



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXXV - n. 42

**Pubblicato sul sito www.agcm.it
3 novembre 2025**

SOMMARIO

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE	5
I878 - DJI/NITAL - VENDITA DRONI	
<i>Provvedimento n. 31699</i>	5
OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	18
C12751 - CONAD ADRIATICO/RISTO CASH & CARRY-EUROCISETTE-CISETTE PIÙ SETTE	
<i>Provvedimento n. 31709</i>	18
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	29
IP333 - COMPASS-POLIZZE ABBINATE	
<i>Provvedimento n. 31707</i>	29
PS12934 - VERONA EST MOTORICAMBI - SURCHARGE PAGAMENTI	
<i>Provvedimento n. 31708</i>	31

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

1878 - DJI/NITAL - VENDITA DRONI

Provvedimento n. 31699

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 14 ottobre 2025;

SENTITO il Relatore, Saverio Valentino;

VISTO l'articolo 101 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione europea (di seguito, "TFUE");

VISTO il Regolamento del Consiglio n. 1/2003 del 16 dicembre 2002, concernente l'applicazione delle regole di concorrenza di cui agli articoli 101 e 102 TFUE;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTI il Regolamento (UE) 2022/720 della Commissione del 10 maggio 2022 e gli Orientamenti sulle restrizioni verticali 2022/C 248/01;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. DJ Europe B.V. (di seguito, "DJI Europa") è una società incorporata nei Paesi Bassi appartenente al gruppo cinese DJI (di seguito, il riferimento al gruppo nel suo insieme, "DJI"), *leader* di mercato a livello mondiale nella produzione di velivoli civili senza pilota a bordo - più comunemente, droni civili - con sede principale in Cina (tra le più importanti società cinesi del gruppo, Sz Dji Technology Co., Ltd), presente anche in Germania, negli Stati Uniti, in Giappone, in Corea del Sud e Hong Kong¹.

Sulla base delle informazioni in atti, DJI Europa è licenziataria dei marchi DJI e gestisce i rapporti con i rivenditori in Italia². La società controlla DJI GmbH³ e ha generato un fatturato di circa 2,8 miliardi di euro nel 2024⁴.

2. Nital S.p.A. (C.F. 06047610016, di seguito, "Nital") è una società storicamente attiva in Italia nella distribuzione di materiali / apparecchiature foto-cinematografiche di diversi marchi e, in

¹ Il gruppo fa capo a una *holding*, DJI Company Limited, incorporata nelle Virgin Islands. Fonte: Orbis M&A, cfr. doc.13.

² Cfr. doc. 8.4.

³ Fonte: Orbis M&A, cfr. doc. 13. DJI GmbH è il rappresentante autorizzato nell'Unione europea di DJI. Secondo l'articolo 3.14 del Regolamento 2019/945/CE, un "rappresentante autorizzato" è "*una persona fisica o giuridica stabilita nell'Unione che ha ricevuto da un fabbricante un mandato scritto che la autorizza ad agire per suo conto in relazione a determinati compiti*".

⁴ Fonte: Orbis M&A, cfr. doc. 13.

generale, nell'elettronica di consumo. Nital importa e distribuisce in Italia i droni DJI almeno dal 2021⁵, attraverso canali fisici e *online*, tra cui il sito *web* www.hobbyhobby.it (di seguito, "Hobbyhobby"), e ha investito in particolare nel campo dei droni professionali⁶. Il fatturato di Nital nel 2023 è stato pari a €133.831.1990 ed è stato realizzato pressoché esclusivamente in Italia⁷.

II. LA SEGNALAZIONE

3. In data 19 febbraio 2025, è pervenuta una segnalazione⁸ da parte di un rivenditore indipendente di droni professionali, avente a oggetto un presunto sistema di *resale price maintenance* (di seguito, "RPM") posto in essere da DJI e da Nital in Italia per la rivendita di droni professionali a marchio DJI.

4. In particolare, la condotta segnalata consisterebbe nel monitoraggio da parte di DJI e Nital dei prezzi praticati dai rivenditori, in specie, rispetto a quelli mostrati sul sito *web* Hobbyhobby⁹, che verrebbe utilizzato come "prezziario" di riferimento. I rivenditori che si discostano da questi prezzi, soprattutto se questo scostamento è motivato da acquisti all'estero, sarebbero soggetti a azioni intimidatorie da parte di DJI e Nital, aventi a oggetto l'interruzione delle forniture o la minaccia di tale interruzione.

III. L'ATTIVITÀ PRE-ISTRUTTORIA SVOLTA

III.1. I droni enterprise

5. Il settore interessato dal caso oggetto di esame è quello dei droni civili, che differiscono dai droni militari quanto a domanda, offerta, impiego e contesto normativo di riferimento. I droni militari sono, infatti, utilizzati dalle forze armate nazionali, a differenza dei droni civili che sono utilizzati da persone fisiche, imprese ed enti pubblici. Anche lato offerta, i principali produttori di droni civili - in primo luogo, la stessa DJI - non producono anche droni a scopo militare. A livello normativo, la disciplina dei droni civili, a differenza di quella dei droni militari, è stata nel tempo oggetto di armonizzazione a livello europeo, attraverso, principalmente: (i) il Regolamento 2018/1139/UE in materia di norme comuni sull'aviazione civile, che ha istituito l'Agenzia europea per la sicurezza aerea (di seguito, "EASA"); il Regolamento 2019/947/UE (di seguito, "Regolamento di Implementazione"); il Regolamento 2019/945/CE (di seguito: "Regolamento Droni", a cui il Regolamento di Implementazione si riferisce; insieme al Regolamento di Implementazione, i "Regolamenti"). A livello amministrativo, le autorità di settore competenti per le funzioni demandate loro dai Regolamenti sono l'EASA e, a livello nazionale, in Italia, l'Ente Nazionale per l'Aviazione Civile (di seguito, "ENAC").

⁵ Cfr. bilancio 2021 di Nital, p. 36, doc. 12.8.1.

⁶ Cfr. bilancio 2021 di Nital, p. 36; bilancio 2022 di Nital, p. 34; bilancio 2023 di Nital, p. 37-38, doc. 12.8.

⁷ Non risulta pubblicamente disponibile il bilancio di Nital per il 2024.

⁸ Cfr. doc. 1, 4, 7 e 8.

⁹ Si precisa che Nital gestisce altresì il sito www.dji-store.it.

6. Le principali imprese attive nel settore dei droni civili sembrano qualificarli in due macro-categorie sulla base della destinazione d'uso: (A) droni ricreativi (*consumer*) e (B) droni professionali (*enterprise*), questi ultimi oggetto della presente istruttoria.

Le due macro-categorie appaiono distinguibili tra loro quanto a: (i) caratteristiche tecniche, (ii) destinazione d'uso e (iii) prezzi.

7. Quanto alle caratteristiche tecniche, la categoria dei droni *enterprise* comprende, in generale, apparecchi più complessi e pesanti, nonché significativamente più costosi, appartenenti alle classi dalla C2 alla C6 o aventi requisiti tecnici analoghi, mentre quella dei droni *consumer* comprende di norma droni più leggeri e maneggevoli di classe C0 e C1 e qualche modello appartenente alla classe C2. Le classi corrispondono alla "marcatura di classe" stabilita dal Regolamento Droni per catalogare i droni sulla base di peso, capacità e rischio potenziale, obbligatoria per i droni immessi in commercio a partire dal 1° gennaio 2024. La classe di appartenenza dei droni, collegata alle loro caratteristiche dimensionali in ordine crescente dalla C0 alla C6, incide sulle operazioni di volo consentite, che variano a seconda che un determinato drone rientri in categoria aperta¹⁰, specifica¹¹ o certificata¹². I droni che rientrano in categoria aperta (ossia, quelli di classe C0 - C4) possono compiere anche le operazioni di volo più complesse tipicamente associate ai droni di categoria specifica, una volta ottenute le autorizzazioni necessarie e se tecnicamente fattibile. Al contrario, i droni che, per caratteristiche tecniche, sono qualificabili in categoria specifica o certificata - ossia quelli di classe C5 e C6 - non possono operare nella categoria aperta. Infatti, apparecchi più pesanti e potenzialmente pericolosi hanno maggiori restrizioni di volo rispetto alla categoria aperta, costituita da droni di minori dimensioni¹³.

8. All'interno della macro-categoria dei droni *enterprise*, sono possibili inoltre ulteriori segmentazioni sulla base: delle caratteristiche tecniche inerenti alla tipologia aerodinamica dei droni (ad ala fissa, multi-rotore o ibrida)¹⁴ o modalità di controllo (remoto, semi-autonomo o autonomo);

¹⁰ I droni che possono rientrare nella categoria aperta hanno marcatura di classe dalla 0 alla 4 e pesano meno di 25 kg. La categoria aperta si divide in altre 3 sottocategorie - A1, A2, e A3 - che differiscono tra loro per le operazioni consentite, fermi alcuni requisiti comuni, ossia: (i) un'altezza di volo sempre minore o uguale a 120 m; (ii) voli entro la distanza di visibilità (VLOS) salvo che il pilota remoto sia assistito da un osservatore, *i.e.* una persona che assiste il pilota remoto mantenendo il drone in VLOS e garantendo la sicurezza del volo tramite osservazione visiva diretta, senza l'uso di strumenti; (iii) il divieto di trasportare merci pericolose e sganciare materiale (articoli. 2 e 20 del Regolamento di Implementazione, Allegato parte A e articolo 5.1. del Regolamento di Implementazione, Parti 1-5 dell'Allegato al Regolamento Droni).

¹¹ La categoria specifica è stata istituita per le operazioni di droni che non rientrano nei criteri della categoria aperta, quindi, tipicamente, oltre la distanza di visibilità (BLOS), richiedendo una valutazione del rischio e procedure di autorizzazione più rigorose.

¹² La categoria certificata è destinata a voli di droni con elevati requisiti di sicurezza e include droni: (i) con una dimensione caratteristica pari o superiore a 3 metri, progettati per essere utilizzati al di sopra di assembramenti di persone; (ii) progettati per il trasporto di persone; (iii) progettati per il trasporto di merci pericolose con un'elevata robustezza al fine di attenuare i rischi di danni a terzi in caso di incidenti.

¹³ Questo vale anche per le sotto-categorie della categoria aperta: un drone classificato come appartenente alla sotto-categoria A2 può compiere, ricorrendone i presupposti, operazioni di volo in categoria A3, ma non è vero il contrario.

¹⁴ La tipologia ad ala fissa funziona tramite ali rigide, come un aereo tradizionale. Offre autonomia, velocità e stabilità ed è utile per coprire grandi aree in poco tempo e con meno consumo energetico, ad esempio per rilievi agricoli o ispezioni di infrastrutture su vasta scala. Richiede tuttavia ampi spazi per decollo e atterraggio ed è molto costosa. La tipologia multi-rotore, che funziona tramite più rotori (4, 6, o 8) è la più comune. È manovrabile, si presta all'impiego VLOS in quanto può decollare e atterrare verticalmente, rimanere ferma in *hovering* e operare in spazi ristretti. È adatta a rilievi di piccole/medie aree, fotografia, ispezioni dettagliate e lavori in ambienti urbani o complessi ed è meno costosa rispetto alla tipologia a ala fissa. La tipologia ibrida può coprire grandi distanze e operare in ambienti complessi come quella a ala fissa e garantire

della destinazione d'uso, considerato che i droni *enterprise* trovano applicazione per una significativa varietà di usi professionali, commerciali e industriali complessi quali, ad esempio: pubblica sicurezza, anti-incendio, ricerca e soccorso, ispezioni industriali e infrastrutturali, fotogrammetria e rilievi professionali, agricoltura di precisione.

9. Infine, il prezzo dei droni *enterprise* è di norma maggiore di quello dei droni *consumer*, anche di diverse migliaia di euro a seconda della complessità dell'apparecchio.

III.2. Il sistema distributivo dei droni *enterprise* DJI in Italia

10. Sulla base delle informazioni agli atti e di quelle pubblicamente disponibili¹⁵, Nital svolge il ruolo di importatore e distributore, definendosi sulla propria pagina *LinkedIn* come "esclusivo", all'ingrosso e al dettaglio, dei prodotti DJI in Italia.

11. Oltre che da Nital, i droni *enterprise* DJI sono, altresì, venduti dai rivenditori di droni aziendali elencati sul sito *web* di DJI (di seguito, "Rivenditori Ufficiali")¹⁶, sulla base delle informazioni disponibili, sia al dettaglio, sia all'ingrosso a altri rivenditori indipendenti¹⁷. Inoltre, DJI vende *online* i propri droni direttamente al dettaglio¹⁸.

12. Secondo le evidenze a fascicolo¹⁹, tra Nital e taluni Rivenditori Ufficiali (di seguito, "Rivenditori Gold") vige un contratto di fornitura di droni *enterprise* DJI di durata annuale senza rinnovo automatico, in cui questi si obbligano a seguire le istruzioni sulle vendite trasmesse da Nital e DJI Europa²⁰, nonché a acquistare i droni in via esclusiva da Nital.

