettato del provvedimento n. 27244/2018, come confermato dal Consiglio di Stato, ed inoltre risulta fortemente impattante sul funzionamento della cooperativa[22].

31. In linea con la diffida contenuta nel citato provvedimento del 2018, che richiede piuttosto un "allentamento" della suddetta clausola, le misure da ultimo proposte da Radiotaxi 3570 lasciano liberi i tassisti soci di mettere a disposizione la propria capacità anche in favore di piattaforme concorrenti *non interconnesse* con il sistema ItTaxi, nei momenti di inattività[23]. Tale libertà di scelta dei tassisti garantisce quindi quella concorrenza tra piattaforme di intermediazione della domanda e dell'offerta del servizio taxi, che costituisce l'obiettivo perseguito dal predetto provvedimento del 2018.

32. Inoltre, l'allentamento della clausola di esclusiva non deve determinare un pregiudizio al funzionamento efficiente del sistema cooperativo, coerentemente con le linee interpretative dettate dal citato provvedimento dell'Autorità, confermato dal Consiglio di Stato, e ribadite da ultimo dalla sentenza n. 8937/2024 del medesimo giudice.

33. A riguardo, Radiotaxi 3570 argomenta che lo sconto sulla quota sociale mensile - nella misura massima del 15%, come indicato dal Collegio - per i soci che scelgono di destinare l'intera capacità produttiva a favore della piattaforma ItTaxi è un elemento volto a colmare il pregiudizio in termini di riduzione di corse che il sistema cooperativo può subire in presenza di adesioni contestuali dei tassisti a piattaforme concorrenti. Inoltre, lo sconto massimo del 15% non può avere alcun effetto

---

[20] In particolare, in atti è stata versata una *e-mail* del 14 marzo 2025 del Presidente della Cooperativa a un membro della stessa con cui il Presidente chiede di "*inviare a partire da oggi il seguente comunicato, almeno 3 volte a turno. È convocata presso la sede sociale l'assemblea straordinaria dei soci, in prima convocazione per il giorno 23.03.2025 alle ore 20,00 e in seconda convocazione, stesso luogo e stessa ora, per il giorno 24.03.2025, con il seguente Ordine del Giorno: - Modifiche art. 5 e 5-bis dello Statuto sociale*".

[21] Come si legge nel verbale di assemblea straordinaria, la parola "*paragrafo*" (riportata all'articolo 5-*bis*) è stata correttamente sostituita dalla parola "*articolo*" e le parole "*paragrafi precedenti*" (riportate al primo capoverso dell'articolo 5-*bis*) sono state correttamente sostituite dalle parole "*precedente articolo*".
Dal verbale risulta altresì che "*la presente assemblea è stata regolarmente convocata, ai sensi di legge e nei modi e nei termini previsti dall'articolo 23 (ventitré) dello statuto sociale, a mezzo radio (frequenza interna) nonché mediante affissione presso la sede sociale dove sono state depositati i testi con le modifiche riguardanti le modifiche statutarie*".

[22] Per quanto consta a Radiotaxi 3570, infatti, a partire dall'eliminazione dell'esclusiva la cooperativa romana Pronto Taxi 6645 ha assistito a una progressiva riduzione del numero dei soci.

[23] In particolare, con la modifica statutaria prefigurata, Radiotaxi 3570 assume un impegno di carattere permanente e pienamente efficace nei confronti dei propri soci che potranno "*mettere direttamente a disposizione di qualsiasi piattaforma di intermediazione terza la capacità produttiva eccedente quella necessaria al funzionamento della cooperativa*", e ciò, "*senza l'intermediazione di ItTaxi*".

disincentivante sulla scelta del tassista di operare anche per le piattaforme concorrenti, come invece paventato da Mytaxi, tenuto conto del modestissimo impatto per il tassista[24]. Né, comunque, Mytaxi ha fornito alcun elemento di prova attendibile o indice dell'effetto disincentivante che la misura di sconto avrebbe sui tassisti[25]. Vero è, invece, che il disincentivo per i tassisti è rinvenibile altrove e, cioè, nelle condizioni economiche applicate da *Freenow*, atteso che, come risulta dal relativo sito, la commissione sulla corsa a carico del tassista è pari al 10%, cui deve aggiungersi il 4% a titolo di IVA calcolato sull'importo della commissione, laddove la commissione applicata da Uber è pari al [5-10]% IVA inclusa[26].

34. Radiotaxi 3570 ha poi argomentato che un sistema sanzionatorio progressivo per i soci che, usufruendo dello sconto in ragione della loro "fedeltà" alla Cooperativa, abbiano violato l'obbligazione assunta, prestando la propria attività per piattaforme terze non interconnesse con ItTaxi, appare necessario e proporzionato a perseguire la legittima finalità della cooperativa di avvalersi della capacità produttiva necessaria ad assicurarne il corretto ed efficiente funzionamento. Infatti, in mancanza di sanzioni, diventerebbe incerta la capacità disponibile e, pertanto, sarebbe messa a serio rischio la realizzazione di imprescindibili esigenze programmatorie riconducibili sia alla conoscenza dei tassisti presenti nei vari turni (stabiliti dal Comune) per poter organizzare il servizio, a cui trasmettere la relativa richiesta, garantendo, in questo modo, un sistema di smistamento delle chiamate efficiente, sia al rispetto degli impegni assunti nelle convenzioni stipulate con soggetti terzi, [omissis], sia al corretto assolvimento degli obblighi di servizio pubblico. Inoltre, la validità della dichiarazione del socio, prevista dalle misure, essendo annuale, appare proporzionata alle suddette esigenze organizzative e programmatorie della cooperativa.

35. Da ultimo, Radiotaxi 3570 ha sostenuto che l'esigenza di introdurre un *monitoring trustee* a presidio della corretta esecuzione delle modifiche statutarie apportate sia inadeguata al caso in esame, in quanto si tratta di una misura (i) eccessivamente onerosa; (ii) utilizzata normalmente in fattispecie completamente diverse (*i.e.* concentrazioni con rimedi strutturali); (iii) in caso di situazioni patologiche, vi è comunque la possibilità per i singoli tassisti di procedere a reclami anonimi all'Autorità o di denunciare condotte anticoncorrenziali, anche per mezzo del sistema di *whistleblowing*.

36. Alla luce di quanto esposto, la Parte ritiene che le modifiche statutarie prefigurate si risolvano in un'applicazione proporzionata e relativa dell'esclusiva e risultino idonee a realizzare l'effetto utile della diffida contenuta nel provvedimento n. 27244/2018, come da ultimo definito nel provvedimento n. 31302/2024.

37. Infine, con la comunicazione del 3 aprile 2025, la Parte ha depositato il verbale dell'assemblea straordinaria dei soci del 24 marzo 2025, con cui le descritte misure sono state attuate.

---

[24] Basti considerare a riguardo che la quota mensile per i soci di Radiotaxi 3570 è di euro 180 e che il 15% della quota mensile corrisponde a 27 euro: si tratta quindi di un costo agevolmente recuperabile da parte del tassista, attraverso una singola corsa cittadina (dal centro al quartiere romano EUR) ovvero attraverso una corsa particolarmente remunerativa come quelle per l'aeroporto, vale a dire le corse tipicamente richieste dagli utenti internazionali di piattaforme come *Freenow*.

[25] Sul punto, Radiotaxi 3570 nota che "*Una decina dichiarazioni dei tassisti raccolte da Mytaxi non risultano affatto rappresentative degli oltre 4.000 tassisti presenti a Roma*" (cfr. allegato n. 3, verbale di audizione finale).

[26] Peraltro, le promozioni di Freenow che azzerano la commissione, pure rinvenibili nel sito, non hanno un'effettiva capacità attrattiva in quanto hanno durata assai limitata, pari a 3 mesi per le vecchie licenze e a sette mesi per le licenze emesse con il bando 2024.

38. Nel corso dell'audizione finale davanti al Collegio dell'Autorità, Radiotaxi 3570 si è resa disponibile a divulgare un comunicato volto a riportare correttamente il contenuto e la portata delle misure proposte.

e) La posizione di Mytaxi

(i) Sulle misure di ottemperanza di Radiotaxi 3570

39. Nel corso dell'istruttoria Mytaxi ha osservato innanzitutto che Radiotaxi 3570 è l'unica cooperativa di radiotaxi reiteratamente inottemperante, determinando un perdurante effetto di *foreclosure* del mercato. Detta cooperativa ha proposto solo misure volte alla modifica dello Statuto, differentemente dalle altre due società di radiotaxi, ProntoTaxi 6645 e Samarcanda, anch'esse destinatarie del provvedimento del 2018, che hanno invece proceduto alla rimozione completa dagli statuti delle rispettive clausole di non concorrenza[27]. Nella memoria del 1° luglio 2025, Mytaxi ha ribadito che "*la modalità di ottemperanza maggiormente aderente all'esigenza di apertura del mercato sarebbe l'eliminazione tout court della clausola di esclusiva*".

40. In ogni caso, a dire di Mytaxi, non sarebbe stato dimostrato che le misure proposte da Radiotaxi 3570 sono necessarie e proporzionate alla realizzazione dello scopo mutualistico e, più precisamente, all'attività di intermediazione della cooperativa.

41. La scelta del socio di mettere la propria capacità produttiva inutilizzata a disposizione di piattaforme concorrenti non integrate con ItTaxi sarebbe disincentivata e condizionata da altri fattori: (i) il pagamento di una quota mensile differenziata e maggiore rispetto ai soci che non utilizzano altre piattaforme, beneficiando questi ultimi di uno sconto, e potenzialmente superiore alla quota attuale; (ii) una dichiarazione che espone i soci che la effettuano a possibili ritorsioni da parte della cooperativa e che ha validità annuale.

42. Lo sconto, riconosciuto ai soci che scelgono di non utilizzare le piattaforme terze, costituisce di fatto una penalità per i soci che la effettuano soprattutto nel caso di aumento della quota sociale mensile[28]. Inoltre, lo sconto non risulterebbe necessario in quanto consentire ai soci di utilizzare anche le piattaforme terze non implica che la cooperativa non possa più avvalersi di tali soci (o subisca un incremento del tasso di non evasione delle sue corse)[29] o che gli stessi soci siano incentivati ad abbandonare la cooperativa. Al contrario, se fosse consentito ai soci di utilizzare liberamente e a condizioni eque e non discriminatorie anche piattaforme terze, la cooperativa potrebbe attrarre numerosi nuovi tassisti che intendono beneficiare dei vantaggi mutualistici e, al

---

[27] Peraltro, per quanto consta alla Società, l'eliminazione della clausola di non concorrenza dagli statuti di Pronto Taxi 6645 e Samarcanda non avrebbe impedito a tali cooperative di svolgere l'attività di intermediazione secondo il proprio modello di *business*. Anche in altri comuni italiani (Napoli, Torino e Milano) società di radiotaxi coinvolte in procedimenti analoghi al procedimento I801A hanno eliminato le clausole di non concorrenza continuando, successivamente all'eliminazione, a svolgere regolarmente la propria attività.

[28] Secondo quanto precisato da Mytaxi, un eventuale aumento della quota non avrebbe alcun impatto negativo sui soci che non effettuano la dichiarazione, salva l'ipotesi in cui l'aumento della quota sia superiore a circa il 17%. Al contrario, fino a tale soglia di aumento, i soci che non utilizzano altre piattaforme (quelli di Categoria A) pagherebbero meno della quota attuale, mentre i soci di Categoria B pagherebbero molto di più. Ad esempio, se il canone mensile per il 2025 fosse pari a 100 euro e la Cooperativa decidesse di aumentarlo del 10% a partire dal 2026, dal prossimo anno i soci di Categoria A pagherebbero 93,5 euro (meno della quota attuale, in virtù dello sconto del 15% applicato al nuovo canone di 110 euro) mentre i soci di Categoria B pagherebbero 110 euro (più della quota attuale). La misura avrebbe, di conseguenza, un duplice effetto di disincentivo al ricorso da parte dei soci a piattaforme terze: da un lato, uno sconto per chi non effettua la dichiarazione e dall'altro una penalità per chi la effettua.

[29] Dato che i soci non impiegano la loro intera capacità produttiva presso il radiotaxi.

contempo, usufruendo di piattaforme terze, aumenterebbero le loro potenzialità di acquisizione della clientela.

43. La dichiarazione costituisce un onere pratico che si aggiunge a quello economico di pagare una quota superiore rispetto a quella dei soci cd di categoria A; inoltre, impone ai soci cd di categoria B di esporsi esplicitamente e in prima persona nei confronti del Consiglio di Amministrazione della cooperativa e degli altri soci; infine, la stessa ha validità annuale, il che implica, da un lato, che la stessa sia presentata ogni anno nonostante la situazione di fatto risulti invariata e, dall'altro, che durante l'anno non sia possibile per i soci modificare la propria scelta e aderire a Freenow o ad altre piattaforme concorrenti. Infine, il concetto di "momenti di inattività", in cui i soci che hanno effettuato la dichiarazione potrebbero utilizzare i servizi delle piattaforme terze, risulta indefinito e si presterebbe, pertanto, a incertezza interpretativa dal punto di vista applicativo[30]. Inoltre, a dire di Mytaxi, la dichiarazione non sarebbe necessaria per soddisfare le esigenze programmatorie della cooperativa in quanto la vigilanza sull'osservanza dei turni da parte dei tassisti spetta al Comune e gli impegni derivanti dalle convenzioni con soggetti terzi sono stati assunti autonomamente dal 3570. In ogni caso, per avere una stima del numero dei soci che utilizzano anche piattaforme terze, sarebbe sufficiente la compilazione periodica di un questionario anonimo da parte dei tassisti.

44. Inoltre, le sanzioni stabilite per i soci che non effettuano la dichiarazione per i casi di violazione dell'obbligo di "fedeltà", sono sproporzionate rispetto all'obiettivo di garantire il corretto funzionamento della cooperativa, in quanto esse sono calcolate sull'intera quota sociale annuale, giungendo alla possibilità di esclusione del socio a seguito dell'accertamento di una terza violazione, e, peraltro, sono rimesse alla discrezionalità di Radiotaxi 3570[31].

45. Infine, Mytaxi ha sottolineato il rischio concreto che le misure di Radiotaxi 3570 possano essere replicate da altre società di radiotaxi che, a oggi, hanno eliminato le proprie clausole di non concorrenza sul territorio comunale e nazionale, riducendo gli effetti pro-competitivi registratisi nel mercato a seguito dell'intervento dell'Autorità[32].

b) i correttivi alle misure

46. Qualora le misure di Radiotaxi 3570 siano ritenute dall'Autorità idonee a ottemperare (*quod non*), Mytaxi ha richiesto alcuni correttivi ritenuti utili dalla società a limitare gli elementi di disincentivo all'utilizzo di piattaforme terze, e in particolare:

a) la nomina di un *monitoring trustee* a presidio della corretta esecuzione delle misure[33];

---

[30] In ogni caso, detto riferimento potrebbe alludere a una priorità che i soci che effettuano la dichiarazione dovrebbero accordare alle corse provenienti da ItTaxi, laddove, ad avviso di Mytaxi, detti soci dovrebbero essere liberi in ogni momento, nell'arco del turno, di utilizzare qualsiasi piattaforma di intermediazione a loro disposizione.

[31] Il rispetto del requisito della proporzionalità risulta particolarmente rilevante se si considera che la finalità della modifica statutaria sarebbe quella di consentire la possibilità per i soci di mettere a disposizione la propria capacità produttiva per piattaforme concorrenti non integrate con ItTaxi. Infatti, nella fase di accompagnamento all'apertura del mercato bisognerebbe rimuovere ogni possibile disincentivo, anche indiretto, all'offerta della capacità produttiva dei tassisti in favore di piattaforme concorrenti non integrate con ItTaxi.

[32] A tal proposito, Mytaxi ha esposto che ad aprile 2025 la cooperativa radiotaxi di Bologna (COTABO) ha reso noto di aver adottato modifiche statutarie che prevedrebbero una riduzione dei benefici mutualistici e una maggiorazione del canone mensile per i soci che utilizzano piattaforme non autorizzate dalla cooperativa.

[33] Sul punto Mytaxi ha suggerito che l'Autorità potrebbe - in linea con i precedenti e le *best practices* già seguite dall'Autorità stessa e dalla Commissione europea in casi analoghi - nominare un *monitoring trustee* o, in alternativa, affidare "*all'organismo di vigilanza interno alla cooperativa e indipendente*", in particolare il compito di ricevere ed

b) un modello di dichiarazione approvato dall'Autorità, contenente le informazioni strettamente necessarie a esplicitare la scelta, da inviare *una tantum*[34], in forma elettronica e al *monitoring trustee* (dunque essere anonima per il Radiotaxi 3570);
c) la quota sociale mensile uguale per tutti i soci, con rimborso a fine anno della quota premiale per i soci che non hanno effettuato la dichiarazione[35];
d) in caso di aumento della quota sociale mensile, una comunicazione preventiva all'Autorità, al fine di valutarne l'impatto anticoncorrenziale;
e) la riduzione dell'entità delle sanzioni (ad esempio, prevedendo soltanto la perdita per un anno del beneficio dello sconto) e la revisione delle modalità di accertamento e determinazione dell'importo delle sanzioni (tramite il coinvolgimento del *monitoring trustee*);
f) una riformulazione lessicale delle clausole di cui agli articoli. 5 e 5-*bis* dello Statuto al fine di rimuovere la terminologia, a dire di Mytaxi, ambigua e/o di senso peggiorativo per le piattaforme diverse da ItTaxi e per i soci che le utilizzano[36];
g) infine, l'approvazione da parte dell'Autorità di un comunicato stampa e di una comunicazione per i tassisti in modo da fornire una comunicazione corretta rispetto alle misure di ottemperanza. Ciò, in quanto in corso di procedimento, il 25 marzo 2025, Radiotaxi 3570 ha diffuso un comunicato, che contiene informazioni inesatte e una descrizione delle misure non conforme a quella risultante dagli atti del fascicolo[37].
47. In subordine, Mytaxi chiede quantomeno di:
a) assicurare l'anonimato del socio che effettua la dichiarazione;
b) consentire all'Autorità di valutare gli impatti anticoncorrenziali di eventuali aumenti della quota sociale;

---

elaborare le dichiarazioni in chiaro da parte dei soci che intendono mettere i propri servizi a disposizione di piattaforme ulteriori. Tali entità potrebbero effettuare anche l'attività di controllo del rispetto delle previsioni statutarie da parte dei soci, su richiesta motivata della cooperativa.

[34] Vale a dire, in particolare, che la dichiarazione dovrebbe essere effettuata in qualsiasi momento a discrezione del socio e una sola volta, con validità fino alla sua revoca da parte del socio stesso.

[35] A riguardo Mytaxi ha specificato nella memoria del 1° luglio 2025 che "*ogni anno ciascun socio possa beneficiare di un rimborso fino al 15% della quota mensile, per ciascun mese in cui nell'anno trascorso ha offerto la propria capacità produttiva esclusivamente in favore della cooperativa e/o di piattaforme integrate con ItTaxi*".

