



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXXVI - n. 1

**Pubblicato sul sito www.agcm.it
5 gennaio 2026**

SOMMARIO

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE	5
A577 - A2A/CONDOTTE ABUSIVE NEI SERVIZI DI RICARICA ELETTRICA	
<i>Provvedimento n. 31777</i>	5
I867 - AUMENTI DEI PREZZI DEL VETRO CAVO	
<i>Provvedimento n. 31783</i>	22
I866 - ACCORDI TRA FONDERIE	
<i>Provvedimento n. 31785</i>	29
OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	237
C12778 - AZIMUT INVESTMENTS-FASI FONDO ASSISTENZA SANITARIA INTEGRATIVA- FEIDOS/TERME & SPA ITALIA	
<i>Provvedimento n. 31781</i>	237
C12782 - CAPITOLOTRENTADUE/PARKINGO GROUP	
<i>Provvedimento n. 31782</i>	240
INDAGINI CONOSCITIVE	246
IC56 - ALGORITMI DI PREZZO NEL TRASPORTO AEREO PASSEGGERI SULLE ROTTE NAZIONALI DA E PER LA SICILIA E LA SARDEGNA	
<i>Provvedimento n. 31789</i>	246
ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA	248
AS2130 - AATO3 MARCHE - GESTORE UNICO DEL SERVIZIO IDRICO INTEGRATO	248
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	255
PS12942 - DEEPSEEK/INFORMATIVA SU "ALLUCINAZIONI"	
<i>Provvedimento n. 31784</i>	255
PS12704 - POLTRONESOFÀ-APPLICAZIONE SCONTI	
<i>Provvedimento n. 31788</i>	264

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

A577 - A2A/CONDOTTE ABUSIVE NEI SERVIZI DI RICARICA ELETTRICA

Provvedimento n. 31777

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 16 dicembre 2025;

SENTITO il Relatore, Saverio Valentino;

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

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

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la segnalazione della società [omissis]*, pervenuta in data 19 gennaio 2024 e successivamente più volte integrata, da ultimo il 3 novembre 2025;

VISTA la documentazione in atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. A2A E-Mobility S.r.l. (C.F. 11303640962; di seguito "A2A E-Mobility") è una società attiva - tra l'altro - nell'installazione e gestione di infrastrutture per la ricarica di veicoli elettrici accessibili al pubblico (ruolo di c.d. *Charging Point Operator*, di seguito "CPO", cfr. *infra*). A2A E-Mobility risulta controllata al 100% da A2A S.p.A. Nel 2024, A2A E-Mobility ha realizzato un fatturato pari a circa 6 milioni di euro.

2. A2A Energia S.p.A. (C.F. 12883420155; di seguito "A2A Energia") è una società che, dalle informazioni disponibili, appare svolgere il ruolo di c.d. *Mobility Service Provider o E-Mobility Provider* (di seguito, "MSP" o "EMP") nel settore della mobilità elettrica, oltre ad essere il fornitore di energia elettrica e gas naturale. Anche A2A Energia risulta controllata al 100% dalla capogruppo A2A S.p.A. Nel 2024, A2A Energia ha realizzato un fatturato pari a circa 5,9 miliardi di euro.

3. A2A S.p.A. (C.F. 11957540153; di seguito, "A2A") è un'impresa c.d. *multiutility* quotata in Borsa, a capo di un gruppo societario che opera, oltre che nei servizi di mobilità elettrica oggetto del presente provvedimento, nei mercati della produzione, distribuzione e vendita di energia elettrica, della vendita e distribuzione del gas naturale, della produzione, distribuzione e vendita di calore tramite reti di teleriscaldamento, della gestione dei rifiuti e della gestione del ciclo idrico integrato. A2A è soggetta al controllo congiunto del Comune di Milano e del Comune di Brescia, ciascuno dei quali detiene il 25% del capitale sociale¹. Nel 2024 A2A ha realizzato un fatturato consolidato pari a circa 12,9 miliardi di euro.

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

¹ Altri comuni detengono il 4,4% del capitale sociale; il rimanente 45,5% è detenuto da investitori istituzionali e *retail* e il restante 0,1% è rappresentato da azioni proprie.

4. Ai fini *antitrust* A2A E-Mobility, A2A Energia e A2A costituiscono un'unica entità economica e dunque un'unica impresa, che nel prosieguo sarà indicata come "Gruppo A2A".

Segnalante

5. [omissis] (di seguito, [omissis] o "Segnalante") è una società che opera nei servizi di ricarica per veicoli elettrici, tramite una propria *app* per dispositivi mobili. Più in particolare, la società opera nella filiera della mobilità elettrica esclusivamente come MSP, offrendo quindi servizi di ricarica alla clientela (e servizi accessori), basandosi sulla esistente possibilità di sottoscrivere accordi di interoperabilità con vari CPO, sia direttamente sia attraverso piattaforme specializzate.

II. IL QUADRO NORMATIVO E SETTORIALE DI RIFERIMENTO

6. Le condotte oggetto del presente procedimento interessano il settore della mobilità elettrica e, in particolare, quello dell'offerta dei servizi di ricarica elettrica tramite infrastrutture posizionate in luoghi pubblici o aperti al pubblico.

7. La mobilità elettrica ha conosciuto nell'arco degli ultimi anni uno sviluppo significativo, rilevante anche ai fini del perseguimento degli obiettivi di decarbonizzazione definiti in sede europea, volti ad attenuare l'impatto ambientale nel settore dei trasporti². La diffusione delle vetture ibride ed elettriche - anche grazie alle politiche nazionali di sussidio - è cresciuta molto negli ultimi anni, registrando un tasso medio di crescita annuale in ascesa significativa tra il 2018 e il 2021, segnando tuttavia negli ultimi 2-3 anni risultati meno brillanti, solo parzialmente riconducibili a un generale calo delle immatricolazioni complessive di autovetture in Italia³. Con riferimento al totale del parco circolante, al 31 dicembre 2024, le vetture completamente elettriche (c.d. *battery electric vehicles*, di seguito "BEV") sono pari a circa 280.000, su un totale di circa 40,6 milioni di autovetture circolanti⁴.

8. La diffusione dei veicoli elettrici è strettamente connessa alla realizzazione di una rete di punti di ricarica diffusa e capillare, tale da sostenere le scelte di consumo verso la nuova forma di mobilità⁵.

9. In tale settore, ai fini del presente procedimento, rilevano le attività di installazione e gestione delle infrastrutture di ricarica svolte dai c.d. CPO⁶, nonché l'attività a valle della fornitura del servizio di ricarica agli utenti finali, generalmente svolta dai c.d. MSP o EMP.

² In particolare, il pacchetto europeo c.d. "*Fit-for-55%*" presentato nel 2021 prevedeva un obiettivo di "zero emissioni" per i nuovi veicoli circolanti a partire dal 2035. Il PNIEC ("Piano Nazionale Integrato per l'Energia e il Clima") per il 2030, nell'edizione di giugno 2024, aggiornava il quadro delle misure nazionali per la mobilità sostenibile, che comprendono a titolo esemplificativo i c.d. "*ecobonus*" o incentivi per l'acquisto di veicoli a ridotte emissioni, così come misure per il potenziamento della rete di infrastrutture di ricarica (finanziate attraverso fondi di cui al Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza - c.d. PNRR).

³ Dal 2022 si è assistito ad un generale calo delle immatricolazioni complessive di autovetture (1,3 milioni circa, in calo del 9,7% rispetto al 2021; nel 2023 e 2024 il numero di immatricolazioni si è attestato in risalita intorno a 1,6 milioni di veicoli annui). Di queste, nel 2024, le vetture *full-electric* (c.d. "BEV") hanno registrato 65.626 nuove immatricolazioni (pari al 4,2% del totale) e le vetture ibride *plug-in* (c.d. "PHEV") hanno visto 52.496 nuove immatricolazioni (pari al 3,4%). Dati: UNRAE.

⁴ Fonte: UNRAE, "Analisi del mercato autoveicoli in Italia", 5 marzo 2025.

⁵ È noto come l'esistenza stessa di una rete capillare rappresenti uno dei principali *driver* della scelta del consumatore all'atto dell'acquisto di un veicolo elettrico, riducendo la c.d. *range anxiety* che costituisce uno degli ostacoli allo sviluppo del settore.

⁶ Il CPO è il soggetto che si fa carico dell'attività di individuazione e acquisizione del sito appropriato per l'installazione dell'infrastruttura di ricarica, della progettazione dell'impianto e dell'ottenimento di tutti i necessari permessi per l'utilizzo del sito, nonché della costruzione e messa in servizio del punto di ricarica e della sua gestione e manutenzione. È anche il soggetto intestatario del contratto di fornitura di energia elettrica (cfr. a titolo esemplificativo C12404 - *Enel X-Volkswagen Finance Luxembourg/JVC*, provvedimento n. 29945 del 9 dicembre 2021, in Bollettino n. 21/2021).

10. Il MSP è il soggetto che fornisce la prestazione di ricarica all'utente finale e che quindi intermedia l'accesso dei veicoli elettrici ai punti di ricarica. Ai fini della loro attività, i MSP concludono con i CPO accordi di interoperabilità (sia direttamente, tramite contrattazione bilaterale, sia attraverso piattaforme di terze parti⁷), in modo da poter fornire accesso alle relative reti. Oltre al servizio di ricarica del veicolo elettrico, il MSP offre generalmente una serie di altri servizi accessori⁸, mettendo a disposizione dell'utente una specifica *app* o scheda che interagisce con il singolo punto di ricarica abilitandolo all'erogazione di energia elettrica alle condizioni economiche prestabilite.

11. Le attività di CPO e di MSP possono essere svolte da uno stesso soggetto (anche verticalmente integrato) ovvero da soggetti distinti. Il modello di *business* più diffuso appare quello in cui un'impresa agisce sia come CPO, sia come MSP. È questo il caso del Gruppo A2A, attivo, oltre che come CPO (per mezzo di A2A E-Mobility), come MSP (per mezzo di A2A Energia, tramite l'app "A2A E-Moving"). Un ulteriore modello di *business* vede imprese attive solo come MSP offrire il servizio senza detenere propri punti di ricarica.

12. In tempi recenti, in ottemperanza a un'espressa previsione contenuta nel c.d. Regolamento AFIR⁹ (cfr. *infra*), presso i punti di ricarica accessibili al pubblico, i gestori, almeno per le infrastrutture oltre 50 kW, devono obbligatoriamente dare agli utenti finali la possibilità di effettuare una c.d. "ricarica *ad hoc*" del loro veicolo elettrico, intendendosi con tale espressione un servizio di ricarica acquistato da un utente finale senza che questi debba registrarsi, concludere un contratto scritto o instaurare un rapporto commerciale con il gestore che vada al di là del mero acquisto del servizio di ricarica (e, dunque, mediante impiego di consueti strumenti di pagamento). Tale previsione, vigente dal 13 aprile 2024 per le nuove infrastrutture (con tempo di adeguamento per le infrastrutture già esistenti fino al 1° gennaio 2027), potrebbe modificare i modelli di *business* sin qui prevalenti e potenzialmente aprire a un rapporto diretto tra CPO e clienti finali, intermediato in percentuali minori dalla figura del MSP. A oggi, tuttavia, l'intermediazione da parte degli MSP appare la modalità ancora prevalente.

13. In merito alla tipologia delle infrastrutture di ricarica, le condotte in esame riguardano i punti di ricarica accessibili al pubblico che rappresentano solo una delle modalità di ricarica di veicoli elettrici¹⁰.

14. Le infrastrutture di ricarica si distinguono, oltre che in base alla loro collocazione e possibilità di accesso, anche in base alla potenza offerta, da cui dipende la diversa durata dei tempi di ricarica del veicolo, secondo la specifica dotazione tecnologica dell'auto. Tutte le auto elettriche circolanti possono essere ricaricate in corrente alternata (di seguito, "AC"), che tipicamente consente una ricarica più lenta, mentre solo una parte risulta abilitata alla ricarica in corrente continua (di seguito,

⁷ Le principali piattaforme a livello europeo, che consentano l'integrazione di reti di infrastrutture di ricarica su un piano sovra-nazionale, risultano essere Hubject e Gireve.

⁸ Ad esempio, gestione dell'interoperabilità per l'accesso a diverse reti/infrastrutture di ricarica di vari CPO, gestione delle modalità di pagamento da remoto, fornitura di ausili per la localizzazione e la prenotazione dei punti di rifornimento, servizi di navigazione, ecc.

⁹ Regolamento (UE) 2023/1804 del Parlamento europeo e del Consiglio del 13 settembre 2023 sulla realizzazione di un'infrastruttura per i combustibili alternativi, e che abroga la direttiva 2014/94/UE.

¹⁰ Le altre opzioni sono la ricarica presso luoghi privati ad uso individuale (ad esempio, il domicilio) o ad uso collettivo (condomini o aziende), nonché infrastrutture riservate solo alla clientela di determinati esercizi commerciali. Per quanto riguarda la ricarica privata, è ancora molto diffusa la modalità che consiste nell'utilizzare semplicemente la presa di corrente per uso domestico, sebbene con apposite attrezzature di ricarica (c.d. *wall box*).

“DC”), che si caratterizza per una maggiore potenza delle prese (tipicamente dai 43 kW in poi), con tempi di ricarica più veloci¹¹.

15. Quanto alla consistenza della rete di infrastrutture di ricarica sul territorio nazionale, a fine 2024 il numero di infrastrutture di ricarica accessibili al pubblico installate in Italia era pari a circa 64.391 punti di ricarica (+27% rispetto a dicembre 2023) in 33.414 stazioni¹², di cui circa 54.093 punti già attivi (pari a circa l’84%, in crescita rispetto all’anno precedente, evidenziandosi una corrispondente discesa del numero di punti di ricarica installati ma non ancora attivati¹³). In termini di potenza, a fine 2024 il 78% dei punti di ricarica installati è ancora in AC, mentre il 22% in DC. I punti in corrente continua aumentano più che proporzionalmente (+47% rispetto al 2023)¹⁴.

16. Secondo gli ultimi dati trimestrali resi disponibili da Motus-E, relativi a settembre 2025¹⁵, le infrastrutture totali risultano aumentate a più di 70.000 punti di ricarica; a livello di Regioni, la Lombardia si aggiudica il primo posto per punti di ricarica installati (14.242 punti, +2.255 negli ultimi 12 mesi), seguita da Lazio (7.447 punti, +1.230 negli ultimi 12 mesi), Piemonte (6.777 punti, +742 negli ultimi 12 mesi), Veneto (6.408 punti, +718 negli ultimi 12 mesi) ed Emilia-Romagna (5.489, +543 negli ultimi 12 mesi)¹⁶.

17. La normativa di riferimento vigente per il settore della mobilità elettrica è contenuta nel Regolamento (UE) 2023/1804 del Parlamento europeo e del Consiglio sulla realizzazione di un’infrastruttura per i combustibili alternativi (c.d. “Regolamento AFIR” già menzionato), entrato in vigore il 12 ottobre 2023 e applicabile dal 13 aprile 2024, che ha introdotto, tra le altre norme, un espresso riferimento ad un divieto di discriminazione per i gestori dei punti di ricarica nei confronti dei *mobility service providers*¹⁷.

18. Dal punto di vista regolamentare, il servizio di ricarica dei veicoli elettrici non è soggetto ad una regolazione tariffaria¹⁸ e deve svilupparsi in condizioni di concorrenza tra i diversi operatori, con

¹¹ Più in particolare, sotto il profilo della potenza erogata, si distinguono varie tipologie di punti di ricarica (anche *Charging Points*, di seguito “CP”) corrispondenti a tempi di ricarica differenziati, stimabili ad esempio tra quattro e cinque ore per i CP con potenza fino a 22 kW (c.d. *regular* o *quick*) fino a tempi di ricarica inferiori all’ora per CP con potenza pari o superiore ai 100 kW (c.d. *ultra-fast* o *HPC -High Power Charging*). Come meglio descritto in seguito, nei precedenti casi nazionali (cfr., ad esempio, C12404 - *Enel X-Volkswagen Finance Luxembourg/JVC*, cit. e A557 - *Enel X Way ed Ewiva/Condotte abusive nel mercato dei servizi di ricarica elettrica*, provvedimento n. 31646 del 29 luglio 2025, in Bollettino n. 32/2025) si è individuata per la definizione dei mercati rilevanti dal punto di vista merceologico una più netta distinzione tra bassa potenza, comprendente infrastrutture di potenza fino a 99 kW, e alta potenza, comprendente infrastrutture di potenza pari o maggiore a 100 kW (cfr. *infra*).

¹² La stazione di ricarica può comprendere una o più infrastrutture di ricarica, le c.d. “colonnine”, che possono presentare, a loro volta, uno o più punti di ricarica (o CP). Più stazioni di ricarica possono poi presentarsi nella stessa “*location*”.

¹³ La differenza significativa tra punti di ricarica installati e attivati discende dalle difficoltà che possono sorgere nel corso del processo di attivazione, soprattutto per quel che concerne la fase di allaccio alla rete di distribuzione locale di energia elettrica (cfr. dati: Motus-E, “*Le infrastrutture di ricarica a uso pubblico in Italia – Sesta Edizione*”, marzo 2025).

¹⁴ Se si considerano solo i punti attivi, quindi fruibili dall’utente finale, la quota di punti in AC a fine 2024 sale all’82% vs il 18% di punti in DC.

¹⁵ Cfr. <https://www.motus-e.org/news-associative/auto-elettriche-litalia-supera-la-soglia-dei-70-000-punti-di-ricarica-lappello-del-settore-senza-regole-chiare-e-collaborazione-la-crescita-rischia-di-fermarsi/>.

¹⁶ A livello di Province, la classifica attuale secondo i dati Motus-E di settembre 2025 vede invece Roma al primo posto per punti di ricarica installati (5.881 punti, +962 negli ultimi 12 mesi), seguita da Milano (4.970 punti, +971 negli ultimi 12 mesi), Napoli (3.120 punti, +241 negli ultimi 12 mesi), Torino (3.075 punti, +324 negli ultimi 12 mesi) e Brescia (1.843 punti, +79 negli ultimi 12 mesi).

¹⁷ Cfr. articolo 5, comma 3, del Regolamento AFIR, del 13 settembre 2023, “*I prezzi praticati dai gestori dei punti di ricarica accessibili al pubblico sono ragionevoli, facilmente e chiaramente comparabili, trasparenti e non discriminatori. I gestori dei punti di ricarica accessibili al pubblico non operano discriminazioni, mediante i prezzi praticati, tra utenti finali e fornitori di servizi di mobilità né tra diversi fornitori di servizi di mobilità. Tuttavia, il livello dei prezzi può essere differenziato, ma solo se la differenziazione è proporzionata e oggettivamente giustificata*”.

¹⁸ Il servizio di ricarica elettrica non è soggetto alla potestà regolamentare, non rientrando, “*al momento, tra i «servizi di pubblica utilità» di cui alla legge n. 481/1995*” (ARERA, documento per la consultazione 449/2022/R/EEL, p. 38).

un prezzo destinato a formarsi sulla base di dinamiche di mercato. La potestà di regolazione tariffaria risulta limitata alle componenti a copertura dei costi di rete e degli oneri generali di sistema¹⁹.

III. LA SEGNALEZIONE E LE EVIDENZE PRE-ISTRUTTORIE

19. Il 19 gennaio 2024 è pervenuta la prima denuncia di [omissis]²⁰, successivamente più volte integrata, da ultimo il 3 novembre 2025²¹. Come detto, la società è attiva nella filiera della mobilità elettrica in qualità di MSP.

20. Secondo il Segnalante, quello degli MSP non integrati è un modello di *business* innovativo e, laddove le condizioni concorrenziali – e le condotte adottate dai CPO integrati verticalmente – ne consentano lo sviluppo, senz'altro suscettibile di incrementare significativamente la competitività nel mercato a valle della fornitura del servizio di ricarica e di contribuire altresì allo sviluppo a monte di una rete di infrastrutture realmente interoperabili e accessibili a condizioni economiche vantaggiose per gli utenti finali (anche nel medio-lungo periodo).

21. In tale contesto, la società ritiene che, *“ferma la possibile posizione dominante di Enel X a livello nazionale²², oggetto del Procedimento A557, anche le condotte di altri CPO integrati verticalmente, che detengono un considerevole potere di mercato in ambiti locali strategici, siano suscettibili di determinare distorsioni della concorrenza nel Mercato degli MSP, tanto nei medesimi ambiti locali, quanto a livello nazionale”*. Più in particolare, secondo il Segnalante, sarebbe possibile sostenere che *“al di fuori dell’ambito autostradale, che costituisce un mercato separato, le principali zone strategiche coincidano con i maggiori centri urbani, nei quali sono principalmente diffusi i veicoli elettrici, e dunque vi è una maggiore richiesta dei servizi di ricarica, anche a causa della minore disponibilità di spazi per la ricarica privata («zone strategiche»)”*²³. Vi sarebbe quindi assoluta necessità, per qualsiasi impresa che intenda operare nel mercato degli MSP, di offrire il servizio di ricarica agli utenti finali in tali zone strategiche, individuabili nelle principali aree urbane.

22. In forza di tale circostanza, secondo la società segnalante, un CPO che riesca a stabilire una significativa presenza in una delle zone strategiche diventa una controparte indispensabile per gli MSP non integrati verticalmente che intendano affermarsi tanto localmente quanto a livello nazionale, dato che altrimenti non potrebbero offrire il servizio di ricarica agli utenti situati nelle suddette zone, ove risulta concentrata una parte consistente della domanda. Il Segnalante sottolinea anche la circostanza per cui, all'interno delle stesse zone strategiche vi sarebbe uno spazio limitato per la concorrenza (a monte) nell'installazione di nuove infrastrutture di ricarica: il numero di punti di ricarica che vengono installati in una zona strategica sarebbe limitato, infatti, in primo luogo, dalla consistenza della domanda del servizio di ricarica da parte degli utenti finali, in quanto l'utilità

¹⁹ Cfr. articolo 23 del decreto legge 23 settembre 2022, n. 144, che modifica l'articolo 57, comma 12, del decreto legge 16 luglio 2020, n. 76. Sin dal 2010, ARERA ha introdotto con finalità incentivanti una definizione di tali componenti regolate specifica per il settore della mobilità elettrica (c.d. “tariffa BTVE” - Bassa Tensione Veicoli Elettrici).

²⁰ Vd. doc. 1.

²¹ Vd. docc. 3, 6, 10, 55.

²² Si noti che la prima denuncia è pervenuta a procedimento A557 - *Enel X Way ed Ewiva/Condotte abusive nel mercato dei servizi di ricarica elettrica*, cit., ancora in corso e, dunque, a quel momento il Segnalante faceva riferimento all'individuazione di una posizione dominante del Gruppo Enel su scala nazionale così come ipotizzata dall'Autorità in avvio di quel procedimento.

²³ Il Segnalante ha sottolineato che l'importanza centrale da attribuire a tali zone sarebbe stata riconosciuta anche dal legislatore euro-unitario. Infatti, ai sensi del Considerando 23 della Direttiva UE 2014/94 AFID (*Alternative Fuels Infrastructure Directive*, poi abrogata e sostituita dal Regolamento UE 2023/1804 AFIR *Alternative Fuels Infrastructure Regulation*, in vigore da aprile 2024), *“gli Stati membri dovrebbero fare in modo che siano creati punti di ricarica accessibili al pubblico in quantità tale da garantire una copertura adeguata, al fine di consentire ai veicoli elettrici di circolare almeno negli agglomerati urbani/suburbani e in altre zone densamente popolate [...]”*.

marginale di installare ulteriori infrastrutture, in un contesto, come quello attualmente riscontrabile in Italia, di “saturazione” rispetto al numero (scarso) di BEV in circolazione, sarebbe decisamente ridotta; in secondo luogo, da limiti amministrativi e urbanistici, non essendo possibile per i CPO ottenere autorizzazioni a installare un numero indefinito di punti di ricarica nella medesima zona strategica²⁴.

23. Fatte tali premesse, secondo la segnalazione, *“la detenzione di un forte potere di mercato su base locale [...] permette ai CPO integrati verticalmente di porre in essere **condotte del tutto analoghe a quelle di Enel X**, che codesta AGCM qualifica come di **margin squeeze**/discriminazione interna-esterna, applicando tariffe di roaming che non consentono agli MSP di operare in modo redditizio nelle zone strategiche, né di competere con gli stessi CPO nel mercato degli MSP. Tali politiche tariffarie, dunque, hanno l’effetto di rendere ancora più critica la situazione di foreclosure in cui vertono gli MSP non integrati”*.

24. Al riguardo, una delle più importanti zone strategiche del Paese coinciderebbe ad esempio con il Comune di Milano, in quanto risulterebbe ivi localizzata una parte consistente della domanda dei servizi di ricarica elettrica da parte degli utenti. A quel momento, secondo la segnalazione di gennaio 2024, in tale area erano riconducibili a Enel X solo il 9% dei punti di ricarica situati a Milano; era, invece, A2A E-Mobility a gestirne la percentuale più elevata, pari al 51% del totale (nello specifico, secondo la denuncia, 56% dei punti a corrente alternata e 22% dei punti a corrente continua), a fronte di una quota di mercato sulla totalità del territorio nazionale pari solo al 5%²⁵.

25. Ad avviso del Segnalante, A2A E-Mobility deterrebbe localmente una posizione di preminenza nel mercato dei CPO tale da consentirle di esercitare potere di mercato. In tale contesto, la società evidenziava nella prima denuncia di gennaio 2024 che le tariffe di *roaming* applicate da A2A, tanto tramite le piattaforme c.d. di *roaming* quanto, direttamente, agli MSP che optino per la sottoscrizione di accordi diretti bilaterali, fossero più elevate di quelle di Enel X, mentre i prezzi praticati da A2A agli utenti finali in qualità di MSP risultassero anche inferiori (e, dunque, che fosse ancora più grave il fenomeno di *margin squeeze* conseguente). Il Segnalante produceva in particolare la seguente tabella che illustrava le tariffe “all’ingrosso” applicate a quel momento da A2A E-Mobility agli MSP, nonché i prezzi al dettaglio offerti da A2A Energia agli utenti tramite la propria *app* per il servizio di ricarica, evidenziando il delta a quel momento fortemente negativo (-37% per le infrastrutture AC, di gran lunga le più diffuse) o solo lievissimamente positivo (+2% per le DC) tra di esse.

²⁴ A ciò si aggiungerebbero secondo la segnalazione anche possibili pratiche di c.d. *land grabbing*, per cui le posizioni più lucrative dove installare infrastrutture di ricarica (in quanto suscettibili di raggiungere un maggiore tasso di utilizzo) vengono occupate dagli operatori che entrano per primi nel mercato dei CPO in una determinata zona strategica.

²⁵ La posizione di preminenza di A2A su base locale deriverebbe altresì secondo la segnalazione da un possibile vantaggio relativamente all’installazione di punti di ricarica, in considerazione del fatto che A2A è partecipata al 25% dal Comune di Milano, che è l’ente locale competente a concedere l’autorizzazione all’occupazione di suolo pubblico, nonché dalla circostanza per cui la società Unareti S.p.A., sempre controllata da A2A, è il distributore territorialmente competente, responsabile per la connessione delle infrastrutture di ricarica alla rete elettrica nel medesimo Comune.

Tabella n. 1: prezzi all'ingrosso e prezzi al dettaglio PPU del Gruppo A2A

	AC	DC
Prezzi su piattaforma <i>e-roaming</i> (IVA inclusa)	0,77	0,84
Prezzi con integrazione OCPI ²⁶ (IVA inclusa)	0,77	0,84
Prezzi al dettaglio in app proprietaria (IVA inclusa)	0,56	0,86

Fonte: segnalazione, doc.1

26. I prezzi al dettaglio appena rappresentati erano i prezzi a consumo c.d. *Pay-Per-Use* (di seguito, “PPU”), mentre la situazione risultava ancora peggiore, secondo la segnalazione, laddove si tenessero in considerazione anche le c.d. tariffe *flat* o a pacchetto/abbonamento che la stessa A2A Energia rendeva disponibili. Le tariffe a pacchetto, utilizzabili anche per le infrastrutture DC, rendevano il delta tra tariffe al dettaglio e all'ingrosso pesantemente negativo, con livelli crescenti di gravità al crescere della taglia del pacchetto ma, comunque, per ogni tipo di infrastruttura²⁷. In particolare a quel momento (cfr. *infra* per le modifiche di *pricing* successive), il Segnalante riferiva l'esistenza delle seguenti opzioni in abbonamento:

Tabella n. 2: prezzi al dettaglio *flat* di A2A Energia

Abbonamento	Canone mensile (€)	kWh prelevabili	Prezzo flat (€/kWh)
<i>E-moving small</i>	16	30	0,533
<i>E-moving medium</i>	29	80	0,362
<i>E-moving large</i>	60	180	0,333
<i>E-moving extra-large</i>	90	280	0,321

Fonte: segnalazione, doc.1

27. Dalle tabelle sopra riportate emergeva, quindi, secondo la denuncia che il prezzo per la ricarica in AC (che come detto rappresenta, a oggi, la modalità più diffusa) praticato agli utenti finali risultasse *tout-court* inferiore alla corrispondente tariffa *roaming*, il che rendeva impossibile agli MSP offrire prezzi al dettaglio paragonabili a quelli di A2A Energia, se non incorrendo in rilevanti perdite²⁸.

28. Inoltre, secondo quanto segnalato, A2A E-Mobility non consentiva agli MSP di beneficiare di offerte di tipo *flat* simili agli abbonamenti proposti da A2A Energia agli utenti finali, né di acquistare

²⁶ Per OCPI (“Open Charge Point Interface”) si intende uno specifico protocollo che consente l'integrazione diretta tra l'interfaccia dell'MSP e la rete di infrastrutture di ricarica del CPO, necessario nel caso in cui il MSP opti per la sottoscrizione di un accordo diretto con il CPO stesso (accordo di interoperabilità), a fronte del pagamento di una cifra una tantum quale c.d. “*set up fee*”.

²⁷ La pratica di compressione dei margini segnalata appare emergere anche ipotizzando un utilizzo medio dei pacchetti da parte della clientela inferiore al 100% dei quantitativi di energia disponibili e in linea con i tassi di utilizzo medi registrati di fatto dai CPO.

²⁸ Il Segnalante riferiva anche della circostanza per cui A2A proponesse agli MSP che optassero per l'integrazione diretta degli sconti al raggiungimento di determinati volumi mensili di kWh consumati dagli utenti intermediati. Tale circostanza tuttavia non avrebbe inciso secondo il denunciante nel mitigare la pratica segnalata in quanto i volumi da raggiungere sarebbero stati estremamente elevati: ad esempio A2A richiedeva, per il riconoscimento di uno sconto del 10% (peraltro applicabile solo ai quantitativi eccedenti il *target*) il raggiungimento di un volume di almeno 30.000 kWh sulle proprie infrastrutture.

ex ante determinati quantitativi di energia elettrica da mettere a disposizione per la ricarica presso le infrastrutture del CPO. In altri termini, le uniche tariffe all'ingrosso o *roaming* a cui un MSP poteva accedere erano quelle PPU, non potendo così gli stessi concorrere nella proposta ai clienti di abbonamenti *flat*, che potrebbero essere percepiti come più vantaggiosi dall'utenza e che sarebbero quindi invece suscettibili di migliorare la posizione competitiva di chi offre i servizi di ricarica.

29. In ultima analisi, ad avviso del Segnalante, la politica di *pricing* posta in essere dal gruppo A2A nel settore della mobilità elettrica avrebbe implicato la non replicabilità per gli MSP concorrenti delle offerte proposte agli utenti finali, nel mercato a valle, dalla società del gruppo attiva come MSP (A2A Energia, mentre il CPO, come detto, risulta la società dedicata A2A E-Mobility).

Le informazioni integrative successivamente raccolte

30. Il Segnalante ha successivamente fornito, nel tempo, fotografie di aggiornamento degli schemi di *pricing* all'ingrosso e al dettaglio nel settore della mobilità elettrica praticati dal Gruppo A2A.