III.3. Le politiche di RPM

13. Risulta che tra DJI, Nital e i rivenditori esista un'intesa verticale consistente nella fissazione dei prezzi di rivendita dei droni *enterprise* DJI in Italia, da parte di DJI e Nital *vis-à-vis* i rivenditori.

14. In particolare, DJI e Nital: (i) vincolano contrattualmente i Rivenditori Gold a uniformarsi alle istruzioni sulle vendite dalle stesse impartite; (ii) monitorano eventuali scostamenti tra i prezzi praticati *online* dai rivenditori e quelli esposti sul sito *web* di Nital Hobbyhobby, per poi ammonire i rivenditori responsabili dello scostamento con intimidazioni e minacce di interruzione delle forniture; (iii) al fine di preservare il sistema di RPM vigente in Italia, si oppongono altresì agli acquisiti all'estero dei rivenditori (importazioni parallele), per evitare che questi ultimi possano praticare sconti facendo leva su prezzi più bassi applicati loro da operatori stranieri.

15. La funzione di "prezziario" del sito *web* di Nital appare corroborata: (i) da documenti relativi a esplicite richieste di Nital ai rivenditori di uniformare i prezzi dei droni *enterprise* DJI esposti *online* con quelli risultanti da Hobbyhobby, definiti come "prezzi pubblici"²¹; (ii) dal fatto che molti

autonomia superiore rispetto ai multi-rotori, pur mantenendo la flessibilità operativa di questi ultimi. Presenta tuttavia un costo più elevato rispetto alle altre due tipologie.

¹⁵ Cfr. doc. 12.7.

¹⁶ Cfr. doc. 12.15.

¹⁷ Cfr. docc. 1 e 10.

¹⁸ Si tratta di vendite *online* tramite il DJI Store *online* e il DJI Store App.

¹⁹ Cfr. doc. 8.4.

²⁰ Cfr. articolo 2.5.a. del contratto tra Nital e i Rivenditori Gold, doc. 8.4.

²¹ Cfr. doc. 7.5.

modelli di droni DJI *enterprise* che compaiono su Hobbyhobby non sono realmente disponibili all'acquisto, sebbene sia possibile visionarne il prezzo²².

A ciò si aggiunga che sono in atti²³ listini trasmessi da Rivenditori Ufficiali a rivenditori indipendenti aventi a oggetto i droni *enterprise* DJI che, per ciascun modello di drone, o prodotto associato, includono il *recommended retail price* (RRP), coincidente con quelli pubblicati su Hobbyhobby²⁴. Attraverso questo meccanismo, i prezzi di vendita pubblicati su Hobbyhobby hanno un livello di diffusione ancor più capillare, raggiungendo anche i rivenditori acquirenti dei Rivenditori Ufficiali.

16. Il quadro sin qui descritto trova conferma nelle evidenze in atti attinenti: in primo luogo, alle minacce e ritorsioni ai danni di due rivenditori indipendenti che praticavano sconti sui droni *enterprise* DJI (*infra*, III.3.a); in secondo luogo, alla sistematica corrispondenza rilevata tra i prezzi praticati *online* dai rivenditori di droni *enterprise* DJI con quelli risultanti da Hobbyhobby (*infra*, III.3.b).

III.3.a. Le minacce e ritorsioni nei confronti dei rivenditori

17. Sulla base delle evidenze in atti, emerge che DJI, con la cooperazione di Nital, organizza incontri con i rivenditori che, a valle dell'attività di monitoraggio, risultano praticare sconti sui droni *enterprise*. Si ha evidenza dell'organizzazione di questi incontri con due rivenditori nel 2024²⁵.

18. Dall'insieme delle dichiarazioni di Nital e di altri soggetti, presenti a fascicolo istruttorio²⁶, è possibile ricostruire che questo genere di riunioni ha tre scopi principali:

a. in primo luogo, sono raccolte informazioni sul perché i rivenditori disallineati siano in grado di fare determinati sconti, quindi, sui loro fornitori e sui prezzi da questi applicati, con particolare attenzione a eventuali acquisti effettuati all'estero²⁷. Ciò anche allo scopo di punire i fornitori dei rivenditori disallineati. Infatti, risulta che il fornitore di uno dei due rivenditori disallineati, stabilito in un altro Paese dell'Unione europea, sia stato "*chiuso*"²⁸. Al fornitore dell'altro rivenditore disallineato è stato, invece, intimato da Nital di fare pressioni sul rivenditore suo cliente affinché non facesse il suo nome con DJI, poiché altrimenti sarebbero stati entrambi puniti²⁹;

²² A luglio 2025, i soli prodotti disponibili per l'acquisto sul sito Hobbyhobby sono: Flycart 30 (in pre-ordine), Matrice 4E, Matrice 4T, Matrice 350 RTK care 2 anni (in pre-ordine), Matrice 350 RTK H30T Combo (in pre-ordine), Mavic 3 Multispectral care 1 anno e Mavic 3 Multispectral care 2 anni. Diversamente, la maggior parte dei modelli risultano esauriti, lasciando tuttavia impregiudicata la possibilità di visionarne il prezzo. Cfr. *screenshots* del sito Hobbyhobby *sub* doc. 12.2.

²³ Cfr. doc. 10.1.

²⁴ Ciò risulta dal confronto tra questi prezzi e quelli esposti su Hobbyhobby a luglio 2025, cfr. *screenshots* del sito Hobbyhobby *sub* doc. 12.2 e doc. 10.1.

²⁵ Cfr. docc. 4.4. e 7.2.

²⁶ Si tratta di messaggi *whatsapp*, anche vocali, inviati al segnalante da Nital e da un Rivenditore Ufficiale, fornitore dello stesso segnalante.

²⁷ Cfr. doc. 7.2. Nel corso di queste riunioni tra DJI e i rivenditori disallineati, sono inoltre acquisite ulteriori informazioni di dettaglio sul *business* dei rivenditori disallineati, relative a: lo scopo dell'acquisto dei droni, le quantità acquistate, i clienti, le persone impiegate, il magazzino.

²⁸ Cfr. testualmente doc. 8.2.

²⁹ Cfr. doc. 7.3 e 7.4.

b. in secondo luogo, DJI utilizza queste riunioni per ammonire i rivenditori disallineati sul fatto che, per essere autorizzati a commercializzare i prodotti a marchio DJI, bisogna comprare secondo le istruzioni di DJI e rispettare i prezzi di rivendita trasmessi, pena il blocco delle forniture: *[omissis]*³⁰. Ciò sul presupposto che le leggi europee non troverebbero applicazione a un'impresa cinese come DJI³¹;

c. in terzo luogo, sempre secondo quanto riferito da Nital nei messaggi vocali in atti, è imposto ai rivenditori, quale condizione per poter continuare a vendere i prodotti a marchio DJI, un accordo in cui si prevede l'obbligo di acquisto dei prodotti in Italia e il divieto di applicare sconti: *[omissis]*³².

19. Inoltre, risulta che il mancato rispetto dei prezzi di rivendita e del luogo di acquisto comporti gravi ritorsioni nei confronti dei rivenditori disallineati; in particolare, dopo le riunioni con DJI/Nital, entrambi i rivenditori disallineati dei quali vi sono evidenze a fascicolo risultano aver subito un blocco delle forniture.

20. In specie, uno di loro è stato destinatario di una diffida da parte di DJI a cessare l'utilizzo dei propri marchi, nomi commerciali, immagini, *etc.* sul suo sito *web*³³, in seguito alla quale i Rivenditori Ufficiali si sono rifiutati di vendere droni a questo rivenditore, nel timore di subire a loro volta ritorsioni da parte di DJI. In particolare, risultano dinieghi di forniture nei suoi confronti da parte di due Rivenditori Ufficiali tra fine 2024 e inizio 2025³⁴. A uno dei due Rivenditori Ufficiali, il rivenditore disallineato aveva richiesto di confermare per iscritto che l'interruzione delle forniture fosse dovuta a una richiesta di DJI e questo gli aveva risposto in modo da far intendere che una simile dichiarazione non poteva essere resa per il timore delle conseguenze nei rapporti con DJI³⁵. Il secondo Rivenditore Ufficiale era stato invece esplicito nel riferire che l'interruzione era dovuta a una richiesta di DJI e che, in caso di mancato adeguamento, vi era il rischio di essere bannati³⁶.

21. Quanto all'altro rivenditore disallineato per cui vi sono evidenze a fascicolo, la conseguenza del mancato rispetto delle indicazioni di DJI/Nital è stata una drastica riduzione dell'attività di commercializzazione nel 2024, per mancato accordo con DJI³⁷.

III.3.b. Le evidenze acquisite sull'allineamento dei prezzi praticati dai rivenditori

22. È stato verificato se i prezzi dei droni *enterprise* di DJI praticati dai rivenditori *online* siano effettivamente i medesimi di quelli risultanti sul sito Hobbyhobby³⁸. Su Hobbyhobby sono indicati

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

³⁰ Cfr. doc. 7.2..

³¹ Cfr. *ibidem*.

³² Cfr. *ibidem*.

³³ Cfr. doc. 5.1.

³⁴ Cfr. docc. 4, 5 e 6.

³⁵ Cfr. docc. 4.2. e 4.3.

³⁶ Cfr. docc. 5 e 6.

³⁷ Cfr. doc. 10.

³⁸ Aggiornamento a luglio 2025.

diversi modelli di droni DJI di categoria *enterprise*³⁹, insieme al rispettivo prezzo. Alcuni di questi modelli sono commercializzati in abbinamento con una garanzia convenzionale, in aggiunta alla copertura legale, annuale o biennale⁴⁰, mentre altri con particolari accessori che ne aumentano le prestazioni⁴¹.

23. Confrontando i prezzi di Hobbyhobby con quelli praticati dai rivenditori *online* per gli stessi modelli o pacchetti è emersa una significativa omogeneità dei prezzi dei droni⁴². Più nello specifico, è stato calcolato il coefficiente di variazione⁴³, che mostra una variabilità pressoché nulla dei prezzi. In particolare, come è possibile osservare nella Tabella 1 seguente: *(i)* moltissimi rivenditori applicano un prezzo perfettamente coincidente con quello del sito ufficiale di Nital (percentuale di rivenditori allineata = 100% e coefficiente di variazione = 0%); *(ii)* limitatamente a taluni modelli di droni, un numero esiguo di rivenditori applica una variazione di prezzo marginale, tanto è vero che il coefficiente di variazione, calcolato per ogni modello sull'intero campione dei rivenditori che vendono il prodotto *online*, è normalmente molto contenuto, compreso tra lo 0% e il 5%.

³⁹ Mavic 3 Multispectral, Mavic 3 Enterprise, Mavic 3 Thermal, Matrice 4E, Matrice 4T, Matrice 30, Matrice 30T, Matrice 350 RTK, Matrice 300 RTK, Matrice 400 Plus Combo, Phantom 4 RTK, Phantom 4 Multispectral, Mavic 2 Enterprise Advanced, Agras T50, Agras T25, Agras T30, Agras T10, Matrice 3D, Matrice 3TD, Matrice 4D, Matrice 4TD, Matrice 200 V2 Combo, Flycart 30, Inspire 3.

⁴⁰ Mavic 3 Multispectral care 1 anno e care 2 anni, Mavic 3 Enterprise care 1 anno e care 2 anni, Mavic 3 Thermal care 1 anno e care 2 anni, Matrice 4E care plus, Matrice 350 RTK care 1 anno e care 2 anni, Matrice 4D care plus, Matrice 4TD care plus.

⁴¹ Matrice 350 RTK H20T Combo, Matrice 350 RTK H30T Combo.

⁴² Cfr. doc. 12.2.

⁴³ Il coefficiente di variazione (CV) è un indice statistico che misura la variabilità relativa di un insieme di dati, calcolato come il rapporto tra la deviazione *standard* e il valore assoluto della media. Il CV non è influenzato dall'unità di misura, rendendolo ideale per confrontare la variabilità di fenomeni diversi tra loro, anche se espressi in unità di misura differenti. Un CV inferiore al 50% indica una bassa variabilità e, più nello specifico, più questo valore è prossimo allo zero minore è la variabilità del dato.