[36] Ci si riferisce in particolare al concetto di "inattività" di cui all'articolo 5. Inoltre, Mytaxi segnala che andrebbero modificate anche altre disposizioni statutarie per coerenza con le modifiche apportate. In particolare, andrebbe eliminata la disposizione di cui all'articolo 10 che prevede l'esclusione del socio che adotti "comportamenti che siano in contrasto o in concorrenza con le finalità e gli scopi della Cooperativa". Invece, la disposizione di cui all'articolo 4, che impedisce ai soci di avere nella propria autovettura apparecchiatura di ricetrasmissione diversa da quella indicata dalla Cooperativa, andrebbe integrata con una esplicita esenzione per i dispositivi impiegati dal socio per l'utilizzo di altre piattaforme di intermediazione. Inoltre, dovrebbe essere introdotta all'articolo 9, quale specifica ipotesi di recesso per giusta causa, la volontà del socio di utilizzare piattaforme di intermediazione non interconnesse con ItTaxi senza i vincoli imposti dagli articoli. 5 e 5-*bis* dello Statuto. Attualmente, infatti, l'utilizzo di altre piattaforme non è più previsto quale ipotesi di recesso. Infine, andrebbe esplicitato che anche i soci cd. in formazione, di cui all'articolo 5-*ter*, hanno la possibilità di offrire capacità produttiva in favore di piattaforme non interconnesse con ItTaxi alle condizioni previste dagli articoli 5 e 5-*bis* per i soci c.d. Cooperatori.

[37] Il documento è accessibile su *Internet* all'indirizzo https://globaluserfiles.com/media/175204_aa539c99f792bd530c031646fe04018c634174d1.pdf/o/3570%20-%20comunicato%20assemblea%20soci%20per%20modifica%20statutaria.pdf. Il comunicato riporta che Radiotaxi 3570 avrebbe sottoscritto un "accordo" con l'Autorità, ingenerando la convinzione che il caso sia "chiuso", e qualifica lo sconto massimo del 15% sulla quota sociale come "quota aggiuntiva" per i soci che dichiarino di avvalersi di altre piattaforme, ingenerando, a dire di Mytaxi, nei tassisti la convinzione che se intendono utilizzare una piattaforma concorrente dovranno pagare un canone superiore a quello attuale.

c) eliminare dallo Statuto formulazioni ambigue e/o peggiorative per i soci che utilizzano le piattaforme terze e modificare altre disposizioni statutarie per renderle coerenti con le modifiche apportate;
d) comunicare in modo neutro la possibilità per i soci di offrire capacità produttiva in favore di altre piattaforme.
48. Mytaxi chiede che venga sanzionata l'inottemperanza.

V. VALUTAZIONI

49. Il presente procedimento è stato avviato, ai sensi dell'articolo 15, commi 2 e 2-*bis*, della legge n. 287/1990, per contestare a Radiotaxi 3570 la perdurante inottemperanza alla diffida di cui al provvedimento n. 27244/2018. Con la delibera di avvio l'Autorità ha ritenuto altresì necessario definire, nell'ambito del presente procedimento, l'importo della penalità di mora che Radiotaxi 3570 dovrà corrispondere fino a quando non ottemperi al citato provvedimento n. 27244/2018.

Sull'ottemperanza

50. Nel corso del presente procedimento Radiotaxi 3570 ha proposto e implementato misure di ottemperanza che prevedono la modifica dell'articolo 5 dello Statuto e l'introduzione in esso del nuovo articolo 5-*bis*.
51. In particolare, le misure sono le seguenti:
• nell'articolo 5 viene introdotto un comma che consente ai soci di destinare la propria offerta anche a favore di piattaforme di intermediazione terze interconnesse con il sistema ItTaxi mediante accordi di integrazione tecnologica.
Nell'articolo 5 è prevista, altresì, la possibilità per i soci di mettere la propria offerta a disposizione di piattaforme di intermediazione concorrenti e non interconnesse con il sistema ItTaxi nei soli momenti di inattività. In questo caso, i soci dovranno presentare, entro il mese di novembre di ciascun anno, una dichiarazione formale attestante la volontà di operare anche attraverso tali piattaforme concorrenti che non sono integrate con il sistema ItTaxi;
• nell'articolo 5-*bis*, inserito *ex novo* nello statuto, viene istituito un sistema di contribuzione differenziata. Il Consiglio di Amministrazione della cooperativa potrà stabilire quote mensili distinte tra i soci che mettano a disposizione della cooperativa e delle piattaforme integrate col sistema itTaxi l'intera offerta di trasporto e i soci che ne destinino una parte anche ad altre piattaforme non integrate con il sistema itTaxi. La prima categoria di soci ha diritto a uno sconto del canone mensile nella misura massima del 15%[38].
52. Per apprezzare la portata delle misure proposte dal Radiotaxi 3570, è necessario chiarire, in via preliminare, il contesto all'interno del quale devono essere valutate muovendo dal provvedimento dell'Autorità n. 27244/2018 - della cui ottemperanza si discute - e dalla sentenza del Consiglio di Stato n. 7991/2020, con cui tale provvedimento è stato pienamente confermato.

[38] Qualora venga riscontrato l'utilizzo di piattaforme terze da parte di un socio senza la preventiva obbligatoria dichiarazione di cui all'articolo 5, l'articolo 5-*bis* ha previsto sanzioni che nello specifico corrispondono, rispettivamente al primo e al secondo accertamento, a una sanzione pari al doppio e al triplo dell'importo annuale del canone; mentre al terzo accertamento il Consiglio di Amministrazione potrà valutare, in funzione della gravità del comportamento, l'esclusione del socio dalla cooperativa.

53. Al riguardo, va osservato che sia il provvedimento del 2018, sia la sentenza del Consiglio di Stato del 2020, hanno stigmatizzato unicamente la *portata assoluta* della clausola di esclusiva, giudicata, in ragione di tale caratteristica, non necessaria né proporzionata al raggiungimento dello scopo mutualistico. In tal senso assumeva rilievo il fatto che l'esclusiva:
(i) impediva al tassista di destinare anche una quota minoritaria della propria capacità produttiva in favore di piattaforme terze, privandolo in tal modo della libertà di scegliere se mettere o meno a disposizione di piattaforme terze tale capacità residua;
(ii) aveva una durata temporale indeterminata;
(iii) l'unica possibilità per i tassisti di operare anche per piattaforme terze era il recesso, ossia uno strumento eccessivo perché comportante la perdita totale dei benefici derivanti dall'appartenenza a una rilevante rete economica.
54. Viceversa nel provvedimento del 2018 "l'allentamento" della portata assoluta della clausola di esclusiva veniva ritenuto idoneo a garantire al tempo stesso sia le esigenze di tutela della concorrenza sia quelle di funzionamento della cooperativa[39], assumendosi in tal modo che una forma di esclusiva non assoluta (*i.e.* relativa) potesse essere funzionale a garantire il perseguimento dello scopo mutualistico.
55. In senso confermativo si è espresso il Consiglio di Stato, secondo il quale: "*La trasformazione delle clausole di esclusiva assoluta in esclusiva relativa, come imposto con il provvedimento impugnato in primo grado, dunque, consentirebbe ai tassisti vincolati di acquistare i servizi di intermediazione da piattaforme in concorrenza con quella di appartenenza, limitatamente alla quota di capacità produttiva individuale non necessaria al radiotaxi di adesione*" [40]. E ancora, mediante la trasformazione delle clausole di esclusiva assoluta in esclusiva relativa: "*Per l'effetto: - da un lato, si assicurerebbe, […], il ripristino del gioco concorrenziale sul mercato rilevante, consentendosi anche ad altre piattaforme di intermediazione di avvalersi di una quota della capacità produttiva espressa dai tassisti vincolati; con benefici sia per i tassisti stessi […], sia per gli utenti finali del servizio taxi […]; - dall'altro, non si impedirebbe al radiotaxi di continuare a svolgere l'attività di intermediazione secondo il proprio modello di business che, come osservato, non ha richiesto nel periodo preso in esame dall'Autorità un utilizzo dell'intera capacità produttiva esprimibile da ciascun tassista aderente*"[41].
Da ultimo, la sentenza n. 8937/2024, che ha confermato il provvedimento dell'Autorità n. 29969/2022, conclusivo del primo procedimento di inottemperanza nei confronti di Radiotaxi 3570, ha chiarito che, per garantire la contendibilità del mercato da parte di nuovi entranti, non è necessario rinunciare a qualunque forma di vincolo di esclusiva, "*ma solo a una forma di esclusiva assoluta e sproporzionata e come tale tesa a precludere comportamenti che non sono in grado di sottrarre alcuna risorsa alla cooperativa e con i quali il tassista semplicemente esamina l'offerta delle altre*

[39] In tal senso, cfr. paragrafo 276 del provvedimento n. 27244/2018: "*gli obblighi di non concorrenza non devono estendersi a tutta la capacità produttiva (in termini di corse) dei tassisti vincolati ai radiotaxi, ma devono lasciare liberi i tassisti di utilizzarne una quota a favore delle piattaforme aperte. Il vincolo di non concorrenza, infatti, non può andare al di là di quanto necessario a garantire il corretto funzionamento delle cooperative*" (vedi anche paragrafi 243 e 285).
[40] Cfr. par. 8.20 sentenza n. 7991/2020. (cfr. par. 8.20).
[41] Cfr. *ibidem*.

piattaforme concorrenti o ne prova l'uso in modo contenuto, quindi, certamente tale da non mettere minimamente in discussione l'apporto lavorativo del socio al progetto sociale"[42] (enfasi aggiunta).

56. Per cui, da quanto fin qui evidenziato emerge chiaramente che la misura del Radiotaxi 3570, in quanto volta ad allentare la portata assoluta della clausola di esclusiva, trasformandola in relativa, è pienamente conforme a quanto disposto dall'Autorità nel provvedimento del 2018 e dal Consiglio di Stato nelle pronunce citate.

Infatti, le modifiche statutarie apportate da Radiotaxi 3570 eliminano tutti gli elementi di criticità che in passato avevano portato a ritenere la clausola di esclusiva illegittima, in quanto:

(i) consentono ai tassisti soci di scegliere se operare per piattaforme terze, nei momenti in cui non impiegano la propria capacità produttiva per la cooperativa; (ii) hanno una durata temporale limitata, pari a un anno;

(iii) permettono al tassista di optare per un regime in cui può prestare la propria attività per piattaforme terze senza recedere dalla cooperativa. In questo caso, il tassista deve rinunciare solo ai benefici estremamente contenuti dello sconto pari al massimo al 15% della quota sociale.

57. Inoltre, contrariamente a quanto osservato da Mytaxi e come dimostrato dall'istruttoria, lo sconto, in ragione della sua entità limitata, non solo non è un disincentivo all'utilizzo di piattaforme terze, ma, in un contesto di maggiore concorrenza tra piattaforme, può essere facilmente recuperato mediante la definizione di condizioni di remunerazione dei tassisti "attrattive". Sul punto, si richiama quanto asserito dal Radiotaxi 3570 in merito all'entità dello sconto, che risulta pari a 27 euro.

58. Anche l'eventuale aumento della quota sociale non potrebbe essere deliberato in modo arbitrario e irragionevole, senza che alla base vi sia l'approvazione di un bilancio preventivo che certifichi, per esempio, la necessità di copertura delle spese di funzionamento della cooperativa.

59. Infine, la dichiarazione annuale e il sistema sanzionatorio progressivo per i casi di violazione dell'obbligo di fedeltà risultano funzionali a consentire al Radiotaxi 3570 di conoscere con certezza e di monitorare la capacità produttiva disponibile, necessaria ad assicurare il corretto ed efficiente smistamento delle chiamate ai tassisti presenti nei turni. In altri termini, la cooperativa ha bisogno di avere una capacità produttiva certa a disposizione per rispettare i turni che sono stabiliti dal Comune, di regola, su base annuale; ciò, anche nell'ottica di limitare i rischi di disservizi per il consumatore[43].

Essi non scoraggiano altresì la libertà di scelta dei tassisti perché: a) le sanzioni sono previste a fronte di casi di violazione degli obblighi assunti dai tassisti che ricevono lo sconto, non gravando, invece, in alcun modo sui tassisti che hanno optato per la possibilità di operare per tutte le piattaforme terze; e b) la dichiarazione vale solo per un anno ossia per un lasso temporale limitato[44]. Inoltre, proprio in ragione della durata annuale dell'esclusiva, oltre che, come detto, dell'importo

[42] Cfr. punto 4 della sentenza n. 8937/2024.

[43] Cfr., a riguardo, PS12670 - *Radiotaxi Roma 3570 - Problematiche varie*, provvedimento n. 31328 del 28 maggio 2024, in Bollettino n. 24/2024 con cui l'Autorità ha reso obbligatori una serie di impegni di Radiotaxi 3570 volti ad assicurare una corretta ed efficiente prestazione del servizio taxi anche mediante il controllo sull'operato dei soci.

[44] Per cambiare *status* (da vincolato a libero) il tassista socio deve presentare "*entro il mese di novembre di ogni anno e per la durata dell'anno successivo*" la dichiarazione con cui conferma "*la decisione di mettere la propria offerta - nei soli momenti di inattività durante l'espletamento del servizio taxi - direttamente a disposizione di Piattaforme di Intermediazione concorrenti rispetto a quella di Interconnessione autoprodotta e autogestita denominata «*ItTaxi*»*".

contenuto dello sconto, le dinamiche concorrenziali e le offerte di piattaforme concorrenti potranno giocare un ruolo determinante nell'indurre il singolo tassista ad abbandonare l'esclusiva annuale piuttosto che a violare la stessa per svolgere una o più corse con altre piattaforme.

60. Si tratta, pertanto, di misure che, allentando la portata assoluta dell'esclusiva della cooperativa, rispettano i criteri definiti nel provvedimento dell'Autorità e nelle citate pronunce del Consiglio di Stato affinché un'esclusiva relativa possa essere considerata legittima e che, per le ragioni sopra esposte, non ostacolano in misura non proporzionata la libertà di scelta dei tassisti soci di operare anche per piattaforme terze nei momenti di "inattività".

61. In relazione ai correttivi richiesti da Mytaxi, si rappresenta quanto segue.

La nomina di un *monitoring trustee* non è necessaria né proporzionata perché si tratta di misure consistenti in una modifica statutaria già deliberata e attuata, rendendo il monitoraggio oneroso per la cooperativa. Peraltro, se la *ratio* di tale rimedio è di evitare che i tassisti che scelgono di operare anche per altre piattaforme terze siano esposti a ritorsioni da parte della cooperativa di appartenenza - come sarebbe dimostrato dalle scarne denunce prodotte da Mytaxi - tale esigenza può essere soddisfatta mediante l'intervento dell'Autorità, cui possono essere presentate denunce in forma anonima tramite la piattaforma di *whistleblowing*, come peraltro già avvenuto in passato[45].

Inoltre, uno specifico modello di dichiarazione approvato dall'Autorità non risulta necessario, atteso che, come emerge dall'articolo 5 dello Statuto, la dichiarazione ha una forma libera e presenta un contenuto informativo strettamente necessario a esplicitare la scelta del socio[46].

Quanto alla comunicazione preventiva all'Autorità dell'eventuale aumento della quota sociale, si osserva che tale decisione, che impatta sull'intera compagine sociale, non può essere assunta in modo arbitrario e irragionevole e, dunque, non appare costituire uno strumento volto a disincentivare l'uso da parte dei tassisti soci di piattaforme di intermediazione terze.

62. Con riguardo alla richiesta di Mytaxi di diffondere un comunicato da parte di Radiotaxi 3570 ai soci e al mercato in cui rappresentare in modo neutro e aderente alle modifiche apportate, la possibilità per i soci di offrire capacità produttiva in favore di altre piattaforme, si rileva che Radiotaxi 3570 si è impegnata a diffondere un comunicato in tal senso in sede di audizione finale.

Sulla quantificazione della penalità di mora

63. Nella delibera di avvio l'Autorità ha osservato che "*in esito al presente procedimento, accertata l'inottemperanza e la sua durata, dovrà essere definito anche il quantum della penalità di mora, indicata nella lettera c) del dispositivo del provvedimento n. 31302/2024, che la Parte sarà tenuta a pagare fino a quando non ottempererà al provvedimento dell'Autorità n. 27244/2018*".

64. A riguardo, si ritiene che Radiotaxi 3570 sia stata inottemperante a partire dalla mancata presentazione, entro il termine fissato dalla lettera d) del dispositivo del provvedimento n. 31302/2024, della relazione sulle misure adottate per ottemperare[47]. Inoltre, l'inottemperanza è

---

45 Cfr. A521 - *Attività di intermediazione della domanda di servizi taxi nel comune di Torino*.

46 Con essa, infatti, il socio conferma "*la decisione di mettere la propria offerta - nei soli momenti di inattività durante l'espletamento del servizio taxi - direttamente a disposizione di Piattaforme di Intermediazione concorrenti rispetto a quella di Interconnessione autoprodotta e autogestita denominata «ItTaxi»*".

47 Tale termine coincide con il 7 ottobre 2024. In tal senso, cfr. paragrafo 9 del provvedimento n. 31302/2024: "*Radiotaxi 3570 non risulta aver dato esecuzione alle prescrizioni contenute nel provvedimento dell'Autorità n. 27244/2018, non avendo presentato la relazione scritta sulle misure adottate per ottemperare a tale provvedimento, di cui alla lettera d) del*

durata almeno fino al 24 marzo 2025, data in, cui con l'adozione della delibera dell'assemblea straordinaria dei soci di modifica dello Statuto, Radiotaxi 3570 ha dato attuazione alle misure idonee a ottemperare al provvedimento n. 27244/2018.
65. Pertanto, accertata l'inottemperanza di Radiotaxi 3570, la penalità di mora che la Parte è tenuta a pagare - corrispondente a 214,40 euro per ogni giorno di ritardo nell'adempimento della diffida, e decorrente dal 6 novembre 2024 fino al 24 marzo 2025 - ammonta complessivamente a 29.587,20 euro, corrispondenti a centotrentotto (138) giorni di ritardo.

Tutto ciò premesso e considerato:

CONSIDERATA la disponibilità del Radiotaxi 3570 a diffondere un comunicato in cui rappresentare, in modo neutro e aderente alle modifiche apportate, la possibilità per i soci di offrire capacità produttiva in favore di altre piattaforme;

RITENUTO, alla luce delle risultanze istruttorie, che Radiotaxi 3570 ha adottato idonee misure di ottemperanza al provvedimento n. 27244 del 27 giugno 2018;

RITENUTO di imporre una penalità di mora, che ammonta complessivamente a 29.587,20 euro, ai sensi dell'articolo 15, comma 2-*bis*, lettera a), della legge n. 287/1990;

DELIBERA

a) che le misure di Radiotaxi 3570 Società Cooperativa, che hanno modificato le clausole statutarie di non concorrenza a portata assoluta, nei termini indicati in motivazione, integrano l'ottemperanza al provvedimento n. 27244 del 27 giugno 2018;

b) di imporre, per quanto esposto in motivazione, una penalità di mora di 29.587,20 euro;

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera b) deve essere pagata entro il termine di novanta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando i codici tributo indicati nell'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997. Il pagamento deve essere effettuato telematicamente con addebito sul proprio conto corrente bancario o postale, attraverso i servizi di home-*banking* e CBI messi a disposizione dalle banche o da Poste Italiane S.p.A., ovvero utilizzando i servizi telematici dell'Agenzia delle Entrate, disponibili sul sito *internet* www.agenziaentrate.gov.it.