31. Le tabelle successive mostrano tali successivi aggiornamenti, sia per quel che riguarda le tariffe all'ingrosso del CPO verso i MSP (tariffe c.d. *roaming*) sia i prezzi al dettaglio, in modalità PPU o nei c.d. pacchetti o abbonamenti (tariffe c.d. *flat*). In queste integrazioni successive il Segnalante ha ulteriormente specificato che A2A Energia offre tale ultima tipologia tariffaria (pacchetti o abbonamenti) con prezzi differenziati, a seconda che l'utente sia o meno già cliente per la fornitura di energia elettrica o gas naturale (accordando prezzi inferiori ai soggetti già clienti). Nell'ultimo aggiornamento, di novembre 2025, il Segnalante ha confermato che lo schema tariffario precedentemente fornito, nel mese di gennaio 2025, risulterebbe ancora attuale.

Figura n. 1 – Confronto prezzi all'ingrosso e al dettaglio del Gruppo A2A - Maggio 2024

	Corrispettivo all'ingrosso verso [omissis]	Pricing app A2A	Delta % vs pricing app A2A	Abbonamento mensile app* A2A	Delta % vs abbonamento mensile	
AC	0.77	0.65	-18%	0.63	-23%	
DC	0.84	0.69	-22%	0.63	-34%	
Abbonamento mensile per clienti commodity A2A						
Abbonamento mensile per NON clienti commodity A2A						
	Importo mensile CB A2A (€)	kWh	Tariffa flat CB A2A €/kWh	Importo mensile prospect (€)	kWh	Tariffa flat prospect €/kWh
A2A Energia Small	€ 22.00	40	0.55	€ 25.00	40	0.625
A2A Energia Medium	€ 49.00	100	0.49	€ 57.00	100	0.570
A2A Energia Large	€ 85.00	200	0.43	€ 106.00	200	0.530

* Il prezzo in kWh mostrato nella colonna F è calcolato come "Canone mensile"/"kwh coperti dal pacchetto" di cui all'abbonamento mensile per NON clienti commodity A2A

Fonte: integrazione alla segnalazione, doc. 6

Figura n. 2: confronto prezzi all'ingrosso e al dettaglio del Gruppo A2A - Gennaio 2025 (ancora in vigore a Novembre 2025)

	Corrispettivo all'ingrosso verso [omissis]	Pricing app A2A	Delta % vs pricing app A2A	Abbonamento mensile app A2A	Delta % vs abbonamento mensile	
AC	0.77	0.65	-18%	0.63	-23%	
DC	0.84	0.72	-17%	0.63	-34%	
Abbonamento mensile per clienti commodity A2A				Abbonamento mensile per NON clienti commodity A2A		
	Importo mensile CB A2A (€)	kWh	Tariffa flat CB A2A €/kWh	Importo mensile prospect (€)	kWh	Tariffa flat prospect €/kWh
A2A Energia Small	€ 22.00	40	0.55	€ 25.00	40	0.63
A2A Energia Medium	€ 49.00	100	0.49	€ 57.00	100	0.57
A2A Energia Large	€ 85.00	200	0.43	€ 106.00	200	0.53

Fonte: integrazione alla segnalazione, doc. 10

32. Da ultimo, si è appreso tramite il sito *web* del Gruppo A2A dell'esistenza di una promozione, della durata di quattro mesi, successivamente prorogata di altri tre mesi e tuttora in corso, relativa ai prezzi PPU nonché a quelli dei kWh che dovessero essere utilizzati in eccesso rispetto a quelli compresi nei pacchetti o tariffe c.d. *flat*²⁹. L'incidenza della stessa rispetto alla pratica denunciata sarà oggetto di approfondimento nel corso dell'istruttoria.

L'analisi pre-istruttoria relativa alla posizione di mercato di A2A

33. Utilizzando le informazioni provenienti dalla Piattaforma Unica Nazionale dei punti di ricarica per i veicoli elettrici (di seguito, "PUN"), istituita con il Decreto del Ministero dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica del 16 marzo 2023 n. 106 e curata dalle società GSE S.p.A. (Gestore dei Servizi Energetici) e RSE S.p.A. (Ricerca sul Sistema Energetico), la quota di A2A E-Mobility in termini di erogatori a bassa potenza (intesa come potenza inferiore ai 100 kW) nel Comune di Milano risulta pari a quasi il 60% e quella nel Comune di Brescia a oltre il 65%. Con il medesimo *dataset*, è stato possibile determinare la posizione di mercato di A2A in termini di numerosità di erogatori attivi nell'ambito dei bacini di utenza (di seguito, "*catchment areas*" o "*c.a.*", cfr. *infra*) definiti attorno agli impianti della società tramite le distanze utilizzate nella recente prassi (1-4 km per le infrastrutture a bassa potenza; 5-10 km per le infrastrutture ad alta potenza). I risultati di questa analisi sono sintetizzati nella tabella che segue (cfr. Tabella n. 3)³⁰.

²⁹ <https://www.a2a.it/mobilita-sostenibile/news-sulla-mobilita/promo-prezzi-a-consumo-fino-a-dicembre> (cfr. doc. 56, verbale acquisizione documentale).

³⁰ Anche in base a questa analisi, i Comuni di Milano e Brescia risultano, insieme ad altri comuni lombardi (ad esempio Monza e Bergamo) tra quelli maggiormente interessati da una presenza significativa di A2A nelle relative *c.a.*. Tale circostanza, infatti, riguarda Milano in circa 200 casi, Brescia in oltre 60 (fino a circa 80) casi, Monza in oltre 55 casi e Bergamo in almeno 25 casi.

Tabella n. 3: posizione di mercato di A2A E-Mobility in termini di erogatori attivi (2025)

Potenza	Raggio Km	N. totale di c.a.	N. di c.a. con quota >50%	N. di c.a. con quota >50% e distanza ≥10% dal secondo operatore ³¹	N. di c.a. con quota 100%
Bassa (<100 kW)	1	872	672	671	233
Bassa (<100 kW)	4	872	552	544	34
Alta (≥100 kW)	5	55	13	13	6
Alta (≥100 kW)	10	55	3	3	2

Fonte: elaborazioni AGCM su dati PUN, settembre 2025.

IV. VALUTAZIONI

IV.1 I mercati rilevanti

34. Il caso in esame concerne il settore della mobilità elettrica, in particolare il segmento relativo alla ricarica su suolo pubblico (o su suolo privato aperto al pubblico)³². Si individuano in tale segmento due mercati rilevanti: il mercato a monte della costruzione e gestione di infrastrutture di ricarica pubbliche (c.d. mercato dei CPO) e quello, verticalmente collegato al primo, a valle, della fornitura di servizi di ricarica alla clientela finale (c.d. mercato dei MSP o EMP). Più in particolare, come anticipato, i MSP svolgono l'attività di fornitura dei servizi di ricarica avvalendosi delle infrastrutture di ricarica di uno o (tipicamente) più CPO, con i quali intrattengono specifici rapporti contrattuali (c.d. contratti di interoperabilità), direttamente o per il tramite di piattaforme specializzate. Le due figure possono o meno coesistere in una stessa società (o gruppo societario). A ogni modo, le due attività sono complementari ma non sovrapponibili, né risulta necessario il loro svolgimento in maniera integrata³³.

Il mercato della costruzione e gestione di infrastrutture di ricarica pubbliche (mercato dei CPO)

35. Su tale mercato operano dal lato dell'offerta, le società che si dedicano alla progettazione, installazione e gestione di infrastrutture di ricarica elettrica aperte al pubblico (CPO) e, dal lato della domanda, gli operatori di servizi di ricarica che intermediano l'accesso alle colonnine per i clienti finali (MSP). Questi ultimi hanno generalmente interesse a stabilire il maggior numero possibile di

³¹ Il numero di c.a. in cui A2A detiene una quota pari ad almeno il 50% e il secondo *player* detiene una quota non superiore al 25% risulta solo leggermente inferiore e pari, rispettivamente, a 646 c.a. qualora si adotti una distanza di 1 km e a 529 c.a. qualora si adotti una distanza di 4 km per le infrastrutture a bassa potenza.

³² Per quanto riguarda la ricarica privata, come menzionato, appare molto diffusa la modalità che consiste nell'utilizzare semplicemente la presa di corrente per uso domestico, sebbene con apposite attrezzature di ricarica (c.d. *wall box*). Il cliente, generalmente, quando detiene un impianto di ricarica casalingo è proprietario dello stesso e intestatario del POD che lo alimenta e, dunque, anche del contratto di fornitura dell'energia elettrica. Il POD, in tali casi, può essere unico anche per altri usi, oppure ne può venire creato uno dedicato per alimentare la stazione di ricarica. In tali situazioni, quindi, il cliente non si avvale dei servizi di ricarica offerti dagli operatori specializzati e non vi è alcuna significativa differenza rispetto alla normale fornitura di energia elettrica. Per tali ragioni, il mondo della ricarica privata è stato tradizionalmente escluso dalla definizione dei mercati rilevanti specifica per il settore della mobilità elettrica.

³³ Cfr. principalmente casi di concentrazione, a livello unionale (decisione della Commissione europea M.8870 - *E.ON/Innogy*, del 17 settembre 2019) e nazionale (C12224 - *Dolomiti energia-Alperia/Alperia Smart Mobility*, provvedimento n. 27795 del 5 giugno 2019, in Bollettino n. 25/2019 e C12404 - *Enel X-Volkswagen Finance Luxembourg/JVC*, cit.) e caso A557 - *Enel X Way ed Ewiva/Condotte abusive nel mercato dei servizi di ricarica elettrica*, cit..

accordi di interoperabilità con i vari CPO attivi sul territorio (anche attraverso apposite piattaforme c.d. di *roaming*), al fine di offrire ai propri clienti l'accesso a una rete quanto più estesa di CP³⁴.

36. Per quanto riguarda il mercato dei CPO, è stata nei precedenti individuata una segmentazione dello stesso in base alla differente potenza offerta dalle infrastrutture di ricarica e dalla quale dipende la diversa durata dei tempi di ricarica del veicolo. In particolare, secondo la linea tracciata dalla Commissione europea³⁵ e seguita dall'Autorità³⁶, quello delle infrastrutture con potenza pari o superiore ai 100 kW appare rappresentare un mercato distinto rispetto a quello della costruzione e gestione di infrastrutture di ricarica pubbliche di potenza inferiore a tale soglia. Tale conclusione deriva, dal lato della domanda, dalla differenza nel tempo di ricarica, molto inferiore con le ricariche ultra-veloci, e dal lato dell'offerta dalla maggior complessità tecnica e più elevati investimenti che caratterizzano i CP HPC.

37. Quale ulteriore elemento di segmentazione, per quanto riguarda l'attività di CPO per le infrastrutture di ricarica su suolo pubblico, si è ritenuto nei precedenti nazionali ed europei menzionati che lo svolgimento della stessa nelle aree di servizio autostradali individui un mercato distinto rispetto a quello in ambito urbano o extra-urbano non autostradale. Ciò in quanto le specifiche modalità di accesso all'attività di CPO in autostrada, intermedie dal ruolo dei concessionari autostradali, creano un contesto normativo e fattuale del tutto peculiare, che lo differenziano da quello dello svolgimento della medesima attività al di fuori delle aree di servizio autostradali³⁷. Nel caso di specie, per la posizione di mercato espressa dal Gruppo A2A, verrà preso a riferimento solo il mercato dell'installazione e gestione di infrastrutture di ricarica, nelle sue segmentazioni in base alla potenza, su sedime non autostradale.

38. Per quel che concerne il mercato rilevante in analisi da un punto di vista geografico, nella sua più recente prassi³⁸ l'Autorità ha ritenuto che lo stesso abbia una dimensione locale, in ragione della sostituibilità delle infrastrutture di ricarica per gli utenti finali che sono serviti dai MSP. In particolare, il mercato rilevante è stato definito mediante bacini di utenza (c.d. "*catchment areas*" o "*c.a.*") tracciabili attorno a ciascun impianto con una distanza di 1 km o, al più, di 4 km, per le infrastrutture a bassa potenza e con una distanza di 5 km o, al più, di 10 km, per le infrastrutture ad alta potenza.

Il mercato della fornitura di servizi di ricarica alla clientela finale (mercato dei MSP o EMP)

39. Come più volte menzionato, l'accesso dei detentori di veicoli elettrici alle colonnine di ricarica pubbliche è, di norma, intermediato da soggetti terzi (c.d. EMP o MSP, che rappresentano l'offerta in questo mercato)³⁹, i quali offrono il servizio di ricarica agli utenti detentori di un veicolo elettrico

³⁴ Può anche accadere che il MSP abbia definito accordi di *roaming* con un altro MSP, che a sua volta ha concluso con il CPO un accordo di *roaming* (si tratta di un *roaming* di secondo livello, spesso adottato nell'ambito di rapporti tra MSP appartenenti a diversi Stati, al fine di offrire servizi di ricarica sovranazionali).

³⁵ Cfr., ad esempio, M8870 - *E.ON/Innogy*, cit..

³⁶ Cfr., ad esempio, C12404 - *Enel X-Volkswagen Finance Luxembourg/JVC* e A557 - *Enel X Way ed Ewiva/Condotte abusive nel mercato dei servizi di ricarica elettrica*, cit..

³⁷ La Commissione europea, nella citata decisione M8870 - *E.ON/Innogy*, ha lasciato aperta la definizione se, per quel che riguarda le infrastrutture di ricarica su sedime non autostradale, le infrastrutture di ricarica a potenza inferiore a 100 kW vadano ulteriormente distinte tra "*regular*" (≤ 22 kW) e "*fast*" (> 22 kW), oppure se per tali due tipologie si possa considerare un mercato rilevante unitario. L'Autorità ha ritenuto in A557 - *Enel X Way ed Ewiva/Condotte abusive nel mercato dei servizi di ricarica elettrica* di considerare il mercato delle infrastrutture a bassa potenza quale unitario, anche in considerazione dell'effettiva diffusione di tali livelli di potenza e del ruolo assolutamente prevalente della potenza a 22 kW, che tende a rappresentare quasi uno "*standard*" per le infrastrutture di uso urbano.

³⁸ Cfr. A557 - *Enel X Way ed Ewiva/Condotte abusive nel mercato dei servizi di ricarica elettrica*, cit..

³⁹ La possibilità di pagare una singola sessione di ricarica attraverso ordinari strumenti di pagamento (c.d. ricarica *ad hoc*), sebbene prevista dalla normativa di riferimento, non risulta allo stato generalmente implementata e, dunque, come detto, il

(che rappresentano la domanda), unitamente ad altre funzionalità accessorie (es. modalità per il pagamento da remoto, fornitura di ausili per la localizzazione e la prenotazione dei punti di rifornimento, servizi di navigazione, possibilità di ricarica su reti di vari CPO ecc.).

40. Al mercato della fornitura dei servizi da parte degli EMP agli utenti finali per l'accesso ai CP pubblici nei precedenti dell'Autorità e della Commissione europea è stata attribuita una dimensione geografica nazionale, in considerazione tra l'altro del raggio di attività e delle politiche di prezzo degli operatori in esso attivi. Non è apparso opportuno, nel caso di tale mercato, ulteriormente segmentare il medesimo in termini merceologici (ossia rispetto alla potenza delle infrastrutture di ricarica o alla collocazione delle stesse al di fuori o all'interno del sedime autostradale) in quanto gli MSP risultano fornire un'offerta completa alla clientela, che contempla l'accesso all'insieme delle infrastrutture di ricarica disponibili in base agli accordi in essere con i vari CPO. Similmente, non è apparso necessario effettuare, per il mercato MSP, una distinzione tra servizi forniti a clienti privati individuali da un lato e aziende o clienti *business* dall'altro.

41. Con riferimento alla dimensione geografica del mercato dei MSP, essa è stata definita, nella prassi recente dell'Autorità come nazionale. Ciò in quanto da un lato le politiche di prezzo dei MSP sono prevalentemente nazionali e prive di una esplicita differenziazione geografica e dall'altro gli stessi servizi offerti dai MSP, diversamente da quelli dei servizi di ricarica forniti dai CPO, non hanno una intrinseca natura locale né presentano barriere geografiche rilevanti se non, al più, la lingua utilizzata nelle *app*.

42. A ogni modo, il Segnalante ha fatto riferimento, nella propria segnalazione, alla possibilità di un'affermazione dei MSP all'interno di "ambiti locali" e, del resto, i limitati costi d'ingresso e alcune evidenze (tra cui la circostanza che di fatto alcuni MSP risultano concentrare la propria attività in alcune aree e, come la stessa A2A Energia, riservano specifiche offerte ai propri clienti, spesso concentrati a loro volta in determinate aree geografiche, nei mercati di altre *utilities*) non permettono di escludere che possano sussistere, per i MSP, anche contesti competitivi di carattere maggiormente locale. La rilevanza di tale fenomeno sarà oggetto di approfondimento nel corso del procedimento.

IV.2 La posizione dominante

43. Presupposto applicativo dell'articolo 3 della legge n. 287/1990 e dell'articolo 102 TFUE è, come noto, la sussistenza di una posizione dominante in capo all'impresa che pone in essere le condotte ritenute abusive. In particolare, nei casi di *margin squeeze*, la dominanza va accertata sul mercato a monte, ovvero il mercato dell'input il cui prezzo di fornitura all'ingrosso ai concorrenti non integrati, nel rapporto con il prezzo praticato dall'impresa dominante al dettaglio sul collegato mercato a valle, appare idoneo a determinare il fenomeno di compressione dei margini in cui si sostanzia la condotta abusiva⁴⁰. Nel caso di specie, dunque, la dominanza va accertata sul mercato dell'installazione e gestione delle infrastrutture di ricarica elettrica (mercato dei CPO, a monte), mentre le condotte e gli effetti abusivi escludenti si esplicano sul mercato della fornitura dei servizi di ricarica elettrica alla clientela (mercato dei MSP, a valle).

44. Nel mercato dell'installazione e gestione delle infrastrutture di ricarica elettrica, il Gruppo A2A, per mezzo di A2A E-Mobility, detiene una posizione di mercato che può essere considerata dominante in un numero significativo di *c.a.*, in particolare nel mercato a bassa potenza. In

rapporto tra cliente e soggetto gestore delle colonnine di ricarica (o CPO) appare a oggi quasi sempre intermediato da un MSP.

⁴⁰ Secondo la giurisprudenza rilevante, infatti, sussiste una condotta di MS contraria all'art. 102 TFUE qualora, unitamente ad altre condizioni, "un'impresa verticalmente integrata vende un prodotto o un servizio ai concorrenti su un mercato a monte in cui è dominante e compete con tali imprese su un mercato a valle per il quale il prodotto o il servizio è un input" (cfr., ad esempio, Consiglio di Stato, 15 maggio 2015, n. 247, caso A428 - *Wind-Fastweb/Condotte Telecom Italia*, par. 9.2; TAR Lazio, sez. I, 15 settembre 2021, n. 9803, caso A500 - *Prezzi servizi aziendali*, par. 11).

quest'ultimo, infatti, il Gruppo appare detenere una posizione dominante in un numero elevato di *c.a.*, che potrebbe risultare superiore a 670 e, comunque, significativamente superiore a 500, in termini di numero di erogatori. Ciò si traduce in quote di mercato significative (ancora in numero di erogatori) in diversi Comuni di rilievo tra cui quelli di Milano e Brescia, collocati nella Regione più popolata del Paese e caratterizzata peraltro da una diffusione proporzionalmente maggiore della mobilità elettrica, a cui si aggiunge una posizione dominante anche in un certo numero (che può arrivare fino a 13) di *c.a.* ad alta potenza.

45. Pertanto, soggetti che intendano operare come MSP a livello nazionale non possono prescindere da una copertura efficace, e a prezzi convenienti, di queste aree. Considerazione analoga varrebbe, *a fortiori*, per soggetti che siano presenti nel mercato MSP anche allo scopo di servire unicamente una clientela maggiormente localizzata in tali aree. Per tali tipologie di soggetti, pertanto, il Gruppo A2A risulta essere una controparte indispensabile per operare efficacemente nel mercato.

46. Inoltre, la posizione del Gruppo A2A come preminente in determinate aree corrispondenti alle zone di radicamento storico del gruppo (aree urbane in Lombardia), mostrata dall'analisi per *catchment areas*, risulta ulteriormente corroborata da altri fattori significativi. In particolare, lo stesso Gruppo A2A risulta attivo in tutta la filiera elettrica, con notevole forza economica e di *brand* nelle aree di pertinenza, che ancora si osserva e che deriva dalla natura di *incumbent* storico su base locale. Del medesimo gruppo societario fa parte il distributore elettrico territorialmente competente ad esempio nelle aree urbane di Milano e Brescia, Unareti S.p.A., elemento che potrebbe conferire una posizione di vantaggio competitivo in relazione all'ottenimento degli allacci alla rete elettrica necessari e preliminari all'installazione di infrastrutture di ricarica sul territorio. A2A S.p.A. risulta altresì partecipata dagli Enti locali territorialmente responsabili, nelle stesse aree, al rilascio delle necessarie autorizzazioni all'installazione di infrastrutture di ricarica su suolo pubblico. Tali elementi possono averne favorito l'entrata e il consolidamento come *leader* di mercato nel mercato dei CPO nelle aree di radicamento storico del Gruppo A2A.

47. Conclusivamente, è possibile configurare in capo al Gruppo A2A (per il tramite di A2A E-Mobility, società con cui lo stesso opera nel settore della mobilità elettrica in qualità di CPO) una posizione dominante su numerosi mercati a monte della installazione e gestione di infrastrutture pubbliche di ricarica elettrica di varie potenze su sedime non autostradale sul territorio, in particolare corrispondenti ad altrettante *catchment areas* che prevalentemente si situano nei territori di radicamento storico del Gruppo A2A, nelle principali aree urbane in Lombardia.

IV.3 Le condotte abusive escludenti

48. La segnalazione ricevuta riguarda una presunta condotta abusiva posta in essere dal Gruppo A2A, in particolare per il tramite delle società A2A E-Mobility S.r.l. e A2A Energia S.p.A. attive nel settore della mobilità elettrica, consistente in una compressione dei margini del Segnalante e di soggetti analogamente attivi solo nel segmento a valle quali MSP, che appare idonea a impedirne o limitarne fortemente la possibilità di competere in modo efficace nel mercato della fornitura dei servizi di ricarica elettrica agli utenti finali. La condotta, più in generale, appare poter essere idonea a ostacolare la concorrenza attuale e potenziale nei servizi di ricarica elettrica da parte di soggetti non integrati (o non sufficientemente integrati) anche nella detenzione di infrastrutture di ricarica sul territorio.

49. In particolare, i prezzi al dettaglio praticati agli utenti da A2A Energia sulla *app* dedicata alla mobilità elettrica appaiono *tout-court* inferiori ai corrispondenti prezzi praticati all'ingrosso da A2A E-Mobility ai MSP concorrenti, come riferiti dal Segnalante. Le evidenze riportate *supra* nelle Tabelle nn. 1-2 e Figure nn. 1-2 mostrano infatti che, nel caso delle tariffe di ricarica PPU e avuto riguardo ai punti di ricarica in AC, il margine tra il prezzo c.d. *roaming* all'ingrosso e quello al

dettaglio offerto ai clienti di A2A Energia appare stabilmente negativo (ancora alla data odierna e per l'intero periodo di osservazione a partire dalla prima denuncia ricevuta). Per le tariffe PPU relative ai punti di ricarica in DC, gli schemi di *pricing* prodotti dal Segnalante mostrano un differenziale inizialmente di poco positivo (osservazione di gennaio 2024) e successivamente a sua volta negativo (da maggio 2024 e fino a novembre 2025).

50. Il differenziale negativo tra i prezzi *roaming* e i prezzi al dettaglio risulta ancor più significativo ove si considerino le soluzioni c.d. *flat* o a pacchetto offerte agli utenti finali da A2A Energia, considerando le quali la negatività del margine tra i prezzi *roaming* all'ingrosso e i prezzi unitari al dettaglio riguarda stabilmente tutte le tipologie di infrastrutture di ricarica nell'intero periodo di osservazione, con livelli crescenti di gravità al crescere della taglia del pacchetto, ma comunque per ogni tipo di infrastruttura. Ciò appare *prima facie* confermato anche considerando un utilizzo medio non integrale dei kWh disponibili in ogni pacchetto.

51. Nella misura in cui la soglia di accesso a tali pacchetti non risulti elevata⁴¹, le offerte *flat* possono rappresentare un'alternativa estremamente conveniente per il consumatore rispetto alla tariffa PPU e risultano notoriamente diffuse nel settore presso la clientela. Le tariffe a pacchetto di A2A Energia risultano inoltre ulteriormente scontate, dalle informazioni raccolte, per clienti già del Gruppo per energia elettrica o gas naturale, elemento la cui incidenza sulla politica di *pricing* complessiva sarà oggetto di approfondimento in sede istruttoria.

52. La descritta condotta deve essere valutata anche tenendo in considerazione la preponderanza dei punti di ricarica in AC sul territorio nazionale e il loro utilizzo prevalente da parte degli utenti dei punti di ricarica su suolo pubblico, la assoluta prevalenza della componente di costo rappresentata dalla tariffa di *roaming* praticata dai CPO nell'offerta dei MSP, nonché il numero e la diffusione prevalente dei punti di ricarica del Gruppo A2A nelle aree di radicamento storico, tali da renderli un elemento imprescindibile per l'MSP non integrato che intenda offrire al cliente un servizio realmente competitivo, sia laddove la sua operatività si concentri in quelle aree sia se operi su scala nazionale, al fine di offrire una copertura sufficientemente capillare del territorio, pena la rinuncia a importanti segmenti di clientela.

53. La condotta abusiva appare infine, in base a informazioni aggiuntive raccolte, essersi anche ulteriormente acuita negli ultimi mesi a causa di alcuni ulteriori ribassi promozionali per un periodo dapprima di quattro mesi e, successivamente, prorogati, avvicinandosi quindi a un periodo di tempo sostanziale, tale da esacerbare ulteriormente la pratica di *margin squeeze* oggetto di denuncia.

54. La condotta descritta quindi, ove effettivamente confermata nell'analisi istruttoria, appare complessivamente idonea a configurare una violazione delle norme poste a tutela della concorrenza, in quanto suscettibile di compromettere la capacità competitiva dei MSP rispetto all'operatore dominante nel mercato a monte della costruzione e gestione dei punti di ricarica e integrato a valle nel mercato della fornitura di servizi di ricarica alla clientela finale, in aree corrispondenti ad importanti porzioni del territorio nazionale, imprescindibili ad ogni MSP sia con operatività eventualmente locale, sia in ogni caso ad operatori attivi su tutto il territorio, per assicurare una copertura sufficientemente capillare dello stesso. Tale assunto appare verificato nel caso di specie, in cui il Gruppo A2A risulta controparte indispensabile con riferimento ad aree fondamentali del Paese, quali quelle delle città di Milano e di Brescia, situate nella Regione più popolata ed economicamente più dinamica del Paese, oltre che zona caratterizzata da una diffusione relativamente maggiore di vetture elettriche.

⁴¹ La soglia prevista per il pacchetto meno economico, ossia quello di 25 euro/mese per 40kWh prelevabili, corrisponde a circa 260 km al mese (inferiore alla percorrenza media stimata di un veicolo BEV, pari a 7.000-23.000 km/anno; cfr. "Smart Mobility Report 2024", Politecnico di Milano, p. 63).

55. Come mostrato, infatti, i prezzi praticati da A2A E-Mobility all'ingrosso – in ragione dei margini nella maggioranza dei casi *tout-court* negativi – non consentirebbero agli MSP concorrenti di replicare le offerte praticate da A2A Energia ai clienti finali, apparendo pertanto idonei a escludere da tale mercato gli operatori MSP concorrenti, limitarne la capacità competitiva e di espansione, nonché limitare l'eventuale ingresso di altri operatori non integrati interessati ad essere presenti nel mercato in via di sviluppo degli MSP, con riferimento alle suddette aree locali di imprescindibile rilievo⁴².

56. La condotta in questione potrebbe altresì configurare un'ipotesi di discriminazione interna-esterna, nella misura in cui dovesse verificarsi in istruttoria l'esistenza di un diverso prezzo applicato dal CPO A2A E-Mobility ai concorrenti nel mercato dei servizi di MSP rispetto alla propria società consorella attiva in quel mercato (A2A Energia). Si noti che, a ogni modo, l'ipotesi di *margin squeeze* appare sussistere anche laddove invece si verificasse l'applicazione di corrispettivi uniformi agli MSP concorrenti e alla società consorella, laddove appartenendo sia l'impresa a monte che quella a valle alla medesima entità economica, un livello del prezzo al dettaglio praticato agli utenti finali inferiore ai costi (ivi incluso il costo dell'input acquisito dall'impresa integrata a monte) non determinerebbe necessariamente una perdita per il Gruppo A2A nel suo complesso, nemmeno nel breve periodo, ma potrebbe rappresentare unicamente una perdita di natura contabile per la società collocata a valle della filiera, a vantaggio di quella posta a monte.

57. La condotta denunciata appare in grado di consentire al Gruppo A2A di consolidare e rafforzare la posizione detenuta nel mercato a valle degli MSP tramite la *app* "A2A E-Moving", nonché di incidere negativamente e in maniera sensibile sullo sviluppo di un modello di *business* innovativo e in grado di indurre una concorrenza maggiore sul prezzo dei servizi di ricarica, oltre che di contribuire allo sviluppo a monte di una rete di infrastrutture realmente interoperabili e accessibili a condizioni economiche vantaggiose per gli utenti finali (anche nel medio-lungo periodo).

58. Gli effetti della condotta in esame, oltre ad avere un potenziale impatto diretto sul mercato dei servizi di mobilità offerti dagli MSP, appaiono suscettibili di propagarsi anche sul mercato a monte della costruzione e gestione delle infrastrutture di ricarica (mercato dei CPO), laddove la condotta sia idonea a impedire o rendere più difficile il raggiungimento da parte degli MSP di una scala minima efficiente, al fine di poter operare anche nell'attività di realizzazione di punti di ricarica, così consentendo al Gruppo A2A di rafforzare la posizione dominante ivi detenuta, nelle aree di radicamento storico e come testimoniato dall'analisi per *catchment areas*, ovvero laddove la presenza di MSP concorrenti non verticalmente integrati favorisca una maggiore interoperabilità tra reti di ricarica facenti capo a diversi CPO.

59. Le condotte del Gruppo A2A, costitutive del comportamento di cui si ipotizza la natura abusiva, sarebbero state poste in essere da A2A E-Mobility e da A2A Energia. Rileva infatti il complesso dei comportamenti di prezzo di entrambe le società attive come CPO (A2A E-Mobility) e come MSP (A2A Energia) per il Gruppo A2A, laddove la posizione di preminenza detenuta dal Gruppo nel mercato a monte dei CPO nelle aree individuate consente, nell'ipotesi istruttoria, di consolidare e rafforzare la posizione detenuta nel mercato a valle dei MSP. Per tale ragione, tenuto conto che entrambe le società attive sui due segmenti sono interamente controllate dalla capogruppo A2A S.p.A., appare sussistere una strategia di gruppo ed è opportuno il coinvolgimento nell'istruttoria anche di quest'ultima società, alla quale, allo stato, è possibile imputare quantomeno una responsabilità per l'ipotizzata infrazione a titolo di *parental liability*, in ragione del controllo

⁴² Il mercato della fornitura di servizi di ricarica per veicoli elettrici rappresenta, come già descritto, un ambito di sviluppo di nuovi servizi a sostegno della mobilità elettrica, in cui gli operatori integrano – oltre alla funzione di ricarica del veicolo – servizi aggiuntivi e accessori anche a carattere innovativo.

totalitario di A2A E-Mobility e A2A Energia, che hanno posto in essere le condotte oggetto di istruttoria.

IV.4 Il pregiudizio al commercio intraeuropeo

60. Sulla base degli elementi esposti, appare poter sussistere un potenziale pregiudizio al commercio intra-europeo, tenendo conto dell'influenza diretta o indiretta, reale o potenziale, sui flussi commerciali tra gli Stati membri, conformemente alla Comunicazione della Commissione 2004/C 101/07⁴³.