Tabella 1 – Risultati del confronto tra i prezzi praticati dai rivenditori online e quelli disponibili su www.hobbyhobby.it⁴⁴

Modello ⁴⁵	N. Tot. rivenditori che vendono il prodotto <i>online</i>	% di rivenditori allineati con Hobbyhobby	coefficiente di variazione
MAVIC 3 ENTERPRISE (Care 2 anni)	10	100%	0%
MAVIC 3 THERMAL (Care 2 anni)	11	100%	0%
MATRICE 30T	9	100%	0%
MATRICE 350 RTK (Care 2 anni)	10	100%	0%
MATRICE 350 RTK (Care 1 anno)	8	100%	0%
MATRICE 350 RTK H20T COMBO (Care 1 anno)	2	100%	0%
MATRICE 350 RTK H30T COMBO (Care 1 anno)	5	100%	0%
AGRAS T10 (No garanzia)	4	100%	0%
MATRICE 3D	11	100%	0%
MATRICE 3TD	10	100%	0%
MATRICE 4D (Care Plus 1Y)	5	100%	0%
MATRICE 400 Plus Combo	8	100%	0%
MAVIC 3 MULTISPECTRAL (Care 1 anno)	9	89%	1%
MAVIC 3 MULTISPECTRAL (Care 2 anni)	8	87%	0,5%
MAVIC 3 ENTERPRISE (Care 1 anno)	12	92%	1%
MAVIC 3 THERMAL (Care 1 anno)	11	73%	2%
MATRICE 4E (EU) (Care Plus)	13	92%	1%
MATRICE 4T (EU)	13	92%	1%
MATRICE 30	9	89%	4%
MAVIC 2 ENTERPRISE ADVANCED	6	50%	2%
AGRAS T50 (No garanzia)	10	70%	1%
AGRAS T25 (No garanzia)	8	87%	0,5%
AGRAS T30 (No garanzia)	5	80%	0,3%
MATRICE 4TD (Care Plus 1Y)	7	57%	1%
FLYCART 30 (No garanzia)	11	73%	2%
PHANTOM 4 RTK COMBO	3	67%	1%
INSPIRE 3	15	87%	5%

24. Peraltro, sembra che il sito Hobbyhobby funzioni da “prezziario” non soltanto per i modelli di droni sopra esaminati, ma anche per taluni prodotti, distinti e complementari, che possono essere acquistati disgiuntamente dai droni a cui accedono. È il caso, ad esempio, di accessori quali *payloads* (fotocamere), *software* e piattaforme remote per droni, nonché di talune garanzie convenzionali⁴⁶. Avuto riguardo a queste ultime, il coefficiente di variazione medio dei prezzi praticati dai diversi rivenditori rispetto a Hobbyhobby, riferibile a 24 tipologie di garanzie convenzionali esaminate⁴⁷, è pari al 2%: un valore così contenuto del coefficiente di variazione medio è indicativo del fatto che un numero elevatissimo di rivenditori applica un prezzo perfettamente coincidente con quello del sito ufficiale di Nital.

IV. VALUTAZIONI

25. Le condotte contestate sembrano configurare una o più intese verticali aventi a oggetto presunti sistemi di RPM per la rivendita di droni civili, di tipo *enterprise*, a marchio DJI in violazione dell’articolo 101 TFUE, poste in essere da DJI Europa, da Nital e dai rivenditori di prodotti DJI in Italia. A tale riguardo, si osserva che DJI Europa, sulla base delle informazioni disponibili, è licenziataria dei marchi DJI e titolare dei rapporti con Nital e possibilmente con altri rivenditori, in Italia. Inoltre, Nital, in qualità di importatore e distributore in Italia, risulta attivo nel far applicare e nel monitorare le politiche commerciali di DJI nei confronti della rete distributiva nazionale.

IV.1. I mercati rilevanti

26. È principio consolidato che in presenza di un’intesa illecita, la definizione del mercato rilevante è successiva rispetto all’individuazione dell’intesa, atteso che l’ampiezza e l’oggetto dell’intesa medesima circoscrivono il mercato⁴⁸.

Nel caso di specie, la presunta intesa insiste nel mercato dei droni civili, all’interno del quale sembra possibile distinguere almeno due macro-segmenti che si distinguono tra loro quanto a: (i) caratteristiche tecniche dei droni inclusi e operazioni di volo consentite; (ii) caratteristiche della domanda e finalità di impiego e (iii) rispettivi prezzi:

(A) i droni ricreativi (*consumer*), che comprendono i droni appartenenti alle classi C0 e C1, qualche modello della classe C2 e quelli privi di marcatura di classe autorizzati alle medesime operazioni di volo e aventi caratteristiche tecniche analoghe;

⁴⁴ Elaborazioni su doc. 12.2.

⁴⁵ Si tratta dei principali modelli di droni *enterprise* DJI presenti su Hobbyhobby.

⁴⁶ In particolare, è possibile acquistare: (i) il rinnovo o (ii) l’*upgrade* di talune garanzie convenzionali DJI associabili ai droni *enterprise* DJI, che talvolta sono commercializzate in un pacchetto unitario con i droni a cui accedono (vedi Tabella 1), altre volte separatamente. È stato riscontrato che rispetto ai prodotti (i) rinnovo e (ii) *upgrade* di queste garanzie, i prezzi praticati dai rivenditori sono normalmente allineati con quelli che risultano dal sito *web* di Nital (cfr. doc. 12.3).

⁴⁷ Cfr. doc. 12.3. Ai fini del calcolo del coefficiente di variazione, non sono state considerate le garanzie “DJI Care Enterprise Plus rinnovata (M300 RTK)” e “DJI Care Enterprise Plus Upgrade (M300 RTK)” in quanto, rispettivamente, risultano commercializzate da un solo rivenditore e quindi il coefficiente di variazione non sarebbe rappresentativo.

⁴⁸ Cfr., *ex multis*, Cons. Stato, Sez. VI: 6 maggio 2021, n. 3555 e 3556; 9 settembre 2021, n. 6744; 18 agosto 2021, n. 5920; 20 agosto 2021, n. 5972; 23 agosto 2021, n. 5992.

(B) i droni professionali (*enterprise*)⁴⁹, che comprendono i droni dalle classi C2 a C6, nonché quelli privi di marcatura di classe autorizzati alle medesime operazioni di volo e aventi caratteristiche tecniche analoghe.

27. Oltre a ciò, ai fini dell'esatta individuazione del mercato rilevante del prodotto, occorre distinguere tra i diversi stadi della filiera⁵⁰:

- (i) la produzione dei droni, in cui è attiva DJI;
- (ii) la commercializzazione all'ingrosso dei droni, in cui sono attivi Nital e i Rivenditori Ufficiali;
- (iii) la commercializzazione al dettaglio dei droni, in cui sono attive DJI, Nital, i Rivenditori Ufficiali e i rivenditori indipendenti.

28. Ciò posto, le condotte segnalate sembrano insistere nei mercati del prodotto della distribuzione, all'ingrosso e al dettaglio, dei droni *enterprise*.

Inoltre, sembra che la stessa intesa oggetto di istruttoria riguardi prodotti e servizi complementari ai droni, venduti separatamente (ad esempio: garanzie convenzionali, piattaforme di lancio e altri accessori).

29. Dal punto di vista geografico, l'estensione dei mercati rilevanti varia a seconda dello stadio della filiera considerato. Con riguardo all'aspetto produttivo, il mercato geografico rilevante coincide almeno con lo SEE, in ragione dell'omogeneità del quadro normativo vigente quanto a requisiti tecnici dei droni, caratteristiche delle operazioni di volo consentite, responsabilità del produttore, dell'importatore e del distributore.

30. Per quanto attiene al livello distributivo della filiera, all'ingrosso e al dettaglio, si ritiene invece che, anche in analogia con altri settori della distribuzione di prodotti dell'*information technology*⁵¹, la dimensione del mercato sia nazionale, in considerazione: (i) dell'ambito di operatività delle imprese diverse dal produttore attive a questo stadio della filiera; (ii) delle caratteristiche organizzative dell'attività di distributori e rivenditori; (iii) dell'attività svolta alla luce della complessità del bene venduto (ad esempio, servizi di assistenza per l'utilizzo e formazione alla clientela) nonché (iv) della politica di RPM oggetto di contestazione, volta a limitare l'autonomia dei rivenditori nella fissazione dei prezzi di rivendita anche attraverso l'ostacolo al commercio parallelo, che compartimenta i mercati della distribuzione dei droni *enterprise*, determinando un'offerta e una domanda tipicamente nazionali.

⁴⁹ Non si possono escludere ulteriori segmentazioni, ad esempio, per tipologia di aerodinamica (ad ala fissa, multi-rotore o ibrida), modalità di controllo (remoto, semi-autonomo o autonomo) o campo di applicazione principale (agricoltura e ambiente, media e intrattenimento, energia, pubblica amministrazione, edilizia e altri settori).

⁵⁰ Vale rilevare che, a livello europeo, rispetto a mercati affini a quello in esame di prodotti tecnologici quali PCs, *notebooks*, *workstations*, *tablets*, telefoni cellulari e elettronica di consumo, la Commissione è solita distinguere il mercato della distribuzione all'ingrosso dalla fase produttiva, nonché il mercato della vendita al dettaglio da quello della vendita all'ingrosso (cfr. decisione della Commissione europea, M.9324 - *Also / Abc Data Group* del 12 giugno 2019 e precedenti ivi richiamati). Analogo approccio è seguito nella consolidata prassi dell'Autorità in settori comparabili, si vedano in questo senso i casi: C12522 - *Computer Gross/Altinia Distribuzione*, provvedimento n. 30573 del 28 marzo 2023, in Bollettino n. 15/2023; C12344 - *Esprinet/Idmaint-Dacom*, provvedimento n. 28502 del 22 dicembre 2020, in Bollettino n. 2/2021; C12118 - *Computer Gross Italia/Icos*, provvedimento n. 26811 del 18 ottobre 2017, in Bollettino n. 42/2017; C12036 - *Esprinet/Ramo di Azienda di Edslan*, provvedimento n. 25939 del 23 marzo 2016, in Bollettino n. 11/2016 e C8083 - *Esprinet/Actebis Computer Italia*, provvedimento n. 16204 del 30 novembre 2006, in Bollettino n. 48/2006.

⁵¹ Si vedano in questo senso i casi: C12681 - *PM Service/Greensun*, provvedimento n. 31380 del 19 novembre 2024, in Bollettino n. 47/2024; C12522 - *Computer Gross/Altinia Distribuzione*, cit.; C12344 - *Esprinet/Idmaint-Dacom*, cit.; C12118 - *Computer Gross Italia/Icos*, cit. e C12036 - *Esprinet/Ramo di Azienda di Edslan*, cit. e C8083 - *Esprinet/Actebis Computer Italia*, cit..

31. I droni DJI rappresentano, in tale contesto, i prodotti più venduti, come dimostrato dalla posizione di *leadership* detenuta da DJI. In particolare, il gruppo DJI risulta detenere una quota del 70-80% nella vendita di droni commerciali a livello mondiale⁵² con concorrenti di minori dimensioni (tra i quali Autel, Parrot, Yuneec).

IV.2. Le condotte contestate

32. Le condotte segnalate sembrano configurare un'intesa verticale tra DJI Europa, Nital e i rivenditori di droni *enterprise* DJI in Italia, avente per oggetto la limitazione della capacità di tali rivenditori di stabilire il proprio prezzo di vendita *online*⁵³ dei droni *enterprise* DJI, anche attraverso restrizioni al commercio parallelo⁵⁴, e, dunque, le stesse integrano una restrizione fondamentale ai sensi dell'articolo 4, *lettera a*), del Regolamento UE 720/2022 (di seguito, "VBER")⁵⁵.

33. L'esenzione disposta dal VBER per gli accordi verticali è pertanto inapplicabile all'intesa in questione, a prescindere dalla quota di mercato detenuta dalle parti nel mercato rilevante.

34. Si rammenta che rientrano nell'ambito di applicazione della norma citata non soltanto i prezzi fissi o minimi, ma anche i prezzi massimi o raccomandati che, per effetto delle pressioni esercitate, equivalgono a prezzi fissi o minimi⁵⁶.

35. Nel caso di specie, l'intesa contestata sembra perseguire il suddetto obiettivo di limitare la capacità dei rivenditori di stabilire il proprio prezzo di vendita *online* attraverso la condivisione di prezzi minimi, nella forma di: (i) prezzi di rivendita che vengono fatti osservare ai rivenditori come se fossero prezzi fissi, attraverso un sistema di intimidazioni e minacce contro quelli che si discostano e (ii) sconti massimi praticabili, applicabili da taluni rivenditori per alcuni modelli. Emerge altresì che, per assicurare la tenuta del sistema di RPM in Italia, sia ostacolato il commercio parallelo, impedendo ai rivenditori acquisti all'estero, anche se all'interno dell'Unione europea.

36. In particolare, l'intesa oggetto di istruttoria - che si ipotizza risalente quantomeno all'inizio della collaborazione tra DJI e Nital nel 2021⁵⁷ - si connoterebbe attraverso diversi comportamenti, consistenti in:

- i. controlli sui prezzi applicati dai rivenditori di droni *enterprise* DJI, finalizzati a verificare l'eventuale scostamento rispetto a quelli pubblicati su Hobbyhobby;
- ii. controlli su eventuali acquisti all'estero dei rivenditori di droni *enterprise* DJI;
- iii. richieste esplicite ai rivenditori di allineare i rispettivi prezzi di rivendita *online* a quelli del sito Hobbyhobby;
- iv. proposte di accordi ai rivenditori, contenenti il divieto di praticare sconti e di acquistare all'estero;

⁵² Cfr. doc. 12.14.