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, della legge n. 689/1981, 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

dispositivo del provvedimento n. 31302/2024, entro il termine del 7 ottobre 2024". Né la Parte aveva provveduto a versare entro il 6 novembre 2024 la sanzione amministrativa pecuniaria pari a 140.043,95 euro, irrogata per l'inottemperanza con il provvedimento da ultimo citato.

per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo. Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità, attraverso l'invio di copia del modello attestante il versamento effettuato.

Ai sensi dell'articolo 26 della medesima legge, le imprese che si trovano in condizioni economiche disagiate possono richiedere il pagamento rateale della sanzione.

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

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 il termine di 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, comma 2, 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

I873 - PRODUTTORI DI CAVI IN RAME
Provvedimento n. 31683

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 23 settembre 2025;

SENTITO il Relatore, Saverio Valentino;

VISTO l'articolo 101 del Trattato sul funzionamento dell'Unione europea (TFUE);

VISTO il Regolamento (CE) n. 1/2003 del Consiglio dell'Unione europea del 16 dicembre 2002;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287 e in particolare, gli articoli da 15-*bis* a 15-*sexies*;

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

VISTA la propria delibera adottata in data 3 dicembre 2024, con la quale è stata avviata, ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/1990, un'istruttoria nei confronti delle società Bruno Baldassari & F.lli S.p.A., General Cavi S.p.A., ICEL S.c.p.A., IRCE S.p.A., La Triveneta Cavi S.p.A., Mondini Cavi S.p.A., Pecso Cavi S.r.l., Prysmian Cavi e Sistemi Italia S.r.l. e ANIE AICE - Associazione Italiana Industrie Cavi e Conduttori Elettrici per accertare l'esistenza di eventuali violazioni dell'art. 101 TFUE, paragrafo 1, del TFUE;

VISTI gli atti del procedimento e, in particolare, gli elementi acquisiti nel corso degli accertamenti ispettivi effettuati, ai sensi dell'articolo 14, comma 2-*quater*, della legge n. 287/1990, in data 11 dicembre 2024, presso le sedi delle società Bruno Baldassari & F.lli S.p.A., General Cavi S.p.A., ICEL S.c.p.A., IRCE S.p.A., La Triveneta Cavi S.p.A., Mondini Cavi S.p.A., Pecso Cavi S.r.l., Prysmian Cavi e Sistemi Italia S.r.l., dell'associazione di categoria ANIE AICE - Associazione Italiana Industrie Cavi e Conduttori Elettrici nonché presso due distributori e presso la Federazione Nazionale Grossisti Distributori Materiale Elettrico – FME;

CONSIDERATO che nel provvedimento di avvio, al quale si rinvia integralmente, è stato ipotizzato che le Parti abbiano coordinato le politiche di prezzo e le condizioni commerciali di vendita dei cavi in rame a bassa tensione, a partire dal 2005, anche definendo, attraverso diverse modalità, un listino unico;

VISTO che dalla documentazione acquisita successivamente all'avvio risulta che le Parti sembrano aver coordinato le proprie condotte commerciali già dal 1999[1];

CONSIDERATO inoltre che dalle informazioni acquisite la concertazione delle condotte commerciali sembra non essere limitata ai prezzi di listino e al livello del primo sconto, ma appare riguardare anche altri aspetti e condizioni commerciali, quali, a titolo esemplificativo, gli sconti (anche quelli successivi al primo e/o relativi a specifici clienti), altri elementi a corredo del listino generale (ad es. prodotti specifici non inclusi nel listino principale), tempistiche per l'entrata in vigore e vigenza dei listini, il valore del rame da considerare per l'aggiornamento dei prezzi, nonché condizioni commerciali più di dettaglio anche relative a specifici clienti condivisi;

RITENUTO, pertanto, necessario estendere l'istruttoria anche con riferimento alle condotte sopra citate poste in essere quantomeno dal 1999;

[1] Cfr. Doc. 23.2

DELIBERA

a) di estendere oggettivamente il presente procedimento al coordinamento delle condotte commerciali poste in essere dalle Parti almeno dal 1999, realizzato anche grazie alla concertazione fra le stesse su aspetti e condizioni commerciali ulteriori rispetto ai prezzi di listino e al livello del primo sconto, quali, a titolo esemplificativo, gli sconti successivi al primo, tempistiche per l'entrata in vigore e vigenza dei listini, altri elementi a corredo del listino generale (ad es. prodotti specifici non inclusi nel listino principale), il valore del rame da considerare per l'aggiornamento dei prezzi, nonché condizioni commerciali più di dettaglio, anche relative a specifici clienti condivisi;

b) che il responsabile del procedimento è la dott.ssa Giulia Cipolla;

c) la fissazione del termine di giorni trenta giorni, decorrente dalla notificazione del presente provvedimento per l'esercizio, da parte dei rappresentanti legali delle Parti o di persone da essa delegate, del diritto di essere sentiti, precisando che la richiesta di audizione dovrà pervenire alla Direzione Cartelli, Leniency e Whistleblowing del Dipartimento Concorrenza-1 di questa Autorità almeno quindici giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;

d) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione Cartelli, Leniency e Whistleblowing del Dipartimento Concorrenza-1 di questa Autorità dai legali rappresentanti delle Parti o da persone da essi delegate.

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

C12726 - POSTE ITALIANE/TELECOM ITALIA
Provvedimento n. 31679

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 23 settembre 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;

VISTO il proprio provvedimento n. 31664 del 3 settembre 2025, con il quale l'Autorità ha deliberato l'autorizzazione dell'operazione di concentrazione *C12726 – POSTE ITALIANE/TELECOM ITALIA*, con la quale Poste Italiane S.p.A. ha acquisito il controllo esclusivo di Telecom Italia S.p.A.;

CONSIDERATO che, a causa di un errore materiale, nel testo del suddetto provvedimento, al paragrafo 73, l'estensione geografica del mercato della vendita di gas naturale è stata definita come "*quantomeno nazionale*";

RITENUTO, pertanto, di dover procedere alla modifica del provvedimento n. 31664 del 3 settembre 2025, e che l'errore materiale riscontrato non inficia la valutazione svolta.

Tutto ciò premesso e considerato:

DELIBERA

a) di rettificare il provvedimento n. 31664 del 3 settembre 2025, sostituendo, al paragrafo 73, alle parole "*quantomeno nazionale*", le parole "*quantomeno provinciale*".

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

C12750 - DIAMANTE BIDCO-PERSONA FISICA/OBJECTWAY
Provvedimento n. 31680

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 23 settembre 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 Diamante BidCo S.p.A., pervenuta in data 5 settembre 2025;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

a) L'impresa acquirente

1. Diamante BidCo S.p.A. (CF: 14208290966) (di seguito, "Diamante" o anche "Acquirente") è una società per azioni di diritto italiano di nuova costituzione creata come veicolo, esclusivamente ai fini della presente operazione. Diamante è controllata indirettamente da Cinven Strategic Fund 2 (di seguito, "Cinven SF2"), a sua volta controllata da Cinven Limited. Cinven Limited e Cinven SF2 fanno parte di "Cinven", una società di *private equity* che fornisce servizi di gestione degli investimenti e consulenza in materia di investimenti a diversi fondi di investimento[1].
Nel 2023, le Società del Portafoglio di Cinven[2] hanno realizzato ricavi per *[20-30]** miliardi di euro a livello mondiale, di cui *[10-20]* miliardi in Europa e *[700-1.000]* milioni in Italia.

b) La Target

2. Objectway S.p.A. (CF: 07114250967) (di seguito, "Objectway" o anche "Target") è la società capogruppo del Gruppo Objectway, attivo nella fornitura di soluzioni *software fintech* per banche, gestori patrimoniali e *asset management* a livello globale, fornite attraverso un modello "*as-a-service*"[3]. Objectway è controllata da una persona fisica (di seguito, "Persona Fisica"), che detiene un'ampia maggioranza del capitale sociale, mentre la quota rimanente è detenuta da azionisti di minoranza.
Nel 2024, il Gruppo Objectway ha generato un fatturato mondiale di circa *[100-582]* milioni di euro, di cui circa *[35-100]* milioni in Europa e *[35-100]* milioni di euro in Italia.

---

[1] Le Società del Portafoglio di Cinven operano in un'ampia gamma di settori, principalmente servizi alle imprese, nel settore dei beni di consumo, nei servizi finanziari, nel settore sanitario, in quello dell'industria e della tecnologia, nei media e nelle telecomunicazioni. Cfr., per ulteriori informazioni sulle Società del Portafoglio di Cinven il sito *web* <https://www.cinven.com/portfolio/>.

[2] Cinven non produce bilanci annuali consolidati e Cinven SF2 non ha predisposto il bilancio per il 2024.

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

[3] Cfr. Ulteriori informazioni sul Gruppo Objectway sono disponibili sul suo sito *web* (al seguente link <https://objectway.com/>).

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'Operazione comporta un cambio di controllo di Objectway che da esclusivo, attualmente riconducibile alla sola Persona Fisica, diverrà congiunto, esercitato da Cinven SF2 (indirettamente, attraverso Diamante) e dalla medesima Persona Fisica, attraverso la società Duemme Investimenti S.r.l. (di seguito, "Duemme"), da essa controllata.

4. Il processo di acquisizione si sviluppa in quattro fasi. Inizialmente, Diamante acquisisce circa il *[10-15]%* del capitale sociale di Objectway dai precedenti azionisti di minoranza. Nella seconda fase, Diamante acquisisce una quota del *[55-60]%* del capitale sociale di Objectway direttamente dalla persona fisica, azionista di maggioranza. La terza fase prevede un conferimento da parte della medesima Persona Fisica, tramite la sua società Duemme, a fronte dell'emissione di azioni da parte di Diamante, pari a circa il *[30-35]%,* del capitale sociale di Objectway.

Contestualmente, le parti hanno sottoscritto accordi che prevedono che la Persona Fisica avrà diritti di veto in relazione a decisioni relative a budget e al piano aziendale, tali che a valle del completamento dell'Operazione, il Gruppo Target sarà controllato in modo congiunto da Cinven SF2, attraverso Diamante e dalla Persona Fisica, attraverso Duemme.

5. L'Operazione è disciplinata altresì da un Patto Parasociale tra Cinven, il Gruppo Target, la Persona Fisica e dai rispettivi manager, nel quale sono previste, tra le altre, clausole di non concorrenza e non sollecitazione, che prevedono che la *[omissis]*.

6. Inoltre, per un periodo di *[omissis]*.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

7. L'operazione comunicata, avendo ad oggetto il passaggio dal controllo esclusivo al 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, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 1, 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 ai 582 milioni di euro e il fatturato totale realizzato individualmente, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 35 milioni di euro.

8. Il patto di non concorrenza e non sollecitazione descritto può essere qualificato come accessorio alla concentrazione comunicata nella misura in cui contiene restrizioni direttamente connesse e necessarie al perfezionamento dell'operazione[4]. In particolare, esso può considerarsi accessorio alla presente operazione nella misura in cui sia limitato ai soli mercati (del prodotto e geografici) interessati dalla concentrazione e solamente per quanto riguarda coloro che controlleranno congiuntamente, direttamente o indirettamente, la Target e nella misura in cui mantengano un rapporto con la stessa e in ogni caso non può precludere l'acquisizione di partecipazioni a meri fini di investimento.

[4] Si veda "*Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni*" (G.U.C.E. 2005/C-56/03 del 5 marzo 2005).

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

I mercati rilevanti

9. In considerazione dell'attività svolta dalla Target, l'operazione in esame riguarda il settore dei servizi di *Information Technology* (di seguito, "IT") per il segmento finanziario (*fintech* B2B), con particolare riferimento alle soluzioni digitali fornite a banche, società di gestione del risparmio (SGR), intermediari finanziari e *wealth manager*, nei segmenti della gestione patrimoniale, dell'asset *management* e del *core banking*, erogate tramite modelli "*as-a-service*"[5].

10. Con riferimento ai servizi IT, si osserva preliminarmente che nella prassi decisionale della Commissione europea[6] e dell'Autorità[7] tale mercato è stato generalmente considerato segmentabile in base alla funzionalità dei servizi offerti e ai settori industriali interessati dall'offerta di tali servizi.

11. Il mercato dei servizi IT può essere suddiviso[8], in base alla funzionalità del servizio, nei seguenti segmenti: (i) consulenza, (ii) implementazione di applicazioni e servizi gestiti, (iii) implementazione di infrastrutture e servizi gestiti, (iv) servizi per i processi aziendali, (v) infrastruttura come servizio e (vi) assistenza *hardware*.

Inoltre, il mercato dei servizi IT può essere segmentato per settore industriale[9] in: (i) bancario e dei titoli di credito, (ii) comunicativo, (iii) dei media, (iv) istruzione, (v) servizi sanitari, (vi) governativo, (vii) assicurativo, (viii) industria manifatturiera e risorse naturali, (ix) vendita al dettaglio, (x) trasporti, (xi) servizio pubblico, (xii) commercio all'ingrosso.

12. Nel caso di specie, l'offerta di servizi IT di Objectway integra diverse componenti di servizio in vari segmenti in base alla funzionalità, poi consolidate in una soluzione integrata di tipo "SaaS" o "BPaaS". Pertanto, si ritiene che, alla luce della natura dei servizi di Objectway, il mercato rilevante potenziale sia da ricondursi a quello della fornitura di servizi IT nel loro complesso, eventualmente limitato al settore bancario/titoli di credito.

In ogni caso, ai fini della presente valutazione, l'esatta definizione del mercato del prodotto può essere lasciata aperta, poiché – con riferimento al settore industriale individuato (bancario) – l'operazione non solleva criticità sotto il profilo della tutela della concorrenza né nel mercato dei servizi IT, né in ciascuno dei segmenti individuati sulla base della funzionalità del servizio.

13. Sotto il profilo geografico il suddetto mercato dei servizi IT può ritenersi, in via conservativa, di dimensioni coincidenti con il territorio nazionale, considerato che l'Autorità, nei suoi precedenti[10], ha rilevato l'omogeneità delle condizioni concorrenziali sul territorio nazionale e l'assenza di significative importazioni di servizi IT, propendendo per una dimensione nazionale del

---

5 Cinven non ha alcuna partecipazione in società attive nella fornitura di tali soluzioni in Italia.

6 Cfr., tra gli altri, *COMP/M.9205 – IBM/Red Hat*, decisione della Commissione del 27 giugno 2019 e *COMP/M.7458 – IBM/INF Business of Deutsche Lufthansa*, decisione della Commissione del 15 dicembre 2014.

7 Cfr., tra gli altri, il Provvedimento n. 31437 del 14 gennaio 2025, caso *C12695 – Fibonacci Bidco/Quid Informatica*, il Provvedimento n. 30790 del 26 settembre 2023, caso *C12564 – Fibonacci Bidco/OCS*, il Provvedimento n. 30515 del 14 marzo 2023, caso *C12516 – Lutech/Atos Italia* e il Provvedimento n. 30278 del 4 agosto 2022, caso *C12466 – Engineering Ingegneria Informatica/BE Shaping the Future*.

8 La suddivisione del mercato dei servizi IT in segmenti fa riferimento alla classificazione predisposta da ultimo nel 2022 dalla società indipendente di consulenza e ricerca di mercato Gartner, specializzata nel settore IT. A tale classificazione ha fatto riferimento anche la Commissione in alcuni suoi precedenti (cfr. nota 5).

9 Cfr. Provvedimento n. 30790 del 26 settembre 2023, caso *C12564 – Fibonacci Bidco/OCS*.

10 Cfr. Provvedimento n. 31437 del 14 gennaio 2025, caso *C12695 – Fibonacci Bidco/Quid Informatica*.

mercato, benché si registri una tendenza all'internazionalizzazione della domanda e dell'offerta, come rilevato dalla Commissione europea[11]. Ai fini della presente valutazione, l'esatta definizione del mercato geografico può essere, tuttavia, lasciata aperta in quanto, anche adottando la definizione più ristretta (mercato nazionale), la quota di mercato stimata nell'offerta di servizi IT nel settore bancario/finanziario è contenuta (e non vi è alcuna sovrapposizione con le attività delle Parti Notificanti a livello nazionale o EU).

Gli effetti dell'operazione

14. L'Operazione non è in grado di sollevare alcuna criticità sotto il profilo concorrenziale, a prescindere dall'esatta definizione di mercato rilevante. Infatti, nessuna delle Società del Portafoglio di Cinven opera nel medesimo mercato del prodotto/geografico in cui è attivo il Gruppo Objectway in Italia. Sono pertanto assenti sovrapposizioni di natura orizzontale; inoltre, l'operazione non è idonea a produrre significativi effetti verticali, tenuto conto che le quote di mercato nel settore bancario/finanziario stimate per il Gruppo Objectway sono pari a *[1-5]%* sia a livello UE che a livello italiano. Infine, nel mercato interessato, in ogni sua configurazione, sono presenti numerosi operatori anche multinazionali.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame 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 gli obblighi di non concorrenza e sollecitazione così come pattuiti tra le parti possono ritenersi accessori alla presente operazione nei limiti sopra descritti e che l'Autorità si riserva di valutare i suddetti patti che si realizzino oltre i limiti ivi indicati;

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

[11] Cfr. Caso *COMP/M.7458 – IBM/INF Business of Deutsche Lufthansa*. Decisione della Commissione del 15 dicembre 2014, par. 31-3 nonché, tra gli altri, il Provvedimento n. 28342 dell'8 settembre 2020 di non avvio di una concentrazione, caso *C12317 – Fondo Italiano d'investimento SGR-Elettra One/Maticmind* e il Provvedimento n. 31407 del 3 dicembre 2024, caso *C12685 Fibonacci Bidco/Ramo d'Azienda di Illimity Bank*.

C12752 - ICG VELASCA SCSP SICAV-RAIF/EXCELLERA ADVISORY GROUP
Provvedimento n. 31681

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 23 settembre 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 ICG Velasca SCSp SICAV-RAIF, pervenuta in data 5 settembre 2025;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. ICG Velasca SCSp SICAV-RAIF (di seguito, "ICGV") è una società in accomandita speciale, operante come società di investimento a capitale variabile – fondo di investimento alternativo riservato ai sensi del diritto lussemburghese. In particolare, ICGV è una società di nuova costituzione che non svolge alcuna attività commerciale ed è indirettamente e interamente controllata da ICG plc (di seguito, "Gruppo ICG"), un *global alternative asset manager* ad azionariato diffuso quotato alla Borsa di Londra e attivo in quattro macro settori: i) *structured and private equity*, ii) *private debt*, iii) *real assets* e iv) credito.
Nel 2024 il Gruppo ICG ha realizzato a livello mondiale un fatturato pari a circa *[20-30]** miliardi di euro, di cui circa *[10-20]* miliardi di euro nell'Unione europea e circa *[1-2]* miliardi di euro in Italia.

2. Excellera Advisory Group S.p.A. (di seguito, "Excellera" o "*target*", C.F. 12451700962) è una società di partecipazioni *holding* del Gruppo Excellera, attivo nel settore della consulenza in materia di *corporate affairs*, offrendo, in particolare, servizi di consulenza integrata in tema di relazioni istituzionali, *advocacy* e *lobbying*, *political intelligence*, monitoraggio legislativo, strategie di comunicazione, gestione della reputazione, nonché organizzazione di eventi. Excellera è controllata in via esclusiva da Seven Holding IV S.à. r.l. (di seguito, "SH"), a sua volta controllata da Xenon Private Equity S.A., un *alternative investment fund manager* autorizzato dalla *Commission de Surveillance du Secteur Financier* in Lussemburgo alla gestione di fondi chiusi di investimento.
Nel 2024 il Gruppo Excellera ha realizzato a livello mondiale un fatturato consolidato pari a circa *[60-70]* milioni di euro, di cui circa *[50-60]* milioni di euro nell'Unione europea e circa *[40-50]* milioni di euro in Italia.