61. Al riguardo, occorre considerare che le condotte del Gruppo A2A, attraverso E-Mobility S.r.l. e A2A Energia S.p.A., investono mercati di rilievo sul territorio nazionale, importanti anche per l'eventuale penetrazione e operatività di soggetti esteri nel settore della fornitura dei servizi di ricarica alla clientela, come sopra meglio descritti, e appaiono potenzialmente idonee, quindi, a produrre effetti nei confronti di operatori sia italiani sia stranieri, attivi o interessati a entrare nei mercati della fornitura dei servizi di ricarica per veicoli elettrici sul territorio italiano.

62. Di conseguenza, la fattispecie oggetto del presente procedimento appare possibilmente idonea a pregiudicare il commercio tra gli Stati membri dell'Unione europea e, pertanto, integrare gli estremi di una possibile violazione dell'articolo 102 del TFUE.

RITENUTO, pertanto, che i comportamenti posti in essere da A2A E-Mobility S.r.l. e A2A Energia S.p.A., imputabili anche ad A2A S.p.A., per le ragioni sopra esposte, appaiono configurare una possibile violazione dell'articolo 3 legge n. 287/1990 e dell'articolo 102 del TFUE;

DELIBERA

a) l'avvio dell'istruttoria, ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/1990, nei confronti di A2A E-Mobility S.r.l., A2A Energia S.p.A. e della capogruppo A2A S.p.A., per accertare l'esistenza di violazioni della concorrenza ai sensi dell'articolo 3 della legge n. 287/1990 e dell'articolo 102 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 Trasporti, Energia e Ambiente del Dipartimento per la 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 Giulia Battista;

d) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione, presso la Direzione Trasporti, Energia e Ambiente del Dipartimento per la Concorrenza 2 di questa Autorità, dai legali rappresentanti delle Parti o da persone da essi delegate;

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

⁴³ Cfr. "Linee direttrici sulla nozione di pregiudizio al commercio tra Stati membri di cui agli articoli 81 e 82 del Trattato", in GUUE C 101/81 del 27 aprile 2004.

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

1867 - AUMENTI DEI PREZZI DEL VETRO CAVO*Provvedimento n. 31783*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 16 dicembre 2025;

SENTITA la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

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

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

VISTA il proprio provvedimento n. 30847 del 31 ottobre 2023 con il quale è stata avviata un'istruttoria ai sensi dell'articolo 14 della Legge n. 287/90, nei confronti delle società Berlin Packaging Italy S.p.A., Bormioli Luigi S.p.A., O-I Italy S.p.A., Verallia Italia S.p.A., Vetreria Cooperativa Piegarese Società Cooperativa, Vetreria Etrusca S.p.A., Vetri Speciali S.p.A., Vetropack Italia S.r.l. e Zignago Vetro S.p.A., per accertare l'esistenza di violazioni dell'articolo 101, paragrafo 1, TFUE;

VISTA la Comunicazione delle Risultanze Istruttorie inviata alle Parti il 23 ottobre 2025 ai sensi dell'articolo 14 del D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTI gli atti del procedimento e la documentazione acquisita nel corso dell'istruttoria;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI DEL PROCEDIMENTO

1. Berlin Packaging Italy S.p.A. (di seguito, "Berlin Packaging"; C.F. 01746490158) è una società attiva nel commercio all'ingrosso di vetreria e cristalleria. Berlin Packaging è controllata da Berlin Packaging Holding Italy S.p.A., a sua volta controllata da Berlin Packaging Europe S.p.A., in ultima istanza controllata da Berlin Packaging L.L.C., società americana.

2. Bormioli Luigi S.p.A. (di seguito, "Bormioli"; C.F. 08836270150) è una società attiva nella produzione di contenitori in vetro ed è controllata all'85% da Quartz Life S.p.A.

3. O-I Italy S.p.A. (di seguito, "O-I"; C.F. 00059020057) è una società attiva nella produzione di prodotti vetrari ed in particolare in quelli di vetro cavo. O-I è sottoposta al controllo di O-I European Group B.V. e, in ultima istanza, di Owen Illinois Inc., società americana specializzata in prodotti di vetro per contenitori.

4. Verallia Italia S.p.A. (di seguito, "Verallia"; C.F. 00730720240) è una società attiva nella produzione di vasi e bottiglie di vetro. Verallia è sottoposta al controllo della società francese Verallia Packaging S.A.S., a sua volta controllata da Verallia France S.A.S.

5. Vetreria Cooperativa Piegarese Società Cooperativa (di seguito, "Vetreria Piegarese"; C.F. 00161060546) è una società attiva nella produzione di manufatti di vetro.

6. Vetreria Etrusca S.p.A. (di seguito, "Vetreria Etrusca"; C.F. 00436960488) è una società interamente controllata da Barfin S.p.A. ed attiva nella produzione e vendita di articoli in vetro.

7. Vetri Speciali S.p.A. (di seguito, “Vetri Speciali”; C.F. 01462040229) è una società controllata congiuntamente, con quote eguali, da O-I e da Zignago Vetro S.p.A., ed è attiva nella produzione di contenitori in vetro.

8. Vetropack Italia S.r.l. (di seguito, “Vetropack”; C.F. 02767030345) è una società attiva nella fabbricazione di vetro cavo e commercio al minuto di articoli in vetro di propria produzione. Vetropack è controllata da Vetropack Austria AG e Vetropack Holding AG con quote rispettivamente del 75% e 25%.

9. Zignago Vetro S.p.A. (di seguito, “Zignago Vetro”; C.F. 00717800247) è una società quotata in borsa attiva nella produzione di contenitori in vetro destinati prevalentemente alle bevande, agli alimenti e al settore della cosmetica e della profumeria.

II. GLI INTERVENIENTI

10. Cantine Vitevis - Società Cooperativa Agricola (di seguito, “Cantine Vitevis”; C.F. 03972320240) è una società attiva nella produzione di vini da tavola e vini VQRD (Vino di Qualità Prodotto in Regione Determinata).

11. Eredi Baldassarri Luciano - Società Semplice Agricola (di seguito, “Eredi Baldassarri”; C.F. 03117280549) è una società attiva nella produzione e commercio di vino e spumanti.

12. La Società Industriale Vinicola Agricola S.I.V.Ag. S.R.L. (di seguito, “S.I.V.Ag.”; C.F. 02213900265) è una società attiva nella produzione di vini da tavola e vini VQRD (Vino di Qualità Prodotto in Regione Determinata).

III. L’ATTIVITÀ ISTRUTTORIA SVOLTA

13. Il caso è stato avviato in seguito ad una denuncia anonima pervenuta il 17 aprile 2023, tramite la piattaforma di *whistleblowing*, da parte di un’azienda attiva nel settore del vino, cliente di alcuni dei principali produttori di vetro cavo in Italia e avente ad oggetto una serie di aumenti di prezzo del vetro comunicati dalle principali aziende attive nel mercato della produzione di bottiglie di vetro per vino nel 2022¹. Il 26 luglio 2023 sono pervenute due ulteriori denunce da parte di Bottega S.p.A. e di Filiera Italia, una fondazione che opera per la distintività del cibo, del sistema agroalimentare e della trasformazione, che lamentano i medesimi aumenti di costo². Le evidenze portate all’attenzione dell’Autorità nelle denunce riguardavano alcune lettere ed email trasmesse da diversi produttori alla propria clientela, nei mesi di marzo e di settembre 2022, per comunicare quasi esclusivamente incrementi percentuali sui prezzi di vendita delle bottiglie pattuiti in precedenza³.

14. Nel provvedimento di avvio⁴ si è ipotizzato, quantomeno dall’inizio del 2022, un coordinamento delle strategie commerciali tra le società Parti. In particolare, tale coordinamento avrebbe avuto ad oggetto l’aumento dei prezzi di listino delle bottiglie di vino in vetro da applicare ai clienti nel medesimo arco temporale.

¹ Cfr. DOC_1 e DOC_2.

² Cfr. DOC_10, DOC_12, DOC_13 e DOC_16l.

³ Cfr. DOC_1 e DOC_2.

⁴ Provvedimento di avvio n. 30847, in Boll. n. 43/2023 del 13/11/2023.

15. In data 8 novembre 2023, sono stati svolti accertamenti ispettivi presso le sedi delle Parti del procedimento, nonché presso le società Euroglass S.p.A., Generalvetri S.p.A. e l'Associazione nazionale degli industriali del vetro - Assovetro.

16. In data 11 gennaio 2024 sono state accolte⁵ le istanze di partecipazione all'istruttoria delle società Cantine Vitevis, Eredi Baldassarri e S.I.V.Ag.⁶

17. Le Parti hanno effettuato più volte l'accesso agli atti del procedimento⁷ e sono state sentite in audizione⁸. Le società Vetreria Piegarese e Vetri Speciali hanno presentato una memoria difensiva⁹.

18. Inoltre, sono state somministrate delle richieste di informazioni sia alle Parti che ai loro clienti.

19. In particolare le richieste di informazioni alle Parti hanno riguardato: la struttura societaria, i fatturati per attività e canale di vendita, le modalità di negoziazione dei contratti di vendita sia con i clienti diretti che con i distributori, le variazioni dei prezzi comunicate alla clientela negli anni 2021, 2022 e 2023, la produzione in proprio e per conto terzi, il sistema di distribuzione utilizzato¹⁰.

20. Ad un campione di clienti, invece, è stato chiesto di fornire informazioni concernenti le comunicazioni di variazione dei prezzi di listino ricevute dai propri fornitori negli anni 2021, 2022 e 2023¹¹.

21. In data 23 ottobre 2025 sono state inviate alle Parti le Risultanze Istruttorie del procedimento, nelle quali non sono stati formulati addebiti. Nessuna delle Parti ha richiesto di poter partecipare all'audizione finale e non sono pervenute memorie.

IV. IL SETTORE INTERESSATO

22. Le condotte analizzate hanno interessato il mercato delle bottiglie di vetro per vino. Merceologicamente tale mercato può essere distinto da quello degli altri contenitori di vetro alimentari in quanto si tratta di prodotti particolari con caratteristiche specifiche rivolti ad una domanda differenziata (produttori di vino).

23. Le parti del procedimento rappresentano i principali *player* del mercato. Sulla base delle informazioni disponibili, confermate anche dalle Parti, è possibile desumere che, nel più ampio comparto del vetro cavo, O-I Italy e Verallia Italia hanno le quote maggiori, seguite da Zignago Vetro e Vetri Speciali.

24. Le bottiglie di vetro cavo per il vino si ottengono dal processo di fusione a circa 1.500 gradi e successiva soffiatura ad altissime temperature in stampi, di una miscela prevalentemente costituita da sabbia silicea di cava e da soda, a cui vengono aggiunti vari carbonati con azione stabilizzante, affinante e fondente. In sostituzione parziale delle materie prime vergini può essere utilizzato, ovvero "riciclato", il rottame di vetro proveniente dal recupero dei rifiuti di imballaggio a fine vita.

⁵ Cfr. DOC_846, DOC_847 e DOC_848.

⁶ Cantine Vitevis s.ca. e Eredi Baldassarri Luciano s.a.s. hanno avuto accesso agli atti del fascicolo in diverse occasioni. Si vedano a tal proposito: DOC_856, DOC_857, DOC_937, e DOC_1054.

⁷ Cfr. DOC_821, DOC_824, DOC_825, DOC_826, DOC_827, DOC_828, DOC_833, DOC_878, DOC_895, DOC_896, DOC_926, DOC_927, DOC_928, DOC_929, DOC_930, DOC_931, DOC_938, DOC_942, DOC_1042, DOC_1043, DOC_1044, DOC_1045, DOC_1046, DOC_1047, DOC_1048, DOC_1050, DOC_1062, DOC_1115, DOC_1126, DOC_1127, DOC_1130, DOC_1131, DOC_1135, DOC_1136, DOC_1137 e DOC_1139.

⁸ Cfr. DOC_1086, DOC_1087, DOC_1090, DOC_1092, DOC_1093, DOC_1095, DOC_1118, DOC_1119, DOC_1141.

⁹ Cfr. DOC_1117 e DOC_1142.

¹⁰ Cfr. da DOC_947 a DOC_955. Per le risposte si vedano DOC_965, DOC_966, DOC_967, DOC_976, DOC_977, DOC_969, DOC_971, DOC_973, DOC_975, DOC_987, DOC_1000, DOC_1003, DOC_1004, DOC_1006, DOC_1007, DOC_1008, DOC_1009 e DOC_1010.

¹¹ Cfr. da DOC_1022 a DOC_1034. Per le risposte si vedano DOC_1039, DOC_1041, DOC_1049 e da DOC_1055 a DOC_1061.

25. In particolare, la materia prima primaria che costituisce circa il 20-30% del vetro è composta, a sua volta – all’incirca – dal 70% di sabbia, 13% di soda, 10% carbonato di calcio. A ciò si aggiungono i fondenti e i coloranti o i decoloranti. Il rottame di vetro, materia prima secondaria, viene utilizzato, oltre che per ridurre i costi di produzione attraverso il risparmio energetico, anche per ridurre le emissioni inquinanti¹². Il rottame è gestito principalmente dal Consorzio Recupero Vetro (COREVE) che, una volta acquisito, lo reimmette sul mercato mediante asta.

26. I principali fattori di costo della produzione sono riconducibili a quattro aree: materie prime, energia, manodopera e altri costi (ad esempio, logistica). Si tratta di un’industria altamente energivora, i cui forni che operano a ciclo continuo (24 ore su 24) sono prevalentemente alimentati a gas metano. Infatti, le imprese produttrici di vetro cavo sono classificate come “energivore” secondo il Decreto del Ministero dello sviluppo economico del 21 dicembre 2017.

27. Nel periodo oggetto di analisi si è osservato un andamento anomalo dei prezzi di tutte le materie prime coinvolte nella produzione del vetro, collegato alla particolare congiuntura economica europea conseguente allo scoppio della guerra russo-ucraina. Ciò ha determinato un significativo aggravio di costi ampiamente documentato dalle parti del procedimento¹³.

28. In relazione ai costi energetici, nell’estate del 2021 il gas e l’energia elettrica avevano già raggiunto un livello doppio rispetto all’anno precedente. Successivamente, lo scoppio della guerra in Ucraina ha determinato un nuovo *spike* del prezzo di gas ed elettricità con significativi problemi produttivi in tutte le filiere e in particolare per le imprese, come le vetrerie, c.d. energivore. I costi energetici hanno raggiunto livelli fino a 12 volte maggiori rispetto al periodo pre-istruttoria¹⁴.

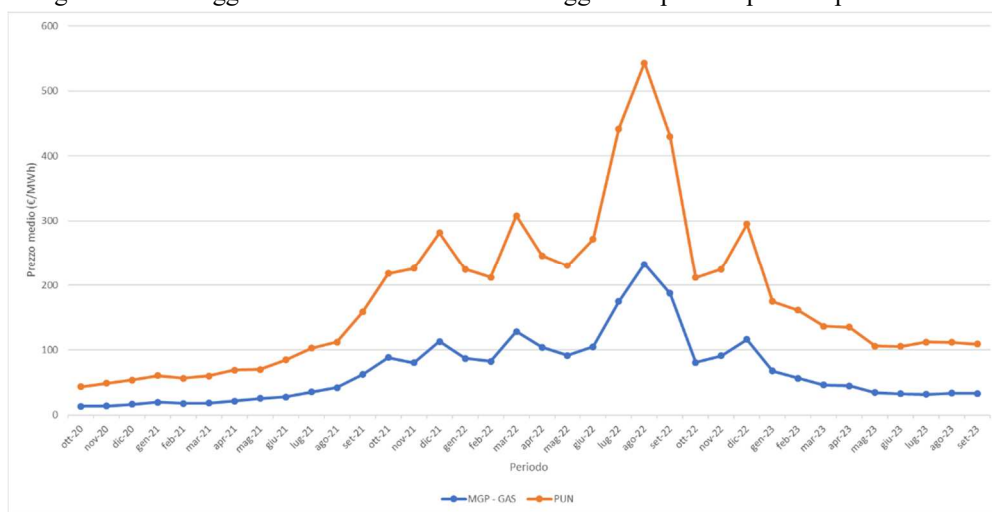


Fig. 1: Prezzo medio mensile MGP-GAS e PUN tra ottobre 2020 e settembre 2023 – Fonte: GME

29. Per quanto riguarda le materie prime, gli aumenti hanno riguardato principalmente il rottame di vetro e la soda. In relazione al rottame di vetro, le Parti hanno documentato che i prezzi del rottame di vetro hanno raggiunto livelli di oltre 170 euro/ton¹⁵, a fronte di prezzi precedenti che si attestavano fino a 90 euro/ton. In egual modo, la soda è stata soggetta ad una spinta inflazionistica inattesa.

¹² Cfr. DOC_1092.

¹³ Cfr. DOC_1086, DOC_1087, DOC_1090, DOC_1092, DOC_1093, DOC_1095, DOC_1118, DOC_1119, DOC_1141.

¹⁴ Cfr. DOC_1090.

¹⁵ Cfr. DOC_1086 e DOC_1092.

Evoluzione del prezzo delle materie prime per la produzione di vetro cavo

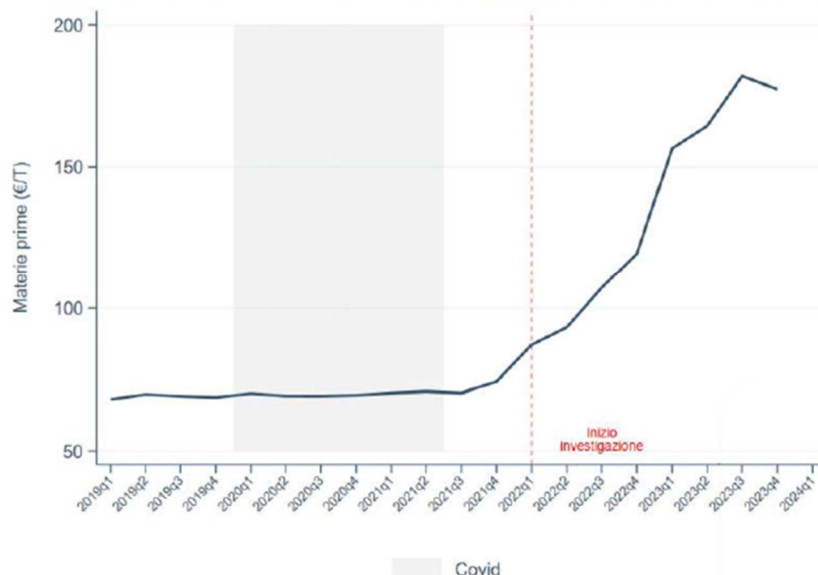


Fig. 2: Evoluzione prezzo materie prime – Fonte: Verbale audizione O-I Italy – DOC_1092

30. A fronte di tali criticità nei costi di produzione, l'andamento della domanda di bottiglie di vetro per il vino, nel 2021 e 2022, sull'onda della ripresa dei consumi post-pandemica, ha attraversato una congiuntura estremamente espansiva. Infatti, nel 2022 si è registrato il massimo consumo di vetro cavo pro-capite, consumo che ha portato ad un aumento della domanda di tali contenitori, amplificato dal diffuso timore che già nel breve termine ci potesse essere carenza di bottiglie sul mercato. Contestualmente si sono drasticamente ridotte le forniture di bottiglie prodotte in Ucraina, dove alcune stabilimenti produttivi sono stati colpiti dalle azioni belliche¹⁶. Di conseguenza, molti dei produttori di vino hanno aumentato i volumi ordinati non solo per maggior consumo, ma soprattutto per aumentare le scorte di magazzino, e l'offerta, soggetta a vincoli di capacità produttiva, ha molto faticato ad assorbire la domanda¹⁷.

V. L'ANALISI DEGLI AUMENTI PRATICATI

31. Nel corso dell'istruttoria, sono state acquisite dalle Parti informazioni puntuali in merito agli aumenti applicati nel periodo 2022-2023, ai canali distributivi utilizzati per la commercializzazione delle bottiglie di vetro per vino e alle forniture che ognuna delle Parti ha acquistato dai concorrenti.

32. I risultati delle analisi, ancor più laddove considerati nel complesso, non forniscono significativi elementi a sostegno dell'ipotesi istruttoria. Sui due anni considerati, le parti hanno effettuato le comunicazioni di aumento in periodi non sempre sovrapponibili e applicando modalità diverse per incrementare i propri prezzi (percentuale di aumento su tutti i prodotti o *surcharge*). Talune hanno, inoltre, inviato comunicazioni massive a tutti i clienti, altre hanno adottato delle contrattazioni *ad hoc*. Parimenti l'entità degli aumenti ha mostrato una certa variabilità tra le Parti.

¹⁶ Cfr. DOC_1118, DOC_1119 e DOC_1141.

¹⁷ Cfr. a titolo esemplificativo DOC_1090 e DOC_1092.

33. Dall'istruttoria non sono, infine, emersi significativi elementi che inducano a ritenere che le parti abbiano reagito agli aumenti delle materie prime in modo coordinato, sostituendo alla naturale concorrenza nel mercato una concertazione sui livelli e/o sulle modalità degli aumenti.

VI. VALUTAZIONI CONCORRENZIALI

34. Gli elementi raccolti durante l'istruttoria del presente caso non consentono di confermare la violazione ipotizzata in avvio.

35. La fragilità degli elementi endogeni e l'assenza di elementi esogeni significativi non consentono, infatti, di sostenere solidamente l'ipotesi collusiva nel periodo oggetto di osservazione.

36. Nel procedimento istruttorio non sono, quindi, emersi elementi idonei a confermare la sussistenza di un'intesa fra le Parti, nella forma di accordo o pratica concordata, avente per oggetto e/o per effetto di falsare la concorrenza nel mercato delle bottiglie di vetro per il vino.

37. In data 23 ottobre 2025 sono state inviate alle Parti le Risultanze Istruttorie del procedimento, nelle quali non sono stati formulati addebiti. Nessuna delle parti ha richiesto di poter partecipare all'audizione finale e non sono pervenute memorie.

38. In conclusione, si ritiene che non sussistano sufficienti elementi per accertare la violazione dell'articolo 101 TFUE ipotizzata nella delibera di avvio istruttoria.

Tutto ciò premesso e considerato:

DELIBERA

che in base alle informazioni disponibili sono venuti meno i motivi di intervento nei confronti di Berlin Packaging Italy S.p.A., Bormioli Luigi S.p.A., O-I Italy S.p.A., Verallia Italia S.p.A., Vetreria Cooperativa Piegarese Società Cooperativa, Vetreria Etrusca S.p.A., Vetri Speciali S.p.A., Vetropack Italia S.r.l. e Zignago Vetro S.p.A., in relazione alla violazione dell'articolo 101 TFUE ipotizzata in sede di avvio del procedimento.

Il presente provvedimento sarà notificato alle Parti 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, lett. *b*), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro il termine di sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 8, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Guido Stazi

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

I866 - ACCORDI TRA FONDERIE*Provvedimento n. 31785*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 22 dicembre 2025;

SENTITA la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

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

VISTO il Regolamento (CE) n. 1/2003 del Consiglio, del 16 dicembre 2002;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la propria delibera adottata in data 12 settembre 2023, con la quale è stata avviata, ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/1990, un'istruttoria nei confronti delle società C2MAC Group S.p.A., Fonderia Corrà S.p.A., Fonderie Orazio e Fortunato De Riccardis S.r.l., Fonderie Guido Glisenti S.p.A., Lead Time S.p.A., Pilenga Baldassarre Foundry S.r.l. e Fonderie Mora Gavardo S.p.A., attive nel settore della produzione di getti di ghisa, per accertare l'esistenza di violazioni dell'articolo 101, paragrafo 1, TFUE;

VISTA la propria delibera del 3 aprile 2024, con la quale il procedimento istruttorio è stato esteso oggettivamente alla promozione e alla diffusione degli indicatori Assofond quantomeno dal 2021 e soggettivamente nei confronti delle società Zanardi Fonderie S.p.A., VDP Fonderia S.p.A., Fonderie Ariotti S.p.A., Ironcastings S.p.A., Fonderia Zardo S.p.A., ZML Industries S.p.A., Cividale S.p.A., Camozzi Group S.p.A., E.F. Group S.p.A. e dell'associazione di categoria Assofond;

VISTA la propria delibera del 30 luglio 2024 con la quale l'oggetto del procedimento istruttorio è stato esteso ai comportamenti posti in essere a partire quantomeno dal 2001 e il termine di conclusione del procedimento è stato prorogato al 31 dicembre 2025;

VISTA la Comunicazione delle Risultanze Istruttorie, trasmessa alle parti il 7 agosto 2025;

VISTE le memorie conclusive di Fonderie Ariotti S.p.A., Fonderie Guido Glisenti S.p.A. e Lead Time S.p.A., Ironcastings S.p.A., C2MAC Group S.p.A., Assofond, Fonderie Mora Gavardo S.r.l., VDP Fonderia S.p.A., Fonderia Zardo S.p.A., Fonderia Corrà S.p.A., pervenute il 10 ottobre 2025, e di E.F. Group S.p.A. e Pilenga Baldassarre Foundry S.r.l., Cividale S.p.A. e ZML Industries S.p.A., Camozzi Group S.p.A., Zanardi Fonderie S.p.A., Fonderie Orazio e Fortunato De Riccardis S.r.l., pervenute in data 11 ottobre 2025;

SENTITI in audizione finale, in data 21 ottobre 2025, i rappresentanti di Assofond, E.F. Group S.p.A. e Pilenga Baldassarre Foundry S.r.l., VDP Fonderia S.p.A., Zanardi Fonderie S.p.A., Fonderie Ariotti S.p.A., Cividale S.p.A. e ZML Industries S.p.A., C2MAC Group S.p.A., Camozzi Group S.p.A. e Fonderie Mora Gavardo S.r.l., Fonderia Corrà S.p.A., Fonderie Orazio e Fortunato De Riccardis S.r.l., Ironcastings S.p.A., Fonderie Guido Glisenti S.p.A. e Lead Time S.p.A., Fonderia Zardo S.p.A.;

VISTI gli atti del procedimento e la documentazione acquisita nel corso dell'istruttoria;

CONSIDERATO quanto segue:

Sommario***Executive summary*****I. LE PARTI****II. IL PROCEDIMENTO ISTRUTTORIO****III. IL SETTORE INTERESSATO**

III.1. Il settore della produzione dei getti di ghisa in Italia

III.2. La tipologia di getti di ghisa e il processo produttivo

III.3. La domanda e il processo di acquisizione della clientela

III.4. Gli switching cost

III.5. L'offerta di getti di ghisa in Italia

IV. LE RISULTANZE ISTRUTTORIE

IV.1. Premessa

IV.2. Il contesto associativo

IV.2.1. Assofond

IV.2.2. Servizi offerti alle fonderie associate

IV.3. Le condotte

IV.3.1. La genesi, la ratio e il consolidamento degli indicatori Assofond

IV.3.2. Gli ulteriori incontri nel periodo 2007-2019

IV.3.3. Il biennio 2020-2021: come le fonderie hanno affrontato le conseguenze della Pandemia Covid-19

IV.3.4. La guerra in Ucraina, l'aggravarsi della crisi delle materie prime e della crisi energetica

IV.3.5. Le evidenze riferite al 2023-2024

V. LE ARGOMENTAZIONI DELLE PARTI

V.1. Sulla violazione dei diritti di difesa e altre questioni procedurali

V.2. Sul mercato rilevante e sulla posizione delle parti

V.2.1. Il mercato del prodotto (e l'assenza di sovrapposizione nell'offerta delle parti)

V.2.2. Il mercato geografico

V.3. Sull'assenza di potere di mercato nei confronti della domanda

V.4. Sulla scarsa marginalità del settore

V.5. Sulla utilità degli indicatori Assofond e sull'assenza di restrittività per la concorrenza

V.6. Sulla partecipazione all'attività associativa

V.7. Sull'assenza di contatti illeciti tra le parti del procedimento

V.8. Sull'assenza di parallelismo di prezzo

V.9. Sulla qualificazione dell'intesa

V.10. Osservazioni sui criteri per il calcolo della sanzione

VI. VALUTAZIONI

VI.1. Premessa

VI.2. Questioni procedurali

VI.2.1. La garanzia del diritto di difesa e del contraddittorio

VI.2.2. Sull'utilizzabilità della documentazione acquisita in ispezione

VI.2.3. Sulla competenza dell'Autorità

VI.2.4. Sulla legittimità dei provvedimenti di estensione oggettiva e soggettiva

VI.2.5. Sulla ragionevole durata della fase preistruttoria

VI.3. Il mercato rilevante

VI.4. La qualificazione dell'intesa

VI.4.1. I principi

VI.4.2. L'applicazione dei principi al caso di specie

VI.4.2.1. Il piano globale finalizzato a perseguire un obiettivo economico anticoncorrenziale

VI.4.2.1.1. Le prime evidenze sul piano comune: la nuova classe di indicatori per la revisione dei prezzi

VI.4.2.1.2. Il continuo confronto volto al mantenimento del punto di orientamento comune

VI.4.2.1.3. L'intensificarsi del coordinamento delle strategie commerciali dal 2020

VI.4.2.1.4. Conclusioni sul piano globale e oggetto restrittivo della concorrenza

VI.4.2.2. Contributo delle parti del procedimento all'obiettivo anticoncorrenziale e consapevolezza dell'illegittimità dei comportamenti

VI.4.2.3. La consistenza dell'intesa

VI.4.2.4. La redditività del settore

VI.4.2.5. La natura difensiva dell'intesa

VI.4.2.6. La natura segreta dell'intesa

VI.4.3. Imputazione delle condotte

VI.5. Conclusione sull'intesa

VII. PREGIUDIZIO AL COMMERCIO TRA STATI MEMBRI

VIII. GRAVITÀ E DURATA DELL'INFRAZIONE

IX. CRITERI PER LA QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

IX.1. Il valore delle vendite

IX.2. La percentuale individuata in funzione del livello di gravità

IX.3. La durata della partecipazione di ciascuna impresa all'infrazione

IX.4. Le circostanze attenuanti

IX.4.1. L'adozione di programmi di compliance

IX.5. Crisi del settore

IX.6. Le istanze di incapacità contributiva (cd. "inability to pay")

IX.7. La sanzione ad Assofond

IX.8. L'importo finale delle sanzioni

Executive summary

- i. C2MAC, Corrà, De Riccardis, Glisenti/LT, EF Group/Pilenga, Camozzi/FMG, Zanardi, VDP, Ariotti, Ironcastings, Zardo, Cividale/ZML e l'associazione di categoria Assofond hanno posto in essere, quantomeno dal 5 febbraio 2004 al 30 giugno 2024, **un'intesa segreta unica, complessa e continuata** nel mercato italiano della vendita dei getti di ghisa, in violazione dell'art. 101, par. 1, TFUE.
- ii. Oggetto dell'intesa è stato il **coordinamento delle politiche commerciali** e delle strategie commerciali da attuare nei confronti dei clienti, con l'obiettivo di sostenere le richieste di aumento dei prezzi, rafforzando il potere contrattuale nei confronti della domanda, e di preservare una certa marginalità, soprattutto nei periodi in cui la congiuntura economica è stata negativa, ossia a seguito degli *shock* esogeni verificatesi a partire dal 2001, dal 2007-2008 e dal 2020-2021.
- iii. Tale obiettivo è stato perseguito mediante uno scambio di informazioni sensibili, realizzato attraverso **contatti bilaterali e multilaterali**, anche in ambito associativo, ed elaborando congiuntamente meccanismi di indicizzazione dei prezzi (il QEMP, l'IDT e il TET: "Indicatori Assofond") che di fatto hanno comportato la fissazione coordinata di obiettivi di variazione comune dei prezzi.
- iv. È opportuno precisare che l'Autorità **non contesta** il fatto che una fonderia abbia praticato aumenti dei prezzi ai propri clienti (peraltro, a fronte di aumenti del costo dei fattori produttivi), ma che tali decisioni sono state assunte a valle di un confronto associativo o di contatti diretti con altre fonderie parti del procedimento, e dunque **in maniera coordinata e non autonoma**.
- v. Parimenti, l'Autorità **non contesta** il fatto che l'associazione abbia monitorato l'andamento dei costi dei fattori produttivi, e neppure che fossero previsti meccanismi di adeguamento dei prezzi ai costi dei fattori produttivi nei contratti di fornitura. Piuttosto, oggetto di contestazione è la **condivisione tra concorrenti di parametri di trasformazione dei costi di produzione in componenti dei prezzi di vendita**, realizzata in maniera concertata attraverso l'ideazione, l'aggiornamento e la divulgazione degli Indicatori Assofond.
- vi. L'ampio quadro probatorio a fascicolo, infatti, dimostra come gli Indicatori Assofond non sono mere rilevazioni dei costi ma sono stati creati con la principale, se non unica, finalità di fornire alle fonderie associate un **focal point** per la determinazione delle variazioni dei prezzi di vendita dei getti di ghisa nel corso del tempo.
- vii. In particolare, il QEMP (Quota Extra Materia Prima) è l'indicatore, utilizzato da tutte le fonderie parti del procedimento, creato da Assofond nel 2004 al fine di "*sterilizzare i listini di vendita rispetto alla componente del costo*" della ghisa. Esso indica in euro/tonnellata **l'aumento di prezzo da applicare al prodotto finito al variare del costo della ghisa**, indipendentemente dal processo produttivo e dal *mix* di carica (ghisa in pani e rottame ferroso) utilizzati da ciascuna fonderia. Il QEMP rappresenta circa un terzo del prezzo totale ed è stato utilizzato da tutte le fonderie parti del procedimento seguendo le modalità indicate da Assofond, ossia in valore assoluto e con un **incremento uniforme** del prezzo delle fusioni per unità di peso in euro/tonnellata.
- viii. La quantità e qualità delle evidenze, e in particolare i numerosi contatti bilaterali e multilaterali, attestano che tutte le parti hanno **contribuito** all'obiettivo comune di limitare la concorrenza tra loro e preservare i rispettivi livelli di marginalità, **consapevoli** anche della dimensione e della pervasività del fenomeno collusivo. Nessuna delle fonderie parti del procedimento si è pubblicamente dissociata dal piano comune anticoncorrenziale.
- ix. L'intesa accertata – un'intesa segreta unica, complessa e continuata, avente per oggetto il coordinamento delle politiche commerciali di prezzo e delle strategie commerciali da attuare nei confronti dei clienti – è da considerarsi **tra le violazioni più gravi della normativa antitrust**.