⁵³ Non può escludersi che analoga restrizione sussista anche rispetto ai canali di vendita fisici.

⁵⁴ Cfr. decisione della Commissione europea, AT.40182, *Pioneer* del 24 luglio 2018.

⁵⁵ Ai sensi della norma citata: "L'esenzione di cui all'articolo 2 non si applica agli accordi verticali che, direttamente o indirettamente, isolatamente o congiuntamente con altri fattori controllati dalle parti, hanno per oggetto quanto segue: a) la restrizione della facoltà dell'acquirente di determinare il proprio prezzo di vendita, fatta salva la possibilità per il fornitore di imporre un prezzo massimo di vendita o di raccomandare un prezzo di vendita, a condizione che questi non equivalgano a un prezzo fisso o a un prezzo minimo di vendita per effetto delle pressioni esercitate o degli incentivi offerti da una delle parti".

⁵⁶ Cfr. para. 188 degli Orientamenti sulle restrizioni verticali 2022/C 248/01.

⁵⁷ Cfr. doc. 12.8.1.

v. misure ritorsive volte a punire i rivenditori che non rispettano i prezzi indicati e/o l'obbligo di acquisto in Italia, nella forma, ad esempio, di diffide all'utilizzo di segni distintivi o interruzioni delle forniture.

37. L'attuazione di tale sistema sembra confermata dal sostanziale allineamento dei prezzi praticati dai Rivenditori Ufficiali e dai rivenditori con quelli pubblicati su Hobbyhobby, e dalla tendenziale coincidenza degli eventuali sconti praticati da taluni rivenditori per alcuni modelli di droni.

38. La limitazione della capacità dei rivenditori di stabilire il proprio prezzo di vendita *online* appare in grado di consentire a DJI, a Nital, e ai rivenditori di mantenere un prezzo dei droni *enterprise* DJI più elevato di quello che si avrebbe in assenza dell'intesa oggetto di istruttoria; ciò anche impedendo l'acquisto a condizioni più competitive all'estero, che rischierebbe di innescare una spinta competitiva *intra-brand* tra i rivenditori.

39. Pertanto, le condizioni commerciali e le condotte oggetto di istruttoria appaiono suscettibili di costituire un'intesa verticale in violazione dell'articolo 101 del TFUE, in quanto idonea a restringere la concorrenza fra i distributori sul prezzo, anche attraverso restrizioni al commercio parallelo.

IV.3. Il pregiudizio al commercio tra Stati membri dell'Unione europea

40. Secondo la Comunicazione della Commissione "*Linee direttrici sulla nozione di pregiudizio al commercio tra Stati membri di cui agli articoli 81 e 82 del Trattato*" (2004/C 101/07), il concetto di pregiudizio al commercio intraeuropeo deve essere interpretato tenendo conto dell'influenza, diretta o indiretta, reale o potenziale, sui flussi commerciali tra gli Stati membri.

41. Alla luce dei principi citati, si rileva che l'intesa oggetto di istruttoria riguarda i mercati della distribuzione all'ingrosso e al dettaglio di droni *enterprise*, che hanno dimensione geografica pari all'intero territorio italiano, e attiene ad acquisti effettuabili *online* dai soggetti interessati, il che aumenta la portata transnazionale dei suoi effetti.

42. Pertanto, la fattispecie oggetto del presente procedimento appare idonea ad arrecare pregiudizio al commercio tra Stati membri.

RITENUTO, pertanto, che l'intesa oggetto di istruttoria tra DJI Europa, Nital e i rivenditori di droni *enterprise* in Italia sembra costituire una intesa verticale restrittiva della concorrenza, in violazione dell'articolo 101 del TFUE;

DELIBERA

a) l'avvio dell'istruttoria, ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/1990, nei confronti delle società DJ Europe B.V. e Nital S.p.A. per accertare l'esistenza di una o più violazioni della concorrenza ai sensi dell'articolo 101 del TFUE;

b) la fissazione del termine di giorni sessanta, decorrente dalla data di notificazione del presente provvedimento, per l'esercizio da parte dei legali rappresentanti delle parti del diritto di essere sentiti, precisando che la richiesta di audizione dovrà pervenire alla Direzione Manifatturiero,

Agroalimentare, Farmaceutico e Distribuzione Commerciale del Dipartimento Concorrenza - 2 di questa Autorità almeno quindici giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;

c) che il responsabile del procedimento è la dott.ssa Nicoletta De Mucci;

d) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione Manifatturiero, Agroalimentare, Farmaceutico e Distribuzione Commerciale del Dipartimento Concorrenza - 2 di questa Autorità dai legali rappresentanti delle società DJ Europe B.V. e Nital S.p.A. o da persona da essi delegata;

e) che il procedimento deve concludersi entro il 30 giugno 2027.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Guido Stazi

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

C12751 - CONAD ADRIATICO/RISTO CASH & CARRY-EUROCISETTE-CISETTE PIÙ SETTE

Provvedimento n. 31709

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 ottobre 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 Conad Adriatico Società Cooperativa del 5 settembre 2025;

VISTA la richiesta di informazioni, inviata in data 24 settembre 2025, con conseguente interruzione dei termini ai sensi dell'articolo 5, comma 3, del D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTE le informazioni aggiuntive inviate dalla società Conad Adriatico Società Cooperativa pervenute in data 30 settembre e 1° ottobre 2025;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

- 1.** Conad Adriatico Società Cooperativa (di seguito, "Conad Adriatico"; P.IVA 00105820443) è una società cooperativa di diritto italiano che opera nel settore del commercio al dettaglio di prodotti alimentari e non. Nel 2024, Conad Adriatico, ha realizzato un fatturato di circa 1,26 miliardi di euro in Italia.
- 2.** Risto Cash & Carry S.r.l. (di seguito, "Risto"; P. IVA 06922190720) è una società di diritto italiano che opera nel settore del commercio al dettaglio e all'ingrosso di prodotti alimentari e non, il cui capitale sociale è detenuto da una persona fisica (per circa l'80%) e da Eurocisette S.r.l. (per la rimanente parte). La società controlla Eurocisette S.r.l. e, indirettamente, Cisette Più Sette S.r.l. e, nel 2024, ha realizzato un fatturato di circa 23 milioni di euro in Italia.
- 3.** Eurocisette S.r.l. (di seguito, "Eurocisette"; P. IVA 05292020723) è una società di diritto italiano che opera nel settore del commercio al dettaglio e all'ingrosso di prodotti alimentari e non, il cui capitale sociale è detenuto da Risto (per circa l'80%) e da una persona fisica (per la rimanente parte). Nel 2024, Eurocisette ha realizzato un fatturato di circa 24 milioni di euro in Italia.
- 4.** Cisette Più Sette S.r.l. (di seguito, "CisettePiùSette"; P. IVA 07067610720) è una società di diritto italiano controllata da Eurocisette e opera nel settore del commercio al dettaglio di prodotti

alimentari e non. Nel 2024, CisettePiùSette ha realizzato un fatturato di circa 3 milioni di euro in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

5. L'operazione di concentrazione notificata consiste nell'acquisizione, da parte Conad Adriatico, dell'intero capitale sociale di Risto, Eurocissette e della sua controllata CisettePiùSette. In particolare, l'acquisizione comporterà il controllo di un totale di undici punti vendita, nove dei quali ubicati in provincia di Bari e due in quella di Brindisi (di seguito, "Operazione").

6. Il *closing* dell'operazione è fissato dalle Parti in data 30 ottobre 2025 e il suo perfezionamento è subordinato a una serie di condizioni sospensive, tra le quali figura l'autorizzazione dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

7. Inoltre, ai sensi del contratto preliminare di compravendita sottoscritto in data 9 agosto 2025, i venditori si obbligano per un periodo di due anni dalla data del *closing*: [omissis]^{*1} [omissis]²; [omissis].

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.

9. L'operazione 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 dall'operazione è stato superiore a 582 milioni di euro ed il fatturato realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 35 milioni di euro.

10. Il descritto patto di non concorrenza e non sollecitazione sarà oggetto di approfondimento nel corso dell'istruttoria per valutarne l'accessorietà rispetto all'Operazione.

IV. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE

IV.1. I mercati rilevanti

11. L'Operazione interessa il settore della distribuzione moderna di prodotti alimentari e non alimentari di largo e generale consumo (di seguito, "GDO"). La competizione in questo settore è estremamente articolata, coinvolgendo diverse variabili strategiche e ambiti territoriali.

12. In particolare, in tale settore operano soggetti con dimensioni, caratteristiche e formule organizzative estremamente variegata. Una prima grande distinzione al riguardo viene effettuata tra Grande Distribuzione (di seguito, "GD"), costituita da catene di punti vendita facenti capo ad un'unica impresa o gruppo societario di imprese (le c.d. imprese a succursali), e Distribuzione

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

¹ [Omissis].

² [Omissis].

Organizzata (di seguito, “DO”), che comprende catene di punti vendita facenti capo a soggetti imprenditoriali giuridicamente distinti (generalmente società di piccola o media dimensione), ma legati da un rapporto di collaborazione volontaria, formalizzato mediante vincoli contrattuali e/o formule associative quali consorzi, unioni volontarie, cooperative di consumo, ecc..

13. Attualmente, pur nella varietà delle rispettive forme giuridiche e strutture organizzative, tutti i gruppi della DO possono di fatto considerarsi aggregazioni di dettaglianti volte a sviluppare forme di collaborazione più o meno intensa su diverse funzioni aziendali, tra cui, in tutti i casi, quella di contrattazione degli acquisti.

14. In particolare, allo sfruttamento delle sinergie derivanti dalla centralizzazione delle trattative sugli acquisti si sono aggiunte, nel corso del tempo, altre aree di collaborazione su funzioni quali la logistica, la politica d’insegna, la gestione dei prodotti a marchio privato (*private label*), ecc., generando quindi la necessità di condividere, all’interno del gruppo, buona parte del *know-how* aziendale, del coordinamento strategico, delle iniziative promozionali e, più in generale, delle politiche commerciali.

15. Quanto alla politica di approvvigionamenti, in prima battuta i singoli punti vendita sono raggruppati da un centro distribuzione (di seguito, “CE.DI”), che rappresenta l’impianto centrale di una catena di supermercati o ipermercati che riceve la merce e la stocca e rifornisce i punti di vendita. Un secondo grado di aggregazione è rappresentato dalle centrali di acquisto, che svolgono il compito di contrattazione centralizzata delle forniture (centrali di acquisto). A sua volta, le centrali di acquisto possono ulteriormente aggregarsi in supercentrali.

16. Pertanto, a livello nazionale, la competizione all’interno del settore della GDO si sviluppa essenzialmente tra catene distributive, intese come insiemi di punti vendita che operano con una sostanziale uniformità di insegna e di immagine. Il confronto competitivo avviene sulla dimensione complessiva della catena stessa, l’immagine e la capacità di penetrazione dell’insegna, la localizzazione dei punti vendita, la copertura dei diversi mercati locali, le politiche di approvvigionamento, ecc.

17. Sul punto, occorre osservare che talune catene della GDO - quali, ad esempio, Conad, Coop, Pam, Carrefour, Lidl, Eurospin - presentano una uniformità significativa tra punti vendita e, in generale, nelle politiche commerciali della catena stessa, conseguentemente emerge un ruolo della catena in termini di strategie con impatto strategico oltre il perimetro locale. Al contrario, alcune “alleanze” della GDO - quali, ad esempio, quelle afferenti a Selex Commerciale³ o al Gruppo Végé⁴ - presentano una maggiore differenziazione tra consorziati, che quindi definiscono, spesso in modo autonomo il *format* di vendita, i marchi e altri elementi caratteristici del punto vendita (che spesso differiscono significativamente e hanno una connotazione più locale).

18. A livello locale, invece, il confronto competitivo si svolge più propriamente sulle politiche dirette al consumatore, improntate sui prezzi di vendita, l’assortimento, le promozioni, le politiche di fidelizzazione al punto vendita e, più in generale, le strategie commerciali a livello *retail*.

³ All’interno di Selex, i singoli CE.DI. presentano *format* e marchi differenti, ad esempio: Supermercati Cadoro (Cadoro Supermercati S.p.A.), Supermercati Gulliver (Alfi S.r.l.), Oasi-Tigre (Gabrielli Magazzini S.p.A.), Famila-Max-IlCentesimo (CDS S.p.A.), Il Castoro-Ipertriscout-DEM-Pewex-Sacof-Ipercarini-Iperfamili (DE.DI Gros S.c.a.r.l.), Italmark (Italbrix S.p.A.), Elite (Superelite S.p.A.) Ali-Aliper (Ali S.p.A.) SiConTé (CE.DI. Marche S.c.a.r.l.), Mercatò-MercatòExtra-MercatòBig-MercatòLocal (Dimar S.p.A.), EMISupermercati (GMF S.p.A.), ecc..