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

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione comunicata (di seguito, "Operazione") consiste nell'acquisizione indiretta, da parte del Gruppo ICG, per il tramite di ICGV, del controllo esclusivo di Excellera e delle società da essa controllate.

4. In particolare, l'Operazione si articola come segue:

i. ai sensi di un accordo di compravendita di azioni stipulato fra l'acquirente e i venditori, verranno appositamente costituite due società per azioni di diritto italiano interamente detenute, direttamente o indirettamente, da ICGV: Vix TopCo S.p.A. (di seguito "TopCo") e Vix BidCo S.p.A., società veicolo interamente partecipata da TopCo, che acquisirà materialmente il 100% del capitale della *target*; successivamente, al *closing* dell'Operazione, la società veicolo sarà oggetto di fusione inversa nella *target*;

ii. in virtù di un distinto accordo di investimento fra l'acquirente, alcuni venditori[1] e alcuni *manager* del Gruppo Excellera, al *closing* dell'Operazione, tali venditori e *manager* (di seguito, "Reinvestitori"), in totale trentotto soggetti composti principalmente da persone fisiche, reinvestiranno il ricavato della vendita delle azioni della *target* mediante sottoscrizione e pagamento di un aumento di capitale in TopCo, ricevendo in cambio azioni ordinarie della medesima società;

iii. infine, sempre al *closing* dell'Operazione, i Reinvestitori sottoscriveranno azioni speciali di TopCo senza diritti di voto e diritti amministrativi.

5. Ad esito dell'Operazione, TopCo sarà interamente partecipata da ICGV ([*omissis]),* che ne deterrà anche il controllo, e dai Reinvestitori ([*omissis]).* Pertanto, anche in considerazione di quanto previsto nell'accordo di investimento, Excellera risulterà indirettamente controllata da ICG.

6. L'Operazione prevede, altresì, una clausola di non concorrenza e di non sollecitazione a carico dei venditori (a eccezione di SH). In particolare, i venditori, direttamente o indirettamente, per un periodo di tre anni, si impegnano: *i)* con esclusivo riferimento alle "*Group Companies' Activities*", che secondo quanto rappresentato dalla Parte notificante corrispondono alle sole attività svolte dal Gruppo della *target*, e al "*Relevant Territory*", che secondo quanto rappresentato dalla Parte notificante corrisponde ai soli territori in cui il Gruppo della *target* è attivo, a non svolgere, né a detenere partecipazioni in società che svolgano, attività in concorrenza con quelle effettivamente svolte dalla *target*, a eccezione di investimenti di natura meramente finanziaria che non prevedano un coinvolgimento attivo nella gestione delle entità oggetto di investimento e purché la relativa partecipazione sia contenuta entro una predeterminata soglia percentuale; *ii)* sempre con esclusivo riferimento alle già citate "*Group Companies' Activities*", a non sollecitare alcun cliente o fornitore delle società facenti parte del Gruppo della *target*, né alcun dipendente con funzioni dirigenziali e manageriali di alto profilo del medesimo Gruppo.

7. Secondo quanto rappresentato dalla Parte notificante, l'Operazione rappresenta un investimento di natura finanziaria in linea con la strategia dei fondi ICG e si basa sulla crescita prevista e sui rendimenti attesi della *target*.

[1] Fra i quali non figura la società SH, che uscirà definitivamente dal capitale sociale di Excellera.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

8. L'Operazione, in quanto comporta l'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) 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 euro[2].

9. Il patto di non concorrenza e l'obbligo di non sollecitazione sopra descritti possono essere qualificati come accessori all'Operazione nella misura in cui contengono restrizioni direttamente connesse alla sua realizzazione e a essa necessarie[3]. In particolare, il patto di non concorrenza e l'obbligo di non sollecitazione dei dipendenti possono considerarsi accessori all'Operazione a condizione che siano limitati geograficamente all'area di attività dell'impresa acquisita, non eccedano la durata di due anni, atteso che, nel caso di specie, deve essere tutelato il valore della società oggetto di trasferimento solo in termini di avviamento e non anche di *know-how*, essendo il gruppo acquirente già presente nel mercato della fornitura dei servizi di *marketing* e comunicazione, e non impediscano ai venditori di acquistare o detenere azioni a soli fini di investimento finanziario.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

a) Il mercato rilevante

10. In considerazione dell'attività svolta dall'impresa acquisita, l'Operazione riguarda il mercato dei servizi di *marketing* e comunicazione. Tale mercato, secondo recente prassi dell'Autorità[4], nonché secondo prassi della Commissione europea[5], comprende una molteplicità di servizi relativi alle comunicazioni commerciali o di *marketing*, quali, in particolare, le attività di pubblicità, informazione, consulenza, relazioni pubbliche e con i clienti, al fine soprattutto di aumentare il rendimento delle attività di *marketing* delle imprese, senza ritenere necessaria una precisa segmentazione di tali servizi.

11. Sotto il profilo geografico, in linea con i precedenti dell'Autorità, il mercato rilevante ha dimensione nazionale, in quanto la scelta degli utenti si indirizza prevalentemente verso operatori che dispongono di organizzazioni presenti sul territorio nazionale, in grado di avere una conoscenza

---

[2] 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.

[3] Si veda "*Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni*", in G.U.C.E. 2005/C-56/03 del 5 marzo 2005).

[4] Cfr., in particolare, C12673 – *Sd Worx People Solutions/Caldera*, provvedimento n. 31343 dell'8 ottobre 2024, in Bollettino n. 42/2024, C12520 – *Freedom 1-Persona fisica/Assist digital*, provvedimento n. 30483 del 15 febbraio 2023, in Bollettino n. 9/2023, e C12453 – *Jakala/Maize-HES-HDM*, provvedimento n. 30172 del 24 maggio 20223, in Bollettino n. 22/2022.

[5] Cfr., ad esempio, Decisioni della Commissione europea M.3579 – *WPP/Grey* del 25 gennaio 2005; M.7023 – *Publicis/Omnicom* del 9 gennaio 2014 e M.7476 - *Holtzbrinck Publishing Group/Springer Science+Business Media Gpacquisition SCA/JV* del 31 marzo 2015..

ottimale dell'impatto dei servizi sul rendimento delle attività di *marketing*. Anche la Commissione europea ha definito un mercato rilevante di ampiezza nazionale, pur rilevando una tendenza alla globalizzazione, in particolar modo in relazione a clienti di stampo internazionale[6].

b) Effetti dell'Operazione

12. L'Operazione, sulla base dei dati e delle informazioni fornite dalle Parti, non appare idonea a determinare criticità concorrenziali. Infatti, ICG è attiva solo in via marginale, per il tramite di tre *portfolio company* del Gruppo - che, peraltro, non sono controllate da ICGV - in alcuni dei servizi che rientrano nel mercato rilevante dei servizi di *marketing* e comunicazione.

13. In particolare, rileva osservare che a valle dell'Operazione la quota dell'entità *post-merger* a livello nazionale, secondo dati stimati dalle Parti, sarà pari a circa il *[5-10%],* con un incremento ascrivibile alla *target* pari a circa il *[1-5%].* Anche ove si prendessero in considerazione i soli servizi di pubbliche relazioni, uno degli ambiti nei quali si concentra l'attività della *target*, la quota congiunta sarebbe pari a circa il *[10-15%],* con un incremento pari a circa il *[5-10%].*

Il mercato rilevante risulta caratterizzato da un'ampia frammentazione e vede la presenza, a livello nazionale, di numerosi e importanti operatori, tra cui grandi gruppi internazionali di consulenza.

14. Inoltre, in considerazione della natura consulenziale del *business* della *target*, che in quanto tale non può che comprendere tutte le attività necessarie alla erogazione della consulenza finale, dell'assenza di rapporti contrattuali attualmente in essere fra le Parti, nonché delle trascurabili sovrapposizioni orizzontali tra le stesse, si ritiene che l'Operazione non dia luogo neppure ad apprezzabili effetti verticali.

15. 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 del mercato rilevante.

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

RITENUTO, altresì, che gli obblighi di non concorrenza e di non sollecitazione intercorsi tra le Parti sono accessori all'Operazione nei soli limiti sopra descritti e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove ne sussistano i presupposti, i suddetti patti che si realizzino oltre i limiti ivi indicati;

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.

---

[6] Cfr., ad esempio, decisioni della Commissione europea M.3579–*WPP/Grey*, cit. e M.7023–*Publicis/Omnicom*, cit..

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

PS12653 - ASIA VALENTE-FAKE FOLLOWERS
Provvedimento n. 31684

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 23 settembre 2025;

SENTITO il Relatore Saverio Valentino;

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

VISTO il Decreto Legislativo del 2 agosto 2007, n. 145;

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*", adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015, n. 25411, vigente *ratione temporis* al momento dell'avvio del procedimento, successivamente sostituito dal "*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 14 novembre 2023, con cui è stato avviato il procedimento istruttorio PS12653 nei confronti di Asia Valente e delle società Meta Platforms Inc. e Meta Platforms Ireland Limited;

VISTA la comunicazione, pervenuta in data 19 dicembre 2023 e successivamente integrata in data 15 e 16 maggio 2025, con la quale la professionista Valente Anastasia ha presentato impegni ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell'articolo 10 del Regolamento;

VISTA la comunicazione, pervenuta in data 18 gennaio 2024 e definitivamente integrata in data 10 giugno 2025, con la quale le società Meta Platforms Inc. e Meta Platforms Ireland Limited hanno presentato impegni ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell'articolo 10 del Regolamento;

VISTE le proprie decisioni del 4 giugno 2024, 6 agosto 2024, 2 ottobre 2024, 3 dicembre 2024, 28 gennaio 2025, 31 marzo 2025, 28 maggio 2025 e del 24 giugno 2025 con le quali, ai sensi dell'articolo 8, comma 4, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Asia Valente (di seguito anche l'influencer; codice fiscale: *[omissis]),* in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera b), del Codice del consumo. La professionista risulta operare come modella, nonché come *influencer* e *fashion blogger* sulle piattaforme *social*.

2. Meta Platforms Inc. e Meta Platforms Ireland Limited (di seguito anche congiuntamente "META"; P.IVA: IE9692928F) in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera b), del Codice del consumo. La prima società, capogruppo, ha sede negli Stati Uniti e la seconda, società operativa a livello europeo, ha sede in Irlanda. META, proprietaria dei *social network* Instagram e Facebook, è attiva a livello internazionale.

3. CODACONS - Coordinamento di associazioni per la tutela dell'ambiente e dei diritti di utenti e consumatori - in qualità di associazione di consumatori interveniente.

II. LE PRATICHE COMMERCIALI

4. Nella comunicazione di avvio del procedimento[1], per quanto riguarda Asia Valente, le condotte contestate concernevano:

A) la pubblicazione su Instagram di foto e video di ristoranti, spa, hotel e altre strutture turistiche, con le quali l'influencer risultava intrattenere rapporti commerciali, senza utilizzare alcuna dicitura che evidenziasse la natura promozionale di tali contenuti, in possibile violazione degli articoli 20, 22 comma 2 e 23, comma 1, lettera *aa)* del Codice del consumo;

B) l'utilizzo di *fake followers* sul proprio profilo Instagram, in grado di influire sul processo decisionale di acquisto dei prodotti e dei servizi promossi sulla piattaforma, in possibile contrasto con gli articoli 20 e 23, comma 1, lettera *bb-quater*) del Codice del consumo nonché con l'articolo 3, comma 1, lettere a), c) del D.lgs. n. 145/2007.

5. In relazione a META, quale gestore della Piattaforma Instagram, è stata contestata la condotta consistente:

C) nell'inadeguatezza delle misure adottate al fine di *i)* evitare la pubblicazione su Instagram di messaggi potenzialmente ingannevoli *sub specie* di pubblicità occulta, omettendo di fornire informazioni sufficienti sullo *strumento volto a contrassegnare i Contenuti Brandizzati* e di renderlo agevolmente fruibile da parte degli utenti, nonché omettendo controlli appropriati e sistematici sul suo effettivo utilizzo da parte di utenti estremamente popolari quali gli *influencer* e *ii)* verificare l'autenticità delle interazioni sulla propria piattaforma, in modo da evitare la diffusione di "*mi piace*" artificiali e di *fake follower,* in possibile violazione del dovere di diligenza professionale *ex* articolo 20 del Codice del consumo. Al riguardo rileva inoltre il mancato rispetto da parte di META delle linee di *policy* dalla medesima adottate, laddove prevedono, tra l'altro, l'espletamento di controlli volti a rimuovere contenuti in violazione delle disposizioni delle proprie *Linee Guida della Community* sui *Contenuti Brandizzati* e sulle ipotesi di interazioni artificiali e non autentiche, in possibile contrasto con l'articolo 21, comma 2, lettera *b*), del Codice del consumo.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

III.1 L'iter del procedimento

6. Sulla base di una segnalazione trasmessa dal Nucleo Speciale Antitrust della Guardia di Finanza, e alla luce delle informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del consumo, in data 14 novembre 2023 è stato avviato nei confronti dei Professionisti il procedimento istruttorio PS12653, ai sensi degli articoli 20, 22 comma 2 e 23, comma 1, lettere *aa)* e *bb-quater)* del Codice

[1] Cfr. doc. 4, prot. 0092813 del 14/11/2023.

del consumo e dell'articolo 3 comma 1 lettere a), c) del D.lgs. n. 145/2007 con riferimento alle condotte di Asia Valente, nonché ai sensi degli articoli 20 e 21, comma 2, lettera *b*), del Codice del consumo con riferimento alla condotta di META.

7. Asia Valente ha avuto accesso agli atti in data 24 novembre 2023[2].

8. In data 29 novembre 2023, Asia Valente ha trasmesso una memoria difensiva e ha risposto alla richiesta di informazioni formulata in sede di avvio del procedimento[3].

9. In data 19 dicembre 2023[4] e 20 febbraio 2025[5], Asia Valente è stata sentita in audizione.

10. In data 19 dicembre 2023[6], Asia Valente ha presentato una proposta di impegni, integrata in data 15 e 16 maggio 2025[7], ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell'articolo 10 del Regolamento.

11. META ha avuto accesso agli atti in data 22 dicembre 2023[8].

12. In data 22 dicembre 2023, il CODACONS è stato ammesso a partecipare al procedimento[9].

13. In data 18 gennaio 2024, META ha trasmesso una memoria difensiva e ha risposto alla richiesta di informazioni formulata in sede di avvio del procedimento[10]. Nella medesima comunicazione, META ha presentato una proposta di impegni, definitivamente integrata in data 10 giugno 2025[11], ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell'articolo 10 del Regolamento.

14. In data 7 marzo 2024[12] e 12 marzo 2025[13], META è stata sentita in audizione.

15. In data 7 luglio 2025 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 17, comma 1, del Regolamento[14].

16. CODACONS ha avuto accesso agli atti in data 10 luglio 2025[15].

17. In data 25 luglio 2025, META ha trasmesso controdeduzioni al Collegio[16].

18. In data 7 agosto 2025, è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del consumo[17] che è pervenuto in data 8 settembre 2025[18].

---

[2] Cfr. doc. 7, prot. 0098224 del 24/11/2023.
[3] Cfr. doc. 11, prot. 0099583 del 29/11/2023.
[4] Cfr. doc. 30, acquisizione del 24/1/2024.
[5] Cfr. doc. 60, prot. 0015322 del 28/2/2025.
[6] Cfr. doc. 19, prot. 0104593 del 19/12/2023.
[7] Cfr. docc. 67, prot. 0037557 del 15/5/2025 e 68, prot. 0038019 del 16/5/2025.
[8] Cfr. docc. 22, prot. 0105527 del 22/12/2023, 24, prot. 0105531 del 22/12/2023 e 25, prot. 0105625 del 22/12/2023.
[9] Cfr. doc. 23, prot. 0105533 del 22/12/2023.
[10] Cfr. docc. 28, prot. 0013941 del 18/1/2024 e 29, prot. 0013943 del 18/1/2024.
[11] Cfr. doc. 72, prot. 0045634 del 10/6/2025.
[12] Cfr. doc. 36, prot. 0034194 del 26/3/2024.
[13] Cfr. doc. 62, prot. 0020355 del 20/3/2025.
[14] Cfr. docc. 82, prot. 0055172 del 7/7/2025,. 83, prot. 0055173 del 7/7/2025 e 84, prot. 0055175 del 7/7/2025.
[15] Cfr. docc. 85, prot. 0056264 del 10/7/2025 e 86, prot. 0056268 del 10/7/2025.
[16] Cfr. doc. 87, prot. 61703 del 25/7/2025.
[17] Cfr. docc. 91, prot. 0066246 del 7/8/2025 e 92, prot. 0066252 del 7/8/2025.
[18] Cfr. doc. 93, prot. 0073591 dell'8/9/2025.

III.2 Gli elementi acquisiti

a) Asia Valente

19. Nel corso dell'istruttoria, la Professionista Asia Valente[19], ha dichiarato di svolgere "*attività di fashion blogger, influencer e modella*" e di pubblicare *post* e video sul proprio profilo Instagram "*asiavalentereal*" al fine di interagire con i propri *fan* e pubblicizzare la propria attività di modella, accrescendo così la propria popolarità[20].

20. Con riferimento alla condotta di cui al precedente punto **A)** (mancato utilizzo di apposita dicitura che evidenzi la natura promozionale di alcuni contenuti pubblicati su Instagram), dalle memorie di Asia Valente, nonché dalle dichiarazioni rilasciate durante l'audizione del 19 dicembre 2023, è emersa la presenza di alcuni *post* e video pubblicati su Instagram in cui l'influencer appare in contesti come eventi, ristoranti, *hotel* o locali, dai quali ha tratto vantaggi quali consumazioni gratuite, sconti sull'alloggio o promozioni relative ai servizi offerti. Con riferimento a tali *post* e video, l'influencer ha "*erroneamente ritenuto di non apporre la necessaria dicitura «ADV», né altra idonea indicazione in ordine alla potenziale natura pubblicitaria del post*"[21]. In particolare, l'influencer evidenzia che "[t]*ali omissioni* […] *sono dovute a mere dimenticanze, compiute in assoluta buona fede*"[22]. In ogni caso, nell'audizione tenutasi in data 20 febbraio 2025, Asia Valente dichiara che, sin dall'avvio del procedimento istruttorio nei propri confronti, ha costantemente adottato idonee diciture volte a rendere edotti i consumatori della presenza di contenuti di sponsorizzazione nei *post* e nei video pubblicati sui propri profili Instagram[23].