L'intesa inoltre ha avuto attuazione durante l'intero arco temporale, come attestato dalle evidenze agli atti.

x. La natura anticoncorrenziale dell'intesa non è scalfita dalla presenza nel settore in esame di un certo **potere di mercato** dal lato della domanda dei getti di ghisa. Infatti, tale circostanza – che in ogni caso non ha compromesso nei fatti la stabilità dell'intesa né i ricavi delle fonderie – non esime le parti dal rispetto della normativa *antitrust* né rende lecita un'intesa anticoncorrenziale. Neppure elimina il disvalore dell'intesa la circostanza che il settore (in particolare nel periodo 2020-2023) sia stato interessato da **shock esogeni** che hanno causato un forte aumento dei costi dei fattori produttivi.

xi. Quanto al ruolo svolto da **Assofond** va evidenziato che l'associazione svolge anche attività lecite nei confronti delle associate. Nel caso di specie, è contestato il duplice ruolo di facilitatore del coordinamento tra le imprese – nella misura in cui ha fornito l'occasione di frequenti riunioni in cui si parlava regolarmente di strategie commerciali – e coautrice del cartello – in ragione del ruolo attivo assunto nell'attività di predisposizione, aggiornamento e divulgazione degli Indicatori Assofond e di circolari, indicazioni e raccomandazioni volte a orientare le decisioni commerciali delle associate.

I. LE PARTI

1. C2MAC Group S.p.A. (C.F. e P. IVA 03822240960) (di seguito, “C2MAC”) è una società attiva, anche tramite diverse società di cui risulta azionista unico¹, nella produzione e nella vendita di fusioni in ghisa e altri metalli, nella lavorazione degli stessi per conto proprio e di terzi, e nella costruzione e vendita di attrezzature connesse a tali attività². La società, in origine denominata San Martino Fonderie S.r.l., in data 23 febbraio 2010 ha mutato la forma e la denominazione sociale in Fonderie di Montorso S.p.A. e in data 4 agosto 2021 ha acquisito l’attuale denominazione sociale³. Nel 2024, il fatturato mondiale consolidato di C2MAC è stato pari a 127.160.964,00 euro⁴.

2. Fonderia Corrà S.p.A. (C.F. e P. IVA 00147290241) (di seguito, “Corrà”) è una società attiva nella produzione e nel commercio di getti in ghisa, di metalli, di leghe metalliche in genere e di ogni altra attività affine⁵. Nel 2024, il fatturato mondiale di Corrà è stato pari a 100.076.364,00 euro⁶.

3. Fonderie Orazio e Fortunato De Riccardis S.r.l. (C.F. e P. IVA 00143060754) (di seguito, “De Riccardis”) è una società attiva nella fusione e nello stampaggio industriale di metalli ferrosi e non ferrosi e nelle riparazioni meccaniche in genere⁷. Nel 2024, il fatturato mondiale di De Riccardis è stato pari a *[10-35 milioni di]* * euro⁸.

4. Fonderie Guido Glisenti S.p.A. (C.F. e P. IVA 02049210178) (di seguito, “Glisenti”) è una società attiva nella fusione di ghisa e di metalli e leghe, ferrosi e non ferrosi, e nella lavorazione meccanica, trattamento termico e analisi qualitativa di metalli e leghe, ferrosi e non ferrosi⁹. Nel 2024, il fatturato mondiale consolidato di Glisenti è stato pari a 97.984.697,00 euro¹⁰.

5. Lead Time S.p.A. (C.F. e P. IVA 00149200438) (di seguito, “Lead Time” o “LT”) è una società, dal giugno 2018 interamente controllata da Glisenti, attiva nella fusione di ghisa e di metalli e leghe, ferrosi e non ferrosi, nonché nella lavorazione meccanica, trattamento termico e analisi qualitativa di metalli e leghe, ferrosi e non ferrosi.

¹ In particolare, il gruppo è composto dalle società Perucchini S.p.A., Fonderia Scaranello S.r.l., FHM S.r.l. e Grandry Technicast S.a.s.

² Gli azionisti di C2MAC sono Melt 1 S.r.l., Atos S.p.A., F.M.R. e Società per amministrazioni fiduciarie SPAFID S.p.A. Melt 1 S.r.l. è una società interamente partecipata da Fondo Italiano d’Investimento SGR S.p.A., a sua volta partecipato per il 55% da CDP Equity S.p.A.

³ **DOC. 428.**

⁴ **DOC. 426.**

⁵ Azionista unico di Corrà è Corrà Group S.r.l., a sua volta controllato da M.C., M.T.C. e P.C. Corrà è azionista unico di Mekano S.r.l., società attiva nella produzione e commercializzazione di macchinari industriali e in parti di ricambio, componenti e accessori meccanici per gli stessi. Tutte le vendite di tale società sono fatte nei confronti di Corrà (v. **DOC. 382**, pag. 1).

⁶ Disponibile nella banca dati Telemaco della Camera di Commercio.

⁷ Gli azionisti di Fonderie De Riccardis sono F.D.R. e S.D.R.

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

⁸ **DOC. 385.**

⁹ Gli azionisti di Glisenti sono, oltre a Glisenti stessa, R.D.B., Goletto S.r.l. (il cui azionista unico è il sig. P.D.B.), e Gardenia S.r.l. (il cui azionista unico è il sig. R.D.B.).

¹⁰ **DOC. 371.**

6. E.F. Group S.p.A. (C.F. e P. IVA 01606370169) (di seguito, “E.F. Group”)¹¹, fino al 29 giugno 2020 denominata Fonderia di Torbole S.p.A.¹², è una società che svolge in via prevalente attività di gestione ed assunzione di partecipazioni. Inoltre, E.F. Group realizza, direttamente o indirettamente attraverso società partecipate, prodotti derivanti dalla fusione di ghisa, acciaio, leghe e metalli in genere. Essa inoltre è attiva nella lavorazione meccanica, nello studio tecnico di progettazione nonché nel commercio di tali prodotti. E.F. Group detiene partecipazioni nelle fonderie Pilenga Baldassarre Foundry S.r.l., Fonderia di Torbole S.r.l. (a cui, nel 2018, è stato conferito il ramo d’azienda originario di Fonderia di Torbole S.p.A.)¹³ e Fond-Stamp S.p.A. Nel 2024, il fatturato mondiale consolidato di E.F. Group è stato pari a 165.387.255,00 euro¹⁴.

7. Pilenga Baldassarre Foundry S.r.l. (C.F. e P. IVA 03771380981) (di seguito, “Pilenga”) è una società, interamente partecipata da E.F. Group, attiva nella fusione, lavorazione di metalli, vendita di prodotti di fusione, sbavatura e verniciatura per conto terzi, nonché nella produzione di anime in sabbia e resina per conto terzi. Pilenga è stata costituita nel dicembre 2015 da Fonderia di Torbole S.p.A. per rilevare le attività di Fonderie Pilenga Baldassarre & C. S.p.A.¹⁵.

8. Camozzi Group S.p.A. (C.F. e P. IVA 03519280170) (di seguito, “Camozi Group”) è una società, interamente partecipata da LAG International S.A., attiva, tra le altre cose, nella compravendita e gestione di beni mobili e immobili e nell’assunzione di partecipazioni. Camozzi Group detiene partecipazioni in diverse società, tra cui le fonderie Marzoli Machines Textile S.r.l.¹⁶ e Fonderie Mora Gavardo S.r.l. Nel 2024, il fatturato realizzato a livello mondiale da Camozzi Group e dalle società controllate è stato pari a [582-700 milioni di] euro¹⁷.

9. Fonderie Mora Gavardo S.r.l. (C.F. e P. IVA 03150380982) (di seguito, “FMG”), fino al 18 aprile 2025 Fonderie Mora Gavardo S.p.A., interamente partecipata da Camozzi Group, è una società attiva nella fusione di ghisa, bronzo, alluminio e nelle lavorazioni accessorie. FMG è una società risultante dalla fusione per incorporazione di Marzoli Foundry S.r.l. e Fonderie Mora Gavardo S.p.A.¹⁸ in Camozzi Orizzonti S.r.l. Quest’ultima è stata costituita da Camozzi Group nel 2009 e, a seguito della menzionata fusione, ha mutato la denominazione e la forma sociale prima in Fonderie Mora Gavardo S.p.A. e successivamente nell’attuale Fonderie Mora Gavardo S.r.l.

10. Zanardi Fonderie S.p.A. (C.F. e P. IVA 00822690236) (di seguito, “Zanardi”) è una società attiva nella produzione di getti in ghisa per molteplici industrie¹⁹. Nel 2024, il fatturato di Zanardi è stato pari a 38.531.160,00 euro²⁰.

¹¹ Azionisti di E.F. Group sono: E.F. Foundry Holding S.r.l.; FOND-EF S.r.l. e CRI-FIN 2022 S.r.l.

¹² Atto n. 7760 Repertorio, n. 3187, registrato a Brescia il 9 luglio 2020 al n. 25631 serie 1T (fonte: banca dati Telemaco della Camera di Commercio).

¹³ Cfr. **DOC. 261**, par. 18.

¹⁴ **DOC. 376**.

¹⁵ V. anche **DOC. 261**, par. 8.

¹⁶ Controllata ma non inclusa nel bilancio consolidato, v. **DOC. 383**, pag. 2.

¹⁷ **DOC. 383**.

¹⁸ Già cessionaria, nel febbraio 2012, di Fonderie F.lli Mora di Giovanni S.p.A. in liquidazione.

¹⁹ Azionisti di Zanardi sono B.E.Z., Si.Z., St.Z., So.Z., Danilo Zanardi S.r.l., Fr.Z., Fl.Z., Fe.Z. e G. Zanardi S.r.l.

²⁰ **DOC. 380**.

11. VDP Fonderia S.p.A. (C.F. e P. IVA 03465880247) (di seguito, “VDP”) è una società attiva nella fusione di metalli ferrosi per la produzione di getti in ghisa, nella relativa lavorazione meccanica e nella commercializzazione dei prodotti risultanti²¹. VDP è azionista unico di VDC S.r.l., VDS S.r.l. e VDZ S.r.l., e ha partecipazioni in altre società²². Nel 2024, il fatturato mondiale consolidato di VDP è stato pari a 82.856.167,62 euro²³.

12. Fonderie Ariotti S.p.A. (C.F. e P. IVA 00434970174) (di seguito, “Ariotti”) è una società attiva nella fusione di ghisa e metalli e detiene l’intero capitale di Ariotti Fonderie S.r.l.²⁴, anch’essa attiva nella fusione di ghisa e metalli²⁵. Nel 2023, il fatturato consolidato di Ariotti è stato pari a 19.649.456,00 euro²⁶.

13. Ironcastings S.p.A. (C.F. e P. IVA 02532350358) (di seguito, “Ironcastings”) è una società attiva nella fusione di metalli di qualsiasi tipologia e nella produzione e commercio di manufatti in metallo²⁷. Ironcastings è stata costituita nel maggio 2012 e ha avviato la propria attività nel gennaio 2013, dopo aver rilevato gli attivi – prima a titolo di affitto e poi di cessione di ramo d’azienda – della società Euro Castings S.p.A. (dichiarata fallita nel giugno-luglio 2012)²⁸. Nel 2024, il fatturato di Ironcastings è stato pari a 32.079.921,00 euro²⁹.

14. Fonderia Zardo S.p.A. (C.F. e P. IVA 00522880244) (di seguito, “Zardo”) è una società attiva nella fusione di ghisa meccanica, sferoidale e speciale, e nelle attività connesse³⁰. Nel 2024, il fatturato mondiale di Zardo è stato pari a 46.175.769,86 euro³¹.

15. Cividale S.p.A. (C.F. e P. IVA 00586700304) (di seguito, “Cividale”)³² svolge attività finanziaria nei confronti di soggetti appartenenti allo stesso gruppo economico ed è una società attiva nella fusione e nella lavorazione del ferro e dei suoi derivati. Cividale è azionista unico di ZML Industries

²¹ Azionisti di VDP sono Gruppo VDP S.p.A., F.V., P.Z., M.V., P.V., R.V.

²² Segnatamente in: Consorzio Spring Strategic Partnership For Researched-Based, Innovative And Networked Growth, Resia Interconnector S.r.l. e Assofond Energia.

²³ **DOC. 379.**

²⁴ Azionisti di Ariotti sono R.A., e G.A.

²⁵ Cfr. **DOC. 273**, par. 6. Ariotti ha anche partecipazioni in Società Agricola Halaesa S.r.l., Impactage S.r.l. e Assofond Energia.

²⁶ **DOC. 439.**

²⁷ Azionisti di Ironcastings sono A.A., Al.A., Fiduciaria Emiliana S.p.A., F.M., Ironcastings S.p.A. e Iron Engineering S.r.l.

²⁸ V. **DOC. 394**, pag. 3.

²⁹ **DOC. 386.** Disponibile nella banca dati Telemaco della Camera di Commercio.

³⁰ Azionisti di Zardo sono Diplò M S.r.l., Gio Uno S.r.l., Gio Due S.r.l. e CFM Holding S.r.l. Zardo detiene una partecipazione del 45,45% in FZ Industries S.p.A., società attiva nella sbavatura, sabbiatura dei metalli in genere, nel controllo endoscopico, nelle lavorazioni meccaniche dei metalli in genere e nella verniciatura ad immersione, e una partecipazione del 40% in FZ Danuso S.r.l., attiva nella produzione di anime per fonderie.

³¹ **DOC. 375.**

³² Azionisti di Cividale sono Finim di Bernardino Claudio &C. S.A.S., Codepli S.r.l., Finmil S.r.l. e Cividale S.p.A. stessa.

S.p.A., tra le altre³³, e detiene il 96,95% del capitale di Acciaieria Fonderia Cividale S.p.A. Nel 2024, il fatturato consolidato di Cividale è stato pari a 317.567.527,00 euro³⁴.

16. ZML Industries S.p.A. (C.F. e P. IVA 13241490153) (di seguito, “ZML”) è una società attiva nella lavorazione di ghisa, rame, alluminio, zinco e leghe derivate, dal 2006 interamente controllata da Cividale³⁵.

17. Assofond - Associazione Nazionale delle Fonderie (C.F. 03182480156) (di seguito, “Associazione” o “Assofond”), è l’associazione imprenditoriale di categoria a cui aderiscono su base volontaria le imprese italiane attive nella fusione di metalli. Assofond detiene l’86,8% del capitale sociale di S.A.S. Assofond Servizi S.r.l., attiva nella diffusione in Italia e all’estero della conoscenza e dell’impiego dei prodotti dell’industria della fonderia di metalli ferrosi (getti di ghisa e di acciaio) e ha promosso la creazione del consorzio Assofond Energia, a cui possono aderire le fonderie associate, per aggregare la domanda di energia elettrica e/o di gas.

II. IL PROCEDIMENTO ISTRUTTORIO

18. Il 3 aprile 2023 è pervenuta, attraverso la piattaforma di *whistleblowing* dell’Autorità, una segnalazione anonima, successivamente più volte integrata (da ultimo il 4 settembre 2023), avente a oggetto un presunto coordinamento tra C2MAC, Corrà, De Riccardis, Glisenti, Lead Time, Pilenga e FMG. A detta del segnalante (di seguito, “Whistleblower”), che ha dichiarato di essere dipendente di un’impresa che acquista getti di ghisa dalle citate fonderie, nel corso dei primi mesi del 2023 queste avrebbero richiesto aumenti, contestuali e allineati, dei prezzi dei getti di ghisa praticati a partire dal 1° aprile 2023³⁶.

19. Il 12 settembre 2023, l’Autorità ha avviato il procedimento istruttorio I866 nei confronti delle società C2MAC, Corrà, De Riccardis, Glisenti, Lead Time, Pilenga e FMG, per accertare l’esistenza di un’intesa avente a oggetto il coordinamento degli aumenti dei prezzi di listino dei getti di ghisa. Sotto il profilo della durata, nel provvedimento di avvio l’Autorità ipotizzava che l’intesa risalisse almeno a gennaio 2023, senza però escludere che la condotta illecita ipotizzata potesse essere stata posta in essere anche in precedenza.

20. Il 20 settembre 2023 sono stati effettuati accertamenti ispettivi presso le sedi delle società nei cui confronti il procedimento è stato avviato e presso l’associazione di categoria Assofond, la società Assofond Servizi S.r.l. e la società Zanardi Fonderie S.p.A., in quanto ritenuti soggetti in possesso di dati utili ai fini dell’istruttoria benché non parti del procedimento.

21. Il 3 aprile 2024, visti gli atti del procedimento, e in particolare gli elementi acquisiti nel corso degli accertamenti ispettivi effettuati, l’Autorità ha deliberato di estendere l’oggetto del procedimento anche alla promozione e alla diffusione degli indicatori Assofond, nonché di estendere soggettivamente il medesimo procedimento alle società Zanardi, VDP, Ariotti, Ironcastings, Zardo, ZML, Cividale, Camozzi Group, E.F. Group e all’associazione di categoria Assofond.

³³ Oltre che di Inossman Fonderie Acciaio Maniago S.r.l., SAFOG Officina Meccanica S.r.l., FACS Fucine S.r.l., FAREM Fonderie Acciaio Remanzacco S.r.l., FLAG S.r.l., Rossli e Duso S.r.l., Officine Meccaniche Ermen S.r.l. in liquidazione, Cividale S.r.l. e Cividale Nord America S.r.l.

³⁴ DOC. 641, All. 21.

³⁵ V. C7976 – Cividale/ZML Industries, in Boll. n. 40/2006.

³⁶ Cfr. DOC. 1 - DOC. 7.

22. Il 10 aprile 2024 sono stati effettuati accertamenti ispettivi presso le sedi delle società VDP, Ariotti, Ironcastings, Zardo, ZML, Cividale, Camozzi Group, E.F. Group e dell'associazione di categoria Assofond.

23. Alla luce delle evidenze acquisite nel corso delle ispezioni tenutesi il 10 aprile 2024, con provvedimento del 30 luglio 2024 l'Autorità ha deliberato di ampliare l'oggetto del procedimento istruttorio ai comportamenti posti in essere dalle parti a partire quantomeno dal 2001.

24. Con il medesimo provvedimento del 30 luglio 2024, l'Autorità ha prorogato al 31 dicembre 2025 il termine di conclusione del procedimento, inizialmente fissato al 31 dicembre 2024.

25. Nel corso dell'istruttoria, tutte le parti del procedimento sono state sentite in audizione davanti agli Uffici³⁷.

26. Inoltre, sono state sentite in audizione anche le società Bonfiglioli S.p.A. (di seguito, "Bonfiglioli")³⁸, SAME Deutz-Fahr S.p.A. (di seguito, "SAME")³⁹ e Merlo S.p.A. (di seguito, "Merlo")⁴⁰ che, dalla documentazione acquisita, risultano essere clienti di getti di ghisa riforniti da alcune delle società coinvolte nell'istruttoria e che, nel caso di SAME e Merlo, nel corso del procedimento hanno anche reso degli affidavit per conto di Pilenga⁴¹.

27. Al fine di ricostruire il funzionamento dell'associazione di categoria e di acquisire evidenze in merito alla tipologia di discussioni svolte in ambito associativo e ai partecipanti agli incontri, nel corso dell'audizione dell'11 ottobre 2024⁴² e con successive comunicazioni⁴³ sono state rivolte all'Associazione richieste di informazioni, a cui Assofond ha dato riscontro il 12 dicembre 2024, il 27 gennaio 2025 e il 3 febbraio 2025⁴⁴.

28. Le parti hanno, altresì, chiesto ed esercitato in più occasioni il diritto di accesso alla documentazione del fascicolo istruttorio non coperta da riservatezza⁴⁵.

³⁷ Assofond in data 22 maggio 2024 (DOC. 126) e 11 ottobre 2024 (DOC. 257), Pilenga ed E.F. Group in data 14 ottobre 2024 (DOC. 261), Zanardi in data 15 ottobre 2024 (DOC. 244), Glisenti e LT in data 24 ottobre 2024 (DOC. 246), Camozzi Group e FMG in data 7 novembre 2024 (DOC. 256), C2MAC in data 8 novembre 2024 (DOC. 258), Corrà in data 12 novembre 2024 (DOC. 260), De Riccardis in data 21 novembre 2024 (DOC. 264), Zardo in data 28 novembre 2024 (DOC. 268), VDP in data 29 novembre 2024 (DOC. 270), Ariotti in data 4 dicembre 2024 (DOC. 273), ZML e Cividale in data 5 dicembre 2024 (DOC. 274) e Ironcastings in data 12 dicembre 2024 (DOC. 277).

³⁸ DOC. 348.

³⁹ DOC. 352.

⁴⁰ DOC. 346.

⁴¹ Si vedano allegati a DOC. 43 e DOC. 68.

⁴² DOC. 257.

⁴³ DOC. 279.

⁴⁴ DOC. 276, DOC. 291 e DOC. 299.

⁴⁵ In particolare: Assofond ha effettuato l'accesso agli atti in data 20 giugno 2024 (DOC. 169), 14 ottobre 2024 (DOC. 243), 18 marzo 2025 (DOC. 337), 5 settembre 2025 (DOC. 560) e 16 ottobre 2025 (DOC. 695); Pilenga ha effettuato l'accesso agli atti in data 20 dicembre 2023 (DOC. 67), 20 giugno 2024 (DOC. 170), 18 marzo 2025 (DOC. 338), 5 settembre 2025 (DOC. 559) e 16 ottobre 2025 (DOC. 696); E.F. Group ha effettuato l'accesso agli atti in data 20 giugno 2024 (DOC. 169), 18 marzo 2025 (DOC. 338), 5 settembre 2025 (DOC. 559) e 16 ottobre 2025 (DOC. 696); Zanardi ha effettuato l'accesso agli atti in data 20 giugno 2024 (DOC. 169), 18 marzo 2025 (DOC. 339), 26 agosto 2025 (DOC. 530 e DOC. 538) e 16 ottobre 2025 (DOC. 697); Glisenti e LT hanno effettuato l'accesso agli atti in data 20 dicembre 2023 (DOC. 67), 20 giugno 2024 (DOC. 170), 18 marzo 2025 (DOC. 340), 5 settembre 2025 (DOC. 558) e 16 ottobre 2025 (DOC. 694); Camozzi Group e FMG hanno effettuato l'accesso agli atti in data 4 settembre 2024 (DOC. 214), 13 marzo 2025 (DOC. 327), 2 settembre 2025 (DOC. 544) e 16 ottobre 2025 per la sola Camozzi (DOC. 698) e 17 ottobre 2025 per la sola FMG (DOC. 711); C2MAC ha effettuato l'accesso agli atti in data 20 dicembre 2023 (DOC. 66), 20 giugno 2024 (DOC. 172), 18 marzo 2025 (DOC. 334), 12 agosto 2025 (DOC. 523, DOC. 535) e 16 ottobre 2025 (DOC. 685); Corrà ha effettuato l'accesso agli atti in data 26 gennaio 2024 (DOC. 73), 2 luglio 2024 (DOC. 182), 17 marzo 2025 (DOC. 332), 1° settembre 2025 (DOC. 541) e 17 ottobre 2025 (DOC. 708); De Riccardis ha effettuato l'accesso agli atti in data 18 dicembre 2023 (DOC. 63), 20 giugno 2024 (DOC. 173), 18 marzo 2025 (DOC. 341) e 29 agosto 2025 (DOC. 533, DOC. 536); Zardo ha effettuato l'accesso agli atti in data 20 giugno 2024 (DOC. 171), 13 marzo 2025 (DOC. 331), 2 settembre 2025 (DOC. 545) e 16 ottobre 2025 (DOC. 690); VDP ha effettuato l'accesso agli atti in data 20 giugno 2024 (DOC. 171), 13 marzo 2025 (DOC. 330), 2 settembre 2025 (DOC. 546) e 16 ottobre 2025 (DOC. 690).

29. Nel corso del procedimento alcune società e l'associazione di categoria hanno depositato memorie: si tratta, in particolare, di Pilenga, Glisenti e LT (26 ottobre 2023)⁴⁶, Assofond (7 maggio 2024)⁴⁷, Corrà (17 luglio 2024 e 12 novembre 2024)⁴⁸, Ironcastings (12 giugno 2025)⁴⁹ e Camozzi/FMG (18 giugno 2025)⁵⁰.

30. Assofond⁵¹, Cividale/ZML⁵², C2MAC⁵³, De Riccardis⁵⁴, Zardo⁵⁵ e Zanardi⁵⁶ hanno comunicato di aver adottato un programma di *compliance antitrust*, depositando la relativa documentazione. La valutazione della rilevanza, a fini sanzionatori, dei programmi adottati è riportata nella sezione del presente provvedimento relativa alla determinazione dell'importo delle ammende.

31. Nel corso del procedimento E.F. Group (24 aprile 2024)⁵⁷ e Corrà (17 luglio 2024)⁵⁸ hanno presentato istanze di estromissione dal procedimento istruttorio, rigettate dall'Autorità il 21 maggio 2024⁵⁹ e il 31 luglio 2024⁶⁰. Analoga istanza è pervenuta da parte di Camozzi (18 giugno 2025)⁶¹.

32. Il 23 luglio 2025, Pilenga ha trasmesso un'istanza di incapacità contributiva ai sensi dell'art. 31 delle *"Linee Guida sulla modalità di applicazione dei criteri di quantificazione delle sanzioni amministrative pecuniarie irrogate dall'Autorità in applicazione dell'articolo 15, comma 1-bis, della legge n. 287/90"* (di seguito, *"Linee Guida"*), adottate dall'Autorità con delibera n. 31466 del 25 febbraio 2025⁶².

33. In data 7 agosto 2025 è stata inviata alle parti la Comunicazione delle Risultanze Istruttorie del procedimento (di seguito, *"CRI"*), in cui è stato contestato alle parti di aver posto in essere un'intesa segreta unica, complessa e continuata in violazione dell'art. 101, TFUE, avente per oggetto il coordinamento delle politiche commerciali di prezzo e delle strategie commerciali da attuare nei confronti dei clienti, con l'obiettivo di sostenere le richieste di aumenti dei prezzi e preservare una certa marginalità nel mercato italiano della produzione dei getti di ghisa.

34. Tra il 14 agosto 2025 e il 5 settembre 2025 sono pervenute istanze di proroga dei termini infraprocedimentali dell'istruttoria da parte di Cividale e ZML, Assofond, Glisenti e LT, E.F. Group

688); Ariotti ha effettuato l'accesso agli atti in data 6 settembre 2024 (DOC. 224), 18 marzo 2025 (DOC. 342), 2 settembre 2025 (DOC. 543) e 16 ottobre 2025 (DOC. 693); ZML e Cividale hanno effettuato l'accesso agli atti in data 31 maggio 2024 (DOC. 144), 21 giugno 2024 (DOC. 179 e DOC. 227), 29 novembre 2024 (DOC. 272), 13 marzo 2025 (DOC. 329), 18 agosto 2025 (DOC. 527) e 16 ottobre 2025 (DOC. 692); e Ironcastings ha effettuato l'accesso agli atti in data 31 maggio 2024 (DOC. 136), 21 giugno 2024 (DOC. 177), 5 novembre 2024 (DOC. 254), 13 marzo 2025 (DOC. 328), 18 luglio 2025 (DOC. 442), 28 agosto 2025 (DOC. 531 e DOC. 537) e 16 ottobre 2025 (DOC. 684).

⁴⁶ DOC. 43.

⁴⁷ DOC. 119.

⁴⁸ DOC. 183 e DOC. 259.

⁴⁹ DOC. 394.

⁵⁰ DOC. 408.

⁵¹ DOC. 238 e DOC. 333.

⁵² DOC. 241.

⁵³ DOC. 258 e DOC. 282.

⁵⁴ DOC. 264.

⁵⁵ DOC. 347.

⁵⁶ DOC. 388.

⁵⁷ DOC. 107.

⁵⁸ DOC. 183.

⁵⁹ DOC. 127.

⁶⁰ DOC. 190.

⁶¹ DOC. 408.

⁶² DOC. 453.

e Pilenga, Zanardi, Ariotti, Camozzi e FMG, VDP, Zardo e C2MAC⁶³. Tali istanze sono state rigettate dal Collegio nelle adunanze del 3 settembre 2025⁶⁴ e del 15 settembre 2025⁶⁵. Ariotti ha ribadito la richiesta nel contesto della memoria finale e anche De Riccardis ha formulato analoga istanza nella memoria finale; tali istanze sono state rigettate dal Collegio nell'adunanza del 14 ottobre 2025⁶⁶.

35. Tra il 10 e l'11 ottobre 2025 sono pervenute le memorie finali delle parti⁶⁷, alle quali le stesse hanno avuto accesso il 16 e il 17 ottobre 2025⁶⁸. In tali memorie, Corrà, Cividale e ZML, E.F. Group e Pilenga, Ironcastings e Zanardi hanno presentato istanze di riduzione della sanzione in considerazione del punto 31 delle Linee Guida.

36. In data 21 ottobre 2025 si è svolta l'audizione finale davanti al Collegio, cui hanno partecipato tutte le parti del procedimento⁶⁹.

III. IL SETTORE INTERESSATO

III.1. Il settore della produzione dei getti di ghisa in Italia

37. Le fonderie parti del procedimento realizzano manufatti in ghisa, detti comunemente “getti” o “fusioni”. Tali getti sono ottenuti tramite il processo di seconda fusione⁷⁰ della lega metallica ghisa (ferrosa o non ferrosa) e la sua colatura in stampi. I getti di ghisa sono utilizzati come componenti principalmente nei settori *automotive*, macchine movimento terra, idraulica e attività minerario-estrattiva⁷¹. I getti di ghisa possono caratterizzarsi per una pluralità di caratteristiche, quali la tipologia di ghisa utilizzata, il tipo di forno in cui avviene la fusione e il processo di formatura impiegato, nonché il peso, il tipo di lavorazioni e finiture a cui sono sottoposti i getti e le dimensioni degli stessi. I getti di ghisa non sono di norma considerati, a causa delle loro caratteristiche fisiche, un'alternativa alle componenti realizzate in acciaio e alluminio⁷².

38. Come si legge nella “Guida alla lettura degli indicatori Assofond” (di seguito, “Guida Assofond”)⁷³, i getti di ghisa sono realizzati nella maggior parte dei casi su disegno del committente e non si prestano quindi, tranne alcune eccezioni⁷⁴, a essere quotati come prodotti *standard* a

⁶³ DOC. 525, DOC. 547, DOC. 548, DOC. 549, DOC. 550, DOC. 551 e DOC. 557.