⁴ All’interno di Végé, i singoli CE.Di presentano *format* e marchi differenti, ad esempio: Bennet (Bennet S.p.A.), Decò-IperConveniente (F.lli Arena S.r.l.), IperTosano (Supermercati Tosano Cerea S.r.l.), DiMeglio (GFE S.r.l.), ecc..

19. Come si vedrà più diffusamente nel seguito è, quindi, possibile individuare un primo versante, rappresentato dai mercati locali della vendita al dettaglio di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo, mentre un altro versante è rappresentato dal mercato nazionale degli approvvigionamenti di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo.

IV.1.a. I mercati della vendita al dettaglio di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo

20. L'Operazione interessa i mercati della vendita al dettaglio di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo attraverso punti vendita della GDO. In tale settore operano, a livello nazionale, vari operatori, con dimensioni e formule organizzative variegate. In particolare, vengono distinte, nell'ambito della GDO, le seguenti tipologie di punto vendita: ipermercati, supermercati, superette e *discount*.

21. Nell'ambito dei più recenti provvedimenti relativi a operazioni di concentrazione nel settore della GDO⁵, l'Autorità ha, in primo luogo, incluso i punti vendita gestiti con formula *discount* nei mercati rilevanti relativi alle tipologie di punti vendita della GDO di dimensione corrispondente, e cioè superette (100-399 mq), supermercati (400-2.499 mq) e ipermercati (dai 2.500 mq in su), in quanto considerati dai consumatori un'opzione di acquisto sostituibile con tali altre tipologie di punto vendita della GDO.

22. Inoltre, con riferimento a ipermercati, supermercati e superette, l'Autorità ha definito i seguenti mercati merceologici distinti:

- i. *il mercato delle superette*, comprensivo di tutti i punti vendita di dimensione compresa tra 100 e 2499 mq (e cioè le stesse superette, i supermercati e i *discount* di dimensione inferiore ai 2500 mq);
- ii. *il mercato dei supermercati*, comprensivo di tutti i punti vendita di dimensione dai 100 mq in su (e cioè supermercati, superette, ipermercati e *discount*);
- iii. *il mercato degli ipermercati*, comprensivo di tutti i punti vendita da 400 mq in su (e cioè ipermercati, supermercati e *discount* di dimensione pari o superiore ai 400 mq).

23. Sotto il profilo geografico, sono stati definiti mercati locali costituiti da curve isocrone centrate sui punti vendita target dell'ampiezza di 10 minuti di guida per il mercato delle superette e di 15 minuti di guida per i mercati dei supermercati e degli ipermercati in effettive condizioni di traffico.

24. I rami di azienda oggetto di acquisizione consistono in undici punti vendita della GDO a insegna Cisetepiusette e Famila Superstore⁶ situati nelle provincie di Bari e Brindisi, elencati nella Tabella n. 1 seguente, tutti rientranti nella categoria dei supermercati. Pertanto, nel caso di specie, i mercati interessati sono quelli dei supermercati, quindi quelli comprensivi di tutti i punti vendita di dimensione superiore a 100 mq collocati in un'isocrona di massimo 15 minuti di guida da ciascun punto vendita oggetto di cessione.

⁵ Cfr., *ex multis*: C12247B - BDC Italia-Conad/Auchan, provvedimento n. 28163 del 25 febbraio 2020; C12509 - PAC2000A/Vari Rami di azienda, provvedimento n. 30500 del 28 febbraio 2023; C12487 - IN'S Mercato/Ramo di azienda DICO, provvedimento n. 30414 del 13 dicembre 2022; C12490 - Fratelli Arena/Due Rami di azienda di Superisola, provvedimento n. 30337 dell'11 ottobre 2022; C12580 - Conad Nord Ovest/Ramo di azienda di Bennet, provvedimento n. 30885 del 21 novembre 2023; C12667 - PAC2000A/Rami di azienda Di DOC Roma-Unicoop Firenze, provvedimento n. 31424 del 17 dicembre 2024; C12742 - Unes Maxi/Rami di azienda di Green Market-Speedy Market, provvedimento n. 31653 del 29 luglio 2025.

⁶ Gli undici punti vendita afferiscono ai centri di distribuzione Megamark S.r.l., con riferimento ai punti vendita di Fasano (BR) in Via Roma 1 (isocrona n. 7) e in Via Roma 333 (isocrona n. 8), e Apulia Distribuzione, per tutti gli altri punti vendita.

Tabella n. 1 - Elenco dei punti vendita oggetto di cessione

N.	Indirizzo	Provincia	Insegna	Superficie	Tipologia
1	Via Francesco Saverio Tateo 16 - Putignano (BA)	Bari	Csette+7	500	Supermercato
2	Via Valentino Dalessandro - Putignano (BA)	Bari	Csette+7	1000	Supermercato
3	Viale Unita' D'italia - Polignano A Mare (BA)	Bari	Csette+7	1200	Supermercato
4	Via Gentile 2 - Locorotondo (BA)	Bari	Csette+7	400	Supermercato
5	Via Fasano 154 - Locorotondo (BA)	Bari	Csette+7	700	Supermercato
6	Contrada Semeraro 1/7 - Locorotondo (BA)	Bari	Csette+7	1300	Supermercato
7	Via Roma 1 - Fasano (BR)	Brindisi	Csette+7	1000	Supermercato
8	Via Roma 333 - Fasano (BR)	Brindisi	Famila Superstore	1380	Supermercato
9	Via Gobetti Snc - Conversano (BR)	Brindisi	N. D./Csette+7	850	Supermercato
10	Sp 9 Gravina Di Castro 25 - Cisternino (BR)	Brindisi	Csette+7	1200	Supermercato
11	Via Valentino Dalessandro - Putignano (BA)	Bari	Csette+7	1100	Supermercato

IV.1.b. I mercati dell'approvvigionamento di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo

25. I mercati dell'approvvigionamento di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo afferiscono agli acquisti effettuati dalle catene della GDO, che rappresentano il lato della domanda, direttamente presso produttori di beni di largo consumo alimentari e non, che costituiscono il versante dell'offerta, ai fini della rivendita nel canale della distribuzione moderna.

26. Come noto, al fine di ottenere condizioni di maggior favore in relazione alle quantità domandate per i prodotti a marchio dell'industria, è frequente l'aggregazione tra catene della GDO (in forma di associazione di imprese e medi-grandi consorzi) in c.d. "centrali (o alleanze) di acquisto".

27. L'Autorità ha recentemente lasciato aperta l'esatta definizione merceologica del mercato, in particolare se debbano essere individuati distinti mercati per ciascuna categoria di prodotti e sulla base della distinzione sulla base del marchio dei prodotti⁷. Nel caso di specie, si ritiene che l'esatta

⁷ Cfr., *ex multis*: C12247B - BDC Italia-Conad/Auchan, provvedimento n. 28163 del 25 febbraio 2020; C12509 - PAC 2000A/Vari Rami di azienda, provvedimento n. 30500 del 28 febbraio 2023; C12487 - IN'S Mercato/Ramo di azienda DICO, provvedimento n. 30414 del 13 dicembre 2022; C12490 - Fratelli Arena/Due Rami di azienda di Superisola,

delimitazione merceologica dei mercati dell'approvvigionamento possa essere lasciata aperta, posto che, come meglio sarà illustrato infra, l'Operazione non risulta suscettibile di creare significativi effetti per la concorrenza nei mercati dell'approvvigionamento di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo.

28. Questi mercati dell'approvvigionamento hanno generalmente dimensione nazionale, effettuandosi a livello nazionale sia gli acquisti che le relative negoziazioni. Possono far eccezione alcune categorie di prodotti freschi o di tipicità locale, caratterizzati da mercati di dimensione più circoscritta, che tuttavia sono generalmente esclusi dall'ambito di contrattazione delle centrali d'acquisto.

IV.2. Gli effetti dell'operazione

IV.2.a. I mercati della vendita al dettaglio di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo

29. Nei mercati locali, costituiti da tutti i punti vendita della GDO di dimensione superiore a 100 mq collocati in un'isocrona di massimo 15 minuti di guida in effettive condizioni di traffico da ciascun punto vendita oggetto di cessione, l'Operazione comporterà l'acquisizione dei punti di vendita a insegna Famila e Cisetepiusette, di proprietà della Target, da parte di Conad Adriatico. Nella Tabella n. 2 sono mostrate le quote di mercato prima dell'operazione e dopo l'operazione, la quota di mercato del principale concorrente, nonché gli indici HHI dopo l'operazione e delta HHI.

Tabella n. 2 - Quote di mercato

N.	Indirizzo Centroide	Quota Conad Adriatico	Quota Target	Quota Congiunta	Quota primo concorrente	HHI post-merger	Delta HHI
1	Via Francesco Saverio Tateo 16 - Putignano (BA)	[5-10%]	[10-15%]	[15-20%]	Megamark S.r.l. 25,13%	1624	127
2	Via Valentino Dalessandro - Putignano (BA)	[5-10%]	[10-15%]	[15-20%]	Megamark S.r.l. 23,94%	1543	163
3	Viale Unita' D'Italia - Polignano A Mare (BA)	[1-5%]	[10-15%]	[10-15%]	Eurospin Puglia S.p.A. 21,58%	1496	59
4	Via Gentile 2 - Locorotondo (BA)	[5-10%]	[45-50%]	[55-60%]	Maiora Srl 35,33%	4651	946
5	Via Fasano 154 - Locorotondo (BA)	[5-10%]	[40-45%]	[50-55%]	Maiora Srl 30,66%	3633	713
6	Contrada Semeraro 1/7 - Locorotondo (BA)	[5-10%]	[45-50%]	[55-60%]	Maiora Srl 35,33%	4651	946
7	Via Roma 1 - Fasano (BR)	[45-50%]	[10-15%]	[60-65%]	Lidl Italia 9,81%	4047	1334
8	Via Roma 333 - Fasano (BR)	[30-35%]	[10-15%]	[40-45%]	Eurospin Puglia S.p.A. 14,88%	2538	703
9	Via Gobetti Snc - Conversano (BR)	[1-5%]	[5-10%]	[10-15%]	Eurospin Puglia S.p.A. 35,38%	2037	58
10	Sp 9 Gravina Di Castro 25 - Cisternino (BR)	[inferiore all'1%]	[45-50%]	[45-50%]	Apulia Distribuzione 33,67%	3451	0
11	Via Valentino Dalessandro - Putignano (BA)	[1-5%]	[15-20%]	[20-25%]	Maiora Srl 24,52%	1641	165

30. L'Operazione appare essere idonea a determinare effetti anticoncorrenziali considerevoli in cinque mercati locali interessati. In particolare, a esito dell'Operazione, nei mercati locali individuati dalle isocrone n. 4-8, l'entità risultante dalla concentrazione deterrà quote significative, superiori al 50%. Per tali isocrone, si osserva in dettaglio che:

- le quote che la nuova entità deterrà saranno tra il [40-45%] e oltre il [60-65%], con un incremento superiore all'8% e sino a circa il [10-15%] e in un contesto in cui alla *target* sono riconducibili quote anche del 40-50%;
- l'indice di concentrazione (HHI) in tali isocrone sarà estremamente elevato (superiore a 2.500);

c) il delta HHI presenta valori particolarmente elevati (sempre superiori a 700 punti), di molto al di sopra del valore soglia di 150, indicando un incremento significativo del grado di concentrazione nei mercati locali;

d) nelle isocrone n. 4-6, si avrebbe una situazione concorrenziale estremamente concentrata caratterizzata da un duopolio in cui i primi due operatori avrebbero il controllo di più dell'80-90% del mercato.;

e) nelle isocrone n. 7-8, la posizione della nuova entità sarebbe da 3 a 6 volte superiore a quella dei principali concorrenti con un elevato indice di concentrazione;

31. L'Operazione appare, quindi, *prima facie* idonea a determinare effetti concorrenziali significativi nei mercati individuati dalle isocrone nn. 4, 5, 6, 7 e 8 (tutte localizzate nelle aree di Locorotondo e Fasano), comportando il rafforzamento di una posizione dominante già in essere in capo alla Target (nelle isocrone nn. 4, 5, 6) e all'Acquirente (nelle isocrone nn. 7 e 8).

32. L'Operazione potrebbe, quindi, determinare un incentivo al deterioramento delle condizioni concorrenziali, in termini di peggioramento dei prezzi e/o della qualità nell'offerta da parte dei punti vendita della Target e dei punti vendita dell'Acquirente, in ragione del venir meno dei legami concorrenziali intercorrenti tra le Parti della concentrazione.

33. In conclusione, alla luce delle elevate quote di mercato dell'entità *post-merger*, del significativo incremento degli indici di concentrazione, nonché della particolare configurazione dei mercati locali - nei quali i punti vendita della Target risultano, in generale, di rilevante importanza competitiva rispetto ai punti vendita dei concorrenti e dell'Acquirente (per dimensione e numerosità in ciascuna isocrona) - l'Opeazione appare suscettibile di determinare effetti restrittivi della concorrenza nei mercati locali corrispondenti alle isocrone nn. 4, 5, 6, 7 e 8, generando un potenziale incentivo all'aumento dei prezzi da parte sia della Target sia dell'Acquirente.