21. Per quanto concerne, invece, la condotta di cui al precedente punto **B)** (utilizzo di *fake followers* sul proprio profilo Instagram), nelle proprie memorie difensive Asia Valente dichiara di non essere a conoscenza dell'esistenza di "*fake account o fake followers che seguono e interagiscono con il proprio account*", che, per quanto a lei noto, "*tutti i propri followers sono autentici*" e che, in ogni caso, si ritiene "*estranea a qualsivoglia «acquisto di followers»*"[24]. Tuttavia, durante l'audizione del 19 dicembre 2023, l'influencer ha dichiarato di non avere controllato la genuinità dello specifico profilo associato a ogni richiesta di *follow*[25]. Nella stessa audizione, Asia Valente ha, inoltre, dichiarato di avere iniziato a effettuare tali verifiche successivamente all'avvio del procedimento[26].

b) META

22. Con riferimento alla pratica di cui al punto **C)** imputata a META, quest'ultima, nelle proprie difese, ha evidenziato che i *Contenuti Brandizzati* e le *interazioni* oggetto del procedimento costituiscono *User Generated Content* (di seguito, "UGC"), essendo contenuti/interazioni

[19] Cfr. doc. 11, prot. 0099583 del 29/11/2023.
[20] Cfr. *ibidem*.
[21] Cfr. *ibidem*.
[22] Cfr. *ibidem*.
[23] Cfr. doc. 60, prot. 0015322 del 28/2/2025.
[24] Cfr. doc. 11, prot. 0099583 del 29/11/2023.
[25] Cfr. doc. 30, acquisizione del 24/1/2024.
[26] Cfr. doc. 60, prot. 0015322 del 28/2/2025.

generati(e) autonomamente da utenti terzi, non manifestamente illeciti[27] in quanto: (i) i *Contenuti Brandizzati* non sono distinguibili da UGC organici poiché la relazione commerciale tra l'utente/*creator* e un'azienda/*brand* che li caratterizza è stabilita al di fuori del servizio Instagram, e (ii) gli *account/interazioni* non autentiche non sono distinguibili da quelle autentiche.

23. In secondo luogo, META sottolinea che, al fine di porre gli utenti nella condizione di adempiere ai propri obblighi normativi, nella gestione della piattaforma Instagram ha:

- adottato *policy* specifiche per disciplinare i *Contenuti Brandizzati* e gli *account* falsi e loro interazioni non autentiche;
- messo a disposizione degli utenti lo *Strumento per i Contenuti Brandizzati* per far dichiarare e rendere manifesta la natura commerciale dei contenuti commerciali;
- introdotto diversi canali per far segnalare i contenuti ritenuti in violazione delle proprie *policy* e *Normative sulla monetizzazione per i partner di Instagram*, prevedendo un canale specifico per segnalare *account* che impersonano altri soggetti[28];
- implementato sistemi *misti* di rilevamento delle violazioni delle sue *Linee guida della community,* attraverso combinazioni di tecnologia automatizzata e revisione umana;
- progettato specifici sistemi automatizzati di rilevamento volti a individuare *Contenuti Brandizzati* potenzialmente non etichettati come tali[29], nonché i cosiddetti *account falsi* e le loro interazioni non autentiche[30];
- messo a disposizione dell'utenza un *tool* dedicato alla gestione dei *follower* indesiderati che ha la funzione di evitare che gli utenti aventi un profilo pubblico raccolgano interazioni non autentiche da *follower* esistenti o nuovi, individuati come "*potenziali account di spam, bot o non pertinenti*"[31];
- aderito al *Codice di Condotta Rafforzato sulla Disinformazione* e intrapreso azioni proattive per promuovere la disponibilità dello *Strumento per i Contenuti Brandizzati* e sensibilizzare gli utenti sugli *account* falsi/*interazioni* non autentiche[32].

I Contenuti Brandizzati

24. I *Contenuti Brandizzati* (*post*, video, *stories*, *reel*, ecc.) costituiscono contenuti pubblicati da un utente nel suo profilo dietro compenso di un *brand*. Essi devono conformarsi agli *standard* della *community* e alle normative sui *Contenuti Brandizzati* e, in base a queste, dovrebbero essere pubblicati solo attraverso l'uso dello *Strumento per i Contenuti Brandizzati*.

25. Tale strumento consente agli utenti di applicare un'etichetta/*label* ("*Partnership pubblicizzata*") ai *Contenuti Brandizzati* per rendere noto che questi sono frutto di un rapporto commerciale instaurato al di fuori del servizio Instagram[33]. Detta etichetta/*label* compare accanto al nome dell'utente su ciascun *post* classificato come contenuto brandizzato.

---

[27] Cfr. articolo 14 direttiva 2000/31 "*relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione nel mercato interno, con particolare riferimento al commercio elettronico*" e articolo 16 del D.lgs. n. 70/2003 di recepimento.

[28] Si vedano le pagine *web* "*Account che fa le veci di qualcun altro*" e "*Cosa fare se qualcuno ha assunto l'identità di una persona che conosci su Instagram*".

[29] Cfr. doc. 37, prot. 0034784 del 28/3/2024.

[30] Cfr. doc. 28, prot. 0013941 del 18/1/2024.

[31] Cfr. doc. 66, prot. 0030167 del 18/4/2025.

[32] Cfr. doc. 28, prot. 0013941 del 18/1/2024.

[33] Cfr. doc. 66, prot. 0030167 del 18/4/2025.

26. Lo strumento per i *Contenuti Brandizzati* è accessibile da parte di tutti gli utenti (compresi i *creator*), a prescindere dal fatto che il loro *account* sia personale o professionale, a condizione che l'account sia stato aperto da almeno trenta giorni[34] qualunque sia la quota/soglia di *followers* detenuti[35].

27. Le istruzioni per l'attivazione dello strumento per i *Contenuti Brandizzati* sono alla pagina "*Primi passi con i Contenuti Brandizzati su Instagram*"[36] e l'utilizzo dello stesso è illustrato alla pagina "*Come utilizzare l'etichetta di partnership pubblicizzata per taggare Contenuti Brandizzati organici su Instagram*"[37], sezione "*Come taggare un brand partner nei Contenuti Brandizzati su Instagram*". In aggiunta, lo Strumento per i *Contenuti Brandizzati* e le relative *policy* sono accessibili agli utenti attraverso le Condizioni d'uso del servizio Instagram e il Centro assistenza di Instagram[38].

28. Quanto alle forme di controllo, in corso d'istruttoria META ha dichiarato di disporre di uno strumento automatizzato per identificare i potenziali *Contenuti Brandizzati* illegittimamente non etichettati come tali. Detto strumento, pur non rimuovendo direttamente i contenuti in quanto privo di conoscenza certa circa la relazione commerciale intercorrente tra brand e utente, invia un messaggio all'utente responsabile del caricamento del contenuto individuato come potenziale *Contenuto brandizzato* e non etichettato, in cui chiede di applicare l'etichetta *Contenuto brandizzato* e lo indirizza alle *Normative sui Contenuti Brandizzati*[39].

Fake accounts e interazioni non autentiche

29. Per quanto concerne gli ***account* falsi** e le **interazioni non autentiche**, META adotta azioni proattive tese a contrastare tali fenomeni[40], riguardanti principalmente l'"*account che effettua il follow*"[41] o "*l'attività di follow stessa*"[42]. In dettaglio, gli ***account*** che risultano essere completamente "programmati" o abusivi, cosiddetti "***fake***", vengono **bloccati** e indirizzati verso una procedura di c.d. appello che, se non accolto, comporta la **disabilitazione** permanente[43].

---

[34] Cfr. Instagram, Centro assistenza, "*Requisiti di idoneità per inserzioni in partnership e contenuti brandizzati su Instagram e Facebook*", disponibile a: <*https://www.facebook.com/help/instagram/1372533836927082?helpref=faq_content*> (ultimo accesso 9 giugno 2025).

[35] Cfr. doc. 37, prot. 0034784 del 28/3/2024.

[36] Cfr. doc. 28, prot. 0013941 del 18/1/2024 e Instagram, Centro Assistenza, "*Primi passi con i contenuti brandizzati su Instagram*", disponibile a:< *https://help.instagram.com/1123581461537025?helpref=faq_content&fbclid=IwAR2F1xNKazvht_exc7JJvLU4OvtfSjkDJ5L7ZLIdTdl4PZCdlHBJ-g9TAsk*> (ultimo accesso 9 giugno 2025).

[37] Cfr. Instagram, Centro Assistenza, "*Come utilizzare l'etichetta di partnership pubblicizzata per taggare contenuti brandizzati organici su Instagram*", disponibile a:<*https://www.facebook.com/help/instagram/1109894795810258?helpref=faq_content*> (ultimo accesso 9 giugno 2025).

[38] Cfr. docc. 28, prot. 0013941 del 18/1/2024.

[39] Cfr. *ibidem*.

[40] Cfr. doc. 37, prot. 0034784 del 28/3/2024.

[41] Cfr. *ibidem*.

[42] Cfr. *ibidem* .

[43] Cfr.doc. 28, prot. 0013941 del 18/1/2024.

30. In ogni caso, nei confronti dell'account beneficiario delle interazioni asseritamente false, META, in caso di crescita anomala dei *follower*, applica una sanzione consistente nella perdita per detti *account* dell'idoneità ad accedere alle funzioni di monetizzazione[44].

31. In aggiunta, a far data dal mese di gennaio 2024[45], META ha introdotto su Instagram un *tool* dedicato alla gestione dei *follower* indesiderati (c.d. "*flagged for review*") per evitare che gli utenti aventi un profilo pubblico raccolgano interazioni non autentiche. Detto *tool* segnalerebbe i follower individuati come "*potenziali account di spam, bot o non pertinenti*"[46] e consentirebbe di esaminarli e, se necessario, bloccarli/rimuoverli sia individualmente che in blocco.

32. In dettaglio, tale *tool*, seppur disattivabile dal singolo utente, sarebbe di *default* attivo per tutti gli utenti con profilo pubblico, a prescindere dal loro numero di *follower*[47]. Esso inserisce le richieste di follow potenzialmente provenienti da c.d. "*follower* indesiderati" in una coda di richieste, che il detentore dell'account pubblico deve necessariamente gestire manualmente. In assenza di un'accettazione espressa entro trenta giorni delle singole *follow request* "segnalate", il *tool*, di *default*, le rifiuterebbe automaticamente. L'introduzione a inizio 2024 di tale *tool* comporterebbe, secondo META, un cambiamento sostanziale del funzionamento degli *account* pubblici su Instagram (in cui normalmente le richieste di *follow* vengono accolte in automatico), volto a incrementare le interazioni genuine.

33. Tale nuovo *tool* è fruibile per gli *account* pubblici nella cartella/sezione "*Follower*! del loro profilo[48]. Inoltre, META informa l'utenza delle funzionalità del *tool* attraverso diversi canali: (i) pagina dedicata nel Centro assistenza di Instagram; (ii) pagina "*Rimuovi i potenziali account di spam dal tuo elenco di follower di Instagram*"; (iii) pagina del sito *web* dedicato ai *creator* e (iv) comunicazione tramite l'account Instagram @Creators[49].

34. Da ultimo, con riguardo alle misure adottate relativamente ai *follower* di Asia Valente, META contesta l'attendibilità dei dati su cui si basava l'avvio istruttorio ed evidenzia che i propri sistemi automatizzati erano già intervenuti su alcuni dei *follower* degli *account* facenti capo all'influencer[50].

III.3 Gli impegni dei Professionisti

a) <u>Asia Valente</u>

35. L'influencer ha presentato il formulario degli impegni in data 18 dicembre 2023, successivamente integrato in data 15 e 16 maggio 2025.

36. Gli impegni presentati dalla professionista, come da ultimo integrati, riguardano nello specifico le seguenti misure:***[51]***

---

[44] Cfr. *ibidem* e doc. 37, prot. 0034784 del 28/3/2024.

[45] Cfr. doc. 72, prot. 0045634 del 10/6/2025.

[46] Cfr. doc. 66, prot. 0030167 del 18/4/2025.

[47] Cfr. Centro Assistenza Instagram, "*Gestione dei follower indesiderati su Instagram*", < https://help.instagram.com/1542122179895279?helpref=faq_content> (ultimo accesso 9 giugno 2025).

[48] Cfr. doc. 66, prot. 0030167 del 18/4/2025.

[49] Cfr. *ibidem*.

[50] Cfr. doc. 37, prot. 0034784 del 28/3/2024.

[51] Cfr. doc. 68, prot. 0038019 del 16/5/2025.

I) adozione di una "[d]*iligente condotta*" relativamente a ogni tipo di collaborazione intrapresa da Asia Valente, nonché il rispetto di "*tutte le norme indicate nel sito influencer legal Hub*";

II) indicazione in maniera evidente, tramite l'utilizzo della sigla "ADV", della presenza di contenuti pubblicitari pubblicati sul proprio profilo *social*;

III) richiesta, da parte di Asia Valente, dell'emissione di regolare fattura dei servizi forniti alle strutture pubblicizzate dall'influencer;

IV) realizzazione e pubblicazione di un video messaggio volto a informare gli *influencer* "*in ordine alle regole di condotta da rispettare*" sui canali *social;*

V) eliminazione di tutti *followers* non autentici che seguono il proprio profilo Instagram, sia controllando "*in maniera accurata ogni profilo richiedente l'eventuale amicizia*", nonché "[r]*ichiedendo anche a Meta di utilizzare tutti gli strumenti necessari per eliminazione dei Fake Follower*". A tale riguardo, Asia Valente si impegna altresì a "*non utilizzare per nessun motivo il profilo Instagram oggetto del presente procedimento*" fino all'effettiva eliminazione di tutti i *fake followers*.

37. Con riferimento alle misure di cui ai punti **I)** - **III**), l'influencer dichiara di avervi già dato attuazione a partire dalla data di comunicazione di avvio del presente procedimento. Con riguardo invece alla misura di cui al punto **IV**), dagli atti al fascicolo è possibile riscontrare che, già in data 2 maggio 2024[52], Asia Valente ha pubblicato sul proprio profilo Instagram un video volto a divulgare le regole da rispettare nell'ambito dell'influencer *marketing*. Per quanto concerne, infine, la misura **V**), Asia Valente ha precisato che, non essendo in grado di indicare i termini entro i quali i *fake followers* presenti sul proprio profilo Instagram saranno eliminati, nelle more di tale eliminazione, si impegna a mantenere "*congelato*" il proprio profilo Instagram con cui svolge la propria attività di *influencer*, così che "*sul medesimo non sarà pubblicato alcun contenuto*" fino all'effettiva eliminazione di tutti i *fake followers*[53].

b) <u>META</u>

38. In data 18 gennaio 2024 META ha presentato una prima proposta di impegni[54], poi definitivamente integrati in data 10 giugno 2025[55].

39. META prevede un pacchetto di misure teso a migliorare la trasparenza, la conoscibilità e la fruibilità degli strumenti messi a disposizione su Instagram per contrastare la circolazione illegittima di *Contenuti Brandizzati* illecitamente non etichettati come tali nonché l'esistenza di *account* falsi e interazioni non autentiche.

40. A tal fine, META propone di impegnarsi a:

I) Impegno n. 1: inviare una comunicazione informativa tramite *newsletter* ai *creator* italiani, a circa trenta *talent agency*[56] e ad altri *stakeholder* rilevanti "*in merito al quadro fattuale, giuridico e tecnologico relativo ai Contenuti Brandizzati e agli Account falsi e le loro interazioni non*

[52] Cfr. doc. 42, acquisizione del 2/5/2024.
[53] Cfr. doc. 68, prot. 0038019 del 16/5/2025.
[54] Cfr. doc. 28, prot. 0013941 del 18/1/2024.
[55] Cfr. doc. 72, prot. 0045634 del 10/6/2025.
[56] Cfr. *ibidem*.

autentiche, nonché agli strumenti e alle funzionalità che Meta Ireland mette a disposizione in tal senso"[57]. In particolare, META si impegna a fornire, tramite questa comunicazione, materiale educativo sul nuovo *tool* dedicato alla gestione dei *follower* indesiderati e sugli strumenti per il c.d. *labelling* dei *Contenuti Brandizzati*;

II) Impegno n. 2: organizzare un evento gratuito dal vivo (fruibile anche da remoto) per *creator* italiani, *talent agency* e altri *stakeholder* in cui esperti legali e personale di META tratteranno in modo dettagliato le tematiche dei *Contenuti Brandizzati*, degli *account* falsi e le loro interazioni non autentiche, nonché degli strumenti e funzionalità che META mette a disposizione relativamente a tali fenomeni.

41. Per quanto concerne le tempistiche di implementazione, META prevede di completare l'attuazione degli Impegni 1 e 2 entro, rispettivamente, novanta e centocinquanta giorni dalla data di adozione del presente provvedimento. La tempistica più dilatata per l'attuazione dell'Impegno 2 è tesa a far sì che l'iniziativa abbia il massimo impatto possibile.

IV. CONTRODEDUZIONI DELLE PARTI

a) META

42. Richiamando integralmente e confermando tutte le argomentazioni fattuali e giuridiche delineate nei precedenti scritti difensivi agli atti del procedimento, META, nelle controdeduzioni al Collegio trasmesse in data 25 luglio 2025[58], ha in particolare eccepito: (i) l'estraneità di Meta Platforms Inc. rispetto alle condotte contestate, in quanto Meta Ireland sarebbe l'unico fornitore del servizio Instagram nei confronti degli utenti dell'UE; (ii) di non aver posto in essere alcuna pratica commerciale sleale e che la propria condotta è del tutto lecita e in linea con (se non superiore a) i più elevati standard di diligenza professionale adottati nella prassi di mercato; (iii) di aver agito in conformità a tutte le leggi applicabili[59] che disciplinano gli obblighi delle piattaforme/fornitori di servizi intermediari e i contenuti generati dagli utenti (*user generated content* - UGC).

43. In dettaglio, META ha ribadito che, ricoprendo il ruolo di *hosting provider* ai sensi della Direttiva *e-commerce* e del DSA, nonché di fornitore di piattaforma di condivisione video ai sensi del DSMA/TUSMA, essa non potrebbe monitorare attivamente l'ingente volume di UGC pubblicati su Instagram. Un simile obbligo di monitoraggio attivo, a detta di META, finirebbe per pregiudicarne la sua libertà d'impresa e mettere "*a rischio gli stessi diritti dei consumatori che l'AGCM intende tutelare*"[60] in quanto il regime di responsabilità degli *hosting provider* stabilito dagli articoli 6 e 8 DSA "*costituisce* [...] *l'espressione dell'equilibrio che la* [direttiva *e-commerce*, prima, e, a oggi, il DSA] *mira a instaurare tra i vari interessi in gioco, tra i quali figura il rispetto della libertà di espressione, garantito dall'articolo 11 della Carta. Pertanto, da un lato, ai prestatori dei servizi di cui trattasi non può* [...] *essere imposto un obbligo generale di sorveglianza sulle*

---

[57] Cfr. *ibidem*.

[58] Cfr. doc. 87, prot. 61703 del 25/7/2025.

[59] Tra cui la Direttiva sul commercio elettronico 2000/31/CE (di seguito, "direttiva *e-Commerce*", recepita in Italia dal D.Lgs. n. 70/2003 e in Irlanda dal S.I. n. 68/2003); il Regolamento (UE) 2022/2065 relativo a un mercato unico dei servizi digitali (di seguito, "DSA") e la direttiva sui servizi di media audiovisivi 2010/13/UE, modificata dalla direttiva 2018/1808/UE ("AVMSD", recepita ai sensi del D.Lgs. 208/2021 di seguito "TUSMA".

[60] Cfr. doc. 87, prot. 61703 del 25/7/2025, pag. 5.

informazioni che trasmettono o memorizzano né un obbligo generale di ricercare attivamente fatti o circostanze che indichino la presenza di attività illecite"[61].