⁶⁴ DOC. 552, DOC. 553, DOC. 554, DOC. 555 e DOC. 556.

⁶⁵ DOC. 563, DOC. 564, DOC. 565, DOC. 566 e DOC. 567.

⁶⁶ DOC. 674, DOC. 675.

⁶⁷ Ariotti (DOC. 621), Glisenti/LT (DOC. 625 e DOC. 638), Ironcastings (DOC. 627), C2MAC (DOC. 629), Assofond (DOC. 631, DOC. 637 e DOC. 639), FMG (DOC. 633), VDP (DOC. 634), Zardo (DOC. 635), Corrà (DOC. 636), E.F. Group/Pilenga (DOC. 640), Cividale/ZML (DOC. 641), Camozzi (DOC. 642), Zanardi (DOC. 643) e De Riccardis (DOC. 645).

⁶⁸ De Riccardis, pur se sollecitato, non ha esercitato tale diritto, cfr. DOC. 713.

⁶⁹ DOC. 722.

⁷⁰ Per “seconda fusione” si intende l'utilizzo, nel processo produttivo delle fonderie, di prodotti delle industrie metallurgiche primarie oltre che, nel caso di fonderie di metalli ferrosi, di rottami.

⁷¹ DOC. 239.

⁷² Rispetto all'acciaio, ad esempio, la ghisa è più resistente alla compressione e meno alla trazione, mostrando tuttavia una minore resistenza agli impatti e alla corrosione (<https://www.rapidirect.com/blog/cast-iron-vs-steel/>). Rispetto all'alluminio, la ghisa ha una maggiore resistenza alla compressione e alla trazione, è più pesante e soggetta alla corrosione (<https://www.sunrise-metal.com/cast-aluminium-vs-cast-iron/>).

⁷³ ISP. 36.88.

⁷⁴ In alcuni casi le fonderie producono getti a catalogo direttamente vendibili al cliente finale: è il caso, ad esempio, di panchine o tombini (DOC. 270, par. 15).

catalogo o *commodity*⁷⁵. La produzione di ogni getto richiede la realizzazione di un modello *ad hoc* (anche detto “stampo” o “attrezzatura”) che può essere costruito dalle fonderie oppure essere fornito da imprese denominate “modellisti”. Il modello, salvo eccezioni⁷⁶, resta di proprietà del cliente⁷⁷ e ha una vita utile di diversi anni che dura finché non viene lanciata sul mercato a valle una nuova versione del prodotto di cui il getto è componente, salvo il mantenimento di una parte della produzione per la ricambistica⁷⁸.

III.2. La tipologia di getti di ghisa e il processo produttivo

39. I getti di ghisa si distinguono innanzitutto in getti in ghisa grigia (o lamellare) e getti in ghisa sferoidale (o nodulare), in base all’input produttivo con il quale sono realizzati⁷⁹. I getti in ghisa grigia sono realizzati con la ghisa in pani ematite mentre i getti in ghisa sferoidale sono realizzati con la ghisa in pani per sferoidale. La ghisa in pani per sferoidale è più costosa di quella ematite ma consente di ottenere getti con una maggiore resistenza alla pressione, necessaria, ad esempio, per applicazioni nel campo dell’oleodinamica⁸⁰. Un’analisi dei volumi di ghisa prodotti in Italia⁸¹ mostra come la ghisa grigia sia preponderante in termini di volume prodotto (610,9 migliaia di tonnellate nel 2023, pari a circa il 63% della produzione totale). Nella maggior parte dei casi le fonderie producono entrambi i tipi di getti⁸², alcune producono solo getti in ghisa sferoidale⁸³. Pertanto, e in considerazione delle caratteristiche del processo produttivo illustrate *infra*, di seguito si farà riferimenti ai getti di ghisa senza distinguere tra detti in ghisa grigia e getti in ghisa sferoidale, salvo ove necessario.

40. I getti in ghisa sono prodotti che si differenziano per forma, peso e dimensioni oltre che, ad esempio, come accennato, per la loro resistenza alla pressione⁸⁴. Dal momento che la grandezza degli impianti e, in particolare, delle “staffe” (le cornici, riempite di sabbia, all’interno delle quali è inserito lo stampo)⁸⁵ determina la dimensione minima e massima del getto che può essere ottenuto in una linea produttiva, le fonderie tendono a specializzarsi, dotandosi talvolta di più staffe di

⁷⁵ La quotazione delle fusioni dipende in larga misura dalla geometria del pezzo, dal contenuto di anime (parte della forma necessaria per ottenere la cavità all’interno del getto), dalla dimensione e dalla qualità.

⁷⁶ **DOC. 270**, par. 15.

⁷⁷ Ciò è stato confermato da tutte le parti del procedimento e dai clienti sentiti nel corso delle audizioni istruttorie.

⁷⁸ **DOC. 268**, par. 8.

⁷⁹ Un ulteriore trattamento termico permette di ottenere la cosiddetta “ghisa sferoidale austemperata” (in inglese, “*austempered ductile iron*”, anche “ADI”) che, rispetto alla normale ghisa sferoidale, risulta più resistente e al contempo mantiene una buona lavorabilità (<https://zanardifonderie.com/wp-content/uploads/Infosheet-43-it-Lavorabilita-ADI.pdf>).

⁸⁰ **DOC. 258**, par. 10 e 27. L’oleodinamica è una tecnologia che utilizza fluidi in pressione (olio) per trasmettere forza e movimento all’interno di un sistema meccanico.

⁸¹ Cfr. il report “*The European Foundry Industry in 2023*” del CAEF.

⁸² Ariotti (<https://www.fonderieariotti.com/prodotti/>), C2MAC (<https://www.c2macgroup.com/full-value-chain>), Camozzi/FMG (<https://it.manufacturing.camozzi.com/fonderie-mora/cast-iron/fonderie-mora-cast-iron.kl>), Cividale/ZML (<https://www.zml.it/it/divisioni.html?division=2>), Corrà (<https://www.fonderiacorra.com/montebelluna/> e <https://www.fonderiacorra.com/two-plants-so-that-you-can-always-be-first/>), De Riccardis (<https://www.fonderiedericcardis.it/processi/reparto-fusorio/>), EF Group/Pilenga (<https://www.ef-group.it/pilenga-baldassarre-foundry/>), Ironcastings (<https://www.ironcastingsfoundry.com/it/standards>), VDP (<https://www.vdp.it/il-gruppo/>) e Zardo (<https://www.fonderiazardo.it>) sono in grado di produrre getti in ghisa grigia e sferoidale.

⁸³ A questo gruppo appartengono Glisenti/LT (<https://www.fonderieguidoglisenti.it/wordpress/tipologie-ghisa> e <https://www.leadtimefonderia.it/LT/tipologia-di-ghisa/>) e Zanardi (<https://zanardifonderie.com/it/>).

⁸⁴ **DOC. 258**, par. 10. L’indice di resistenza al carico di rottura (RPM) può essere di 200, 250, 300 o 400 RPM. Nel campo dell’oleodinamica, ad esempio, è necessaria una resistenza minima di 300 RPM (**DOC. 258**, par. 27).

⁸⁵ **DOC. 264**, par. 23.

dimensioni differenti, nella produzione di getti che rientrano in un determinato *range* di dimensione e di peso⁸⁶.

41. Sotto il profilo del processo produttivo le fonderie di ghisa si caratterizzano per il combustibile utilizzato dal forno fusorio e per l'impianto di formatura installato presso lo stabilimento. Tali caratteristiche hanno a loro volta un impatto determinante sul grado di precisione dei getti che la fonderia può produrre, sulla possibilità di utilizzare il rottame nel *mix* di carica⁸⁷ e sul livello dei costi di trasformazione delle materie prime nel prodotto finito. A prescindere dal tipo di forno e di impianto di formatura utilizzati, il settore delle fonderie di ghisa è caratterizzato da elevati costi di manutenzione ordinaria degli *asset* e da elevati investimenti per nuovi macchinari (*capital intensive*)⁸⁸.

42. I forni fusori possono essere di tre tipi: cubilotto, elettrico e a gas, alimentati rispettivamente dal "coke di fonderia" (di seguito, "coke")⁸⁹, dall'energia elettrica e dal metano. Mentre il forno a gas non è molto diffuso nel settore della fusione della ghisa, nel corso degli anni le fonderie hanno operato una transizione dal forno cubilotto, considerato economicamente più vantaggioso per via del combustibile utilizzato, a quello elettrico, meno impattante dal punto di vista ambientale e tale da garantire una maggiore precisione dei getti. Nel 2021, circa il 60% delle fonderie italiane utilizzava un forno elettrico, il 20% il cubilotto e il 20% il forno a gas metano⁹⁰. Dal momento che le operazioni di accensione e spegnimento del forno fusorio risultano economicamente onerose, il processo di fusione della ghisa è caratterizzato da elevati costi fissi. Al fine di ridurre l'incidenza di

⁸⁶ Ariotti, ad esempio, dichiara di poter produrre attraverso tre linee, a formatura manuale, semi-automatica (<https://www.fonderieariotti.com/fonderia-processo-produttivo/formatura-grandi-getti/>) e automatica (<https://www.fonderieariotti.com/fonderia-processo-produttivo/formatura-piccoli-getti/>), getti del peso massimo di 70 tonnellate (DOC. 273, par. 6), mentre il sito internet della Società indica come peso minimo e massimo rispettivamente 10 kg e 80 tonnellate (<https://www.fonderieariotti.com/fonderia-processo-produttivo/>). Dal sito *internet* di C2MAC appare come questa sia dotata di diverse linee produttive – tre automatiche e quattro in *shell moulding*, di cui una per l'acciaio – che permettono di fondere getti che vanno da 1 kg a 100 kg (<https://www.c2macgroup.com/full-value-chain/>). FMG rappresenta di disporre di tre linee produttive (rispettivamente a formatura automatica, semiautomatica e manuale, cfr. <https://it.manufacturing.camozzi.com/fonderie-mora/cast-iron/fusione-ghisa.kl>) che, complessivamente, realizzano getti che vanno da 1 kg a 120 tonnellate (DOC. 256, par. 4). Cividale/ZML afferma che i propri impianti a formatura automatica permettono di ottenere getti di un peso tra 0,5 e 20 kg (DOC. 274, par. 14 e Allegato 1). Le due linee produttive a formatura automatica di Corrà (<https://www.fonderiacorra.com/two-plants-so-that-you-can-always-be-first> e <https://www.fonderiacorra.com/montebelluna/>) possono produrre, secondo quanto dichiarato, getti che vanno dai 2 ai 550 kg (DOC. 260, par. 18). Glisenti/Lead Time sono dotate di impianti a formatura automatica (<https://www.fonderieguidoglisenti.it/wordpress/il-nostro-processo> e <https://www.leadtimefonderia.it/LT/reparti/>) che permettono di produrre getti in ghisa sferoidale di peso non superiore a 350 kg (<https://www.fonderieguidoglisenti.it/wordpress/>). Benché non siano disponibili informazioni direttamente sul sito di Ironcastings, un documento informativo reperibile *online* suggerisce che questa produca getti con pesi compresi tra i 10 e i 250 kg (https://www.ecotre.it/wp-content/uploads/2022/02/Brochure_Case_Study_Ironcasting.pdf) utilizzando un impianto a formatura automatica (DOC. 277, Allegato 2). Il sito internet di Pilenga riporta che questa è in grado di produrre, tramite l'uso di tre linee di formatura automatica, getti compresi nell'intervallo di peso 0,05-350 kg (<https://www.ef-group.it/pilenga-baldassarre-foundry/>). VDP è dotata di diversi impianti automatici, uno semiautomatico e uno manuale per la produzione di getti che vanno "da pochi kg fino a 100.000 kg [100 tonnellate]" (<https://www.vdp.it/portfolio-item/formatura> e <https://www.vdp.it/impianti/>). Zanardi impiega una linea di formatura automatica e risulta specializzata nella produzione di getti fino a 120 kg (<https://zanardifonderie.com/it/processo-fonderia/reparto-fonderia>). Zardo è in grado di produrre getti che vanno da 1 kg a 100 kg (DOC. 268, par. 12 e <https://www.fonderiazardo.it/it/prodotti>) utilizzando un impianto a formatura automatica (<https://www.fonderiazardo.it/it/impianti/impianto-di-formatura>).

⁸⁷ DOC. 273, par. 14.

⁸⁸ DOC. 258, par. 11 e DOC. 258, par. 15.

⁸⁹ L'utilizzo del forno cubilotto, che impiega il *coke*, permette di ridurre l'incidenza del costo energetico sul totale dei costi di produzione (DOC. 260, par. 22).

⁹⁰ Leoni, L.; Cantini, A.; De Carlo, F.; Salvio, M.; Martini, C.; Toro, C.; Martini, F., *Energy-Saving Technology Opportunities and Investments of the Italian Foundry Industry*, *Energies* 2021, 14, 8470.

tali costi – che hanno un effetto determinante sulla marginalità – le fonderie mirano a utilizzare quanta più capacità possibile, idealmente saturandola⁹¹.

43. Al riguardo, si rileva che Assofond trimestralmente pubblica nella sezione del proprio sito *internet* riservata agli utenti registrati l'indicatore sintetico UCP (Utilizzo della Capacità Produttiva), che riporta una media della capacità produttiva utilizzata da ciascuna fonderia associata nel trimestre appena trascorso, ponderata per la dimensione della stessa. I dati aggregati per gli anni 2019-2022 mostrano come tale indicatore UCP abbia oscillato tra il 59,6% nel secondo trimestre 2020 e l'83,5% nel quarto trimestre del 2022⁹².

44. Gli impianti di formatura utilizzati negli stabilimenti produttivi possono essere di tipo orizzontale o verticale, manuale o automatico, chimici o cd. "a verde"⁹³. Nel caso della formatura orizzontale, il modello entro cui la ghisa fusa deve colare è diviso in due parti, una inferiore e una superiore, che vengono sovrapposte per produrre il getto; invece, nella formatura verticale si crea un "treno" di forme in cui la ghisa viene fatta colare dall'alto. Gli impianti a formatura verticale sono di norma più veloci ed economici (consentono l'utilizzo di una minore quantità di sabbia) rispetto a quelli orizzontali che, viceversa consentono di ottenere migliori risultati in termini di accuratezza⁹⁴. Similmente, l'automazione degli impianti di formatura consente di ridurre i costi di produzione, ma può essere implementata solo per produrre getti che non eccedono un determinato peso e dimensione, e richiede l'utilizzo di modelli in metallo, più costosi di quelli in legno o resina⁹⁵. Gli impianti di formatura possono poi essere classificati come chimici o "a verde", a seconda dell'impiego o meno di leganti chimici nel processo di indurimento della sabbia da cui si ricavano gli stampi⁹⁶.

45. Il processo produttivo si diversifica altresì sulla base del *mix* di carica metallica (ghisa in pani e lamierino o rottame ferroso) utilizzato nel processo di fusione. In particolare, infatti, il panetto di ghisa (ematite o per sferoidale), una volta fuso, può essere mescolato – se la tecnologia del forno fusorio lo permette – con lamierino o rottame, secondo percentuali che possono variare da fonderia e fonderia. Dati l'impianto produttivo a disposizione della fonderia e l'abilità del metallurgo incaricato di formulare le "ricette" con cui viene ottenuto il getto, il *mix* di carica può essere scelto in modo da ottimizzare i costi di produzione⁹⁷.

46. Un ruolo importante nel processo produttivo, che si riflette sui costi di trasformazione, viene giocato dalle "anime", elementi inseriti nello stampo al fine di creare cavità nei getti, dalle sabbie e da altri materiali che, a seconda della loro qualità, garantiscono al cliente una diversa precisione del prodotto finito⁹⁸. Il getto può, inoltre, essere venduto al cliente "grezzo" oppure pre-lavorato dalla fonderia, ossia sottoposto a lavorazioni ulteriori quali sbavatura, sabbiatura e verniciatura. Tali

⁹¹ In particolare, secondo C2MAC sarebbe necessario un utilizzo dell'80%-90% della capacità produttiva per ottenere una marginalità positiva (DOC. 258, par. 11).

⁹² DOC. 22, nn. 24, 26, 29, 30, 32, 36, 38, 40, 42, 43, 45 e 47. Le pubblicazioni del 2023 non riportano l'indicatore UPC mentre quelle del 2024 non risultano più accessibili sul sito dell'Associazione.

⁹³ DOC. 258, par. 17.

⁹⁴ DOC. 274, par. 8.

⁹⁵ DOC. 270, par. 12. L'utilizzo di impianti di formatura automatici, in special modo quando particolarmente efficienti in termini di velocità (staffe/minuto), non permette infatti di utilizzare modelli in legno o resina, meno resistenti alla pressione e maggiormente soggetti all'usura (DOC. 268, par. 20).

⁹⁶ Negli impianti di formatura "a verde" vengono utilizzati, per l'indurimento della sabbia, esclusivamente un particolare tipo di argilla e il "nero minerale" (DOC. 246, par. 9).

⁹⁷ DOC. 258, parr. 29 e 30.

⁹⁸ DOC. 258, par. 27. Le fonderie possono dotarsi o meno di un reparto interno che si occupa della creazione delle anime, detto "animisteria".

passaggi permettono di ridurre il numero di scarti di lavorazione – ossia getti che, per difformità produttive, non possono essere integrati nei manufatti del cliente e devono quindi essere scartati – riducendo, di conseguenza, i costi⁹⁹.

III.3. La domanda e il processo di acquisizione della clientela

47. La domanda di getti di ghisa proviene principalmente da due categorie di clienti, denominati “componentisti” e “aggregatori”¹⁰⁰. I componentisti utilizzano i getti prodotti dalle fonderie per assemblare componenti intermedi (ad esempio, di motori) per poi venderli agli aggregatori i quali, per l'appunto, li aggregano ottenendo così il prodotto destinato al mercato finale; in questo caso, il rapporto di fornitura della fonderia è esclusivamente con il componentista. Alternativamente, nel caso in cui i clienti assemblino da sé i componenti intermedi o non sia previsto un ulteriore assemblaggio, la fonderia instaura un rapporto di fornitura diretto con gli aggregatori.

48. I macrosettori di domanda che hanno maggiormente assorbito la produzione delle fonderie di ghisa in Italia nel 2023 sono quelli dell'industria meccanica (53%), dei mezzi di trasporto (30%) e dell'edilizia (8%)¹⁰¹. Le fonderie parti del procedimento, che rappresentano i principali operatori del mercato italiano, producono getti utilizzati come componenti in diversi ambiti appartenenti a tali macrosettori, come ad esempio l'automotive, le macchine agricole di movimento terra, la riduttoristica, la compressoristica, l'idraulica e il settore eolico¹⁰².

49. Il processo di acquisizione di nuove commesse da parte delle fonderie prevede solitamente che il cliente si metta in contatto con una o più di esse, inviando a queste i disegni tecnici dei getti da produrre e dell'attrezzatura necessaria a ottenerli¹⁰³; dopodiché, la fonderia svolge internamente un'analisi tecnica di tali disegni, proponendo al cliente eventuali modifiche degli stessi e un prezzo di vendita¹⁰⁴. Nel caso in cui il cliente accetti l'offerta economica della fonderia, è realizzata

⁹⁹ DOC. 258, par. 27.

¹⁰⁰ Assofond fornisce vari esempi di componentisti e aggregatori appartenenti ai settori *automotive*, macchine movimento terra, minerario/estrattivo e dell'idraulica (DOC. 239, allegato 1).

¹⁰¹ <https://www.assofond.it/documents/20142/1406926/Relazione+annuale+2024.pdf/f12e6029-41bc-ea18-0da3-3fb83828c492?t=1718806781213>.

¹⁰² Ariotti dichiara che l'eolico è stato, negli ultimi due decenni, il suo settore *target* (DOC. 273, par. 7). C2MAC risulta attivo nei mercati delle costruzioni, dell'agricoltura, dell'*automotive* e dell'ascensoristica (<https://www.c2macgroup.com/>). Camozzi/FMG fonde componenti da utilizzare nei settori dell'agricoltura, dell'*automotive*, dell'energia, della meccanica (anche pesante), navale, tessile e delle trasmissioni (<https://it.manufacturing.camozzi.com/fonderie-mora/cast-iron/fonderie-mora-cast-iron.kl>). Cividale/ZML afferma di produrre componenti prevalentemente per clienti che operano nei settori elettrodomestico, *automotive* e meccanica generale (DOC. 274, par. 4). Corrà rappresenta di essere attiva nella produzione di componentistica per i settori delle macchine agricole, della riduttoristica, della compressoristica, dell'ascensoristica, delle trasmissioni, delle pompe per l'acqua e dei motori industriali (DOC. 260, par. 16). De Riccardis è specializzata nel settore agricolo, nella produzione di pompe e, marginalmente, nella meccanica (DOC. 265, par. 5). EF Group/Pilenga fonde getti per i settori dell'agricoltura, dell'*automotive*, dell'idraulica, della compressoristica, dell'ascensoristica, dell'*Oil & Gas* e dell'eolico (presso Pilenga, <https://www.ef-group.it/pilenga-baldassarre-foundry/>) e dei dischi freno, volani e tamburi freno (presso Fonderia di Torbole, <https://www.ef-group.it/fonderia-di-torbole/>). Glisenti/LT producono componenti per i settori *automotive*, eolico, macchine movimento terra, meccanica, settore agricolo e veicoli industriali (<https://www.fonderieguidoglisenti.it/wordpress/prodotti>, <https://www.leadtimefonderia.it/LT/prodotti/>). Ironcastings dichiara che i suoi settori di riferimento sono quelli delle macchine agricole, dei carrelli elevatori e della meccanica varia (DOC. 277, par. 17). VDP rappresenta che i suoi clienti operano nei settori *automotive* (escluso il segmento propriamente automobilistico), della riduttoristica, della costruzione di pompe, grandi motori e presse (DOC. 270, par. 4). Zardo afferma di essere specializzata nella produzione di getti per il settore oleodinamico (DOC. 268, par. 4). Zanardi, infine, risulta essere attivo nella produzione di getti per i settori agricolo, energetico, ferroviario, forestale, industriale, macchine movimento terra e veicoli (<https://zanardifonderie.com/it/prodotti/>).

¹⁰³ DOC. 256, par. 6, DOC. 260, par. 24, DOC. 268, par. 7, DOC. 274, allegato 1. Tale dinamica è confermata dai clienti delle fonderie ascoltati dagli Uffici in audizione (DOC. 346, par. 6, DOC. 348, par. 6, DOC. 352, par. 6).

¹⁰⁴ Camozzi/FMG rappresenta che il proprio ufficio tecnico valuta la richiesta del cliente e sviluppa un'offerta costruendo una scheda anagrafica con delle specifiche economiche incluse nel proprio sistema gestionale. Tale sistema restituisce, sulla base delle specifiche, il prezzo di vendita, composto dal costo di produzione del getto e da un *markup* (DOC. 256, par. 6). Corrà dichiara che il disegno inviato dal cliente viene inoltrato all'ufficio tecnico che verifica la fattibilità e la

l'attrezzatura necessaria e viene finalizzato il pezzo. Si procede poi con la fase di campionatura – richiesta dal cliente ai fini di verificare la sanità interna del pezzo (assenza di porosità e piccole soffiature) e la conformità delle dimensioni dello stesso – e, a seguito del benessere da parte del cliente, che talvolta richiede modifiche al progetto, si procede con la produzione in serie del getto¹⁰⁵.

50. A detta delle fonderie parti del procedimento, il processo di acquisizione di nuove commesse può risultare particolarmente oneroso sia in termini di tempo che dal punto di vista tecnico e di trattativa commerciale¹⁰⁶. Infatti, il tempo che intercorre tra la presentazione delle offerte da parte delle fonderie e l'effettivo inizio della produzione di un nuovo getto varia da 4-6 mesi a, in alcuni casi, più anni, con una media di circa 10 mesi a partire dalla ricezione dell'ordine. Il tempo che intercorre tra la richiesta di offerta del cliente e l'inizio della produzione è assai lungo, in particolar modo nel caso di nuovi getti¹⁰⁷. Tali tempistiche sono confermate dai clienti sentiti in audizione¹⁰⁸.

51. Alcune fonderie hanno inoltre messo in evidenza come il rapporto tra numero di richieste di offerta e numero di commesse aggiudicate sia molto basso, a fronte di un processo di analisi che porta alla presentazione dell'offerta sia oneroso in termini di risorse utilizzate¹⁰⁹.

52. Una volta aggiudicata una commessa, i rapporti commerciali tra fonderia e cliente prevedono di norma: (i) un quantitativo stabilito in contratti quadro di media-lunga durata (circa 4-5 anni); ovvero

complessità del getto (ad esempio, in relazione al numero di anime, che a volte devono anche essere assemblate) e fa una proposta interna relativa all'attrezzatura da realizzare per la produzione del getto. In base al peso del getto, alla quantità di anime e alle possibili attività accessorie richieste dal cliente (ad esempio, sbavatura, verniciatura e sabbiatura), la Società formula un prezzo per il pezzo e per l'attrezzatura e lo comunica al cliente (**DOC. 260**, par. 24). Similmente, l'ufficio tecnico di Zardo, una volta ricevuto il disegno, lo analizza per verificare, innanzitutto, se il progetto sia compatibile o meno, da un punto di vista tecnico e metallurgico, con i propri impianti. In caso affermativo Fonderia Zardo simula, attraverso il ricorso a *software*, la produzione del getto e, utilizzando informazioni strettamente pertinenti al proprio processo produttivo, formula un'offerta che si compone di un prezzo base (fisso), di una quota materia prima e di una quota energia elettrica (variabili). Contestualmente, Fonderia Zardo presenta un'offerta per la costruzione dell'attrezzatura, che viene appaltata a dei modellisti esterni (**DOC. 268**, par. 7).

¹⁰⁵ **DOC. 258**, par. 35, **DOC. 256**, par. 6, **DOC. 260**, par. 25, **DOC. 270**, par. 16. Secondo C2MAC il tempo di attraversamento (il cd. "*lead time*", ossia il tempo necessario a produrre un getto) va da sei a tredici settimane, con una media di dieci (**DOC. 258**, par. 37).

¹⁰⁶ **DOC. 277**, par. 20.

¹⁰⁷ A tal riguardo si vedano **ISP. 8, allegato 2** e **ISP. 31, allegato 4**. Ariotti afferma che, nel caso di getti molto complessi, il processo di acquisizione di un nuovo codice può durare anni (**DOC. 273**, par. 54). Secondo C2MAC, le tempistiche di aggiudicazione andrebbero dai tre ai sei mesi, a seconda delle esigenze del cliente. Sarebbero poi necessari altri sei mesi circa, se non un anno, per finalizzare il pezzo e costruire l'attrezzatura (**DOC. 258**, par. 35). Camozzi/FMG dichiara che la durata delle trattative preordine dipende da quanto il cliente stia sondando il mercato, ma può essere anche di tre-quattro mesi. Una volta concluso il contratto, normalmente, sono necessari due mesi per la fornitura della prima campionatura, incluse tre settimane per la costruzione dell'attrezzatura (**DOC. 256**, par. 10). Per Corrà, dalla richiesta di offerta alla proposta di un prezzo da parte della fonderia possono intercorrere tra 6 mesi e 1 anno (a volte anche di più). Dal benessere del cliente poi ci vogliono circa 3-4 mesi per la realizzazione dell'attrezzatura e 1 o 2 mesi per produrre la campionatura, che poi viene mandata al cliente per essere testata. I tempi sono più o meno uguali anche in caso di un pezzo non nuovo ma precedentemente prodotto da un'altra fonderia, tenuto conto che è necessario l'adattamento delle attrezzature all'impianto (**DOC. 260**, par. 24-25). Secondo EF Group/Pilenga le tempistiche per l'ottenimento di una nuova commessa possono variare tra i 6 e i 12-18 mesi, accorciandosi in caso di semplice spostamento di un modello già esistente da un'altra fonderia. Nel caso di grandi clienti, le richieste di offerta vengono inviate a più di una fonderia e, dunque, possono essere necessari mesi per chiudere il relativo contratto (**DOC. 261**, par. 15). VDP rappresenta che, nel caso di un nuovo cliente, ci sono tutta una serie di dettagli da sistemare che possono dilatare anche fino a nove/dieci mesi il tempo tra la presentazione dell'offerta e la consegna del primo campione (**DOC. 270**, par. 14).

¹⁰⁸ Secondo SDF, la fase di assegnazione del lavoro richiede normalmente due/tre mesi, mentre per la costruzione degli stampi i tempi variano a seconda della complessità del prodotto: uno/due mesi nel caso di getti semplici; fino a cinque mesi per quelli più complessi. Successivamente vengono svolti i test per assicurarsi che le misure del getto siano conformi e, se i test hanno esito positivo, la Società inizia a inviare gli ordini al fornitore. L'intero processo, dunque, richiede dai due ai sei mesi circa (**DOC. 352**, par. 8). Per Bonfiglioli, la tempistica di aggiudicazione della commessa dipende dal fatto che si tratti o meno di un nuovo progetto. Nel caso di un *business* già esistente, infatti, è necessario solamente assicurarsi che la campionatura sia conforme al progetto, per cui normalmente sono richiesti tre mesi; in caso di un nuovo getto è necessario in primo luogo costruire l'attrezzatura, il che richiede un periodo che può andare anche oltre i sei mesi (**DOC. 348**, par. 17).

¹⁰⁹ Tra le altre, Ironcastings (**DOC. 277**, par. 20).

(ii) quantitativi annui inizialmente stimati e ordinati all'occorrenza o in accordo a dei piani di consegna di medio termine¹¹⁰.

53. I prezzi di acquisto nei casi di contratti di lunga durata – che costituiscono la prevalenza nel settore in questione – sono definiti all'inizio del rapporto contrattuale e sono oggetto di periodici adeguamenti, negoziati tra le parti del rapporto di fornitura solitamente sulla base di sistemi di indicizzazione (come, ad esempio quello proposto da Assofond, analizzato in dettaglio di seguito). Dalla documentazione emerge come, di norma¹¹¹, gli adeguamenti dei listini sono trimestrali, talvolta con un mese di ritardo (cd. "mese bianco"). Tuttavia, nel corso del triennio 2021-2023, molte fonderie hanno comunicato ai propri clienti la necessità di rendere mensile la periodicità degli adeguamenti¹¹².

III.4. Gli switching cost

54. La possibilità per i clienti di cambiare il fornitore di getti di ghisa è influenzata da diversi elementi e può variare a seconda del tipo di getto da produrre e degli impianti a disposizione delle varie fonderie e, più in generale, dalle scelte negoziali compiute dai clienti.

55. Infatti, come detto, la produzione di ogni modello richiede un'attrezzatura *ad hoc* che può essere costruita dalle fonderie oppure fornita dai modellisti, pur rimanendo di proprietà del cliente. I costi di costruzione di tale attrezzatura oscillano notevolmente (variando da 5 mila a 400 mila euro)¹¹³. Ciò implica che, laddove un'impresa cliente volesse cambiare fornitore, potrebbe dover sostenere degli *switching cost* anche consistenti nella produzione di un'attrezzatura analoga presso un'altra fonderia (ad esempio per impossibilità di adattare l'attrezzatura al nuovo impianto o di attrezzatura usurata) o, alternativamente, costi a detta delle fonderie economicamente meno onerosi nell'ipotesi di adattamento dell'attrezzatura già esistente presso il nuovo fornitore¹¹⁴.

56. Le fonderie parti del procedimento e Assofond non hanno espresso opinioni convergenti in relazione agli *switching cost* e, in particolare, ai costi di adattamento del modello a un nuovo impianto. Alcune di esse, infatti, hanno rappresentato che tali costi non sarebbero particolarmente rilevanti e che un cliente potrebbe decidere di spostare l'attrezzatura e riprendere la produzione presso un nuovo fornitore in tempi molto brevi¹¹⁵; altre fonderie, invece, hanno dichiarato che le

¹¹⁰ ISP. 31, allegato 4.

¹¹¹ Cfr. ad esempio DOC. 258, par. 16, DOC. 268, par. 9 e par. 22, DOC. 246, par. 43 e DOC. 348, par. 26.