IV.2.b. I mercati dell'approvvigionamento di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo

34. Nel settore della GDO risultano operare attualmente oltre venti catene distributive, di cui dieci con una quota nazionale complessiva superiore al 3%. Le quote di mercato calcolate partendo dai dati Nielsen relativi al peso concorrenziale delle singole centrali di acquisto⁸ sono mostrate nella Tabella n. 3 *infra*.

⁸ In particolare, i dati utilizzati sono quelli della Guida NielsenIQ Largo Consumo – Seconda Edizione 2024 e analizzano il peso concorrenziale delle singole centrali di acquisto e delle supercentrali di acquisto.

Tabella n. 3 - Stima del peso delle centrali di acquisto della GDO

<i>Supercentrale di acquisto</i>	<i>Centrale di acquisto</i>	<i>Quota %</i>
Conad + Finiper		17,3%
	<i>Conad</i>	15,0%
	<i>Finiper</i>	2,3%
Coop		11,3%
	<i>Coop Italia</i>	11,3%
Esd Italia		21,9%
	<i>Agora' Network Scarl</i>	4,4%
	<i>Aspiag</i>	2,1%
	<i>Selex Commerciale</i>	15,4%
Esselunga		7,4%
Forum		7,1%
	<i>C3</i>	1,8%
	<i>Coralis</i>	0,2%
	<i>Crai</i>	1,7%
	<i>D.It. Distribuzione Italiana</i>	1,4%
	<i>Despar Servizi</i>	2,0%
Gruppo Carrefour		3,8%
Gruppo Pam		2,68%
Gruppo Vegé		8,1%
Italy Discount		0,4%
Altri		20,1%
	<i>Aldi</i>	0,7%
	<i>Catene Indipendenti</i>	0,1%
	<i>Eurospin</i>	7,5%
	<i>Lidl Italia</i>	5,9%
	<i>Md Spa</i>	3,2%
	<i>Negozi Indipendenti</i>	0,8%
	<i>Prix Quality</i>	0,5%
	<i>Rewe</i>	1,3%

35. Attualmente l'alleanza di acquisto Conad+Finiper è la seconda alleanza per dimensione, aggregando i punti vendita che esprimono circa il 17,3% del fatturato totale della DO in Italia. Secondo i medesimi dati, i punti vendita della Target rappresentano circa lo 0,04% del totale in Italia.

36. In ragione del peso ridotto attribuibile, nel contesto delle alleanze di acquisto nazionali, al complesso aziendale oggetto di cessione, non si ritiene che l'Operazione possa avere effetti significativi sui mercati nazionali dell'approvvigionamento di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo.

IV.3. Conclusioni

37. Le analisi sopra riportate portano a ritenere che nei mercati della vendita al dettaglio di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo - in particolar modo nelle isocrone nn. 4, 5, 6, 7 e 8 - la realizzazione dell'Operazione è suscettibile di ostacolare in modo significativo la concorrenza effettiva, in particolare a causa della costituzione o del rafforzamento di una posizione dominante.

RITENUTO, pertanto, che l'Operazione appare suscettibile di ostacolare, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/1990, in modo significativo la concorrenza effettiva, in particolare a causa della costituzione o del rafforzamento di una posizione dominante, nei mercati dell'approvvigionamento di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo (isocrone nn. da 4 a 8);

DELIBERA

a) l'avvio dell'istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990, nei confronti delle società Conad Adriatico Società Cooperativa e Risto Cash & Carry S.r.l.;

b) la fissazione del termine di giorni dieci, decorrente dalla data di notificazione del presente provvedimento, per l'esercizio da parte dei legali rappresentanti delle Parti, ovvero da persone da esse delegate, del diritto di essere sentiti, ai sensi dell'articolo 14, comma 1, della legge n. 287/1990, precisando che la richiesta di audizione dovrà pervenire alla Direzione Manifatturiero, Agroalimentare, Farmaceutico e Distribuzione Commerciale del Dipartimento Concorrenza - 2 di questa Autorità, almeno tre giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;

c) che il responsabile del procedimento è il dottore Vincenzo Alberto Cirrito;

d) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione Manifatturiero, Agroalimentare, Farmaceutico e Distribuzione Commerciale del Dipartimento Concorrenza - 2 di questa Autorità dai rappresentanti legali delle Parti, nonché dai soggetti aventi un interesse giuridicamente rilevante o da persona da essi delegata;

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

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

IP333 - COMPASS-POLIZZE ABBINATE

Provvedimento n. 31707

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 14 ottobre 2025;

SENTITA la Relatrice Professoressa Elisabetta Iossa;

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 proprio provvedimento n. 28011 del 27 novembre 2019, adottato a conclusione del procedimento istruttorio relativo al caso PS11198, con il quale è stato deliberato che la società Compass Banca S.p.A. ha realizzato, per lo meno a partire dal mese di gennaio 2015 e ancora in essere all'epoca dell'adozione del provvedimento, una pratica commerciale scorretta in violazione degli articoli 24 e 25, lettera a), del Codice del consumo, consistente nella collocazione in abbinamento con i prestiti personali erogati dalla stessa finanziaria di polizze assicurative non connesse al prestito, condizionando i consumatori alla loro sottoscrizione al fine di ottenere il finanziamento;

VISTO il proprio provvedimento n. 28345 dell'8 settembre 2020, adottato a conclusione del procedimento relativo al caso IP333, con il quale è stata accertata la mancata ottemperanza di Compass Banca S.p.A. alla diffida di cui alla lettera a) del dispositivo del citato provvedimento n. 28011 del 27 novembre 2019 (caso PS11198), nonché irrogata a tale società la sanzione amministrativa pecuniaria di 250.000 € ai sensi dell'articolo 27, comma 12, del Codice del consumo;

VISTA la sentenza del Consiglio di Stato dell'8 luglio 2025 n. 5901, che ha accolto l'appello proposto da Compass Banca S.p.A. avverso la sentenza del T.A.R. Lazio n. 9516 del 6 settembre 2021 e, in riforma di quest'ultima, ha accolto il ricorso di primo grado, annullando, per l'effetto, il provvedimento dell'Autorità n. 28011 del 27 novembre 2019 (caso PS11198);

CONSIDERATO che, per effetto di tale sentenza, è venuto meno il dispositivo del provvedimento n. 28011 del 27 novembre 2019 di cui era stata accertata la mancata ottemperanza con il provvedimento n. 28345 dell'8 settembre 2020 (caso IP333);

RITENUTO, pertanto, opportuno procedere alla revoca in autotutela del citato provvedimento n. 28345 dell'8 settembre 2020, alla luce della citata decisione del Consiglio di Stato;

DELIBERA

la revoca del provvedimento n. 28345 dell'8 settembre 2020 relativo al caso IP333.

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel 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 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

PS12934 - VERONA EST MOTORICAMBI - SURCHARGE PAGAMENTI*Provvedimento n. 31708*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 14 ottobre 2025;

SENTITO il Relatore, Saverio Valentino;

VISTA la Parte III, 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" (di seguito, "Regolamento"), adottato dall'Autorità con delibera del 5 novembre 2024, n. 31356;

VISTA la comunicazione del 28 marzo 2025, con cui è stato avviato il procedimento PS12934 nei confronti della società Verona Est Motoricambi S.r.l.;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Verona Est Motoricambi S.r.l. (P.I. 04931780235), in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lett. b), del Codice del Consumo.

La Società, con sede legale in Verona, Via Bosco 75, è attiva nel commercio all'ingrosso non specializzato in genere, da esercitarsi sia in sede fissa che *on line* attraverso *e-commerce*, di diversi prodotti, tra cui, a titolo esemplificativo e non esaustivo: "*parti per motocicli, parti e accessori di autoveicoli, prodotti attinenti o inerenti a tutti i ricambi per moto e motocicli*"¹.

La Società, nel bilancio redatto al 31 dicembre 2024, presentava ricavi delle vendite e delle prestazioni pari ad oltre 1,7 milioni di euro e un utile di esercizio pari ad oltre 40 mila euro².

II. LA CONDOTTA OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

2. Il procedimento ha a oggetto la condotta posta in essere da Verona Est Motoricambi S.r.l. (di seguito, anche, "VEM" o il "Professionista" o la "Società"), consistente nell'imposizione ai consumatori di un costo aggiuntivo rispetto al prezzo dei beni commercializzati nel sito <https://www.aspecialparts.com/it/> (di seguito, anche, il "Sito"), alla stessa riconducibile, legato al mezzo di pagamento utilizzato per gli acquisti *online* (PayPal).

¹ Cfr. Visura Ordinaria Società di Capitale (14 settembre 2025). Fonte: Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Verona – Registro Imprese – Archivio Ufficiale della CCIAA.

² Bilancio di esercizio al 31 dicembre 2024. Fonte: Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Verona – Registro Imprese – Archivio Ufficiale della CCIAA.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

III.1. L'iter del procedimento

3. Sulla base di una segnalazione pervenuta in data 7 febbraio 2025 da parte di un consumatore³ e delle successive verifiche effettuate d'ufficio⁴, in data 28 marzo 2025 è stato comunicato a VEM l'avvio del procedimento istruttorio PS12934⁵, contestualmente formulando una richiesta di informazioni ai sensi dell'articolo 13, comma 1, del Regolamento, al fine di verificare la sussistenza di una condotta in possibile violazione dell'articolo 62, comma 1, del Codice del Consumo relativamente alla previsione, da parte del Professionista, di un sovrapprezzo a carico del consumatore in caso di pagamento dei beni commercializzati nel Sito tramite PayPal (c.d. *credit card surcharge*).
4. In data 23 aprile 2025, è stato inoltrato al Professionista un sollecito a rispondere alla richiesta di informazioni formulata nell'ambito della comunicazione di avvio del procedimento⁶.
5. In data 15 e 30 maggio 2025 è stata richiesta la collaborazione alla Guardia di Finanza - Nucleo Speciale Antitrust – (di seguito, “Nucleo Speciale GdF”) allo scopo di acquisire le informazioni richieste nella comunicazione di avvio del procedimento⁷.
6. In data 27 maggio 2025, sono state acquisite agli atti del procedimento ulteriori pagine web tratte dal Sito del Professionista nel periodo 26 marzo – 5 maggio 2025⁸.
7. In data 6 giugno 2025, il Professionista ha trasmesso la documentazione acquisita il 5 giugno 2025 dal Nucleo Speciale GdF presso la sede di VEM in Verona⁹. Il successivo 16 giugno 2025, VEM ha depositato una propria nota di precisazioni¹⁰.
8. Il 16 e 25 giugno 2025, il Nucleo Speciale GdF ha trasmesso il verbale delle operazioni compiute il 5 giugno 2025 presso la sede di VEM in Verona e la documentazione ad esso allegata¹¹.
9. In data 9 luglio 2025, è stata comunicata alla Parte la contestazione degli addebiti, indicando un termine di 30 giorni per presentare al Collegio controdeduzioni scritte in replica, ai sensi dell'articolo 17, comma 1, del Regolamento¹².
10. In data 28 luglio 2025 è pervenuta da parte di VEM un'istanza di proroga del termine per il deposito della memoria conclusiva, rigettata dall'Autorità in data 6 agosto 2025¹³.

³ Cfr. doc. n. 1, di cui all'indice del fascicolo istruttorio.

⁴ Cfr. verbale di acquisizione agli atti del 19 marzo 2025, doc. n. 2, di cui all'indice del fascicolo istruttorio.

⁵ Cfr. doc. n. 3, di cui all'indice del fascicolo. In data 31 marzo 2025, l'avvio del procedimento istruttorio è stato comunicato anche al consumatore segnalante (cfr. doc. n. 4, di cui all'indice del fascicolo istruttorio).

⁶ Cfr. doc. n. 5, di cui all'indice del fascicolo istruttorio.

⁷ Cfr. docc. nn. 6 e 8, di cui all'indice del fascicolo istruttorio.

⁸ Cfr. doc. n. 7, di cui all'indice del fascicolo istruttorio.

⁹ Cfr. doc. n. 9, di cui all'indice del fascicolo istruttorio.

¹⁰ Cfr. doc. n. 10, di cui all'indice del fascicolo istruttorio.

¹¹ Cfr. docc. nn. 11 e 12, di cui all'indice del fascicolo istruttorio.

¹² Cfr. doc. n. 13, di cui all'indice del fascicolo istruttorio.

¹³ Cfr. docc. nn. 14 e 15, di cui all'indice del fascicolo istruttorio.

11. In data 11 agosto 2025 è pervenuta la memoria conclusiva di VEM con contestuale presentazione di impegni e istanza di audizione davanti al Collegio, quest'ultima rigettata dall'Autorità nell'adunanza del 3 settembre 2025¹⁴.