44. META ha altresì evidenziato che la circostanza che la propria condotta sia "*pienamente in linea, ove non superiore, con la prassi di mercato è ulteriormente dimostrata dal suo impegno a contrastare i contenuti manipolati, testimoniato anche dal fatto che Meta Ireland ha volontariamente contribuito ed è firmataria del Codice di condotta rafforzato sulla disinformazione*" [62].

V. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

45. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso la rete *internet*, in data 7 agosto 2025[63] è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCom), ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del consumo.

46. Con delibera n. 217/25/CONS, pervenuta in data 8 settembre 2025[64], la suddetta autorità ha espresso il proprio parere ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del consumo. L'Autorità, in particolare ha considerato che, nel caso di specie, Asia Valente "*è un personaggio pubblico di successo, popolare nei social network, ed è, per ciò, in grado di influire sui comportamenti e sulle scelte di un determinato pubblico*" e che, inoltre, "*il mezzo di comunicazione e acquisto utilizzato, in relazione al servizio offerto dalle Società, risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che, sulla base delle informazioni lette nei siti/app utilizzati dalla Società, potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità delle modalità di promozione e vendita utilizzate*". Sulla base di tali considerazioni, l'Autorità ha, pertanto, rilevato che "*la pratica in esame, sulla base della documentazione istruttoria, si riferisce alle comunicazioni e alle attività attuate dalle Società tramite Internet*" e ha ritenuto che "*Internet sia uno strumento di comunicazione idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale rispetto alla quale è richiesto il parere a questa Autorità*".

VI. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

a) Asia Valente

47. L'Autorità ritiene che gli impegni proposti da Asia Valente siano idonei a sanare i possibili profili di criticità della pratica commerciale contestata nella comunicazione di avvio del procedimento.

48. In particolare, la chiara evidenziazione della natura pubblicitaria dei contenuti - anche attraverso l'apposizione della dicitura "ADV" nei *post* e nei video pubblicati - risulta idonea a informare il consumatore circa l'esistenza di rapporti commerciali tra l'influencer e le strutture o i *brand* promossi.

---

61 Cfr *ibidem*, *footnote* n. 2 che, a sua volta, rinvia alla sentenza della Corte di giustizia dell'Unione europea, 22 giugno 2021, cause riunite C-682/18 e C-683/18, *Cyando*, paragrafo 113.

62 Cfr. doc. 87, prot. 61703 del 25/7/2025, pag. 5.

63 Cfr. docc. 91, prot. 0066246 del 7/8/2025 e 92, prot. 0066252 del 7/8/2025.

64 Cfr. doc. 93, prot. 0073591 dell'8/9/2025.

49. Inoltre, la professionista si impegna a sospendere ogni utilizzo del proprio profilo Instagram, fintantoché da tale profilo non saranno stati rimossi i *followers* ritenuti non autentici. Infine, si ritiene apprezzabile l'iniziativa adottata da Asia Valente in relazione alla pubblicazione di materiale volto a sensibilizzare gli altri professionisti che operano nell'ambito dell'influencer *marketing* in merito all'esigenza di rispettare le norme a tutela dei consumatori.

b) META

50. Anche gli impegni proposti da META appaiono idonei a sanare i possibili profili di criticità della pratica commerciale contestata nella comunicazione di avvio del procedimento sia con riguardo ai *Contenuti Brandizzati*, che relativamente agli *account* falsi e le loro interazioni non autentiche.

51. In relazione ai *Contenuti Brandizzati*, in avvio si contestava l'insufficienza di informazioni sull'esistenza e modalità di utilizzo dello strumento per i *Contenuti Brandizzati*, nonché l'assenza di controlli adeguati sull'effettivo utilizzo dello stesso da parte degli *account* maggiormente popolari. In corso d'istruttoria - come rappresentato *supra* (§III.2-(b)) - è tuttavia emerso che: (i) lo strumento è accessibile per tutti gli utenti (compresi i *creator*) che abbiano un *account* aperto da almeno trenta giorni a prescindere dal numero di *follower* detenuti o dalla tipologia di *account* (personale o professionale); (ii) l'attivazione dello strumento da parte degli utenti è facilitata da una pluralità di pagine esplicative; (iii) META dispone di strumenti automatizzati per rilevare i *Contenuti Brandizzati* potenzialmente non etichettati come tali.

52. Con riguardo alle tematiche *fake follower* e interazioni non autentiche, in avvio si contestava l'assenza di controlli da parte di META sulla genuinità delle interazioni e il conseguente mancato rispetto delle *policy* che META stessa ha adottato e pubblicato su tali tematiche. In corso d'istruttoria - come rappresentato *supra* (§III.2-(b)) - è emerso che META: (i) blocca gli *account* completamente "programmati" o *fake*; (ii) sanziona gli *account* beneficiari delle interazioni non autentiche con la perdita delle funzioni di monetizzazione; (iii) a far data dal mese di gennaio 2024 (cioè a seguito dell'avvio del presente procedimento) ha introdotto un apposito *tool* (c.d. "*flagged for review*"), di *default* attivo per tutti gli utenti con profilo pubblico e fruibile nella cartella/sezione "*Follower*" di ciascun profilo, avente la funzione di evitare che detti utenti raccolgano interazioni non autentiche.

53. Tali evidenze, sia con riguardo ai *Contenuti Brandizzati*, che relativamente agli *account* falsi e le loro interazioni non autentiche, costituiscono iniziative apprezzabili; pertanto, le ulteriori misure proposte come impegni, unitamente alle descritte iniziative, risultano idonee a evitare l'accertamento dell'infrazione.

54. Infatti, gli impegni da ultimo presentati da META appaiono poter utilmente e concretamente contribuire a sensibilizzare i *creators* sull'illegittimità della diffusione di contenuti pubblicitari occulti e/o dell'utilizzo di interazioni non autentiche, nonché incidere in modo significativo sulla conoscibilità e fruibilità effettiva dei *tools* predisposti da META per impedire la pubblicazione di *Contenuti Brandizzati* occulti e/o l'uso di interazioni non autentiche.

55. Gli impegni presentati appaiono integrare la pluralità di misure già intraprese dal professionista per diffondere l'utilizzo dello strumento per il *labelling* dei *Contenuti Brandizzati*, nonché del *tool* dedicato alla gestione dei *follower* indesiderati (c.d. "*flagged for review*"), introdotto successivamente all'avvio del presente procedimento. Infatti, comportando la formazione di nuovo materiale educativo su tali *tool* e la diffusione mirata di essi agli utenti maggiormente attivi e seguiti

su Instagram (*i.e.*, *influencer* professionisti), gli impegni di META garantiscono la concreta e immediata conoscibilità - e auspicabilmente l'uso - di tali strumenti, in particolare da parte dell'audience degli *influencer* professionisti.

56. Inoltre, gli impegni presentati non incidono soltanto sull'attività dell'influencer oggetto del presente procedimento, ma hanno la potenzialità di dispiegare effetti generali (poiché rivolti alla generalità degli *influencer* italiani) sia pro-futuro che per il passato (poiché, se gli strumenti oggetto d'impegni vengono utilizzati su larga scala da parte degli *influencer* italiani, ciò può condurre alla riduzione delle interazioni non autentiche provenienti da *account* falsi anche preesistenti l'avvio del presente procedimento). Gli impegni appaiono, infine, di facile monitoraggio nella loro implementazione.

57. In considerazione dell'insieme delle argomentazioni svolte, il complesso di misure proposte appare incidere positivamente sulle modalità di informazione e presentazione degli strumenti messi a disposizione dal professionista per contrastare la circolazione illegittima di *Contenuti Brandizzati* illecitamente non etichettati come tali, nonché la presenza di *account* falsi e relative interazioni non autentiche.

58. In conclusione si ritiene, quindi, che gli impegni presentati soddisfino i requisiti previsti dall'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo.

RITENUTO che gli impegni presentati dalla professionista Asia Valente e dalle società Meta Platforms Inc. e Meta Platforms Ireland Limited, nei termini sopra esposti, siano idonei a far venir meno i possibili profili di scorrettezza delle pratiche commerciali oggetto di istruttoria;

RITENUTO di disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni nei confronti rispettivamente della professionista Asia Valente e delle società Meta Platforms Inc. e Meta Platforms Ireland Limited;

RITENUTO, pertanto, di poter chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione;

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti della professionista Asia Valente e delle società Meta Platforms Inc. e Meta Platforms Ireland Limited, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell'articolo 10, comma 2, lettera *a*), del Regolamento, gli impegni proposti nelle versioni consolidate (pervenute, per Asia Valente, in data 16 maggio 2025 e, per Meta Platforms Inc. e Meta Platforms Ireland Limited, in data 10 giugno 2025), allegati al presente provvedimento, che ne costituiscono parte integrante;

b) di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell'articolo 10, comma 2, lettera *a*), del Regolamento;

c) che Asia Valente entro sessanta giorni dalla data di notifica della presente delibera, informi l'Autorità dell'avvenuta attuazione degli impegni;

d) che le società Meta Platforms Inc. e Meta Platforms Ireland Limited, entro centocinquanta giorni dalla data di notifica della presente delibera, informino l'Autorità dell'avvenuta attuazione degli impegni;

Ai sensi dell'articolo 10, comma 3, del Regolamento, il procedimento potrà essere riaperto d'ufficio, laddove:
a) i Professionisti non diano attuazione agli impegni;
b) si modifichi la situazione di fatto rispetto a uno o più elementi su cui si fonda la decisione;
c) la decisione di accettazione di impegni si fondi su informazioni trasmesse dalle Parti che siano incomplete, inesatte o fuorvianti.

Ai sensi dell'articolo 27, comma 12, del Codice del consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera 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.

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

PS12954 - ALD – DANNI AL VEICOLO
Provvedimento n. 31685

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 23 settembre 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 dell'8 aprile 2025, con cui è stato avviato il procedimento PS12954 nei confronti della società ALD Automotive Italia S.r.l.;

VISTO il proprio provvedimento dell'8 aprile 2025, con il quale è stato disposto l'accertamento ispettivo, ai sensi dell'articolo 27, commi 2 e 3, del Codice del consumo, presso la sede di ALD Automotive Italia S.r.l. e presso un'agenzia di Roma;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. ALD Automotive Italia S.r.l. (di seguito anche "ALD", "il Professionista" o "la Società"), in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lett. b), del Codice del consumo. La Società è attiva nel noleggio a lungo termine di autoveicoli[1] e, in base all'ultimo bilancio disponibile, relativo all'esercizio finanziario del 2024, ha realizzato ricavi pari a 1.387.421.357,00[2].

II. LA PRATICA COMMERCIALE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

2. Il procedimento concerne la pratica commerciale posta in essere da ALD in relazione alla gestione degli addebiti al cliente per i danni riportati dal veicolo correlati a sinistri occorsi durante il periodo di noleggio a lungo termine.
3. In particolare, si contesta ad ALD una unica pratica commerciale scorretta articolata nelle seguenti condotte:
a) carente, inadeguata e ambigua informativa in ordine alle caratteristiche e alla operatività del servizio accessorio di limitazione della responsabilità (di seguito anche il "Servizio"), con particolare riferimento agli adempimenti richiesti al cliente ai fini della limitazione della responsabilità in caso di danni al veicolo;
b) carente e inadeguata informativa in ordine ai criteri di individuazione, valutazione e quantificazione dei danni in fase di riconsegna, tale da non consentire al consumatore di conoscere

[1] In data 3 febbraio 2025 si è conclusa la fusione per incorporazione della società LeasePlan Italia in ALD Automotive Italia S.r.l.. La società opera con il marchio commerciale Ayvens.
[2] Doc. n. 50, All. 10) del fascicolo istruttorio.

e valutare la tipologia di danni rientranti nel «normale stato d'usura» (e, come tali, non soggetti ad addebiti al momento della riconsegna);
c) addebito di danni al veicolo, in quanto non denunciati, anche quando questi non sono conoscibili dal consumatore medio poiché non visibili ad occhio nudo e/o non conseguenti ad un evento sinistroso.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

III.1. L'iter del procedimento

4. In data 14 aprile 2025 è stato comunicato al Professionista l'avvio del procedimento istruttorio n. PS/12954[3] per possibile violazione degli articoli 20, 21, 22, 24 e 25 del Codice del consumo.
5. Al fine di acquisire elementi utili alla valutazione delle fattispecie oggetto di esame, l'Autorità ha contestualmente disposto un accertamento ispettivo presso la sede di ALD Automotive Italia S.r.l. e presso un'agenzia di ALD di Roma, svolto il 14 aprile 2025.
6. In data 19 maggio 2025[4] la Società ha fornito le informazioni richieste nella Comunicazione di avvio del procedimento.
7. In data 30 giugno 2025 la Società ha depositato il formulario di impegni ai sensi dell'art. 27, comma 7 del Codice del consumo[5] ed è stata ascoltata in audizione il successivo 29 luglio 2025.
8. In data 6 agosto 2025 è stato comunicato alla Società il rigetto degli impegni proposti, deliberato dall'Autorità il 5 agosto 2025[6] in ragione della sussistenza di un interesse all'accertamento.
9. La società ha avuto accesso agli atti del fascicolo in data 14 maggio, 28 luglio e 27 agosto 2025.
10. In data 7 agosto 2025[7], è stata comunicata alla Parte la conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 17, comma 1, del Regolamento attraverso l'invio della comunicazione di contestazione degli addebiti ed è stato assegnato un termine di ***30*** giorni per eventuali controdeduzioni scritte in replica, da presentare al Collegio.
11. In data 8 agosto 2025[8] è pervenuta un'istanza di proroga di tale termine, che è stata parzialmente accolta, compatibilmente con il termine finale del procedimento e gli adempimenti procedimentali residui.
12. In data 11 settembre 2025[9], ALD ha depositato le proprie controdeduzioni in replica alla Comunicazione di contestazione degli addebiti.

---

[3] Doc. n. 29 del fascicolo istruttorio (comunicazione di avvio del procedimento, doc. prot. 0025945 del 08/04/2025).
[4] Doc. 50 (prot. 0038612 del 19/05/2025).
[5] Doc. 53 (presentazione impegni, prot. 0052766 del 30/06/2025).
[6] Doc. 61 (comunicazione della decisione di rigetto degli impegni, prot. 0065772 del 06/08/2025).
[7] Doc. 62 (comunicazione della contestazione degli addebiti, prot. 0065989 del 06/08/2025).
[8] Doc. 63 (istanza di proroga del termine di presentazione delle controdeduzioni, prot. 0066701 del 08/08/2025).
[9] Memoria difensiva finale di ALD, prot. 0074583 del 11/09/2025.

III.2. Le evidenze acquisite

Condotta sub a) - carente, inadeguata e ambigua informativa in ordine alle caratteristiche e alla operatività del servizio accessorio di limitazione della responsabilità (di seguito anche il "Servizio"), con particolare riferimento agli adempimenti richiesti al cliente ai fini della limitazione della responsabilità in caso di danni al veicolo

13. Il servizio in oggetto, offerto ai clienti della Società in fase di trattativa individuale, consiste in una limitazione di responsabilità a favore del privato in caso di danni al veicolo non causati da dolo o colpa grave: in forza di tale limitazione, a fronte del pagamento di un corrispettivo mensile, resta a carico del cliente solo una quota del costo della riparazione (definita *franchigia*[10]) mentre l'eccedenza è sopportata da ALD.

14. Dalle richieste di intervento pervenute all'Autorità è emerso che, con la sottoscrizione del servizio di limitazione della responsabilità per danni al veicolo (*infra* anche Servizio), i consumatori ritenevano di essere sollevati dal rischio di addebiti per danni accidentali al veicolo (o dovuti ad atti vandalici, incendio o furto), nei limiti della franchigia pattuita e salvo il caso di dolo o colpa grave, senza necessità di ulteriori adempimenti da parte loro. Diversamente, l'operatività del Servizio è subordinata alla denuncia di ciascun singolo danno occorso al veicolo e, in caso di omessa denuncia entro tre giorni dall'evento (o prima della riconsegna della vettura) la limitazione non opera e l'intero costo della riparazione – quantificato da ALD *[omissis]*[*]– è posto a carico del cliente.

15. Più in particolare, dalle segnalazioni è emersa la convinzione dei consumatori di aver sottoscritto una vera e propria polizza assicurativa (c.d. Kasko) a manleva dalle conseguenze patrimoniali negative dovute a danni accidentali al veicolo. Dagli elementi acquisiti risulta che tale convinzione è suffragata dalla condotta degli stessi agenti di vendita di ALD, come dimostra uno screenshot presente agli atti ed allegato ad una richiesta di intervento[11] in cui un agente conferma al cliente che il contratto di autonoleggio include una polizza assicurativa «Kasko».

16. Peraltro, la simulazione di contratto svolta in sede ispettiva mediante accesso al gestionale *[omissis],* utilizzato dagli agenti di vendita per la predisposizione dei preventivi presentati ai potenziali clienti, mostra la medesima commistione terminologica tra il Servizio e prodotti assicurativi veri e propri: nella configurazione del programma, ad uso solo interno, il Servizio è inserito nella sezione "Assicurazioni" e la quota di responsabilità a carico del consumatore è definita "Franchigia"; inoltre, il costo del Servizio non è isolato ma indicato cumulativamente a quello delle polizze assicurative, sotto la voce "Rata servizi".

17. In sede ispettiva sono stati altresì acquisiti documenti, destinati alla formazione del personale, nonché corrispondenza interna all'impresa[12], dai quali emerge la consapevolezza dell'ambiguità nella prospettazione del Servizio e della necessità di chiarire proprio il processo di riconsegna del

---

[10] Il servizio acquistabile può prevedere una franchigia variabile *[omissis]*.

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

[11] Doc n. 27, all. 3 del fascicolo istruttorio.

[12] Cfr. doc. nn. 33.25 e 33.26 del fascicolo istruttorio.

veicolo e di denuncia dei danni con riferimento alla operatività del servizio di limitazione della responsabilità[13].

18. Sotto il profilo documentale, il servizio di limitazione della responsabilità è citato nelle informazioni precontrattuali fornite al consumatore, disciplinato in più disposizioni delle Condizioni Generali di locazione (di seguito, "MLA" – *Master Lease Agreement*) e, se acquistato, è indicato nella c.d. Lettera d'Offerta che riassume tutte le caratteristiche del contratto di noleggio del singolo cliente all'esito della trattativa.

19. Quanto al documento recante l'Informativa precontrattuale sul servizio, essa si limita a indicare la possibilità di acquisto del Servizio e che, in caso di danno, furto o incendio, sarà ALD a sopportare direttamente le conseguenze di tali eventi, fatte salve le eventuali limitazioni di responsabilità a carico del Cliente convenute nella Lettera d'Offerta, ma senza fare menzione delle condizioni a cui è subordinata l'operatività del Servizio (*i.e.* onere di tempestiva segnalazione del danno e relative modalità di denuncia).

20. Nelle Condizioni generali di locazione ("MLA") la disciplina del Servizio è frammentata in almeno due disposizioni: l'art. 11 "*Garanzie assicurative e servizi accessori*" – che a sua volta rinvia alla Lettera d'Offerta – e l'articolo 14, rubricato "*Riconsegna del veicolo*".