¹¹² Cfr., a titolo di esempio, ISP. 24.2610, ISP. 20.36 e ISP. 31.100, nonché quanto dichiarato dalle fonderie nei DOC. 321 e DOC. 246, par. 45.

¹¹³ Secondo Corrà, i costi di costruzione dell'attrezzatura variano tra i 10-15 mila euro e i 400 mila euro (DOC. 260, par. 27) e dipendono, tra le altre cose, dalla dimensione e dal numero di anime (cd. "casse d'anima"). Per VDP tali costi oscillano tra i 5-10 mila euro e qualche centinaio di migliaia di euro e dipendono, *inter alia*, dall'uso di modelli metallici e dal numero di casse d'anima (DOC. 270, par. 39).

¹¹⁴ A detta di Camozzi/FMG, il costo di adattamento di uno stampo è "*decisamente inferiore di quello necessario per la costruzione di uno nuovo*" (DOC. 256, par. 14). Anche secondo Corrà i costi di adattamento sono inferiori e ammontano a circa il 20-30% di quelli di costruzione di una nuova attrezzatura (DOC. 260, par. 27).

¹¹⁵ Assofond dichiara che il cliente può spostare un modello da una fonderia a un'altra "*con costi minimi, quando esistenti, e in tempi celeri, solitamente una settimana*" (DOC. 43, par. 11), aggiungendo che i costi di adattamento sarebbero pagati dalla fonderia e, di conseguenza, il cliente sosterebbe solo le spese di trasporto degli stampi (DOC. 43, par. 11 e DOC. 257, par. 12). In ogni caso, secondo l'Associazione, gli *switching cost* per il cliente sarebbero "*prossimi allo zero se individua la fonderia adatta*" (DOC. 257, par. 13). Per C2MAC, a seconda dell'urgenza del cliente, possono essere necessarie solo alcune settimane per lo spostamento e i costi, se presenti, si limitano a qualche migliaio di euro necessario per realizzare la cornice per sostenere l'attrezzatura progettata per altre fonderie (DOC. 258, par. 41). EF Group/Pilenga dichiara che i costi dell'adattamento degli impianti (cd. "riplaccaggio") sono spesso risibili e, in caso contrario, sono condivisi con i clienti (DOC. 261, par. 13). Glisenti/LT rappresenta che "*in un mese è possibile spostare tutto con costi irrisori per il cliente*" e che, anche se non vi è perfetta sostituibilità tra tutte le fonderie, "*non c'è nulla di insostituibile*" (DOC. 246, par. 12). Anche per Ironcastings i costi di adattamento non sono rilevanti dato che il modello è di proprietà del cliente (DOC. 277, par. 6, cfr. anche ISP. 46.15). VDP rappresenta che il costo di adattamento a un nuovo impianto,

spese di adattamento dipendono dalle caratteristiche del getto e dalla compatibilità dell'impianto della fonderia di provenienza con quello del fornitore presso cui l'attrezzatura viene spostata¹¹⁶.

57. I clienti ascoltati in audizione hanno rappresentato che, laddove il modello possa essere utilizzato in entrambe le fonderie, i costi di adattamento sono limitati¹¹⁷. Sia i clienti che una fonderia, VDP, sottolineano tuttavia che, da un lato, non sempre è possibile adattare l'attrezzatura costruita per l'impianto di una determinata fonderia a un altro, rendendo in tal caso necessario costruirne un'altra *ex novo*¹¹⁸ e, dall'altro, l'adattamento, anche quando possibile, può comportare dei problemi relativi alla qualità dei getti. Cionondimeno, i clienti hanno dichiarato di aver spostato in passato modelli da una fonderia a un'altra, sia per ragioni di convenienza economica e qualità, che al verificarsi di situazioni di criticità geopolitiche o produttive¹¹⁹.

58. Le fonderie e Assofond hanno rilevato che non di rado i clienti, soprattutto quelli di maggiori dimensioni, decidono di conferire a/costruire presso due o più fonderie l'attrezzatura necessaria per la produzione di un medesimo getto (ipotesi di *dual* o *multi sourcing*). Tale scelta sarebbe motivata

benché difficilmente quantificabile, si aggira tra i 1000 e i 2 mila euro e dipende principalmente dalla cd. "messa a placca", ossia dal fatto che il modello deve essere adattato alla placca della nuova fonderia (DOC. 270, par. 41).

¹¹⁶ Camozzi/FMG osserva che tali costi variano in funzione degli impianti disponibili presso la nuova fonderia e del tipo di prodotto anche se, *"in generale, vi è ampia disponibilità di impianti con caratteristiche simili in Italia, in Europa e anche al di fuori dell'Europa"* (DOC. 256, par. 14), nonché dal grado di usura dell'attrezzatura (DOC. 256, par. 15). Corrà dichiara che i costi di adattamento rappresentano il 20-30% di quelli di costruzione dell'attrezzatura che, come detto, variano tra i 10-15 mila euro e i 400 mila euro (DOC. 260, par. 27). Di conseguenza, i costi di adattamento oscillerebbero tra i 2 mila e i 120 mila euro. Zardo rappresenta che in caso di trasferimento di attrezzatura il modello deve essere adattato all'impianto in dotazione alla società. Vanno quindi espletate le fasi di studio e simulazione (parte tecnica) e la fase di preventivazione economica, che richiedono circa 1 mese. Nel caso in cui l'attrezzatura abbia bisogno di modifiche, che possono andare dalla variazione della dimensione della placca su cui è montato il modello allo smontaggio del modello e successivo rimontaggio su una nuova placca, è necessario un altro mese di tempo (DOC. 268, par. 17). Sotto il profilo dei costi, Zardo afferma che, se si tratta solo di modificare gli attacchi in colata, i costi sono modesti (qualche migliaio di euro), mentre se è necessario sostituire la placca sono più elevati (tra i 10 e i 15 mila euro). Un'altra variabile che determina l'adattabilità di un modello è costituita dal fatto che, con un impianto automatico è possibile utilizzare esclusivamente modelli metallici e non anche in legno o resina, dal momento che questi ultimi non reggono pressioni elevate oppure si usurano molto rapidamente. Chiaramente, i modelli metallici sono più costosi e quindi i clienti di Fonderia Zardo hanno tipicamente delle serie di prodotti medio-lunghe che rendono strategico l'investimento necessario per l'adattamento del modello al nuovo impianto, che altrimenti, ossia in caso di pochi getti, non sarebbe conveniente (DOC. 268, par. 20). VDP sostiene che anche nel caso dell'adattamento sono necessari, al fine di iniziare la produzione, tra i 4 e gli 8 mesi. Ciò accade perché non è raro che emergano, ad esempio, problemi di adattamento che inficiano la qualità del getto oppure qualche piccola difformità (DOC. 270, par. 41).

¹¹⁷ In particolare, secondo SDF gli *switching cost* sono piuttosto bassi nel caso in cui sia possibile utilizzare la stessa attrezzatura. Bonfiglioli, inoltre, afferma che è possibile trasferire modelli tra quasi tutte le fonderie parti del procedimento, dal momento che queste producono getti simili tra loro (DOC. 348, par. 44). Parimenti Merlo rappresenta che, al netto di quelli interni di validazione della fornitura, non vengono sostenuti dalla stessa costi molto elevati, ma vi è il rischio di *"rimanere con la coperta molto corta"* da un punto di vista delle consegne. Tale rischio può essere mitigato facendo ricorso alla doppia fornitura oppure incrementando il magazzino (DOC. 346, par. 17).

¹¹⁸ Secondo VDP, infatti, *"se il modello non è compatibile con l'impianto, ne va costruito uno nuovo"*. Ciò comporta una negoziazione con il cliente, che non sempre è disposto a spendere (DOC. 270, par. 15). SDF afferma che i costi di trasferimento del modello a una nuova fonderia dipendono dalla possibilità o meno di utilizzare le attrezzature già esistenti presso la stessa. In assenza di tale possibilità, infatti, deve essere costruita una nuova attrezzatura, con costi che vanno da poche decine di migliaia di euro per i getti più piccoli a un costo molto più elevato nel caso di getti più grandi o complessi (DOC. 352, par. 14). Anche Bonfiglioli dichiara che non sempre uno stampo costruito per l'impianto di una fonderia può essere adattato ad impianti di altre e che, ad esempio, le fonderie parti del procedimento hanno impianti con tecnologie diverse (DOC. 348, par. 19). Similmente, Merlo dichiara che non tutte le attrezzature possono essere adattate agli impianti di tutte le fonderie: mentre un modello piccolo può essere adattato a una staffa più grande, un modello molto grande non potrà mai essere montato su un impianto con una staffa piccola (DOC. 346, par. 17).

¹¹⁹ SDF rappresenta di aver spostato la produzione di getti di ghisa dalla Cina all'Italia a seguito dell'inizio della Pandemia di Covid-19, allorché le autorità cinesi avevano chiuso gli stabilimenti produttivi e bloccato le consegne. Nel 2022, quando i prezzi dell'energia elettrica sono *"schizzati alle stelle"*, SDF ha spostato la produzione all'estero, per poi riequilibrare le forniture al normalizzarsi della situazione (DOC. 352, par. 15). Bonfiglioli dichiara che lo spostamento avviene, di norma, solo se vi è un ritorno di efficienza economica o di qualità (DOC. 348, par. 19). Merlo afferma di aver cambiato fornitore in passato, ma che tale tendenza è decisamente diminuita negli ultimi anni. Infatti, l'azienda è diventata più selettiva dal punto di vista qualitativo e si è dotata di processi interni più stringenti e, di conseguenza, decide di cambiare fornitore solo in presenza di problematiche molto rilevanti (DOC. 346, par. 15).

dalla necessità di assicurarsi la continuità delle forniture e, al contempo, permetterebbe al cliente di mettere in competizione più fonderie fornitrici per l'attribuzione degli ordini che, una volta realizzati i modelli, possono essere liberamente allocati senza sostenere ulteriori costi, non essendo specificati nel contratto di fornitura quantitativi minimi annui da acquistare né, di conseguenza, penali per il mancato acquisto di volumi.

59. Il ricorso ad attrezzature multiple è stato confermato dai clienti sentiti in audizione¹²⁰, che hanno illustrato come tale scelta sia volta a tutelarsi da eventuali crisi di impresa del singolo fornitore o dall'insorgenza di criticità geopolitiche. Le differenze tra le attrezzature delle varie fonderie – caratterizzate da un diverso *know-how* e processo produttivo – tuttavia, implicano che sia più complicato tarare due modelli per ottenere un getto esattamente identico, aumentando la probabilità di ottenere scarti di produzione inutilizzabili.

60. In conclusione, l'analisi delle evidenze agli atti suggerisce dunque che nel caso in cui un cliente desideri cambiare fornitore di un determinato getto l'entità degli *switching cost* da sostenere sia variabile e dipenda in maniera cruciale dalla possibilità di adattamento dell'attrezzatura all'impianto produttivo del fornitore alternativo¹²¹. Inoltre, in caso di adattamento dell'attrezzatura esistente sia in caso di costruzione dell'attrezzatura *ex novo*, il cliente dovrà assicurarsi che i getti prodotti dal nuovo fornitore siano conformi agli *standard* qualitativi richiesti, sostenendo dei costi in termini di tempistiche (necessarie per completare la fase di campionatura) e incertezza del risultato finale (nel caso in cui il campione non risulti qualitativamente soddisfacente).

III.5. L'offerta di getti di ghisa in Italia

61. In relazione alla struttura dell'offerta, nel 2023, risultavano attive in Italia 123 imprese operanti nella fusione della ghisa¹²² – con una riduzione del 30,1% circa rispetto al 2008¹²³ – che hanno occupato complessivamente 6.850 dipendenti¹²⁴. Tali imprese hanno prodotto, secondo Assofond, 971,2 migliaia di tonnellate di getti di ghisa nel 2023, pari a un valore di circa 2,25 miliardi di euro, di cui il 43,2% è stato esportato all'estero. L'Associazione ha dichiarato inoltre che, nello stesso anno, il valore dei getti di ghisa venduti sul territorio nazionale è ammontato a circa 2,1 miliardi di euro¹²⁵.

62. Assofond, utilizzando i dati forniti da Istat in relazione al codice Ateco 24.51.00 "Fusione di ghisa", sottolinea che il fatturato medio delle fonderie attive in Italia in tale settore è stato pari, nel

¹²⁰ DOC. 352, par. 7, DOC. 348, par. 9 e DOC. 346, par. 17.

¹²¹ La rilevanza degli *switching cost* sembra anche dipendere dal potere contrattuale della fonderia nei confronti del singolo cliente che, a sua volta, appare collegata alla specificità dell'attrezzatura installata presso lo stabilimento produttivo; nonché in alcuni casi dalla dimensione (e dunque dal potere contrattuale) del cliente. Ad esempio, mentre Fonderia Mora Gavardo afferma, in un'email interna in cui discute le lamentele di un cliente, "gli ho anche spiegato che, al 99,9%, dell'attrezzatura attuale non se ne faranno niente perché realizzata secondo le caratteristiche del nostro impianto" (ISP. 28.888); in altri casi sembra temere che il cliente possa spostare l'attrezzatura: "A mio avviso, dovremmo concedere questa diminuzione per evitare delle ripercussioni come trasferimento di attrezzature verso altre fonderie" (ISP. 28.25).

¹²² I.Stat: "Forma giuridica, settori economici (Ateco 5 cifre) – Italia". Similmente, il report "The European Foundry Industry in 2023" del CAEF individua nel 127 unità produttive, intese come impianti di fusione.

¹²³ DOC. 239, allegato 1. Assofond riconduce tale dinamica alla fragilità strutturale e alla scarsa resilienza delle fonderie di ghisa piuttosto che a fenomeni di concentrazione tra imprese, che risulterebbero infrequenti nel settore (DOC. 257, par. 7). Tale circostanza viene confermata da EF Group/Pilenga, che afferma come "la possibilità che si realizzino operazioni di concentrazioni tra imprese nel settore della fusione di ghisa sia molto remota, considerato l'individualismo degli altri imprenditori" (DOC. 261, par. 7).

¹²⁴ Cfr. il report "The European Foundry Industry in 2023" del CAEF.

¹²⁵ DOC. 239, allegato 1.

2021, a circa 14,2 milioni di euro e che, dal punto di vista occupazionale, più del 70% di tali imprese ha impiegato un numero di addetti inferiore alle 50 unità¹²⁶.

63. Tutte le fonderie e i gruppi coinvolti nel procedimento (inclusa De Riccardis) presentano una dimensione aziendale maggiore, in termini di fatturato complessivo, rispetto alla media del settore (in diversi casi, anche oltre dieci volte tale valore) e hanno realizzato, nel 2023, un fatturato medio pari a circa 154,6 milioni di euro¹²⁷.

64. Per quanto concerne specificamente la vendita di getti di ghisa in Italia, la somma dei fatturati realizzati nel 2023 dalle fonderie parti del procedimento – incluse le società da esse controllate o controllanti in senso *antitrust* – ammontava a circa 688 milioni di euro¹²⁸, pari al 53,8% della produzione nazionale destinata al territorio italiano¹²⁹. Si ritiene necessario evidenziare al riguardo che tale dato sottostima l'effettivo peso delle parti del procedimento, considerato che non include le altre fonderie di ghisa associate ad Assofond (in totale 86 fonderie nel 2024), ossia la grande maggioranza delle fonderie di ghisa italiane.

65. Sotto il profilo della marginalità i dati pubblicati sul sito Assofond mostrano che, tra il 2007 e il 2023, l'indice EBITDA/Ricavi, calcolato a partire dai bilanci di un campione rappresentativo di fonderie¹³⁰ è stato, tranne in sporadici casi, al di sopra dell'8%, valore minimo individuato dall'Associazione come “soddisfacente” per la marginalità delle aziende del settore e, negli anni 2014-2018 e 2022-2023, pari o superiore al 10%¹³¹.

¹²⁶ In particolare, il 28,4% delle fonderie ha impiegato meno di 20 dipendenti, il 45,3% tra i 20 e i 49, il 23,6% tra i 50 e i 249 e il 2,7% più di 249 (**DOC. 239, allegato 1**).

¹²⁷ Nel computo vengono considerati i fatturati consolidati, ricavati dalla banca dati Telemaco della Camera di Commercio, dei gruppi di imprese coinvolti nel procedimento. Se anche si considerassero i fatturati delle singole fonderie coinvolte direttamente nel procedimento, in ogni caso, il fatturato medio del 2023 ammonterebbe a oltre 70 milioni di euro.

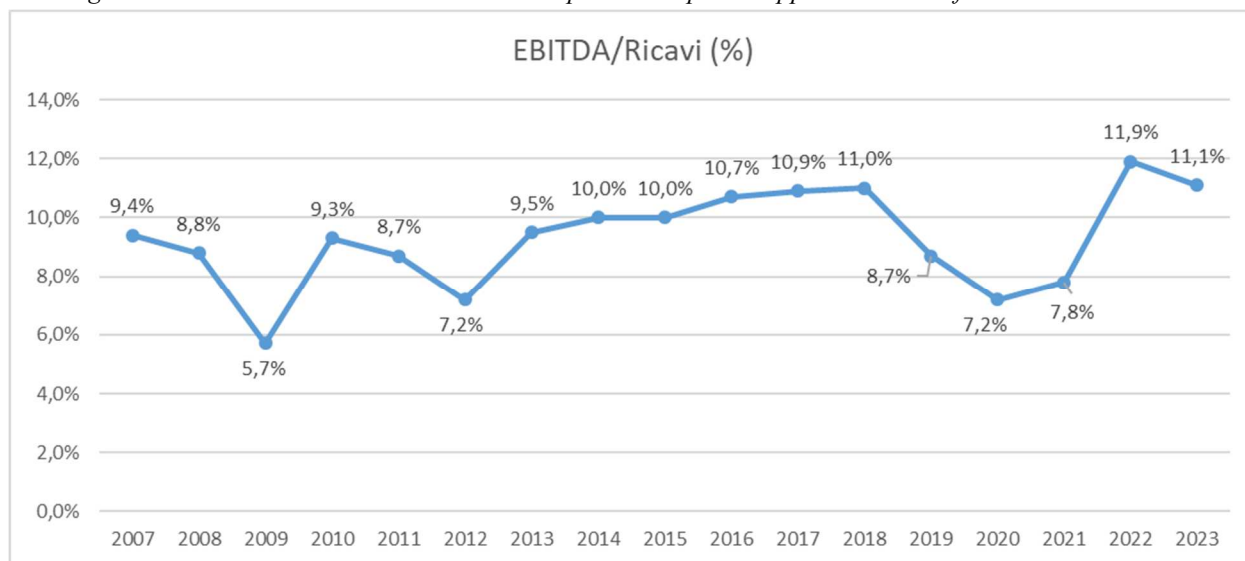
¹²⁸ **DOC. 426 e DOC. 435** (C2MAC), **DOC. 382 e DOC. 430** (Corrà), **DOC. 385** (De Riccardis), **DOC. 371 e DOC. 418** (Glisenti/LT), **DOC. 427 e DOC. 443** (EF/Pilenga), **DOC. 422 e DOC. 383** (Camozi/FMG), **DOC. 380 e DOC. 429** (Zanardi), **DOC. 379 e DOC. 434** (VDP), **DOC. 381 e DOC. 439** (Ariotti), **DOC. 386 e DOC. 425** (Ironcastings), **DOC. 375 e DOC. 432** (Zardo), **DOC. 378 e DOC. 431** (Cividale/ZML). Il fatturato specifico utilizzato per il calcolo del totale include anche le attività accessorie alla vendita.

¹²⁹ La fonte del dato relativo alla produzione nazionale destinata al territorio italiano è lo studio commissionato da Assofond (**DOC. 239**, all. 1, p. 10). In particolare, la percentuale del 53,8% è stata calcolata rapportando la somma dei fatturati realizzati dalle fonderie parti del procedimento al valore del mercato interno a cui è stato sottratto il valore delle importazioni.

¹³⁰ La serie storica dell'EBITDA/Ricavi è stata ricostruita a partire dalle pubblicazioni “Bilanci di Fonderia”, “Bilanci di Ghisa” e relativi *webinar* (**DOC. 395**). Al fine di riconciliare eventuali discrepanze tra valori riportati in pubblicazioni di anni diversi sono stati selezionati, per ogni anno, i dati disponibili nella pubblicazione più recente.

¹³¹ Si noti che il forte calo dell'EBITDA/Ricavi sperimentato dal settore nel 2019 è dovuto, come riportato nella “Relazione sulla gestione” del bilancio consolidato d'esercizio di Fonderia di Torbole S.p.A. dello stesso anno (disponibile nella banca dati Telemaco della Camera di Commercio), alla riduzione dei volumi che ha inizialmente interessato il settore *automotive* e si è successivamente esteso ai restanti settori di sbocco. Nel corso dell'Assemblea Assofond del 2021, [R.A.] (Ariotti) parla del 2019 come anno di “grande crisi” soprattutto a causa del cambio di atteggiamento degli Stati Uniti nei confronti della Cina, che ha avuto forti ripercussioni sulla globalizzazione. Fino al 2019, secondo [R.A.] (Ariotti), la redditività delle fonderie era stata “addirittura leggermente migliore di alcuni settori clienti e alcuni settori fornitori” (**DOC. 75, n. 2**, 20 minuti e 25 secondi).

Figura 1: EBITDA/Ricavi tra il 2007 e il 2023 per un campione rappresentativo di fonderie.



FONTE: Elaborazioni su dati Assofond DOC. 395

66. Secondo quanto dichiarato da Assofond, una parte della domanda nazionale di getti (il 39,1% in valore nel 2023) viene soddisfatta attraverso il ricorso a importazioni da fonderie di altri paesi, in particolar modo appartenenti al continente europeo (23,8%) e asiatico (14,4%)¹³². Cionondimeno, nelle analisi dei competitor elaborate dalle parti, acquisite in ispezione, sono individuate solo altre fonderie di ghisa italiane (salvo sporadiche eccezioni) – e, tra queste, prevalentemente fonderie parti del presente procedimento istruttorio¹³³.

67. Alcune fonderie hanno dichiarato che la convenienza economica dei getti prodotti all'estero dipende in maniera cruciale dalle politiche economiche, commerciali e governative dei paesi di provenienza e che, in alcuni casi, tali politiche possono ridurre l'appetibilità delle importazioni per i clienti¹³⁴. Tale elemento è stato confermato da Same, che ha rappresentato di essere stata costretta a spostare la domanda di getti di ghisa dalle fonderie cinesi a quelle italiane a seguito della chiusura degli stabilimenti cinesi da parte delle autorità governative a causa della Pandemia di Covid-19¹³⁵.

68. I clienti sentiti in audizione hanno rappresentato di rifornirsi anche da fonderie di altri paesi¹³⁶. Tuttavia, l'attivazione di forniture dall'estero – oltre a non essere sempre economicamente

¹³² Per quanto concerne l'Europa, i principali paesi che esportano ghisa in Italia sono Francia, Germania, Repubblica Ceca e Spagna. Tra i paesi asiatici più prossimi al continente europeo un ruolo di particolare rilevanza appare rivestito dalla Turchia e dalla Cina (DOC. 239, allegato 1).

¹³³ Ad esempio, ISP. 4.2, ISP. 24.1907, ISP. 24.2289, ISP. 24.3529, ISP. 46.5, ISP. 46.24, ISP. 46.27, ISP. 46.179, ISP. 56.2, ISP. 56.3, ISP. 76.2.

¹³⁴ Glisenti/LT afferma, ad esempio, che: "a causa dell'altissima inflazione registrata in Turchia nell'ultimo anno (circa 50%), accompagnata da una svalutazione della valuta decisamente inferiore (circa 20%), l'appetibilità dei fornitori turchi per i nostri clienti italiani è diminuita" (DOC. 246, par. 14). Similmente, VDP dichiara che le fonderie cinesi derivano la loro competitività non tanto da un vantaggio in termini di costo (inferiore solo di circa il 10% a quello delle fonderie italiane) ma dall'introduzione, da parte del governo cinese, di sussidi governativi all'export che rendono le importazioni da quel paese più competitive del 30-40% rispetto alle fusioni italiane (DOC. 270, par. 17). Secondo Zardo, con il venir meno di tale supporto "la concorrenza cinese si è molto affievolita" (DOC. 268, par. 60).

¹³⁵ DOC. 352, par. 15.

¹³⁶ SDF dichiara di avvalersi di una fonderia polacca, di una tedesca, di una francese, di una tunisina (per forniture molto limitate), di diverse fonderie indiane e di una cinese, e di acquistare, a livello di gruppo, il 50% dei getti da paesi europei e il restante 50% da India e Turchia. Per lo stabilimento italiano del gruppo, che produce circa 7.000 trattori all'anno, SDF si rifornisce per il 70% da fonderie italiane e per il 30% dall'estero (DOC. 352, parr. 10 e 12). Bonfiglioli afferma di

conveniente¹³⁷ – comporta diverse criticità che le rendono meno desiderabili rispetto alle forniture presso le fonderie localizzate in Italia. In primo luogo, infatti, i clienti hanno rappresentato che queste ultime garantiscono una *performance* qualitativa decisamente più elevata delle loro controparti dell'Europa centro-orientale ed extraeuropee che, in alcune occasioni, non sono state neanche in grado di superare la fase di campionatura a causa di difformità rispetto agli *standard* qualitativi richiesti¹³⁸. Tale circostanza è confermata anche da Assofond, che ha affermato come, benché il divario tra le fonderie italiane ed estere sia diminuito nel corso del tempo per l'omogeneizzazione degli impianti produttivi a livello mondiale, *“il livello di fornitura italiano in termini di qualità è alto”*¹³⁹.

69. In aggiunta, i costi di trasporto rappresentano, come dichiarato dalle stesse fonderie, una variabile particolarmente rilevante al fine di valutare la convenienza economica di una fornitura estera¹⁴⁰. Anche per questo fattore, l'importazione di getti dall'estero esporrebbe i clienti a diversi rischi e maggiori costi legati alle tempistiche di consegna, al trasporto (in particolar modo, problemi con dogane e rotte commerciali) e alla gestione del magazzino¹⁴¹.

70. Tali circostanze comportano che, al fine di mitigare i rischi appena citati, il cliente possa effettuare presso fornitori esteri prevalentemente ordini “chiusi”, ossia per quantitativi predeterminati, e con tempi di consegna (cd. *“lead time”*) molto lunghi¹⁴². I clienti sentiti in audizione, in alternativa, come affermato anche da alcune parti del procedimento, possono trovare economicamente conveniente aprire propri stabilimenti produttivi in paesi caratterizzati da costi di fornitura inferiori, decidendo quindi di approvvigionarsi da fonderie locali (o ubicate in una determinata area geografica limitrofa) e di esportare poi il prodotto finito¹⁴³.

acquistare alcuni getti – come forniture singole – da fonderie turche *“che garantiscono un livello qualitativo sufficientemente elevato e un'ottima competitività in termini di prezzi”* (DOC. 348, par. 55). Merlo rappresenta di aver recentemente attivato alcune doppie forniture da parte di una fonderia estera (DOC. 346, par. 9).

¹³⁷ Merlo afferma, ad esempio, di aver esplorato anche un altro mercato estero, non riscontrando tuttavia benefici economici sostanziali dall'attivazione di una fornitura in tale paese (DOC. 346, par. 9).

¹³⁸ Secondo Bonfiglioli *“le fonderie italiane garantiscono una qualità decisamente più elevata di quelle dell'Europa centro-orientale e asiatiche”* (DOC. 348, par. 52) e *“data l'elevata qualità che sono in grado di fornire, le fonderie italiane riforniscono anche gli stabilimenti produttivi di Bonfiglioli negli Stati Uniti”* (DOC. 348, par. 53). Merlo dichiara che *“le fonderie italiane rimangono...estremamente valide sia sotto il profilo qualitativo che della costanza della fornitura”* e rappresenta inoltre di aver tentato di attivare doppie forniture in altri paesi, non andate a buon fine *“soprattutto a causa di campionature non conformi agli standard richiesti sotto il profilo qualitativo”* (DOC. 346, par. 9). Camozzi/FMG riconosce una maggiore qualità dei getti delle fonderie europee affermando che, anche se negli ultimi anni le fonderie turche hanno ridotto il divario qualitativo, *“fortunatamente, l'Europa è in grado di fornire performance importanti”* (DOC. 256, par. 58).

¹³⁹ DOC. 257, par. 9. Assofond aggiunge che, diversamente da quelle italiane, le fonderie estere possono permettersi di produrre getti con difetti o generare molti scarti.

¹⁴⁰ Camozzi/FMG rappresenta che, benché il mercato turco sia caratterizzato da prezzi più bassi, questo diventi appetibile *“per i clienti italiani solo nel caso di acquisto di grandi volumi che permettono di abbattere i costi di trasporto”* (DOC. 256, par. 55). Glisenti/LT afferma parimenti che, anche se i costi delle fonderie turche e italiane sono comparabili, i costi di trasporto *“sono importanti”* (DOC. 246, par. 14).

¹⁴¹ Come dichiarato da SDF (DOC. 352, par. 16). Similmente, Merlo afferma che i getti importati vengono solitamente consegnati in contenitori di legno e devono essere travasati in quelli di proprietà della società per essere processati automaticamente all'entrata in magazzino per poi essere smistati alle macchine utensili, il che comporta un costo aggiuntivo per Merlo che può avere un effetto negativo sulla convenienza del fornitore estero. Inoltre, spesso i fornitori esteri spediscono contenitori con un numero di getti inferiore a quanto concordato (DOC. 346, par. 44).

¹⁴² DOC. 346, par. 44.

¹⁴³ Bonfiglioli afferma di avvalersi degli stessi fornitori per tutti i propri stabilimenti europei e di avvalersi di altre fonderie per gli stabilimenti ubicati in altre parti del mondo (DOC. 348, par. 50). Camozzi/FMG rappresenta che *“Alcuni clienti aprono stabilimenti produttivi direttamente in Turchia, acquistando quindi getti da fonderie turche, che sono poi integrati in prodotti finali destinati sia al mercato turco che al resto del mondo”* (DOC. 256, par. 58). Glisenti/LT dichiara che *“i clienti che hanno stabilimenti in Turchia, comprano i getti di ghisa presso i fornitori turchi, considerati gli elevati costi di trasporto”* (DOC. 246, par. 14).

IV. LE RISULTANZE ISTRUTTORIE

IV.1. Premessa

71. Come indicato nel provvedimento di avvio e nei provvedimenti di estensione, la fattispecie oggetto di accertamento riguarda il coordinamento delle politiche di prezzo e delle strategie commerciali tra le fonderie di ghisa, realizzato anche in ambito associativo, nonché il ruolo svolto dagli indicatori Assofond nel predetto coordinamento.

72. L'istruttoria svolta ha fatto emergere l'esistenza di numerosi contatti diretti (bilaterali e multilaterali) e scambi di informazioni concorrenzialmente sensibili tra le fonderie, avvenuti anche nell'ambito degli incontri organizzati sistematicamente da Assofond, aventi a oggetto l'individuazione e definizione di strategie comuni, incluso il ricorso agli Indicatori Assofond, a sostegno delle richieste di aumento dei prezzi. Come descritto di seguito, alla luce della copiosa documentazione a fascicolo è accertato che il coordinamento tra le fonderie, realizzato almeno a partire dall'inizio del 2004 e il 30 giugno 2024, sia stato finalizzato a garantire alle fonderie, anche (e soprattutto) nei periodi in cui la congiuntura economica è stata negativa (in particolare a seguito delle crisi economiche del 2001, del 2007-2008 e del 2020-2021), una certa marginalità reddituale e comunque condizioni diverse da quelle che si sarebbero determinate come conseguenza del normale esplicarsi del gioco concorrenziale.

73. In particolare, le evidenze agli atti attestano come tale coordinamento si sia intensificato a seguito degli *shock* esogeni conseguenti, nel 2001, all'ingresso della Cina nel WTO e alla crisi militare tra USA e Iraq¹⁴⁴ che hanno determinato la crescita dei prezzi delle materie prime e dunque un elevato inflazionamento dei costi di fonderia¹⁴⁵; nel 2008, alla crisi finanziaria dei *subprime* e alla successiva crisi economica che ha determinato ripercussioni sull'incremento dei costi di produzione; e infine alla crisi determinata dapprima dalla Pandemia di Covid-19 (2020-2021) e dalla guerra in Ucraina (a partire dal 2022).