12. In data 4 settembre 2025, è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo e dell'articolo 17, comma 2, del Regolamento¹⁵, successivamente pervenuto in data 7 ottobre 2025¹⁶.

III.2. Le evidenze acquisite

13. Nella denuncia pervenuta all'Autorità nel mese di febbraio 2025¹⁷, il segnalante ha rappresentato che, all'atto del pagamento dei prodotti proposti in vendita da VEM nel Sito, quest'ultimo aveva richiesto un costo aggiuntivo per i pagamenti effettuati con PayPal.

14. Le verifiche svolte d'ufficio hanno confermato tali evidenze, ovvero che, al termine del processo di acquisto di un prodotto selezionato nel Sito, al prezzo inizialmente proposto il Professionista applica una commissione per i pagamenti effettuati con PayPal¹⁸ (vedi, a titolo esemplificativo, la successiva Immagine n. 1, rilevata in data 3 marzo 2025).

Immagine n. 1

15. Sulla base degli accertamenti svolti dalla Guardia di Finanza - Nucleo Speciale Antitrust, in data 5 giugno 2025, presso la sede del Professionista¹⁹, è risultato che VEM ha addebitato, in caso

¹⁴ Cfr. docc. nn. 16 e 17, di cui all'indice del fascicolo istruttorio.

¹⁵ Cfr. doc. n. 18, di cui all'indice del fascicolo istruttorio.

¹⁶ Cfr. doc. n. 20, di cui all'indice del fascicolo istruttorio.

¹⁷ Cfr. doc. n. 1, di cui all'indice del fascicolo istruttorio.

¹⁸ Cfr. verbale di acquisizione agli atti del 19 marzo 2025, doc. n. 2, di cui all'indice del fascicolo istruttorio.

¹⁹ Dal momento che il Professionista non ha dato riscontro alla richiesta di informazioni formulata alla società nella comunicazione di avvio del procedimento istruttorio, così come al relativo sollecito del 23 aprile 2025 (nonostante entrambe le comunicazioni risultino state regolarmente consegnate all'indirizzo pec del Professionista), è stata richiesta la

di acquisti con PayPal nel Sito, importi aggiuntivi pari al 4% del prezzo inizialmente proposto incrementato dell'IVA, a far data dal 31 maggio 2023 e fino alla data del 13 maggio 2025²⁰, momento in cui, secondo quanto dichiarato dallo stesso Professionista, la commissione non è stata più applicata in seguito ad aggiornamento del Sito.

16. Non erano, invece, previste spese di commissione per le altre modalità di pagamento (carta di credito e carta prepagata e bonifico bancario)²¹.

17. Nel periodo considerato (31 maggio 2023 – 13 maggio 2025), a fronte di un numero di ordini pari a [5.000-10.000]* e un importo medio di vendite nette mensili di circa [50-100] mila euro (oltre [1-3] milioni di euro in totale nel periodo), il numero di transazioni/vendite *online* concluse con utilizzo dello strumento di pagamento PayPal è risultato pari a [1.000-5.000], con un importo complessivamente incassato dall'applicazione del sovrapprezzo in questione pari ad oltre [10-50] mila euro²².

IV LE ARGOMENTAZIONI DIFENSIVE DEL PROFESSIONISTA

18. Nelle note depositate da VEM il 6 e 16 giugno 2025²³, il Professionista ha preliminarmente reso noto di non aver dato riscontro nei termini alla richiesta di informazioni di cui all'avvio del procedimento istruttorio a causa di un disguido tecnico che non gli avrebbe consentito di prendere visione delle comunicazioni allo stesso inviate.

19. VEM ha reso noto, altresì, di non essere a conoscenza della normativa che impone di non applicare commissioni in capo ai clienti per l'utilizzo di PayPal quale strumento di pagamento, ma di aver comunque segnalato in modo trasparente la percentuale richiesta al momento della conclusione dell'ordine nel Sito.

20. Infine, il Professionista ha segnalato di aver autonomamente provveduto a eliminare la commissione del 4% sul prezzo + IVA applicata in caso di acquisti effettuati tramite PayPal a partire dal 14 maggio 2025²⁴, momento in cui è andata *on line* la nuova versione del Sito, ciò che dimostrerebbe la propria buona fede.

collaborazione della Guardia di Finanza - Nucleo Speciale Antitrust, al fine di acquisire le informazioni richieste nella comunicazione di avvio del procedimento istruttorio. Cfr. docc. nn. 5, 6 e 8, di cui all'indice del fascicolo istruttorio.

²⁰ Dopo l'avvio del procedimento, e precisamente dal 14 maggio 2025, il Professionista ha provveduto alla disabilitazione del *credit card surcharge* per l'utilizzo del mezzo di pagamento PayPal con riferimento agli acquisti effettuati dai consumatori nel Sito. Cfr. docc. nn. 11 e 12, di cui all'indice del fascicolo istruttorio.

²¹ Cfr. verbale di acquisizione agli atti del 19 marzo 2025, doc. n. 2, di cui all'indice del fascicolo istruttorio.

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

²² Cfr. il verbale delle operazioni compiute dalla GdF, docc. nn. 11 e 12, di cui all'indice del fascicolo istruttorio e, in particolare, gli allegati *files* Excel denominati "*vendite complessive sito nel periodo.csv*" e "*order_export_2025-06-05-10-17-10.xlsx*".

²³ Cfr. docc. nn. 9 e 10, di cui all'indice del fascicolo istruttorio.

²⁴ Ovvero circa 20 giorni prima dell'intervento del Nucleo, effettuato il 5 giugno 2025, sebbene notevolmente dopo l'avvio dell'istruttoria dell'Autorità.

V. CONTRODEDUZIONI DELLA PARTE ALLA COMUNICAZIONE DI CONTESTAZIONE DEGLI ADDEBITI

21. In data 8 agosto 2025, il Professionista ha depositato una propria memoria conclusiva²⁵ nella quale, dopo una breve presentazione della società e dell'attività svolta nel commercio *on line*, all'ingrosso e al dettaglio, di parti ed accessori di moto Aprilia tramite il sito internet www.aspecialparts.com, ha evidenziato come il procedimento abbia preso avvio da una singola segnalazione e che attualmente non sussisterebbe alcuna violazione del Codice del consumo perpetrata sul mercato, avendo VEM autonomamente interrotto la condotta contestata.

22. In ogni caso, la Società sottolinea l'assenza di elementi di decettività nel caso di specie, ovvero di costi nascosti o non indicati chiaramente nel Sito, e che i consumatori finali avrebbero sempre avuto la facoltà di scegliere se effettuare i pagamenti a mezzo bonifico bancario, carta di credito o, per l'appunto, PayPal, strumento quest'ultimo che prevedeva l'applicazione di commissioni. Difetterebbe, pertanto, il requisito dell'idoneità a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore.

23. VEM sostiene, poi, di non aver tratto profitto dalla maggiorazione applicata in quanto avrebbe semplicemente trasferito al cliente un costo esterno, circostanza che sarebbe prevista dalla normativa europea (Direttiva UE 2015/2366 – PSD2) e che consentirebbe tale pratica purché non discriminatoria e debitamente giustificata. Ciò anche alla luce del fatto che PayPal, sempre secondo VEM, non rientrerebbe tra gli strumenti regolati dal Regolamento (UE) 2015/751 (che riguarda carte di credito e debito)²⁶.

24. Il Professionista ha poi contestato: *i)* la non corretta individuazione dell'oggetto sociale di VEM²⁷; *ii)* il fatto che i dati estratti dal Nucleo Speciale GdF nel corso dell'intervento effettuato farebbero riferimento al sito globale www.aspecialparts.com e non alla pagina italiana */it*; *iii)* che gli acquisti effettuati dai consumatori italiani con applicazione della commissione sarebbero solo una parte del complesso di acquisti effettuati, anche da *fuori Italia*, nel periodo di riferimento (maggio 2023 – maggio 2025)²⁸; pertanto, VEM contesta che l'Autorità abbia in tali casi “*giurisdizione a giudicare/sanzionare*” e che la condotta nel caso di specie avrebbe comportato un esborso aggiuntivo per i consumatori italiani pari a poco più di [5.000-10.000] euro - da considerare all'atto della quantificazione dell'eventuale sanzione pecuniaria²⁹.

²⁵ Per il tramite di uno Studio Legale incaricato successivamente all'invio della contestazione degli addebiti, ovvero in data 21 luglio 2025. Cfr. doc. n. 16, di cui all'indice del fascicolo istruttorio.

²⁶ REGOLAMENTO (UE) 2015/751 DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO del 29 aprile 2015 relativo alle commissioni interbancarie sulle operazioni di pagamento basate su carta.

²⁷ Al riguardo si evidenzia che nella comunicazione di avvio del procedimento è stato sintetizzato l'oggetto sociale di VEM riportato nella visura Cerved - Cfr. l'allegato al verbale di acquisizione agli atti del 19 marzo 2025, denominato “VISURA VERONA EST”, doc. n. 2, di cui all'indice del fascicolo istruttorio.

²⁸ Secondo VEM la totalità delle transazioni pagate tramite PayPal risulterebbe pari ad euro [20.000-40.000] - Cfr. l'allegato alla memoria conclusiva, denominato “Doc. 1 FILE DEFINITIVO TUTTE TRANSAZIONI”, doc. n. 16, di cui all'indice del fascicolo istruttorio.

²⁹ Secondo VEM, la totalità delle transazioni pagate tramite PayPal risulterebbe pari a [20.000-40.000] euro e i consumatori italiani finali che potrebbero essere stati interessati dal pagamento tramite PayPal nel periodo di riferimento sarebbero [500-5.000], per un ammontare totale pari ad Euro [5.000-10.000]. I restanti [10.000-20.000] euro sarebbero relativi ad acquisti di clienti finali *da fuori Italia*. La Società ha fornito un documento contenente l'indicazione delle transazioni e dei consumatori italiani che hanno effettuato acquisti attraverso i siti www.aspecialparts.com/it e

25. Alla luce di quanto sopra, VEM reputa che sussistano i requisiti per applicare le attenuanti inerenti alla trascurabilità del fatto, dal momento che il Professionista avrebbe posto in essere quanto nella sua disponibilità per attenuare gli effetti sul mercato della sua condotta illecita.

VI. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

26. Poiché la condotta oggetto del presente provvedimento è stata diffusa tramite *internet*, il 4 settembre 2025 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM), ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del consumo e dell'articolo 17, comma 2, del Regolamento³⁰.

27. L'AGCOM, con parere pervenuto il 7 ottobre 2025, ha considerato che *internet* costituisca un mezzo di comunicazione e acquisto idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori e ha ritenuto che, nel caso di specie, “*sia idoneo a influenzare significativamente*” la realizzazione della condotta illecita oggetto di istruttoria³¹.

VII. VALUTAZIONI

VII.1. Questioni preliminari

28. Con riferimento alla proposta di impegni presentata da VEM unitamente alla memoria conclusiva, l'Autorità, nell'adunanza del 3 settembre 2025, ne ha deliberato il rigetto, in considerazione della particolare tardività della proposta, pervenuta dopo la chiusura della fase istruttoria e l'invio della comunicazione di contestazione degli addebiti.

29. Prima di entrare nel merito della valutazione della condotta oggetto del procedimento, appare necessario replicare ad alcune questioni sollevate dalla Parte.

30. In particolare, in merito all'obiezione di VEM relativa alla possibile violazione del proprio diritto di difesa che si sarebbe concretizzata con il rigetto dell'istanza di proroga del termine per il deposito della memoria conclusiva³², come già rappresentato alla Parte³³, nella fissazione del termine per presentare al Collegio controdeduzioni scritte in replica alla comunicazione di contestazione degli addebiti era già stato considerato un termine più esteso (30 giorni), rispetto a quello previsto dal comma 1 dell'art. 17 del Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di tutela del consumatore (20 giorni)³⁴, ciò che appare idoneo a garantire il pieno esercizio dei diritti di difesa che la Parte ha avuto comunque modo di esercitare compiutamente nel corso della fase istruttoria.

www.aspecialparts.com e dell'importo che asserisce complessivamente incassato dall'applicazione del *credit card surcharge*.

Cfr. doc. n. 16, di cui all'indice del fascicolo istruttorio e, in particolare, gli allegati denominati “*Doc. 1 FILE DEFINITIVO TUTTE TRANSAZIONI*” e “*Doc. 1 B FILE DEFINITIVO TRANSAZIONI SOLO ITALIANI*”.

³⁰ Cfr. doc. n. 18, di cui all'indice del fascicolo istruttorio.

³¹ Cfr. doc. n. 20, di cui all'indice del fascicolo istruttorio.

³² Cfr. doc. n. 14, di cui all'indice del fascicolo istruttorio.

³³ Cfr. doc. n. 15, di cui all'indice del fascicolo istruttorio.