21. L'art. 11 delle MLA disciplina tanto il Servizio in discorso, quanto le polizze assicurative e altri servizi accessori. La sotto-sezione "*Servizi accessori: Furto, Incendio, Danni al veicolo*" dà conto del fatto che i veicoli locati non sono garantiti da polizza assicurativa contro il rischio di tali eventi e rende noto che i relativi costi, per la parte eccedente le eventuali limitazioni di responsabilità, sono sopportati direttamente da ALD. Segue, poi, una articolata puntualizzazione delle azioni richieste al Cliente in caso di furto, di incendio e di danni al veicolo. In tale ultima eventualità, è previsto che il Cliente segnali l'evento entro 3 giorni dal suo verificarsi e che paghi ad ALD "una quota dei costi di riparazione sostenuti da ALD come specificamente indicato nella Lettera d'Offerta". Pertanto, l'articolo 11 delle MLA prevede l'onere di denuncia del danno ma non ricollega espressamente e chiaramente alcuna conseguenza afflittiva per il cliente all'inadempimento di tale onere, se non il pagamento della franchigia pattuita.

22. L'art. 14 delle MLA, ultimo capoverso (*lett. f*), che tratta dello specifico momento della riconsegna del veicolo locato, dopo aver introdotto il concetto di "normale stato di usura", prevede che eventuali danni presenti al momento della riconsegna e eccedenti la normale usura del veicolo non sono coperti dalla limitazione di responsabilità se non previamente denunciati.

23. Quanto, infine, alla Lettera d'Offerta, a cui le Condizioni generali di locazione rinviano, essa rappresenta il documento di riferimento per il cliente, poiché riporta analiticamente tutte le caratteristiche del noleggio pattuito a seguito delle trattative intercorse con gli agenti di ALD. Nel corpo della Lettera, il servizio di limitazione di responsabilità è associato, anche graficamente, alle "*Garanzie assicurative incluse nel servizio di noleggio*" ed è descritto in modo estremamente sintetico limitandosi ad indicare la voce "*costi a carico del cliente*", senza rimandi a condizioni e modalità di operatività.

[13] Cfr. doc. n. 33.32 del fascicolo istruttorio.

24. Il servizio di limitazione della responsabilità è sottoscritto dalla quasi totalità dei clienti ALD e ha comportato alla Società, nel triennio 2022-2024, ricavi pari a *[10-15 milioni di euro]* con un'incidenza sul canone di noleggio compresa tra il *[4-8%]* e il *[10-15%]*[14].

Condotta sub b) – carente e inadeguata informativa in ordine ai criteri di individuazione, valutazione e quantificazione dei danni in fase di riconsegna, tale da non consentire al consumatore di conoscere e valutare la tipologia di danni rientranti nel «normale stato d'usura» (e, come tali, non soggetti ad addebiti al momento della riconsegna)

25. Il documento informativo di riferimento per avere contezza dei criteri di individuazione, qualificazione e quantificazione degli eventuali danni al momento della riconsegna del veicolo, è la "Guida Stato d'Uso" (di seguito anche la Guida), che indica i danni al veicolo considerati rilevanti ai fini della perizia tecnica svolta al momento della riconsegna e fornisce i criteri per la valutazione dei danni considerati eccedenti il "*normale stato di usura*".

26. Dalle segnalazioni ricevute, è emerso che il cliente non è puntualmente informato dell'esistenza di tale documento. Si è appurato che la Guida non è allegata alle Condizioni generali di locazione né alla Lettera d'Offerta consegnata al cliente, né ad altra documentazione consegnata al consumatore in fase precontrattuale, e non è soggetta a specifica accettazione. Il Professionista ha dichiarato che tale documento viene periodicamente aggiornato[15].

Condotta c) – addebito di danni al veicolo, in quanto non denunciati, anche quando questi non sono conoscibili dal consumatore medio in quanto non visibili ad occhio nudo e/o non conseguenti ad un evento sinistroso

27. In sede di comunicazione di avvio si è contestato ad ALD l'addebito, al momento della riconsegna, di spese per danni al veicolo non denunciati dal cliente, anche quando questi non sono individuabili dal consumatore medio, in quanto non visibili ad occhio nudo e/o non conseguenti ad un evento sinistroso.

28. Tale addebito è stato oggetto della segnalazione di un consumatore che, nonostante avesse acquistato il Servizio con franchigia pari a zero (dunque, con costo di riparazione totalmente a carico di ALD) si è visto addebitare l'intero importo della riparazione del danno, fra l'altro, per una ammaccatura lieve alla carrozzeria del veicolo non rilevata ad occhio nudo (e, dunque, non denunciata) ma riscontrata dal perito tecnico solo mediante ricorso ad una strumentazione specifica (c.d. deflettore)[16]. Dall'istruttoria è emerso inoltre, che, solo nell'ultimo anno e mezzo, l'impatto complessivo degli addebiti per danni non denunciati (per la quota eccedente la franchigia comunque

14 Cfr. doc. 50 del fascicolo istruttorio.

15 Cfr. doc. 50, allegati 9A-9E del fascicolo istruttorio.

16 Doc. 10 del fascicolo istruttorio recante la segnalazione prot. 0035286 del 29/03/2024: al consumatore è stato addebitato "un lieve danno da ammaccatura alla carrozzeria [al cofano anteriore]" non manifesto ma individuato in fase di perizia, al momento della riconsegna, con l'utilizzo di specifica strumentazione (il c.d. deflettore). La limitazione di responsabilità acquistata, con franchigia pari a zero e costi di riparazione totalmente a carico di ALD, non ha operato per la mancata denuncia del danno.

dovuta) è stato di circa *[1–1,5]* milioni di euro[17] ed avrebbe riguardato indicativamente *[5.000-10.000]* clienti di ALD[18].

IV. LE ARGOMENTAZIONI DIFENSIVE DEL PROFESSIONISTA

29. In via generale, ALD sostiene la legittimità del Servizio accessorio venduto, sostenendo che la previsione dell'obbligo di previa denuncia del danno costituisce una prassi nel settore dell'autonoleggio, che risponde a ragioni di natura sia assicurativa che antifrode e consentirebbe al Professionista di stimare i tempi e i costi del veicolo nonché di conoscerne in anticipo il valore alla fine del contratto di noleggio.

30. Il Professionista sottolinea, inoltre, che detto Servizio – che limita l'esposizione del cliente per tutti i danni denunciati entro il termine contrattualmente previsto, anche se non derivanti da sinistro stradale vero e proprio – contribuirebbe ad assicurare la manutenzione ordinaria e straordinaria ai veicoli noleggiati allocando al contempo il rischio di perimento del bene principalmente sulla società di noleggio a beneficio del cliente.

31. Nel merito, ALD giudica l'informazione complessivamente resa al cliente sufficiente a comprendere con esattezza le condizioni di operatività del Servizio, l'onere di preventiva denuncia di ogni danno e le conseguenze dell'eventuale inottemperanza. A riprova di ciò, i reclami registrati nel proprio gestionale nel periodo 2022-2024 (31 gennaio 2025) sarebbero un numero esiguo di 130 reclami, astrattamente riconducibili ad una mancata applicazione del servizio accessorio di limitazione della responsabilità, di cui solo 5 aventi come oggetto specifico la contestazione dell'onere di preventiva denuncia. Inoltre, raggiunto un accordo sulle caratteristiche del noleggio, l'addetto alle vendite ALD invierebbe al consumatore la documentazione contrattuale da sottoscrivere, ivi incluse le condizioni generali di noleggio ("MLA"), l'informativa precontrattuale e la Lettera d'Offerta, dando al cliente la possibilità di conoscere ogni aspetto del costituendo rapporto contrattuale prima della sua sottoscrizione.

32. Con specifico riferimento al Servizio accessorio di limitazione della responsabilità, il Professionista riferisce che l'incidenza rispetto al canone complessivo di noleggio sarebbe di ridotta entità, attestandosi in un *range* tra il *[4-8%]* e il *[10-15%]*.

33. Da ultimo, ALD evidenzia che lo stato del veicolo al momento della riconsegna – e, dunque, l'individuazione degli eventuali danni – è valutato da personale tecnico specializzato, che opera in maniera indipendente ed in contraddittorio con il cliente[19]. Ciononostante, è prevista la possibilità da parte del cliente di formulare osservazioni avverso la Lettera di addebito tramite segnalazione al servizio clienti a cui può far seguito una revisione dell'importo addebitato.

---

[17] Cfr. doc. 50 del fascicolo istruttorio. ALD ha peraltro specificato che tale dato è stato calcolato ipotizzando il coinvolgimento di ciascun consumatore in un solo sinistro non denunciato e, dunque, l'applicazione di una sola quota di responsabilità.

[18] Doc. 60 del fascicolo istruttorio (verbale dell'audizione del 29 luglio 2025).

[19] L'esito della perizia è riportato in una apposita Lettera di addebito, corredata di prova fotografica del danno individuato, caricata nell'area personale del cliente.

V. CONTRODEDUZIONI DELLA PARTE ALLA COMUNICAZIONE DI CONTESTAZIONE DEGLI ADDEBITI

34. In sede di controdeduzioni, il Professionista ha ribadito la correttezza del proprio operato ed affermato che non sarebbe provata l'ingannevolezza della condotta *sub a),* l'idoneità della condotta *sub b)* a influenzare la decisione commerciale del consumatore e l'esistenza della condotta aggressiva *sub c*). A tali fini, il Professionista reitera più volte il rilievo per cui l'istruttoria dell'Autorità avrebbe preso le mosse da un numero esiguo di segnalazioni.

35. In via preliminare, ALD sostiene che sia necessario adottare uno standard più elevato di "consumatore medio" in quanto, nell'accezione di cui all'art. 20, comma 2, del Codice del consumo, il membro medio del gruppo di consumatori che si rivolge ad ALD dispone ragionevolmente di conoscenze più specifiche in relazione al settore dell'autonoleggio rispetto ad un consumatore medio genericamente inteso, atteso che si tratterebbe di soggetti che hanno già vagliato il mercato automobilistico, decidendo di aderire al modello contrattuale del noleggio a lungo termine proposto dal Professionista. Si dovrebbe far riferimento, in altri termini, ad un consumatore medio più consapevole e preparato oltre che "particolarmente vigile", per ciò che specificamente attiene alla cura del veicolo. Pertanto, condotte contestate sarebbero inidonee ad ingannare o alterare la decisione commerciale di un consumatore di tal fatta.

36. Nel merito, quanto alla condotta *sub a*), ALD disconosce l'addebito di ingannevolezza e, comunque, ritiene la pratica contestata inidonea ad alterare il comportamento economico del consumatore.

37. In primo luogo, il Professionista disconosce la prassi degli agenti di definire il Servizio come "Kasko", ritenendo che tale uso non possa essere inferito dagli accertamenti istruttori svolti presso un solo agente o dalle evidenze prodotte da un singolo segnalante; in secondo luogo, la qualificazione giuridica del Servizio non rappresenterebbe comunque un elemento dirimente per la decisione commerciale del cliente.

38. Del pari, nemmeno la mancata indicazione delle condizioni di operatività del Servizio nella Lettera d'Offerta sarebbe qualificabile, nella tesi del Professionista, come elemento essenziale ai fini della decisione commerciale del consumatore.

39. ALD, facendo riferimento alle disposizioni contrattuali attualmente in vigore (nuovo MLA da febbraio 2025) ne sostiene l'esaustività informativa: in particolare, mentre l'art. 11 MLA ("*Servizi accessori*") chiarirebbe fin da subito che i veicoli locati non sono coperti da polizza assicurativa, il successivo art. 14 MLA ("*Riconsegna del veicolo*") espliciterebbe con sufficiente chiarezza non solo le condizioni di operatività del Servizio ma anche il concetto di "normale stato di usura" ai fini della applicazione della limitazione di responsabilità.

40. Inoltre, il cliente verrebbe comunque a conoscenza dell'onere di denuncia del danno in tempo utile a usufruire della limitazione di responsabilità e non essere esposto ad addebiti inattesi, in quanto il Professionista invierebbe due comunicazioni di *reminder* della scadenza del contratto per invitare il cliente a programmare la riconsegna e verificare di aver provveduto alla denuncia di tutti i danni presenti sul veicolo. ALD ha altresì precisato di aver *medio tempore* incrementato le comunicazioni inviate al cliente in prossimità della fine del periodo di noleggio, con una riformulazione finalizzata a enfatizzare il profilo relativo all'onere di previa denuncia di eventuali danni.

41. Da ultimo, ALD sostiene che la condotta *sub a)* non sarebbe comunque idonea ad alterare il comportamento economico dei consumatori per due ordini di ragioni: in primo luogo, per l'assenza di alternative nel mercato poiché anche i concorrenti offrirebbero polizze assicurative o servizi di limitazione di responsabilità analoghi a quello previsto da ALD, incluso l'onere di denuncia preventiva del danno; in secondo luogo, perché, sostiene il Professionista, il potenziale cliente non vincolerebbe la sottoscrizione del Servizio all'esistenza di una o più condizioni di operatività.

42. Quanto alla condotta *sub b*), ALD sostiene che la conoscenza della Guida Stato d'Uso non sarebbe idonea ad incidere sulla decisione commerciale del cliente, atteso che si tratterebbe di un documento di mero ausilio nella valutazione di danni eccedenti la normale usura – soprattutto di quelli di lieve entità – il cui costo di riparazione è a carico del consumatore. Poiché, argomenta ALD, al cliente è richiesto di segnalare ogni danno occorso, la mancata conoscenza del documento e del suo contenuto non sarebbe tale da incidere sulla valutazione del consumatore rispetto alla convenienza del Servizio.

43. Inoltre, secondo la tesi di ALD, la Guida Stato d'uso rileverebbe solo nella fase finale del rapporto. Poiché le comunicazioni relative alla programmazione della riconsegna in officina, inviate al cliente in prossimità del termine contrattuale, contengono un *link* ipertestuale che rimanda al documento, sarebbe assicurata la conoscenza della Guida da parte del cliente e sanato ogni profilo di ingannevolezza. Peraltro, il Professionista invoca l'art. 14 MLA (nella versione in vigore da febbraio 2025) che richiama la Guida sin dalla fase precontrattuale, consentendo al consumatore di conoscere dell'esistenza e del contenuto del documento.

44. Quanto, infine, alla condotta *sub c*), ALD ritiene la contestazione non sufficientemente provata in quanto fondata su una sola segnalazione e relativa ad un danno che, sostiene il Professionista, seppur rilevato in sede di perizia mediante l'uso di apposita strumentazione tecnica sarebbe stato pur sempre "visibile". Ciò in quanto, nella tesi difensiva di ALD, non sussiste in radice la possibilità di addebitare danni "non visibili" o "non individuabili con l'ordinaria diligenza", in quanto questi non rientrano tra le categorie di danno indicate nella Guida Stato d'Uso come "eccedenti la normale usura" e, quindi, a carico del cliente.

45. Infine, per ciò che attiene alla quantificazione della eventuale sanzione, il Professionista ritiene che la durata della pratica ascritta sia stata in realtà molto limitata, dovendosi fare decorrere il termine iniziale al 29 marzo 2024 (data della prima segnalazione) mentre la condotta dovrebbe ritenersi cessata quantomeno da luglio 2025, alla luce della nuova documentazione precontrattuale e contrattuale adottata.

46. Al riguardo, ALD ha reso noto di aver adottato una nuova versione del MLA nel mese di febbraio 2025, migliorandone i contenuti e i profili informativi; inoltre, dal mese di luglio 2025, è stata adottata una nuova versione della Guida Stato d'Uso, che viene ora trasmessa ai nuovi clienti prima della sottoscrizione del contratto e nella quale sono stati inseriti appositi box che chiariscono la necessità di denuncia del danno per poter usufruire del Servizio acquistato. Sempre nel mese di luglio 2025 è stata introdotta una nuova e ulteriore "Guida alla limitazione della responsabilità per danni" trasmessa ai nuovi clienti in fase precontrattuale.

VI. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

VI.1. Considerazioni preliminari

47. In base al Codice del consumo, a tutela della libertà di scelta del consumatore, quest'ultimo deve disporre contestualmente, fin dal primo contatto, delle informazioni utili ad assumere liberamente una decisione di natura commerciale, in particolare quando – come nel settore del noleggio a lungo termine – tale decisione riguarda la conclusione di un contratto di durata prolungata per l'uso di un bene (veicolo) soggetto ad usura ed esposto, in particolare, al rischio di danni anche lievi e indipendenti dalla condotta dell'utilizzatore, anche non agevolmente individuabili pur adottando l'ordinaria diligenza.

48. Assume, dunque, precipuo rilievo la necessità di assicurare la correttezza delle relazioni di consumo sin dal momento dell'aggancio dell'utente, attraverso una chiara e completa rappresentazione delle caratteristiche dei servizi offerti e delle relative condizioni, per consentire al consumatore di effettuare una scelta commerciale consapevole nonché, in corso di contratto, di poter beneficiare dei servizi acquistati.

49. In ordine all'argomento del Professionista circa il numero esiguo di segnalazioni ricevute, si rileva che la denuncia è un elemento sintomatico della sussistenza dei fatti segnalati e della percezione da parte dei consumatori della scorrettezza di una condotta commerciale. Deve ricordarsi, tuttavia, il consolidato orientamento secondo cui le pratiche commerciali scorrette sostanziano illeciti di pericolo, con la conseguenza che "*ai fini della configurabilità della fattispecie, è sufficiente l'astratta ripetibilità della condotta e la sua potenzialità lesiva in astratto, valutata ex ante e indipendentemente dagli effetti dannosi concretamente prodotti*"[20], risultando "*del tutto irrilevante sia l'eventuale esiguità delle segnalazioni sia la natura occasionale o episodica della condotta*" rilevando – invece – "*la mera potenzialità lesiva del comportamento posto in essere dal professionista*"[21].

50. Nel caso di specie, le segnalazioni in atti risultano, peraltro, ben articolate e circostanziate a riprova della potenzialità lesiva della pratica che è tale da incidere sulla posizione di tutti i clienti del Professionista, atteso che il Servizio di limitazione della responsabilità è acquistato nella totalità dei casi e che, d'altra parte, ogni cliente è esposto al rischio di addebito di danni se questi non appaiono riconoscibili al consumatore medio secondo un ordinario canone di diligenza e avvedutezza.

51. Analogamente priva di pregio appare l'obiezione di Parte in relazione all'applicazione di uno standard erroneo di consumatore medio. Come noto, con la nozione di "consumatore medio" ex art. 20, comma 2, del Codice del consumo si fa riferimento ad un soggetto normalmente informato e ragionevolmente attento ed avveduto, tenendo conto di fattori sociali, culturali e linguistici[22], nei confronti del quale il Professionista ha il preciso onere di diligenza, consistente nel veicolare un'informazione completa, corretta ed esaustiva[23]. L'esistenza di una prassi di settore alla quale

---

[20] Cfr. Tar Lazio, sez. I, 3 luglio 2023, n. 11055.

[21] Consiglio di Stato, sez. VI, 8 febbraio 2021, n. 1152.

[22] Corte di giustizia, 12 giugno 2019, causa C628/17, punto 20 richiamata da consolidata giurisprudenza amministrativa nazionale (*ex multis,* Cons. Stato, sez. VI, 7 ottobre 2022, n. 8614;

[23] *Ex multis,* Tar Lazio, sez. I, 17 febbraio 2021, n. 1996.