74. Si rileva, sin da subito che l'Autorità non contesta il fatto che una fonderia abbia praticato aumenti dei prezzi ai propri clienti a fronte di aumenti del costo dei fattori produttivi, ma la circostanza, che emerge dalle evidenze agli atti descritte nel presente capitolo, che tali decisioni sono state assunte a valle di un confronto con le altre fonderie parti del procedimento, e dunque in maniera coordinata e non autonoma.

75. Parimenti, quanto al ruolo degli Indicatori Assofond, l'Autorità non contesta il fatto che l'associazione abbia monitorato l'andamento dei costi dei fattori produttivi, e neppure che fossero previsti meccanismi di adeguamento dei prezzi ai costi dei fattori produttivi nei contratti di fornitura. Piuttosto, oggetto di contestazione è il fatto che tali Indicatori, come attestato dalle evidenze di seguito riportate, lungi dall'essere mere rilevazioni dei costi, costituiscono la condivisione tra concorrenti di parametri di trasformazione dei costi di produzione in prezzi di vendita.

76. Ciò premesso, in primo luogo verrà esaminato il contesto associativo, l'attività svolta dall'associazione e i servizi resi alle associate; in secondo luogo, verranno analizzate le condotte poste in essere da tutte le parti del procedimento, a partire dalle evidenze più risalenti fino al 2024.

IV.2. Il contesto associativo

77. Nella presente sezione sarà prima descritta la struttura di Assofond come risultante dallo Statuto e dalla prassi associativa, ricostruita sulla base della documentazione a fascicolo; in secondo luogo, verranno esaminati i servizi offerti da Assofond alle fonderie associate, che non si esauriscono nelle

¹⁴⁴ v. ISP. 41.98.

¹⁴⁵ v. ISP. 36.88.

iniziative riguardanti le politiche di prezzo e le strategie commerciali delle fonderie di ghisa, oggetto di diffida e sanzione nel presente provvedimento (secondo quanto specificato *infra*).

78. Anche in tale caso, infatti, giova precisare che oggetto di contestazione non è l'attività *tout court* dell'associazione di categoria, che offre numerosi servizi alle società associate, ma le specifiche condotte che hanno consentito il coordinamento delle condotte commerciali di prezzo delle fonderie parti del procedimento.

IV.2.1. Assofond

79. Assofond è l'associazione imprenditoriale di categoria, costituita nel 1948 con l'obiettivo di *“sviluppare il know-how tecnologico ed economico delle imprese associate, ma anche per favorire un rapido inserimento del settore nel processo economico internazionale di ricostruzione che si stava avviando negli anni immediatamente successivi alla Seconda guerra mondiale”*. L'Associazione *“promuove la reputazione e la competitività delle fonderie italiane, rappresentando il settore nei rapporti con le istituzioni e le organizzazioni economiche, politiche e sociali a livello nazionale e internazionale. Assofond assiste inoltre le imprese nelle relazioni con gli enti, le comunità e i media nazionali e locali e fornisce supporto in campo amministrativo, commerciale, economico, fiscale, normativo, energetico, tecnico, ambientale, di sicurezza e salute sul lavoro”*¹⁴⁶. Assofond aderisce a Confindustria e, a livello internazionale, è socio fondatore della *European Foundry Association (CAEF)*¹⁴⁷.

80. Nel 2024 risultano associate ad Assofond 187 fonderie, di cui 86 attive nella produzione di getti di ghisa¹⁴⁸. Tutte le fonderie parti del procedimento sono associate ad Assofond¹⁴⁹ e i rappresentanti di molte di esse ricoprono (e/o hanno ricoperto) incarichi di vertice negli organi associativi decisionali (cfr. *infra*).

81. Come si legge nello Statuto¹⁵⁰, organi dell'Associazione sono: l'Assemblea, la Giunta, il Consiglio Direttivo, il Presidente, i Vice Presidenti, il Collegio dei Probiviri e il Collegio dei Revisori dei Conti. Lo Statuto prevede inoltre che le fonderie, all'atto di associazione ad Assofond, aderiscano anche ad una o più associazioni di comparto, a seconda del tipo di metallo (o metalli) utilizzato nel processo produttivo: Assofond Ghisa (v. *infra*), Assofond Acciaio, Assofond Precisione e Assofond Metalli non ferrosi (di seguito, “Associazioni di comparto”).

82. L'Assemblea è l'organo collegiale dell'Associazione, a cui partecipano i titolari o i legali rappresentanti di tutte le fonderie iscritte. L'Assemblea è competente nel deliberare su diverse materie, tra cui le direttive di massima dell'azione dell'Associazione, l'approvazione dei bilanci, la determinazione dei contributi associativi. Le deliberazioni, assunte a maggioranza dei voti presenti, sono vincolanti per gli iscritti. I voti sono attribuiti in proporzione al contributo associativo corrisposto da ciascuna associata nell'esercizio precedente.

83. L'Assemblea si riunisce in via ordinaria una volta all'anno, è convocata sempre in un luogo diverso dalla sede associativa (anche presso le fonderie o presso i clienti) ed è strutturata in due

¹⁴⁶ Cfr. <https://www.assofond.it/assofond-in-breve>.

¹⁴⁷ *Comité Européen des Associations de Fonderies*. I paesi aderenti al CAEF sono: Austria, Finlandia, Francia, Germania, Italia, Polonia, Portogallo, Regno Unito, Repubblica Ceca, Slovenia, Spagna, Svezia, Svizzera, Turchia e Ungheria.

¹⁴⁸ **DOC. 395.**

¹⁴⁹ C2MAC ha comunicato di aver disdetto la partecipazione ad Assofond a partire dal 1° gennaio 2025 (cfr. **DOC. 258**, par. 5).

¹⁵⁰ https://www.assofond.it/documents/20142/94860/Statuto_Assofond.pdf/e7b763df-f166-0462-dbd6-d5954f4ae36.

parti: una parte privata e una parte pubblica¹⁵¹. All'Assemblea "privata" sono invitate a partecipare solo le fonderie associate che deliberano sulle questioni poste all'ordine del giorno e si scambiano opinioni sulla congiuntura economica e sui risultati economici ottenuti. Dal 2011, una parte dell'Assemblea privata è dedicata specificamente al "Dibattito e Confronto" tra le fonderie. Al termine dell'Assemblea privata, normalmente, i lavori proseguono in forma "pubblica": nel corso di tali incontri, a cui partecipano anche soggetti terzi (ad esempio esperti, fornitori, clienti, collaboratori e dipendenti delle fonderie associate), vengono affrontate tematiche di carattere generale. Dalle evidenze agli atti emerge che nel 2020 si è tenuta esclusivamente l'Assemblea privata¹⁵².

84. La Giunta fornisce le direttive di massima dell'azione di Assofond e delle Associazioni di comparto. I membri della Giunta durano in carica quattro anni e non sono rieleggibili¹⁵³. Ne fanno parte di diritto il Presidente, i Vice Presidenti, i Presidenti delle Associazioni di comparto, gli *ex* Presidenti e i rappresentanti delle Associazioni di comparto; tali membri decadono dalla carica al momento della scadenza del mandato. Come emerge dalla documentazione agli atti, alcune fonderie partecipano alle riunioni della Giunta come "invitati permanenti" (così, ad esempio, De Riccardis)¹⁵⁴. In alcuni casi, la partecipazione alle riunioni della Giunta è estesa a tutte le fonderie associate¹⁵⁵. Alle riunioni della Giunta partecipa anche [Fr.Z.] (Zanardi), *ex* Vice Presidente di Assofond, nella qualità di *advisor* dell'Associazione¹⁵⁶.

85. Le riunioni ordinarie della Giunta avvengono almeno trimestralmente. Dalla documentazione agli atti è emerso che, nel periodo 2010-2024, la Giunta si è riunita dalle quattro alle sei volte all'anno, per un totale di 78 incontri¹⁵⁷. Al pari di quanto osservato per l'Assemblea, anche la Giunta si riunisce sempre al di fuori dei locali associativi e dal 15 aprile 2020 in videoconferenza. Nel corso di tali incontri sono soliti "giri di tavolo"¹⁵⁸ e confronti sulla situazione del settore e/o sulla congiuntura; in alcuni casi, la convocazione chiarisce cosa si intende per confronto sulla situazione congiunturale ("*livello di produzione, prezzi di acquisto, vendita, ecc...*")¹⁵⁹ o comprende

¹⁵¹ **DOC. 276**, "Assemblee 2005-2024 convocazioni parte privata".

¹⁵² Cfr. Convocazione Assemblea annuale 2020 in **DOC. 276**, "Assemblee 2005-2024 convocazioni parte privata", ove si legge che: "Quest'anno l'assemblea privata assume un significato e avrà dei contenuti decisamente più ampi del consueto, per questo motivo e per la modalità di partecipazione, invitiamo le aziende associate a partecipare personalmente, estendendo l'invito anche ai collaboratori, ma **mantenendo SEMPRE e STRETTAMENTE la partecipazione a soli partecipanti di fonderie associate data la natura privata dell'appuntamento**" (enfasi in originale). Analoga formulazione è usata nella Convocazione dell'Assemblea annuale 2021. Si veda anche il programma dell'Assemblea, **ISP. 61.27**.

¹⁵³ Secondo quanto si legge nello Statuto, i membri della Giunta sono 21 e vengono nominati dall'Assemblea tra i titolari o i legali rappresentanti delle imprese associate in modo che nella Giunta siano rappresentate le Associazioni di comparto proporzionalmente al proprio peso contributivo, con un minimo di 4 componenti per ciascuna delle Associazioni Ghisa e Metalli non Ferrosi e 1 componente per ciascuna delle Associazioni Acciaio e Precisione. Alle riunioni sono invitati ad assistere i Proviviri e i Revisori dei Conti.

¹⁵⁴ Cfr. **DOC. 291**, partecipanti. Zardo, invitata a partecipare alla Giunta a partire dall'incontro del 10 aprile 2024 (**ISP. 56.98**), non vi ha mai preso parte, come affermato dai rappresentanti della società in audizione (**DOC. 268**, par. 71) e confermato dalla documentazione istruttoria (**DOC. 291**).

¹⁵⁵ Così, ad esempio, nel caso della riunione della Giunta del 12 dicembre 2018. Si veda la convocazione, in **DOC. 291**.

¹⁵⁶ **DOC. 257**, par. 42.

¹⁵⁷ Cfr. **DOC. 291**.

¹⁵⁸ La presenza costante nel corso delle riunioni della Giunta di "giri di tavolo" è confermata anche da VDP: "*in epoche recenti, prima dell'implementazione del programma di compliance da parte dell'Associazione, alla fine delle riunioni di giunta si faceva un "giro di tavolo" in cui ogni partecipante diceva come "andavano le cose" – ad esempio un'altra fonderia poteva dire "guarda, sto lavorando poco" – per avere il sentiment di come stava andando il mercato. La giunta Assofond nasce come un gruppo di persone che cercano di sentirsi periodicamente, fino al 2020 si svolgevano in presenza, in cui si parlava di iniziative associative legate soprattutto al mondo dell'energia, della sostenibilità ambientale e alle linee guida relative al modello 231"* (**DOC. 270**, par. 46).

¹⁵⁹ Così, tra i molti, in Convocazione Giunta del 4 maggio 2011, del 19 settembre 2012, del 23 marzo 2013, del 2 maggio 2014, del 25 marzo 2015, del 14 settembre 2016 in **DOC. 291**.

esplicitamente questioni di rilevanza concorrenziale tra le tematiche oggetto dell'incontro (come, ad esempio, il confronto sul livello di contrattazione per il settore delle fonderie e le condizioni contrattuali con i committenti¹⁶⁰). La tipologia delle tematiche affrontate nel corso delle riunioni della Giunta emerge anche da ulteriori evidenze ispettive: così, ad esempio, in una *email* del 10 febbraio 2023, interna all'associazione, il Direttore Generale di Assofond scrive: *“io stasera ho sentito [A.A.] [Ironcastings, n.d.r.] che dice di aumenti dal 1 Gennaio per almeno 70/80 euro ton sul prezzo di vendita e l'ho invitato con tutte le premure antitrust (che non ha mai) di tornare a confrontarsi in Giunta”*¹⁶¹.

86. Inoltre, fino al 2019, al termine dei lavori della Giunta (e in alcuni casi di Assofond Ghisa, convocata per lo stesso giorno della Giunta) era sempre programmato un pranzo, un aperitivo o una cena, *“occasione come sempre per protrarre il confronto anche fuori dagli schemi dell'ODG”*¹⁶², per *“promuovere le consuete relazioni tra fonditori”*¹⁶³, se del caso anche con i colleghi di Assofond Ghisa¹⁶⁴.

87. Il Presidente dell'Associazione¹⁶⁵, rappresentante legale della stessa, è nominato dall'Assemblea su proposta della Giunta tra gli imprenditori del settore o i legali rappresentanti di società attive nel settore, dura in carica un quadriennio (rinnovabile) e presiede l'Assemblea. Il Presidente attuale di Assofond è [F.Z.] (Zanardi), nominato il 22 ottobre 2021.

88. I Vice Presidenti, la cui durata dell'incarico corrisponde a quella del Presidente, hanno il compito di collaborare con il Presidente, in particolare per i problemi riguardanti i comparti associativi. Dal 2007 i Vice Presidenti hanno delle specifiche deleghe.

¹⁶⁰ Cfr. Convocazione Giunta dell'8 aprile 2011, in **DOC. 291**.

¹⁶¹ **ISP. 36.115**.

¹⁶² Cfr., tra i molti, ad es., Convocazione Giunta del 4 maggio 2016, in **DOC. 291**.

¹⁶³ Così nella Convocazione Giunta del 22 giugno 2017, in **DOC. 291**.

¹⁶⁴ Cfr., ad es., Convocazione Giunta del 13 dicembre 2017, in **DOC. 291**.

¹⁶⁵ In assenza del Presidente, l'Assemblea è presieduta dal Vice Presidente da lui designato o, in mancanza di designazione, dal Vice Presidente più anziano di età.

Tabella 1 – Elenco Presidenti e Vice Presidenti Assofond 2001-oggi. Fonte: DOC. 374

Periodo	Presidente Assofond	Vice Presidenti	Eventuale delega
2001-2007	E.C. ¹⁶⁶	E.F. (E.F. Group ¹⁶⁷)	nessuna
		G.C. ¹⁶⁸	nessuna
		F.V. (VDP)	nessuna
		R.T. ¹⁶⁹	nessuna
		M. M. ¹⁷⁰	nessuna
2007-2013	E.F. (E.F. Group, all'epoca Torbole)	Fr.Z. (Zanardi)	affari economici
		G.C.	rapporti con università, enti e associazioni
		F.V. (VDP)	energia
		M.A. ¹⁷¹	ambiente e sicurezza
		M.M.	marketing associativo fonderie di metalli non ferrosi
2013-2021	R.A. 1° mandato (Ariotti)	F.V. (VDP)	Ambiente e Sicurezza
		R.D.B. (Glisenti)	Internazionalizzazione
		Fr.Z. (Zanardi)	affari economici
		E.F. (E.F. Group e Pilenga ¹⁷²)	Energia
	R.A. 2° mandato (Ariotti)	F.V. (VDP)	Ambiente e Sicurezza
		R.D.B. (Glisenti e LT ¹⁷³)	Internazionalizzazione
		Fr.Z. (Zanardi)	affari economici
		E.F. (E.F. Group e Pilenga)	Energia
2021-oggi	F.Z. (Zanardi)	R.A. (Ariotti)	Rapporti con il CAEF ¹⁷⁴
		R.D.B. (Glisenti)	Internazionalizzazione
		E.F. (E.F. Group e Pilenga)	Energia
		MT.P. ¹⁷⁵	nessuna delega
		F.V. (VDP)	Ambiente e Sicurezza

¹⁶⁶ All'epoca amministratore delegato di FOCREM S.p.A., oggi cessata. Fonte: banca dati Telemaco della Camera di Commercio.

¹⁶⁷ All'epoca e fino al 29 giugno 2020, denominata Fonderia di Torbole S.p.A.

¹⁶⁸ F.I.A.S. s.r.l., attiva nella fusione di getti in acciaio. Fonte: banca dati Telemaco della Camera di Commercio.

89. Tra gli organi associativi lo Statuto comprende il Consiglio Direttivo¹⁷⁶ e il Comitato di Presidenza¹⁷⁷. Di fatto, tuttavia, il Consiglio Direttivo non è mai stato operativo¹⁷⁸ e le competenze di quest'ultimo sono state assorbite dal Comitato di Presidenza. Il Comitato di Presidenza è composto dal Presidente e dai Vice Presidenti (come previsto dallo Statuto) nonché dai presidenti delle Associazioni di comparto (tra cui dall'8 febbraio 2022, [A.V.] di Cividale¹⁷⁹) e da [Fr.Z.] (Zanardi)¹⁸⁰. Da Statuto, tale organo si riunisce di norma una volta ogni due mesi, secondo un calendario stabilito dal Presidente, e ha il compito di assicurare uno stretto coordinamento delle attività dell'Associazione; in ogni caso la tempistica degli incontri può variare a seconda delle circostanze contingenti¹⁸¹. La documentazione agli atti attesta l'esistenza anche di un "Comitato di Presidenza ristretto", composto da [F.Z.] (Zanardi), [R.D.B.] (Glisenti/LT), [R.A.] (Ariotti), [E.F.] (E.F. Group/Pilenga) e [F.V.] (VDP), le cui riunioni si tengono presso la Fonderia di Torbole¹⁸².

90. Dalle evidenze agli atti emergono le seguenti riunioni del Comitato di Presidenza Assofond¹⁸³. Si precisa che dopo la nomina di [F.Z.] (Zanardi) come Presidente Assofond tali incontri hanno avuto cadenza dapprima settimanale¹⁸⁴ e poi, a partire dal 29 marzo 2022¹⁸⁵, bimensile.

91. Come anticipato *supra*, la partecipazione ad Assofond comporta automaticamente l'iscrizione a una o più Associazioni di comparto in cui si articola la struttura associativa: Assofond Ghisa, Assofond Acciaio, Assofond Precisione e Assofond Metalli non Ferrosi. Le Associazioni di comparto affiancano il Presidente nello svolgimento della sua funzione. Da statuto, ciascuna associazione di comparto elegge il proprio Presidente, che dura in carica fino alla scadenza del

¹⁶⁹ Teksid S.p.A., attiva nella fusione di getti in metalli leggeri. Fonte: banca dati Telemaco della Camera di Commercio.

¹⁷⁰ Mazzucconi Bergamo s.r.l., attiva nella fusione di getti in metalli leggeri. Fonte: banca dati Telemaco della Camera di Commercio.

¹⁷¹ Teksid Aluminium s.r.l., attiva nella fusione di getti in metalli leggeri. Fonte: banca dati Telemaco della Camera di Commercio.

¹⁷² Dall'11 gennaio 2016.

¹⁷³ Dal 18 giugno 2018.

¹⁷⁴ Nel corso dell'audizione istruttoria, il sig. [R.A.] ha precisato di non aver più la delega per i rapporti con il CAEF (DOC. 273, par. 28).

¹⁷⁵ SAFAS S.p.A. attiva nella fusione di getti in acciaio. Fonte: banca dati Telemaco della Camera di Commercio.

¹⁷⁶ Secondo quanto si legge nell'art. 23 dello Statuto, il Consiglio Direttivo è composto dal Presidente dell'Associazione, i Vice Presidenti, l'ex Presidente di Assofond che per ultimo ha ricoperto la carica e i Presidenti delle Associazioni di comparto. Il Consiglio Direttivo si riunisce di regola almeno ogni tre mesi e, tra le altre competenze, stabilisce l'azione a breve termine di Assofond e delle Associazioni di comparto, nomina e revoca (su proposta del Presidente) il Direttore dell'Associazione nonché i rappresentanti di Assofond presso altre organizzazioni.

¹⁷⁷ Art. 27 dello Statuto.

¹⁷⁸ DOC. 126.

¹⁷⁹ DOC. 274, par. 27.

¹⁸⁰ Cfr. a titolo esemplificativo le convocazioni del Comitato di Presidenza in ISP. 12.130 e ISP. 12.132 e la *chat whatsapp* del Comitato di Presidenza ISP. 61.36.

¹⁸¹ DOC. 126.

¹⁸² ISP. 61.60, ISP. 61.63.

¹⁸³ I Comitati di Presidenza di cui si ha evidenza sono quelli del 20/03/2008 (ISP. 41.315), 30/03/2021 (ISP. 41.325), 10/09/2021 (ISP. 61.63), 27/10/2021 (ISP. 61.85), 05/11/2021 (ISP. 61.90), 26/11/2021 (ISP. 61.84), 17/12/2021 (ISP. 61.80), 11/11/2021 (ISP. 61.76), 19/11/2021 (ISP. 61.81), 08/02/2022 (ISP. 61.70), 22/02/2022 (ISP. 61.82), 15/03/2022 (ISP. 61.79), 29/03/2022 (ISP. 61.87), 12/04/2022 (ISP. 61.77), 03/05/2022 (ISP. 61.88), 24/05/2022 (ISP. 61.83), 14/06/2022 (ISP. 61.78 – ISP. 12.130), 07/10/2022 (ISP. 61.91 – ISP. 12.130), 31/03/2023 (ISP. 61.89 – ISP. 12.132 – ISP. 41.327), 22/05/2023 (ISP. 12.132), 10/07/2023 (ISP. 41.328), 20/11/2023 (ISP. 41.326), 28/03/2024 (ISP. 61.86).

¹⁸⁴ ISP. 61.85.

¹⁸⁵ ISP. 61.87.

Presidente dell'Associazione e ha facoltà di nominare, per ogni comparto, un Comitato Esecutivo di numerosità variabile tra 3 e 15 componenti.

92. L'associazione di comparto che rileva nel caso di specie è "Assofond Ghisa", alla quale partecipano tutte le fonderie produttrici di getti di ghisa associate ad Assofond e, dunque, tutte le parti del procedimento.

Tabella 2 – Elenco Presidenti Assofond Ghisa 2001-oggi

Periodo	Presidente Assofond Ghisa
2003-2007	a.i. E.C.
2008-2013	R.D.B. (Glisenti)
2014-2018	D.C. (LT)
2019-2021	a.i. R.A. (Ariotti)
2021-2024	a.i. F.Z. (Zanardi)

FONTE: DOC. 276, "Presidenti Assofond Ghisa".

93. Le riunioni di Assofond Ghisa si tengono almeno una/due volte l'anno¹⁸⁶ in località diverse dalla sede associativa. Gli incontri più risalenti nel tempo (periodo 2003-2007) erano definiti incontri o riunioni delle "Fonderie di Metalli Ferrosi"¹⁸⁷ e alcune evidenze agli atti danno conto dell'esistenza, almeno in passato, di un Comitato Esecutivo Ghisa¹⁸⁸.

94. Anche le riunioni di Assofond Ghisa sono volte principalmente ad affrontare questioni legate alla congiuntura economica del comparto (in alcuni casi, anche con la partecipazione di professori universitari e/o esperti) e "per scambiarsi le proprie impressioni e le personali sensazioni sull'attuale situazione congiunturale e prospettica"¹⁸⁹. Nel corso di tutti gli incontri (come si vedrà meglio *infra*), infatti, ampio spazio è dedicato al dibattito e al confronto tra le fonderie di ghisa ("giri di tavolo") in merito a tematiche di rilievo concorrenziale (come le modalità di revisione/aggiornamento dei prezzi, la capacità produttiva, il portafoglio ordini)¹⁹⁰. Inoltre, sono sovente sottoposti ai partecipanti sondaggi, aventi a oggetto anche temi di natura reddituale, previsioni produttive e prospettive future (evoluzione di ricavi, costi, ordini), o condivisi i risultati di indagini condotte dall'Associazione presso le fonderie in vista di tali riunioni.

¹⁸⁶ V. **DOC. 276**, "Elenco riunioni assofond ghisa", da cui emerge come nel corso degli anni 2003, 2007, 2008 e 2010 si siano svolti due incontri di Assofond Ghisa; nel 2021, invece, gli incontri sono stati tre.

¹⁸⁷ Tale assunto è confermato dal confronto tra la documentazione reperita nel corso dell'ispezione presso Assofond (**ISP. 41.48**, **ISP. 41.86**, **ISP. 41.36** e **ISP. 41.73**) e quanto comunicato dall'associazione (**DOC. 276**, cartella "Presenze" e file "Elenco riunioni assofond ghisa").

¹⁸⁸ Le cui riunioni si sono svolte nel 2008 (**ISP. 41.314** e **ISP. 41.316**) e nel 2010 (**ISP. 61.63**).

¹⁸⁹ Così in **ISP. 41.39**.

¹⁹⁰ Per un esempio degli argomenti affrontati nei dibattiti/confronti/giri di tavolo, si veda **ISP. 41.34**, riguardante la riunione di Assofond Ghisa del 14 dicembre 2016, ove si legge: "**Giro di tavolo**": *Situazione congiunturale Confronto sull'andamento 2016 e prospettive 2017*:

- *Variazione 2016 (%le +/- VS 2015)*
- *Previsione «BUDGET 2017» (%le +/- VS 2016)*
- *PORTAFOGLIO ORDINI*
- *PREZZI*
- *CAPACITA' PRODUTTIVA*
- *PROSPETTIVE PROPRI SETTORI COMMITTENTI*
- *Altro* (enfasi in originale).

95. Tra le figure apicali dell'Associazione lo Statuto annovera il Direttore (i.e. Direttore Generale) che è nominato (e revocato) dal Consiglio Direttivo su proposta del Presidente. Il Direttore Generale è responsabile del funzionamento della struttura e della gestione amministrativa e finanziaria dell'Associazione, ha il compito di coadiuvare il Presidente, i Vice Presidenti e i Presidenti delle Associazioni di comparto nell'esecuzione delle attività dell'Associazione¹⁹¹ e partecipa, senza diritto di voto, alle riunioni di tutti gli organi collegiali dell'Associazione e delle Associazioni di comparto. L'attuale Direttore Generale di Assofond è [S.S.], succeduto nel 2010 a [P.P.].

IV.2.2. Servizi offerti alle fonderie associate

96. Assofond supporta le fonderie italiane associate, rappresentando gli interessi del settore attraverso attività di *lobbying*, relazioni istituzionali, rapporti con i media e collaborazioni con le università e le altre associazioni, nonché offrendo loro assistenza e numerosi servizi, prevalentemente attraverso il Centro Studi Assofond¹⁹².

97. Tra i servizi offerti alle associate è possibile annoverare l'organizzazione di una serie di eventi, quali: seminari/*webinar*, *workshop*, corsi di formazione dedicati ad argomenti generali o specifici di interesse per le fonderie¹⁹³ e congressi biennali su tematiche di natura economico-politica e tecnica. Agli atti vi è anche evidenza di viaggi all'estero organizzati dall'Associazione per visitare altre fonderie¹⁹⁴.

98. Oltre alle riunioni associative indicate nella sez. IV.2.1. e agli eventi di cui al paragrafo precedente, la documentazione ispettiva ha rivelato l'esistenza di altri incontri organizzati delle fonderie in ambito associativo. Ci si riferisce, in particolare: ai tavoli di lavoro per settore di destinazione dei getti, "*improntati prevalentemente a tematiche di natura commerciale*"¹⁹⁵, tenuti nel periodo 2008-2014 nel contesto delle riunioni di Assofond Ghisa¹⁹⁶. Tali incontri verranno esaminati con maggior dettaglio nel prosieguo del presente provvedimento (IV.3.2.).

99. L'Associazione si occupa altresì di diffondere sul proprio sito *internet* diverse pubblicazioni e informazioni, alcune delle quali aperte e accessibili a chiunque¹⁹⁷, altre riservate agli utenti registrati¹⁹⁸, altre ancora riservate alle sole fonderie associate¹⁹⁹. Nella parte del sito *internet*

¹⁹¹ Il Direttore Generale dell'Associazione, ad esempio, predispone le tracce che verranno seguite nel corso dei Comitati di Presidenza.

¹⁹² Come si legge sul sito *internet* dell'Associazione (<https://www.assofond.it/web/guest/i-nostri-servizi>), il Centro Studi Assofond è un'unità interna all'Associazione che ha il compito di monitorare l'evoluzione dell'industria di fonderia e dei settori committenti. Il Centro Studi, in particolare, mette a disposizione delle imprese associate un'ampia gamma di informazioni, di analisi e di strumenti per il *business*, come dati statistici sulla congiuntura (produzione industriale, clima di fiducia nel settore, analisi dei principali mercati committenti, quadro europeo e internazionale) e sulla struttura del comparto, sui costi dei fattori produttivi, sui dati di bilancio. Si vedano anche <https://www.assofond.it/struttura-settore> e **DOC. 22, nn. 2, 3, 10, 11, 21-23, 49-55, 57-59**.

¹⁹³ Cfr. **DOC. 299**, "*Convegni*".

¹⁹⁴ **ISP. 81.800**. Si veda anche quanto riferito da VDP nel corso dell'audizione con gli Uffici (**DOC. 270**, par. 20), nonché quanto dichiarato dall'allora Presidente di Assofond nell'intervento introduttivo dell'Assemblea del 2021 (**DOC. 75, n. 2**).

¹⁹⁵ V. **ISP. 41.314**.

¹⁹⁶ V. **ISP. 41.314, ISP. 41.10, ISP. 41.20 e ISP. 41.67**.

¹⁹⁷ Assofond, ad esempio, pubblica mensilmente "*In Fonderia*", un *magazine* in cui vengono trattati svariati argomenti, anche tecnici, di attualità per il settore.

¹⁹⁸ Documenti accessibili solo agli utenti registrati sono la Guida agli Indicatori Assofond (v. *infra*) e il "*Trimestrale Assofond*", in cui vengono commentate le variazioni dei principali aggregati economici delle fonderie, tra cui fatturato, volumi e voci di costo. Si vedano **ISP. 36.115 e DOC. 22, nn. 24-48, 61, 62, 66**.

¹⁹⁹ Così, ad esempio, per quanto riguarda il contenuto delle sezioni "*Convegni*" e "*Competitività e produttività*" del sito Assofond, in cui l'Associazione "*vuole restituire all'utente un quadro informativo sulla performance del settore. Sono resi disponibili molteplici indicatori con dettagli settoriali (fonderie di ghisa, acciaio e metalli non ferrosi). All'interno del rapporto vengono proposte analisi di approfondimento per una valutazione del posizionamento competitivo delle fonderie*

riservata agli utenti registrati, Assofond pubblica annualmente un'analisi dei bilanci delle fonderie in forma aggregata. L'Associazione, tuttavia, invia singolarmente alle fonderie che ne fanno richiesta una comparazione tra gli indici di redditività e solidità finanziaria e patrimoniale della fonderia richiedente e delle altre fonderie concorrenti anche in forma disaggregata²⁰⁰. Alle fonderie associate vengono anche inviate una *newsletter* settimanale²⁰¹ e una rassegna stampa quotidiana²⁰² con rimandi a notizie e articoli specializzati.

100. Tra le attività svolte da Assofond a sostegno delle associate può essere, inoltre, annoverata la predisposizione di modelli di lettere che le fonderie possono adottare nelle negoziazioni con i clienti. In particolare, agli atti risultano: (i) il modello di lettera da inviare ai clienti per la richiesta di adeguamento dei prezzi²⁰³ e, in caso di diniego da parte del cliente, il modello di raccomandata con ricevuta di ritorno con la minaccia di interrompere la fornitura²⁰⁴; (ii) i modelli di lettere da inviare ai clienti per i casi di ritardi nelle consegne²⁰⁵ e di sospensione della produzione²⁰⁶ a seguito dell'inizio della guerra in Ucraina.