³⁴ Delibera AGCM del 5 novembre 2024, n.31356 - **Articolo 17 - Chiusura dell'istruttoria e richiesta dei pareri: 1. Il responsabile del procedimento, allorché ritenga sufficientemente istruita la pratica, trasmette alle parti la comunicazione di contestazione degli addebiti e indica loro un termine, non inferiore a venti giorni, entro cui esse possono presentare al Collegio controdeduzioni scritte in replica alla contestazione degli addebiti** (sottolineatura aggiunta).

31. VEM ha poi sostenuto che la fattispecie in esame, data la sussistenza di un'unica segnalazione, andrebbe trattata come singolo caso di contenzioso riconducibile a specificità del singolo rapporto instaurato tra il consumatore e il professionista, che vedrebbero nel giudice ordinario la propria naturale sede di risoluzione.

32. A tale riguardo, si osserva che – come risulta dalle risultanze in atti – il *surcharge* è stato applicato per un periodo di circa due anni ad un numero significativo di consumatori. Nel caso di specie, pertanto, non può seriamente sostenersi che si tratti di un episodio isolato, risultando dunque del tutto irrilevante il numero esiguo delle segnalazioni pervenute all'Autorità.

33. Infondato, inoltre, è l'ulteriore argomento sviluppato dal Professionista, secondo cui mancherebbe nella propria condotta alcun elemento di decettività, in quanto il consumatore era correttamente informato dell'applicazione del *surcharge*. Infatti, affinché sussista la violazione dell'articolo 62 del Codice del Consumo non è necessario che si realizzi una induzione in errore dei consumatori, suscettibile di sfociare in una alterazione del loro comportamento economico. L'illecito, infatti, si realizza con la mera applicazione di supplementi per l'uso di uno specifico strumento di pagamento³⁵.

34. Privata di pregio appare, infine, l'ulteriore obiezione del Professionista laddove sostiene che l'Autorità non avrebbe competenza *a giudicare/sanzionare* la condotta posta in essere attraverso il sito globale www.aspecialparts.com, in quanto sito internet non italiano, dovendosi limitare soltanto alla pagina del sito con estensione *“/it”*, in lingua italiana.

35. Al riguardo, si evidenzia, in primo luogo, come non sia seriamente contestabile l'applicabilità del Codice del consumo ad una condotta illecita posta in essere sul territorio nazionale e pacificamente suscettibile di incidere pregiudizievolemente gli interessi economici dei consumatori che vi risiedono. Nel caso di specie, è incontestato – e risulta dalla stessa documentazione fornita dal Professionista³⁶ – che i consumatori italiani abbiano utilizzato tanto la versione inglese, quanto quella in lingua italiana, del sito dell'impresa, soggiacendo alla illegittima imposizione del *surcharge*. In particolare, da detta documentazione emerge che gli acquisti effettuati nel periodo considerato (31 maggio 2023 – 13 maggio 2025) da consumatori italiani attraverso il Sito *.com* di VEM rappresentino più del *[5-10]%* del totale delle transazioni complessive effettuate dai consumatori italiani su entrambi i siti, confermando l'utilizzo di tale specifico canale (*.com*) non soltanto da parte *“di clienti finali che hanno acquistato da fuori Italia”*.

36. Acclarata dunque l'applicabilità del Codice del Consumo alla fattispecie in esame, risulta destituita di fondamento la collegata argomentazione sviluppata dall'impresa, secondo la quale l'Autorità dovrebbe parametrare il trattamento sanzionatorio esclusivamente all'importo del *surcharge* imposto ai consumatori residenti sul territorio nazionale. Questa tesi – nella misura in cui pretende di vincolare la quantificazione della sanzione all'accertamento del danno subito dai consumatori in Italia – è con ogni evidenza priva di fondamento giuridico.

37. Ai sensi dell'articolo 11 della legge n. 689/1981, infatti, *“nella determinazione della sanzione amministrativa pecuniaria fissata dalla legge tra un limite minimo ed un limite massimo ... si ha*

³⁵ Cfr. la Comunicazione alle imprese sul divieto di applicazione di supplementi per l'uso della carta di credito / debito o altri strumenti di pagamento, adottata dall'Autorità il 26 novembre 2018.

³⁶ Cfr. allegato denominato *“Doc. 1 B FILE DEFINITIVO TRANSAZIONI SOLO ITALIANI”* alla memoria conclusiva di VEM, doc. n. 16, di cui all'indice del fascicolo istruttorio.

riguardo alla gravità della violazione, all'opera svolta dall'agente per la eliminazione o attenuazione delle conseguenze della violazione, nonché alla personalità dello stesso e alle sue condizioni economiche". Pertanto, non vi è una disposizione che precluda all'Autorità, nell'ambito della valutazione di gravità della condotta, di valorizzare il danno aggregato che possa derivare – o sia in concreto disceso – dall'illecito consumeristico.

38. Ad ogni modo, nel caso di specie, il rilievo del Professionista è inoperante, in quanto – come indicato in seguito, in sede di determinazione della sanzione – l'Autorità tiene conto specificamente anche dell'impatto relativamente più contenuto della condotta sui soli consumatori italiani.

VII.2. Valutazioni di merito

39. Il procedimento in esame concerne l'illiceità della condotta posta in essere da Verona Est Motoricambi S.r.l. consistente nella previsione a carico del consumatore di un supplemento di prezzo (c.d. *credit card surcharge*) direttamente correlato allo strumento di pagamento da quest'ultimo prescelto (*PayPal*), in contrasto con l'articolo 62, comma 1, del Codice del Consumo.

40. Dalle evidenze acquisite nel corso del procedimento – e come ammesso dallo stesso Professionista – risulta infatti che VEM abbia imposto al consumatore di sostenere spese di commissione per l'utilizzo dello specifico strumento di pagamento costituito da *PayPal*.

41. Tale condotta integra una violazione dell'articolo 62, comma 1, del Codice del Consumo, in quanto la norma espressamente prevede che *"Ai sensi dell'articolo 3, comma 4, del decreto legislativo 27 gennaio 2010, n. 11³⁷, i professionisti non possono imporre ai consumatori, in relazione all'uso di determinati strumenti di pagamento, spese per l'uso di detti strumenti, (...)".*

42. La disposizione in questione vieta l'imposizione, da parte dei professionisti e nei riguardi dei consumatori, di spese per l'uso di un determinato strumento di pagamento. Il divieto di cui all'articolo 62, infatti, prescinde dalla natura e/o qualifica del sovrapprezzo richiesto dal venditore, essendo vietata qualunque differenziazione del prezzo del bene/servizio in funzione della scelta del consumatore tra i diversi strumenti di pagamento.

43. Sul punto, contrariamente a quanto affermato dal Professionista il quale ritiene che *PayPal* non rientri tra gli strumenti regolati dal Regolamento (UE) 2015/751 (che riguarda carte di credito e debito), si evidenzia che l'art. 1, comma 1, lett. s), dello stesso D.lgs. n. 11/2010 (citato nell'incipit dell'articolo 62, comma 1, del Codice del Consumo), definisce quale **strumento di pagamento** *"qualsiasi dispositivo personalizzato e/o insieme di procedure concordate tra l'utente e il prestatore di servizi di pagamento e di cui l'utente di servizi di pagamento si avvale per impartire un ordine di pagamento"*³⁸.

³⁷ D.lgs. 27 gennaio 2010, n. 11, di attuazione della Direttiva 2007/64/CE relativa ai servizi di pagamento nel mercato interno. Secondo l'art. 3, comma 4, di detto decreto -così come modificato dall'art. 2, comma 3, lett. d), del D.lgs. n. 218/2017, di recepimento della direttiva (UE) n. 2015/2366 relativa ai servizi di pagamento nel mercato interno (meglio nota come PSD2)-, richiamato nell'incipit del più volte citato art. 62 CdC, ***"il beneficiario non può applicare a carico del pagatore spese relative all'utilizzo di strumenti di pagamento"***, intendendosi per *"beneficiario: il soggetto previsto quale destinatario dei fondi oggetto dell'operazione di pagamento"* (art. 1, comma 1, lett. f) e per *"pagatore: il soggetto titolare di un conto di pagamento a valere sul quale viene impartito un ordine di pagamento ovvero, in mancanza di un conto di pagamento, il soggetto che impartisce un ordine di pagamento"* (art. 1, comma 1, lett. e).

³⁸ Perché ci si possa ritenere in presenza di uno strumento di pagamento, è necessario che tali dispositivi personalizzati e/o insieme di procedure concordate intercorrano tra due soggetti specifici, individuati dalla norma nell'utente e nel prestatore di servizi di pagamento.

44. In ogni caso, si rileva come VEM abbia riconosciuto di aver attuato tale condotta dal 31 maggio 2023 al 13 maggio 2025, data a partire dalla quale è stato eliminato dal Sito l'addebito del *credit card surcharge* per l'uso di PayPal, quale strumento di pagamento³⁹.

45. Alla luce di quanto esposto, la condotta posta in essere da Verona Est Motoricambi S.r.l. nel periodo 31 maggio 2023 – 13 maggio 2025, consistente nell'aver applicato, in caso di acquisti con PayPal nel sito <https://www.aspecialparts.com/it/>, importi aggiuntivi pari al 4% del prezzo inizialmente proposto incrementato dell'IVA, integra una violazione dell'articolo 62, comma 1, del Codice del Consumo, in quanto la disposizione espressamente prevede che i professionisti “*non possono imporre ai consumatori, in relazione all'uso di determinati strumenti di pagamento, spese per l'uso di detti strumenti*”.

VIII. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

46. Ai sensi dell'articolo 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la condotta 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.

47. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'articolo 11 della legge n. 689/1981, 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.

48. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame: (i) della dimensione economica della società Verona Est Motoricambi S.r.l.⁴⁰ la quale, sulla base del bilancio redatto al 31 dicembre 2024, presenta ricavi delle vendite e delle prestazioni pari ad oltre 1,7 milioni di euro e un utile di esercizio pari ad oltre 40 mila euro⁴¹. Si considera altresì il pregiudizio economico arrecato ai soli consumatori italiani dall'applicazione del *credit card surcharge* (PayPal) tramite il Sito .com e /it nel periodo dal 31 maggio 2023 al 13 maggio 2025, complessivamente pari, secondo i dati forniti dallo stesso Professionista, ad oltre [5.000-15.000] euro⁴²; ii) della natura della violazione che si presta ad avere impatto sull'obiettivo unionale di realizzare un sistema unico di pagamenti privo di discriminazioni tra strumenti; iii) della diffusione della condotta e, in particolare, del fatto che l'impresa opera attraverso il sito *web* e, dunque, promuove e consente l'acquisto dei propri prodotti tramite un mezzo suscettibile di raggiungere potenzialmente un numero considerevole di consumatori.

³⁹ Al riguardo, non è accoglibile l'argomentazione difensiva del Professionista laddove afferma, a giustificazione dell'addebito al consumatore di tale spesa supplementare, di “*non [essere stato] a conoscenza della normativa che impone di non applicare una percentuale sugli ordini PayPal in capo ai clienti*”, dal momento che è del tutto pacifico il principio fondamentale del diritto circa la “*presunzione di conoscenza della legge*”. Cfr. docc. nn. 9 e 10, di cui all'indice del fascicolo istruttorio.

⁴⁰ VEM ha depositato il M.O.L. dal 15 novembre 2022 al 31/12/2023 ([1-5]% del totale del valore della produzione, pari a circa [10.000-50.000] euro, unitamente al bilancio 2023 e 2024 ed al M.O.L. 2024 ([1-5]% del totale del valore della produzione, pari a circa € [50.000-100.000] euro, ed i relativi verbali di assemblea.

⁴¹ Cfr. Bilancio di esercizio al 31 dicembre 2024. Fonte: Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Verona – Registro Imprese – Archivio Ufficiale della CCIAA e l'allegato al doc. n. 16, di cui all'indice del fascicolo istruttorio.

⁴² Cfr. precedente nota n. 29 e il doc. n. 16, di cui all'indice del fascicolo istruttorio.

49. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti, risulta che la condotta è stata posta in essere nel periodo dal 31 maggio 2023 al 13 maggio 2025⁴³, data dalla quale il Professionista ha cessato la condotta nel corso della presente istruttoria.

50. Sulla base di tali elementi, e tenuto conto della necessità di assicurare alla sanzione efficacia deterrente, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Verona Est Motoricambi S.r.l. nella misura pari a 15.000 € (*quindicimila euro*).

RITENUTO, pertanto, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la condotta in esame consistente nella previsione e applicazione di costi per l'uso di determinati strumenti di pagamento, risulta in violazione dell'articolo 62, comma 1, del Codice del Consumo;

DELIBERA

a) che la condotta descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Verona Est Motoricambi S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una condotta in violazione dell'articolo 62, comma 1, del Codice del Consumo e ne vieta la reiterazione;

b) di irrogare a Verona Est Motoricambi S.r.l. una sanzione amministrativa pecuniaria di 15.000 € (*quindicimila euro*).

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

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

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 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.

⁴³ Cfr. Docc. nn. 11 e 12, di cui all'indice del fascicolo istruttorio.

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. 42 - 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