ALD si conformerebbe non solleva il Professionista dall'onere di fornire informazioni esaustive circa le caratteristiche e le limitazioni dei servizi offerti né, come suggerisce ALD, dimostra che il "consumatore medio" disponga della competenza tecnica per comprendere tutti gli elementi dei servizi offerti e le loro ricadute pratiche.

52. Ciò vale ancor più alla luce della recente giurisprudenza unionale che, dopo aver ribadito che la nozione di consumatore medio *«prescinde dalle conoscenze concrete che l'interessato può avere o dalle informazioni di cui egli realmente dispone»*[24] ha chiarito che non solo spetta al Professionista fornire ai consumatori le informazioni rilevanti di cui questi ultimi hanno bisogno per prendere la propria decisione, nella fattispecie concreta, ma anche che la caratteristica del consumatore medio di essere "normalmente informato" *«deve essere intesa come riferita alle informazioni che si possono ragionevolmente presumere note ad ogni consumatore […] e non alle informazioni proprie dell'operazione di cui trattasi»*. Se può presumersi che il consumatore medio nel settore dell'autonoleggio abbia percezione della rilevanza, nell'economia del contratto, della gestione dei sinistri in cui dovesse incorrere, certo non può ritenersi che gli sia noto il funzionamento di un servizio accessorio, eventuale e personalizzato da ogni operatore economico che lo preveda.

53. Nel merito della fattispecie contestata, la pratica commerciale scorretta individuata al punto ***II*** del presente provvedimento e articolata nelle condotte descritte alle lettere *a*), *b)* e *c)* dello stesso integra una violazione degli artt. 20, 21, 22, 24 e 25 del Codice del consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale ed idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico dei consumatori. Le evidenze in atti documentano l'ambiguità e l'incompletezza delle informazioni fornite da ALD sia in fase precontrattuale e contrattuale, sia profili di scorrettezza relativi al momento della riconsegna del veicolo, a causa di addebiti per danni al veicolo non denunciati perché non visibili ad occhio nudo o non individuabili dal consumatore medio.

54. In fase precontrattuale e contrattuale, il consumatore è investito da una informazione ingannevole, carente, ambigua e frammentata in merito alla natura, alle caratteristiche principali, ai termini e alla operatività del servizio di limitazione della responsabilità.

55. Al riguardo, si premette che oggetto di contestazione non è la legittimità dell'offerta del Servizio in esame da parte del Professionista - ribadita da ALD, che ne evidenzia i vantaggi derivanti al cliente dalla sua sottoscrizione; oggetto di esame, invero, sono le modalità con cui lo stesso è presentato ai consumatori nel caso di specie.

56. Al riguardo, la confusorietà delle informazioni sulla natura e le condizioni di operatività del Servizio si concretizza già nella fase della trattativa precontrattuale, rimessa agli agenti autorizzati da ALD[25]: il sito internet del Professionista consente solo di visionare i veicoli disponibili e di compilare un modulo di ricontatto, senza possibilità di consultare le condizioni generali o altra documentazione esplicativa delle condizioni di noleggio, rendendo il contatto con l'agente un passaggio necessario della negoziazione commerciale, primo veicolo delle informazioni acquisite dal consumatore.

---

[24] CGUE, 14 novembre 2024, causa C-646/2022, punto 44 e ss.

[25] Sul punto, ALD ha precisato che una quota delle negoziazioni con i consumatori (circa il *[10-50%]*) è gestita direttamente da dipendenti della Società. Cionondimeno, confermato che la assoluta maggioranza delle trattative è rimessa ad agenti autorizzati ALD, il rilievo non appare incisivo posto che non sono emersi – e nulla afferma il Professionista sul punto – elementi che inducano a ritenere che la condotta sia diversificata a seconda dell'appartenenza o meno all'organico della società.

57. Dalle evidenze acquisite[26], la percezione dei consumatori di aver acquistato una polizza assicurativa a manleva dalle conseguenze patrimoniali negative dovute a danni accidentali al veicolo è suffragata dalla condotta degli incaricati alla vendita, che descrivono il servizio nei termini, impropri, di una assicurazione "Kasko". Depone in tal senso, oltre al contenuto delle segnalazioni in atti, lo *screenshot* acquisito agli atti e richiamato *supra*[27]; inoltre, la stessa commistione terminologica tra prodotti assicurativi e Servizio accessorio di limitazione della responsabilità si rinviene nel gestionale aziendale usato dagli agenti per la predisposizione dei preventivi – oltre che nelle MLA e nella restante documentazione informativa in loro possesso – con ciò facilitando l'errore dello stesso agente.

58. L'informativa precontrattuale è del tutto carente sulle condizioni di operatività del Servizio, limitandosi a promuoverne l'acquisto, enfatizzando che è ALD a sopportare direttamente i costi derivanti da eventuali sinistri, fatte salve le sole franchigie convenute nella Lettera d'Offerta. Per contro, non è fatta alcuna menzione dell'onere di tempestiva segnalazione del danno e relative modalità di denuncia, avvalorando la convinzione del cliente che il contrappeso a suo carico si limiti all'eventuale franchigia.

59. Anche la Lettera d'Offerta fornisce una prospettazione non esaustiva né puntuale delle condizioni di operatività del Servizio, riportando solo l'importo della franchigia pattuita – peraltro in una sezione anche graficamente contigua ai servizi assicurativi – ma non informa in alcun modo il consumatore dell'addebito a suo carico di danni non previamente e tempestivamente denunciati.

60. Diversamente da quanto sostenuto da ALD, l'indicazione nella Lettera di Offerta dell'onere di preventiva denuncia del danno assume rilievo chiave per la scelta commerciale del consumatore poiché tale documento rappresenta il principale riferimento informativo fornito al consumatore prima della sottoscrizione del contratto e in costanza di rapporto contrattuale, posto che riporta tutte le caratteristiche del contratto di noleggio a lungo termine come personalizzato all'esito della trattativa negoziale ed al quale tutti gli altri documenti contrattuali e precontrattuali fanno rinvio (MLA e Informativa precontrattuale).

61. Infine, neanche il MLA fornisce un quadro informativo unico e di agevole comprensione sulle caratteristiche del Servizio accessorio in questione, richiedendo al consumatore uno sforzo di coordinamento tra almeno due distinte disposizioni, ciascuna dedicata ad un oggetto diverso: le informazioni sulla limitazione di responsabilità hanno un posizionamento ambiguo, attiguo ai prodotti assicurativi ed analogo a quello adottato anche nella Lettera di Offerta, poiché poste all'interno dell'articolo 11 delle MLA rubricato "*Garanzia assicurative e servizi accessori*" e dopo la parte dedicata alle coperture assicurative di legge (RCA, PAI, Tutela legale), avvalorando nei consumatori il convincimento di aver sottoscritto una polizza assicurativa a tutela *sic et sempliciter* di qualsivoglia danno.

62. La lettura del solo articolo 11 MLA, che regola il Servizio, è fuorviante per il consumatore in quanto, come conferma lo stesso Professionista, esso si limita a sancire l'obbligo per il cliente di comunicare alla Società eventuali sinistri con controparte entro tre giorni dalla verificazione degli stessi, in analogia all'art. 1913 cod. civ., al fine di consentire al Professionista medesimo di gestire

---

[26] Cfr. *supra* par. 15, 16, 17 e ss. nonché doc. nn. 33.25 e 33.26 del fascicolo istruttorio.

[27] *Ibidem*.

i sinistri in cui operi un'assicurazione, la RCA e, in tema di limitazione della responsabilità, a ricordare al cliente l'onere di pagare la quota dei costi di riparazione.

63. Invero, solo il successivo articolo 14 MLA, ultimo capoverso, lettera *f)* – rubricato "riconsegna del veicolo locato" – chiarisce che la mancata denuncia di ogni danno prima della riconsegna dello stesso implica la disapplicazione della limitazione di responsabilità e, dunque, l'addebito del costo di riparazione del danno interamente a carico del cliente.

64. Al riguardo, si osserva che l'onere di denuncia di qualsivoglia danno, rende particolarmente gravoso l'onere posto a carico del consumatore per poter fruire del servizio acquistato, comprimendo fortemente l'operatività della limitazione di responsabilità, la cui *ratio* dovrebbe essere quella di sollevare preventivamente il cliente dal rischio di addebiti per danni, e quindi il motivo esatto della sottoscrizione di tale servizio oneroso.

65. Inoltre, le condizioni di operatività di cui si discute costituiscono elementi essenziali del Servizio, che devono essere forniti al consumatore in modo chiaro, esaustivo e facilmente intellegibile al fine di valutare preventivamente la convenienza dell'acquisto del Servizio in relazione al suo prezzo.

66. Per tale ragione, non coglie nel segno l'obiezione del Professionista secondo cui le carenze informative anzidette non sarebbero comunque idonee a falsare in modo apprezzabile il comportamento del consumatore. Appare evidente che laddove il consumatore ritenesse eccessivamente onerose o incerte le condizioni per poter usufruire della limitazione di responsabilità, ben potrebbe determinarsi per una diversa scelta commerciale (ad esempio, in merito alla franchigia scelta).

67. Tali considerazioni non sono superate dai rilievi svolti dal Professionista nelle proprie difese, laddove richiama il dato testuale degli articoli 11 e 14 MLA per rappresentarne la chiarezza ed esaustività atteso che si tratta della nuova versione delle Condizioni generali di noleggio (approvata a febbraio 2025) e, dunque, inconferente *ratione temporis*. Infatti, i rilievi mossi riguardano le previgenti versioni del MLA, acquisite agli atti del fascicolo in varie date (dal 2019 al 2023), in parte allegate alle richieste di intervento dei consumatori ed in parte trasmesse dal Professionista in risposta alle richieste di informazioni dell'Autorità, tutte sostanzialmente invariate per quanto attiene alle disposizioni che qui rilevano.

68. Del pari essenziale appare, per una corretta formazione della volontà contrattuale del consumatore, la conoscenza dei criteri di valutazione e individuazione dei danni in fase di perizia tecnica e la tipologia di danni rientranti nella c.d. normale usura (e, dunque, sottratti all'onere di denuncia e non addebitati). Tali informazioni sono contenute nella Guida Stato d'Uso Ayvens che – e ciò rimane incontestato – non è allegata alla documentazione analizzata ed i cui aggiornamenti non sono resi noti al consumatore. ALD ha chiarito che si tratta di un documento distribuito ai soggetti incaricati dello svolgimento delle perizie tecniche sui veicoli, periodicamente aggiornato e pubblicato sul sito del Professionista. Per il consumatore, tuttavia, non è immediatamente intuibile né l'esigenza della ricerca del documento, né la sua stessa esistenza, atteso che la documentazione contrattuale e precontrattuale non vi fanno alcun rinvio.

69. Sul punto non rileva, per la già richiamata ragione temporale, il richiamo letterale operato dal Professionista alla versione attuale del MLA (febbraio 2025), che inserisce nel corpo del testo la definizione di "*normale stato d'usura*" e un rinvio espresso alle linee guida Ayvens sui danni (cioè, la Guida Stato d'uso).

70. Diversamente da quanto sostenuto dal Professionista, la rilevanza della Guida non si limita alla sola fase terminale del contratto (e ai soli danni di lieve entità, che sono spesso i più problematici) ma delimita i danni considerati "normale usura" (comunque non addebitati al cliente) e, per l'effetto, disegna il perimetro dei danni che sarà onere del consumatore denunciare per poter usufruire del Servizio acquistato a monte. Le informazioni contenute nel documento, dunque, sono necessarie al consumatore per individuare l'oggetto della denuncia necessaria per beneficiare della limitazione di responsabilità.

71. Infatti, è solo al momento della riconsegna del veicolo e all'esito della perizia dell'incaricato di ALD che il consumatore apprende quali danni, non denunciati (soprattutto se di lieve entità o non manifesti ad occhio nudo), gli saranno addebitati perché ritenuti non rientranti nel "*normale stato di usura*". Tale circostanza comporta la grave conseguenza di esporre il consumatore all'addebito[28] del costo di riparazione di danni non denunciati, vanificando la sottoscrizione del Servizio.

72. Per tale ragione, non è possibile aderire alla tesi difensiva per la quale la carenza informativa a monte *sub b)* sarebbe sanata dall'invio del documento in forma di link ipertestuale, in prossimità della scadenza, nella comunicazione che ricorda di prenotare tempestivamente la riconsegna. Infatti, tale misura è pregevole se inserita – come ora accade, alla luce del complesso di misure volontariamente adottate dal Professionista – in un più ampio contesto di migliorata informativa sia contrattuale che precontrattuale. Diversamente che in passato, la nuova versione del MLA contiene un espresso richiamo al documento e al suo contenuto, consentendo al consumatore non solo di apprenderne l'esistenza ma anche di coglierne l'utilità.

73. Sotto altro e collegato profilo, secondo il Professionista, nessun danno "eccedente il normale stato di usura" sarebbe invisibile ad occhio nudo e di conseguenza addebitato in mancanza di denuncia da parte del cliente. Tuttavia tale tesi contrasta con le evidenze in atti, che provano l'addebito da parte di ALD di importi per il risarcimento di una lieve ammaccatura non comunicata dal cliente in quanto dallo stesso non individuata e riscontrata dal professionista solo con l'impiego di strumentazione tecnica specifica.

74. Rimane dunque immutato il rischio che i clienti scoprano solo al momento della perizia tecnica l'esistenza di danni non individuabili con l'ordinaria diligenza (di lieve entità o non manifesti ad occhio nudo) – e quindi non denunciati prima della riconsegna – con conseguente addebito del relativo costo di riparazione e impossibilità di fruire della limitazione di responsabilità acquistata. Ciò si pone in contrasto con gli articoli 24 e 25 del Codice del consumo in quanto impone al consumatore un onere di diligenza estremamente elevato, potendo risolversi, nei fatti, in un ostacolo alla fruizione del contenuto stesso del Servizio accessorio di limitazione della responsabilità.

75. Da ultimo, con riferimento alla durata dell'infrazione, non è condivisibile la tesi difensiva del Professionista che ne circoscrive il *dies a quo* alla data in cui è pervenuta la prima segnalazione relativa ai profili contestati innanzi all'Autorità. Proprio in ragione dei rilevati profili di ingannevolezza e ambiguità informativa riscontrati, tali da incidere sulla decisione commerciale del consumatore, deve aversi riguardo quantomeno al momento in cui il rapporto contrattuale si è instaurato.

76. In conclusione, alla luce delle considerazioni sinora esposte, la pratica posta in essere dal professionista e articolata nelle tre condotte descritte al paragrafo II del presente provvedimento,

[28] Cfr. doc. 10 del fascicolo istruttorio.

integra una pratica commerciale scorretta in violazione degli articoli 20, 21, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo.

VII. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

77. 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.

78. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'articolo 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'articolo 27, comma 13, del Codice del consumo: in particolare, della gravità della violazione, dell'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare l'infrazione, della personalità dell'agente, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

79. Riguardo le condizioni economiche dell'impresa, nell'esercizio finanziario 2024 ALD ha registrato ricavi pari a oltre *[1-2]* miliardi di euro, con un margine operativo lordo superiore a *[500-900]* milioni di euro[29].

80. I ricavi specifici del Professionista per la vendita del Servizio accessorio sono stati pari, per il triennio 2022-2024 (gennaio 2025), a oltre *[10-15]* milioni di euro. Nel medesimo periodo, a fronte della sottoscrizione di tale Servizio, ALD ha applicato a circa *[5.000-10.000]* clienti addebiti pari a un totale di circa *[1–1,5]* milioni di euro per mancata denuncia del danno, eccedenti le franchigie applicabili ai singoli sottoscrittori del servizio.

81. In relazione alla diffusione e all'ampiezza dell'infrazione, la pratica contestata ha assunto una dimensione geografica nazionale. Inoltre, potenzialmente tutti i clienti del Professionista sono esposti al rischio di addebito per danni non visibili o riconoscibili dal consumatore medio. Infine, lo stesso Professionista ha dichiarato che la quasi totalità dei consumatori che hanno sottoscritto un contratto di autonoleggio con la Società ha acquistato anche il Servizio accessorio di limitazione della responsabilità. Si è, cionondimeno, tenuto conto del limitato numero di segnalazioni pervenute all'Autorità.

Per quanto riguarda la durata della violazione, tenuto conto delle evidenze in atti e di quanto sopra esposto, la pratica è stata posta in essere quantomeno da ottobre 2019 ed è tuttora in corso con riferimento ai profili di cui alla condotta *sub c)* descritti al paragrafo II del presente provvedimento.

82. Infatti, tenuto conto delle misure di natura informativa volontariamente poste in essere dal Professionista, sintetizzate al paragrafo V, capoverso 46 del presente provvedimento e atte a rendere noti ai clienti l'esigenza di una comunicazione tempestiva del danno e i criteri per la sua individuazione al momento della riconsegna,— appaiono invece risolti i profili informativi evidenziati nelle condotte *sub a)* e *sub b)* descritti al paragrafo II del presente provvedimento.

83. Occorre peraltro considerare che per assicurare la funzione di deterrenza della sanzione pecuniaria applicata e la sua efficacia, è necessario che, per le persone giuridiche di grandi

[29] La società ha argomentato che, per la peculiarità dell'attività svolta, il costo di ammortamento del parco automobili non dovrebbe essere inserito nel valore del Margine Operativo lordo. Si rappresenta che, anche così facendo, il Margine Operativo Lordo relativo all'esercizio 2024 è superiore a *[100-500]* milioni di euro e non sono registrate perdite.

dimensioni, come il Professionista, "*la medesima sia definita nella misura massima o, comunque, in misura cospicua*"[30].

84. Premesso quanto sopra, appare opportuno determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria nei confronti del Professionista in 7.000.000 € (settemilioni di euro).

85. Ciononostante, meritano positiva valutazione le azioni poste in essere da ALD al fine di attenuare le conseguenze della violazione contestata e risolvere i profili informativi evidenziati nelle condotte *sub a)* e *sub b)* descritti al paragrafo II del presente provvedimento.

86. Alla luce di quanto esposto si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a ALD Automotive Italia S.r.l. nella misura di 5.000.000 € (cinquemilioni di euro).

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale di cui al punto II del presente provvedimento, risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, 21, 22, 24 e 25 del Codice del consumo;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società ALD Automotive Italia S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20,21,22, 24 e 25 del Codice del consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare alla società ALD Automotive Italia S.r.l. una sanzione amministrativa pecuniaria di 5.000.000 € (cinquemilioni di euro);

c) che il professionista comunichi all'Autorità, entro il termine di sessanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui alla lettera a) con riguardo alla condotta *sub c)* descritta al punto II del presente provvedimento.

La sanzione amministrativa irrogata deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando i codici tributo indicati nell'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto legislativo n. 241/1997.
Il pagamento deve essere effettuato telematicamente con addebito sul proprio conto corrente bancario o postale, attraverso i servizi di *home-banking* e CBI messi a disposizione dalle banche o da Poste Italiane S.p.A., ovvero utilizzando i servizi telematici dell'Agenzia delle Entrate, disponibili sul sito *internet www.agenziaentrate.gov.it*.

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per

[30] Così Consiglio di Stato, sez. VI, sentenza n. 80 del 7 gennaio 2025. In senso conforme, cfr. anche Consiglio di stato, sez. VI, sentenza n. 7249 del 9 settembre 2025.

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, lett. *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. 40 - 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