101. Infine, dal 2004, uno dei servizi resi da Assofond è rappresentato dalla predisposizione e divulgazione degli "Indicatori Assofond", che permettono di monitorare l'evoluzione dei costi dei principali *input* produttivi impiegati per la realizzazione dei getti prodotti dalle fonderie e forniscono indicazioni circa l'impatto delle variazioni di tali costi sul valore del getto, e dunque sul prezzo finale (v. sez. IV.3.1.). Nel 2021, l'Associazione ha predisposto anche la Guida Assofond, ossia il documento in cui sono illustrati e commentati tutti gli indicatori messi a disposizione delle fonderie²⁰⁷. Gli Indicatori Assofond e la Guida sono pubblicati nella parte del sito riservata agli utenti registrati a partire dal mese di giugno 2020²⁰⁸, per quanto riguarda gli Indicatori, e dalla fine del 2021, per quanto attiene alla Guida (cfr. *infra*).

102. Prima dell'introduzione degli indicatori, gli strumenti messi a disposizione da Assofond a supporto delle fonderie erano le "*tabelle della formazione indicativa*"²⁰⁹. Tali tabelle avevano la finalità, a partire da diverse ipotesi sulla composizione del costo totale, dipendenti dal peso di un determinato getto, di inflazionarne, nel corso del tempo, il prezzo totale e, se necessario, quello di ciascuna delle sue componenti²¹⁰, permettendo di "*misurare la tendenza dei costi, e quindi dei*

italiane e andamento della performance di medio/lungo periodo sulla base dell'evoluzione dell'economia nel suo complesso".

²⁰⁰ ISP. 16.93, ISP. 51.3, ISP. 51.22, ISP. 66.88 e ISP. 46.17.

²⁰¹ ISP. 28.102, ISP. 28.103 e ISP. 28.104.

²⁰² ISP. 56.89, ISP. 28.52.

²⁰³ ISP. 41.310.

²⁰⁴ ISP. 41.311.

²⁰⁵ ISP. 41.246.

²⁰⁶ ISP. 41.247.

²⁰⁷ ISP. 36.88.

²⁰⁸ ISP. 41.299, recante un verbale dell'Assemblea del 19 giugno 2020, in cui viene presentato il nuovo portale dell'Associazione, come strumento di comunicazione con gli associati (sostituendo i metodi precedenti) e di comunicazione verso tutto il mondo esterno. Sul sito di Assofond non vi è infatti evidenza di pubblicazioni relative agli indicatori prima del 2020.

²⁰⁹ DOC 299, file "20211109_Webinar_Guida alla lettura degli indici Assofond", in "Convegni", "2021", h. 00:07:50.

²¹⁰ Come spiegato dalla stessa Assofond, le Tabelle per la formazione indicativa "*Sono degli indici di costo totale perché considerano le componenti della carica metallica in senso stretto (ghise in pani e rottami), i fattori legati ai costi di trasformazione (consumi energetici, ferroleghie e materiali ausiliari) e il costo del lavoro e del denaro*" (ISP. 36.88). A titolo di esempio, una fonderia che produce ghisa sferoidale poteva scegliere tra tre diversi casi di composizione dei costi quello che riteneva più adeguato o più conveniente alla propria realtà e aggiornare il proprio prezzo applicando direttamente l'incremento percentuale riscontrato per l'insieme dei costi fornito dalle tabelle. Le tabelle fornivano altresì l'incremento dei costi distinti per singole voci.

prezzi”²¹¹. Anche a seguito dell’introduzione della nuova classe di indicatori a partire dal 2004, tali tabelle sono state ritenute valide da Assofond e, di conseguenza, aggiornate e rese disponibili sul sito dell’Associazione²¹².

103. In data 14 giugno 2024, Assofond ha comunicato la sospensione, a partire dal 1° luglio 2024 e nelle more della chiusura del procedimento I866, dell’aggiornamento e della pubblicazione degli indicatori (indici TET, IDT, QEMP) e delle Tabelle della formazione indicativa²¹³.

IV.3. Le condotte

104. Nella presente sezione verranno esaminate le evidenze relative alle condotte poste in essere dalle fonderie di ghisa, anche in ambito associativo, volte a limitare la concorrenza all’interno del mercato e a sostenere la richiesta di aumenti dei prezzi ai clienti. Dalla documentazione agli atti emerge che l’obiettivo delle fonderie sia stato quello di garantirsi, anche (e soprattutto) nei periodi in cui la congiuntura economica è stata negativa, una certa stabilità della marginalità reddituale e comunque condizioni diverse da quelle che si sarebbero determinate come conseguenza del normale esplicarsi del gioco concorrenziale. A tal fine, sono stati creati anche gli Indicatori Assofond, ossia strumenti che consentono alle fonderie di aggiornare automaticamente una parte sempre più ampia del prezzo di un getto, compreso (almeno per alcuni tipi di getti) il margine di vendita.

105. Nella presente sezione, in primo luogo (sez. IV.3.1.) saranno esaminate le risultanze istruttorie relative alla nascita degli Indicatori Assofond e alla *ratio* sottostante la loro predisposizione e divulgazione. Tali indicatori infatti, elaborati e progressivamente introdotti a partire dal 2004, costituiscono lo strumento finalizzato all’aggiornamento di una parte sempre più ampia del prezzo di un getto di ghisa (espresso in euro/tonnellata), compreso, almeno per i getti in ghisa sferoidale, il margine di vendita. Si precisa sin d’ora che gli Indicatori Assofond sin dalla loro introduzione sono stati costantemente analizzati in sede associativa e pubblicati mensilmente fino alla sospensione avvenuta il 1° luglio 2024.

106. Nella sezione IV.3.2. verranno descritte le riunioni associative svoltesi durante il periodo 2007-2019 in cui ha avuto luogo un costante dibattito e confronto tra le fonderie su tematiche di rilievo concorrenziale (prezzi di vendita, modalità di aggiornamento dei prezzi di vendita, capacità produttiva, portafoglio ordini) e in merito alle iniziative da assumere al fine di individuare soluzioni comuni o definire un punto di orientamento comune per evitare un’accesa competizione all’interno del settore e la conseguente riduzione del margine sulle vendite. Nel corso di tale periodo sono stati organizzati in ambito associativo anche gruppi di lavoro/tavoli di confronto omogenei tra fonderie produttrici di getti per il medesimo settore di destinazione.

107. Nelle sezz. IV.3.3., IV.3.4. e IV.3.5. verranno descritte le evidenze che attestano l’elevata intensità del coordinamento delle strategie commerciali tra le fonderie nel periodo 2020-2024, volto a fronteggiare i problemi derivanti dall’approvvigionamento delle materie prime e di incremento dei

²¹¹ Alcuni documenti mostrano come le tabelle avessero non solo la finalità di analizzare le tendenze dei costi di produzione (ISP. 41.89), ma anche (e soprattutto) di fornire alle fonderie un elemento utile per richiedere aumenti di prezzo ai clienti. In particolare, in un documento intitolato “*metodologia tabelle Assofond*” l’associazione illustra come queste possano essere implementate dalle fonderie al fine di “*misurare la tendenza dei costi, e quindi dei prezzi*” (ISP. 41.144 e ISP. 41.145). Al fine di applicare correttamente le tabelle, secondo l’associazione, “*è necessario scomporre il costo di produzione del getto e applicare alle relative incidenze le variazioni intervenute nelle quotazioni dei diversi fattori produttivi. Per agevolare questo compito, Assofond ha formulato una serie di ipotesi elaborando i relativi indici*” (ISP. 41.144 e ISP. 41.145.).

²¹² L’applicazione delle tabelle per l’aggiornamento dei prezzi viene suggerito da Assofond anche in una presentazione del 31 marzo 2006 come alternativa all’impiego dei nuovi indicatori per l’inflazionamento dei prezzi (ISP. 41.78. Si vedano anche ISP. 41.94 e ISP. 41.6, di contenuto analogo).

²¹³ DOC. 159.

costi delle materie prime e dell'energia determinati dalla Pandemia di Covid-19 e dalla guerra in Ucraina.

IV.3.1. La genesi, la ratio e il consolidamento degli indicatori Assofond

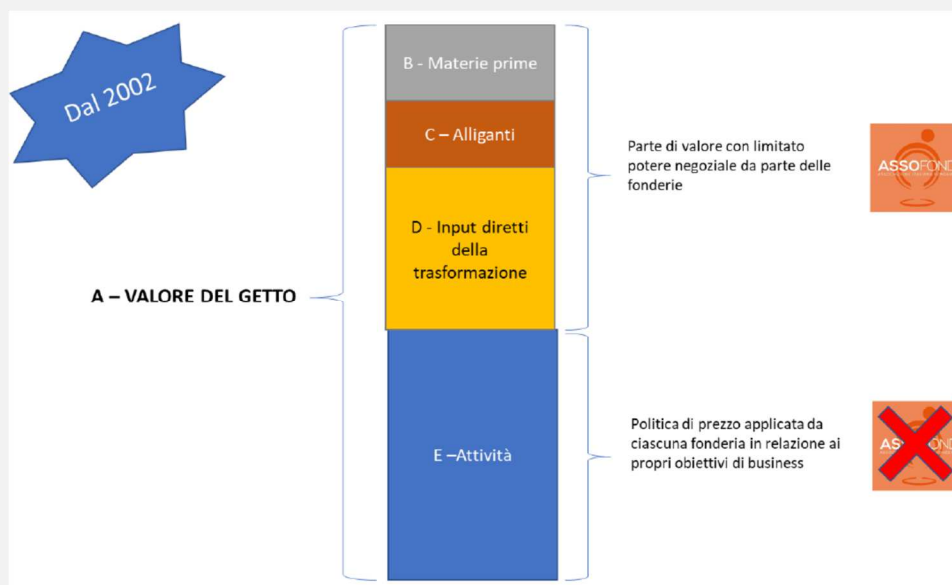
108. Nel presente paragrafo verranno esaminate le evidenze da cui emergono le motivazioni che hanno spinto Assofond a introdurre progressivamente, a partire dal 2004, una nuova classe di indicatori, quale evoluzione delle Tabelle della Formazione Indicativa (cfr. par. 102). Gli Indicatori Assofond costituiscono lo strumento fornito alle fonderie associate per l'aggiornamento di una parte sempre più ampia del prezzo di un getto di ghisa (espresso in euro/tonnellata), compreso, almeno per i getti in ghisa sferoidale, il margine di vendita. Per una panoramica degli indicatori Assofond si rinvia al Box n.1, mentre la genesi e la descrizione dettagliata di ciascuno di essi viene fornita nel prosieguo della presente sezione.

Box n. 1 Gli indicatori Assofond

Gli indicatori Assofond sono sia valori aggregati in euro/tonnellata sia numeri indice che forniscono indicazioni sulla percentuale o sull'importo euro/tonnellata di variazione delle diverse componenti del prezzo di un getto di ghisa.

Per definire tali indicatori, Assofond ha assunto che il Valore del Getto (A), ossia il prezzo, potesse essere scomposto in quattro componenti principali, ossia Materie prime (B), Alliganti (C), Input diretti della trasformazione (D) e Attività (E), come mostrato nella Figura B1, elaborata dall'Associazione:

Figura B1 - "Composizione valore del getto". Fonte: ISP. 36.88 (Guida alla Lettura).



In dettaglio, gli strumenti messi a disposizione da Assofond per ognuna delle componenti principali di costo B, C e D, e per la componente E sono²¹⁴:

- gli indicatori: "strumenti statistici ideati per fornire una misura oggettiva delle variazioni nel tempo delle quotazioni di un insieme di input produttivi considerati rappresentativi della complessità di componenti che concorrono alla realizzazione di un getto";
- i price book: "strumenti di analisi con periodicità settimanale, quindicinale o mensile che documentano l'andamento dei prezzi delle più importanti commodity metalliche ed energetiche (tratti da fonti ufficiali di riferimento per i mercati nazionali ed internazionali), al fine di offrire all'utente informazioni e dati aggiuntivi per cogliere le fasi dei cicli al rialzo e ribasso delle quotazioni"; e
- gli indici di composizione del costo: "tabelle di composizione del costo in termini percentuali del valore, calcolate per una molteplicità di casi considerati rappresentativi delle diverse tipologie di getti ferrosi".

Gli indicatori disponibili per ciascuna delle componenti sono i seguenti:

- Quota Extra Materia Prima ("QEMP") utilizzato per la componente "B - Materie prime"
- Input Diretti della Trasformazione ("IDT") utilizzato per la componente "D - Input Diretti della Trasformazione" ("IDT")
- Trasformazione euro-tonnellata ("TET") relativo alle componenti D ed "E - Attività"²¹⁵

Sono poi disponibili price book per le componenti B, "C - Alliganti" (Extra di lega, Ferroleghie)²¹⁶, e D - (Coke, Energia elettrica, Metano) e le Tabelle della Formazione Indicativa per tutte le componenti B, C, D ed E.

Una rappresentazione grafica della composizione degli indicatori è riportata nella Figura B2:

Figura B2 - Indici, Price Book, ed Indici di composizione del costo. Fonte: ISP. 36.88.

²¹⁴ ISP. 36.88, p. 4.

Ghisa			
Componenti	Indici	Price book	Indici composizione di costo
B - MATERIE PRIME	QEMP - Quota Extra Materia Prima: ▪ getti ghisa grigia ▪ getti ghisa sferoidale	Metalli ferrosi	
C - ALLIGANTI		Extra di lega Ferroleghie	
D - INPUT DIRETTI DELLA TRASFORMAZIONE	IDT - Input Diretti della Trasformazione: ▪ getti ghisa sferoidale forno elettrico ▪ getti ghisa sferoidale forno cubilotto	Coke Energia elettrica Metano	
E - ATTIVITA'	ND		
A - VALORE DEL GETTO			Composizione % del costo di produzione: ▪ getti ghisa grigia ▪ getti ghisa sferoidale

a. *La Quota Extra Materia Prima*

109. A seguito del processo inflazionistico iniziato alla fine del 2001 che ha interessato la maggior parte dei fattori produttivi (e in particolare le materie prime), nel biennio 2001-2003, in ambito associativo vengono discusse le difficoltà sempre maggiori riscontrate dalle fonderie nelle richieste di aumento dei prezzi di vendita e le possibili iniziative da intraprendere al fine di salvaguardare la redditività del settore²¹⁷. Nel 2004, al fine di risolvere tali problemi, le fonderie, in ambito associativo, decidono di introdurre l'indicatore denominato "*Quota extra Materia Prima*" (QEMP).

110. Le prime evidenze dell'introduzione della nuova classe di indicatori²¹⁸ risalgono, infatti, a un'assemblea straordinaria di Fonderie di Metalli Ferrosi tenutasi il 5 febbraio 2004, in cui le

²¹⁵ Si noti che, nonostante nella figura B1 sia indicato che l'Associazione non fornisce indicazioni per la componente E, come si può osservare, viene invece elaborato anche un indicatore relativo a tale componente del prezzo.

²¹⁶ Gli Alliganti sono elementi metallici (cromo, cobalto, ferro-molibdeno, nichel e rame) e/o ferroleghie (ferro-cromo, ferro-manganese, ferro-silicio, ferro-molibdeno e ferro-vanadio) che possono essere utilizzati nel processo di produzione dei getti di ghisa grigia e sferoidale. In particolare, Assofond fornisce mensilmente due *Price Book*, uno per gli extra di lega, e l'altro per le ferroleghie, nei quali viene indicata la quotazione media di questi materiali in €/tonnellata, rendendo quindi possibile per le fonderie un aggiornamento dei prezzi di listino dei getti di ghisa per la relativa componente. Le principali fonti utilizzate da Assofond per l'elaborazione dei *Price Book degli Alliganti* sono il London Metal Exchange (<https://www.lme.com/>) e Fastmarkets (<https://www.fastmarkets.com/>).

²¹⁷ ISP. 41.98, ISP. 41.110, ISP. 41.52, ISP. 41.50 e ISP. 41.46.

²¹⁸ Secondo quanto si legge nella Guida diffusa nel 2021, a seguito di un elevato livello di inflazionamento dei costi relativi al processo di fonderia, registrato a partire dal 2002 e causato principalmente dalla crescita dei prezzi delle materie prime metalliche e di quelle energetiche a livello mondiale (ed al di fuori, quindi, del controllo delle fonderie), Assofond ha deciso di modificare il proprio approccio ed ha iniziato a pubblicare una nuova classe di indici che costituivano un'evoluzione delle "tabelle Assofond" (ISP. 36.88).

fonderie²¹⁹ hanno deciso di introdurre il QEMP al fine di “sterilizzare i listini di vendita rispetto alla componente del costo delle materie prime ferrose”, come si legge nel comunicato stampa di Assofond²²⁰. Nello stesso comunicato l’Associazione illustra, inoltre, le modalità di implementazione del QEMP: “le Fonderie addebiteranno o accrediteranno trimestralmente ai propri clienti un “extra prezzo” per materie prime ferrose, calcolato moltiplicando le tonnellate consegnate nel trimestre per la differenza tra la media dei valori delle voci sopra indicate nel trimestre stesso e il corrispondente valore assunto nel trimestre di riferimento per il listino che ciascuna Fonderia ha applicato”²²¹.

111. L’intenzione di creare uno strumento che le fonderie potessero utilizzare per ribaltare interamente e in maniera uniforme le variazioni dei costi delle materie prime sui prezzi praticati ai clienti emerge chiaramente dalla documentazione istruttoria.

112. Così, nella minuta di comunicazione predisposta da Assofond per l’invio alle associate, intitolata “aggiornamento prezzi”, è indicato che le fonderie hanno “deciso di non modificare i prezzi di vendita, considerato le difficoltà dei committenti a reggere la concorrenza internazionale, ma di applicare una maggiorazione, denominata extra materia prima”²²².

113. In due presentazioni *Power Point*²²³ preparate per l’assemblea del 5 febbraio 2004 sono contenute diverse *slide* con il titolo “Revisione Prezzi di vendita”, in cui Assofond consiglia di variare i prezzi di listino aggiungendo una quota extra rappresentativa degli aumenti delle materie prime. In particolare, l’azione di rivedere i prezzi di vendita viene ritenuta “Immediat[a]. Non vi sono alternative al ricupero dei maggiori costi di produzione. Assofond consiglia di utilizzare gli indici della formazione indicativa che evidenziano gli aumenti dei costi per le varie tipologie di getto. Oppure, si consiglia di aggiungere ai prezzi di vendita una quota extra rappresentativa degli aumenti delle materie prime. Questo metodo eviterebbe le operazioni di revisione dei prezzi, che risultano spesso lunghe e dispendiose”²²⁴.

114. Nelle *slide* successive sono quindi illustrate le quotazioni impiegate per comporre i panieri del QEMP, le relative fonti e i pesi percentuali applicati per ottenere i diversi panieri (“Quotazioni materie prime: CCIAA, media mensile delle rilevazioni”) e le modalità di applicazione consigliate (“Applicazione: variazione del più o meno 10% della quota extra materie prime. Periodo di riferimento: dalla data ordine o ultima variazione prezzi a due mesi prima della consegna”).

115. In un’ulteriore presentazione relativa al medesimo 5 febbraio 2004²²⁵, viene suggerito alle fonderie, per la revisione dei prezzi di vendita, di “[u]sare contrattualmente un indice materie prime per fonderia, ad esempio la media aritmetica del prezzo della ghisa in pani per sferoidale voce 320 ed del prezzo del rottame acciaio pacchi per fonderia”²²⁶, ossia il QEMP²²⁷.

²¹⁹ Tra le parti del procedimento hanno partecipato Ariotti, De Riccardis, Pilenga, Zanardi e ZML (ISP. 41.86).

²²⁰ ISP. 41.83.

²²¹ ISP. 41.83.

²²² ISP. 41.81. Nello stesso documento viene specificato che l’applicazione della maggiorazione sarebbe stata sospesa o restituita ai clienti “non appena le materie prime saranno ritornate ai valori antecedenti l’attuale momento”. Circostanza che, tuttavia, non ha mai avuto luogo.

²²³ ISP. 41.84, ISP. 41.87, enfasi in originale.

²²⁴ ISP. 41.87, enfasi in originale.

²²⁵ Tenuta da [Fr.Z.] (Zanardi).

²²⁶ ISP. 41.88.

²²⁷ Si veda ISP. 41.82, un foglio Excel denominato “formula aggiornamenti prezzi” in cui viene dettagliato l’algoritmo di calcolo dell’indicatore.

116. Il tema del *“Recupero dei maggiori costi delle materie prime”* e delle iniziative comuni da assumere per ottenere aumenti dei prezzi è oggetto anche dell’incontro delle Fonderie produttrici di getti per l’industria dei mezzi di trasporto del 31 marzo 2004²²⁸. Nel resoconto della riunione viene riportato che durante l’incontro sono state esaminate *“le possibili azioni da intraprendere per ottenere gli aumenti [e] eventuali annullamenti di contratti di fornitura dei getti senza incorrere nelle sanzioni minacciate dai Committenti”*, ed è stato consigliato alle fonderie di contestare le comunicazioni dei clienti volte a non riconoscere gli aumenti richiesti, fornendo a tal fine dei modelli di lettera²²⁹. Nel corso della riunione si è parlato, inoltre, *“dell’esigenza di far riconoscere ufficialmente a livello nazionale ed europeo il sistema di aggiornamento prezzi di vendita legato all’andamento delle materie prime di recente elaborazione “quota extra materia prima””*²³⁰.

117. Il suggerimento di utilizzare il QEMP viene reiterato nella bozza di una circolare relativa all’incontro delle fonderie di metalli ferrosi del 15 luglio 2004 (a cui hanno partecipato Ariotti, De Riccardis, FMG, Glisenti, Pilenga, E.F. Group (già Torbole), VDP, Zanardi e Zardo²³¹), dove si afferma che: *“per cercare di salvaguardare gli equilibri finanziari delle imprese, Assofond ha introdotto e consigliato alle proprie associate di utilizzare l’extra materia prima, il cui valore è costantemente aggiornato e disponibile nella home page del sito www.assofond.it”*²³². Anche nel resoconto del medesimo incontro emerge che il confronto tra fonderie ha riguardato le problematiche connesse alle materie prime e l’esame delle *“strategie d’intervento da attuare per evitare che un ulteriore assottigliamento dei margini di profitto decreti l’uscita dal mercato di altre aziende del settore”*²³³.

118. Le evidenze agli atti mostrano come, a partire dal 5 febbraio 2004, l’andamento del QEMP sia stato costantemente analizzato in sede associativa nel corso delle numerose riunioni citate nella presente sezione (IV.3.1.). A partire dall’introduzione del QEMP, infatti, Assofond ha intrapreso una decisa attività di divulgazione degli indicatori rivolta alle fonderie associate²³⁴ e ha fornito in più occasioni indicazioni dettagliate su come utilizzare il QEMP per adeguare il prezzo dei getti di ghisa, seguendo le variazioni in euro/tonnellata di tale indice²³⁵.

²²⁸ Nella convocazione della riunione, si legge: *“Alcune Fonderie ci segnalano, oltre, alle difficoltà ad ottenere aumenti dei prezzi per compensare i forti rincari delle materie prime, la rigidità di taluni Committenti sulla tempistica e sulle quantità delle consegne, minacciando di applicare sanzioni in caso di mancato rispetto dei termini pattuiti. Per esaminare queste situazioni, abbiamo indetto un incontro”* (ISP. 41.101). A tale riunione hanno partecipato De Riccardis, FMG, Glisenti, LT, Pilenga, VDP e Zanardi (ISP. 41.101.)

²²⁹ ISP. 41.96.

²³⁰ ISP. 41.96.

²³¹ ISP. 41.36.

²³² ISP. 41.35.

²³³ ISP. 41.38.

²³⁴ L’aggiornamento degli *“Indici materie prime Assofond”*, ossia del QEMP, è ad esempio inserito nell’ordine del giorno delle riunioni della Giunta Assofond del 7 febbraio 2018 (a cui hanno partecipato Ariotti, Corrà, Glisenti, E.F. Group (all’epoca Torbole), VDP, Zanardi e ZML, cfr. file *“ELENCO ADESIONI – GIUNTA 7 febbraio”* in DOC. 291), 16 maggio 2018 (a cui hanno partecipato Ariotti, E.F. Group (all’epoca Torbole), VDP e Zanardi, cfr. file *“ELENCO ADESIONI – GIUNTA 16 maggio”* in DOC. 291) e 12 settembre 2018 (a cui hanno partecipato Ariotti, E.F. Group (all’epoca Torbole), VDP e Zanardi, cfr. file *“ELENCO ADESIONI – GIUNTA 12 settembre”* in DOC. 291) e del 6 febbraio 2019 (a cui hanno partecipato Ariotti, Corrà, Glisenti, E.F. Group (all’epoca Torbole), VDP e Zanardi, cfr. file *“ELENCO ADESIONI – GIUNTA 6 febbraio”* in DOC. 291). Si noti come, in tale occasione, l’Associazione specifichi di aver previsto un ordine del giorno *“volutamente ristretto a vantaggio di più spazio per confronto”* (DOC. 291, file *“Convocazione”* nella cartella *“2019.02.06”*).

²³⁵ Cfr., ad esempio, ISP. 41.21 che reca una presentazione tenuta durante la riunione di Assofond Ghisa del 12 dicembre 2014, l’Associazione chiarisce nuovamente alle fonderie le modalità di applicazione pratica del QEMP nella revisione dei prezzi di vendita in sede di negoziazione con i clienti: *“[I]nflazionamento legato alla materia prima principale (ghise e rottame) si applica in modo additivo rispetto al costo del prodotto in €/tonnellata. Ciò induce ad operare una più corretta comparazione tra il delta del valore mensile di ciascun indicatore rispetto al periodo assunto come base (giugno 2003) che*

119. Le evidenze agli atti suggeriscono che l'incidenza del costo della materia prima metallica sul prezzo finale di vendita sia *“orientativamente valutabil[e] nell'intorno del 30% del prezzo finale di vendita del prodotto”*²³⁶.

poniamo pari a zero”. Si vedano anche **ISP. 41.22** e **ISP. 41.23**. I partecipanti all'incontro del 12 dicembre 2014 sono: C2MAC, Ariotti, Corrà, LT, Zanardi, Zardo e ZML (**ISP. 41.20**).

²³⁶ Così in una presentazione reperita presso Assofond (**ISP. 41.323**). Durante le audizioni con gli uffici, Corrà ha affermato che tale componente *“rappresenta solo il 25% del prezzo finale”* (**DOC. 260**), mentre per C2MAC la materia prima *“costituisce il 50-60% del prezzo di vendita”* (**DOC. 258**, par. 13).

Box n. 2

Quota extra materia prima (QEMP)

Il QEMP rappresenta l'indicatore sintetico - espresso in euro/tonnellata - che Assofond fornisce per la valorizzazione della componente del prezzo del getto relativa alle materie prime (componente "B - MATERIE PRIME"). Queste ultime costituiscono la cosiddetta "carica metallica", ossia ghisa in pani (per ghisa grigia o sferoidale), pacchi di lamierino e, per le sole società che utilizzano forno cubilotto, il coke.

Al fine di ottenere tale indicatore, pubblicato mensilmente, Assofond muove dalle quotazioni dei metalli ferrosi effettuate dalla Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi²³⁷, calcolandone una media ponderata e applicando dei pesi percentuali assunti convenzionalmente²³⁸. In particolare, Assofond assume i seguenti pesi per le fonderie che utilizzano il forno elettrico:

- Ghisa grigia: 50% da ghisa in pani ematite e 50% pacchi di lamierino di profondo stampaggio 30×30 per fonderia;
- Ghisa sferoidale: 50% da ghisa in pani per sferoidale e 50% pacchi di lamierino di profondo stampaggio 30×30 per fonderia.

Nel caso in cui la fonderia utilizzi il forno cubilotto, Assofond aggiunge al valore del QEMP per i getti di ghisa grigia il 20% del prezzo rilevato nello stesso periodo per una tonnellata di coke.

La QEMP può essere corretta per tenere conto della cosiddetta "perdita di fusione", ovvero la percentuale di materia prima, assunta da Assofond pari al 10% per tonnellata di getto, che viene persa nel processo di colatura del metallo negli stampi.

La seguente Figura B3 riporta il QEMP per i diversi tipi di getto per alcuni mesi del 2023 da cui emerge il modo in cui quest'ultimo viene calcolato²³⁹.

Figura B3 - Quota Extra Materia Prima. Fonte: ISP. 36.88

		Pacchi di lamierino 30X30	Ghisa in pani per sferoidale	Getti di ghisa sferoidale	Ghisa in pani ematite	Getti di ghisa grigia
gennaio-23	Rigo (7)	475,71	719,52	597,61	681,15	578,43
	Rigo (8)	494,00	760,00	627,00	700,00	597,00
febbraio-23	Rigo (7)	485,86	682,96	584,41	649,86	567,86
	Rigo (8)	499,00	727,00	613,00	678,00	588,50
marzo-23	Rigo (7)	505,44	669,18	587,31	641,27	573,35
	Rigo (8)	521,00	713,00	617,00	662,00	591,50
aprile-23	Rigo (7)	505,90	663,60	584,75	639,20	572,55
	Rigo (8)	522,00	700,00	611,00	661,00	591,50
maggio-23	Rigo (7)	474,94	650,06	562,50	624,77	549,85
	Rigo (8)	492,00	690,00	591,00	648,00	570,00
giugno-23	Rigo (7)	456,37	626,00	541,18	600,75	528,56
	Rigo (8)	471,00	667,00	569,00	623,00	547,00
luglio-23	Rigo (7)	451,90	595,27	523,59	577,03	514,47
	Rigo (8)	465,00	634,00	549,50	604,00	534,50
agosto-23	Rigo (7)	439,00	555,50	497,25	535,00	487,00
	Rigo (8)					
settembre-23	Rigo (7)		
	Rigo (8)	451,00	588,00	519,50	564,00	507,50

²³⁷ Assofond partecipa alla Commissione Prezzi della Camera di Commercio in rappresentanza delle Fonderie di Metalli Ferrosi associate. A tal fine l'ufficio studi di Assofond, in prossimità delle riunioni della Commissione Prezzi, invia dei questionari alle associate finalizzati a collezionare i prezzi di acquisto delle materie prime e le relative quantità specificando di volta in volta l'intervallo della rilevazione. Dal campione raccolto Assofond procede alla definizione di un

120. Il QEMP viene utilizzato da tutte le fonderie parti del procedimento seguendo le modalità indicate dall'Associazione, ossia rapportando la variazione dell'indicatore in euro/tonnellata al peso in kg del getto, ottenendo quindi la variazione della componente materie prime del prezzo di ogni singola fusione²⁴⁰, tanto che nel 2021 si parla di revisione automatica dei prezzi di vendita per la parte materie prime in uso da molti anni e ormai consolidata²⁴¹. Risulta, inoltre, che il QEMP sia utilizzato dalla generalità delle fonderie italiane²⁴².

121. Con riferimento a tale indicatore si rappresenta inoltre che le evidenze agli atti mostrano come, almeno dal maggio 2020²⁴³, Assofond abbia predisposto e inviato ad alcune fonderie associate²⁴⁴, dapprima via *email*²⁴⁵ e successivamente tramite condivisione *cloud*²⁴⁶, una comparazione “confidenziale” del QEMP con i principali indicatori europei utilizzati per l'inflazionamento della componente materia prima, ossia gli indici CAEF (europeo), BDGuss (tedesco) e FEAF (spagnolo)²⁴⁷. Dall'analisi delle serie storiche in euro/tonnellata appare con evidenza che, al netto di limitati periodi in cui i due indicatori hanno valori comparabili, il QEMP è costantemente superiore all'indice CAEF; nonché come il QEMP per getti in ghisa sferoidale sia sempre più alto dell'indice BDGuss (v. Figure 2 e 3, in cui il QEMP per getti in ghisa grigia e sferoidale sono indicati rispettivamente come “Grey Cast Iron Index” e “Ductile Cast Iron Index”)²⁴⁸.

prezzo medio ponderato, di una quotazione minima e massima che vengono confrontati con i dati medi della rilevazione precedente per poi arrivare al computo delle variazioni euro/tonnellata da proporre in Commissione. V. **DOC. 22, n. 68 e ISP. 36.112.**

²³⁸ **ISP. 36.88.**

²³⁹ Il “Rigo (7)” e il “Rigo (8)” rappresentano rispettivamente il prezzo medio mensile e la tendenza di valore massimo rilevati dalla CCIAA di Milano. Negli esempi di possibili prassi applicative del QEMP forniti da Assofond alle associate si indica di fare riferimento al “Rigo (7)” (tra gli altri, **ISP. 36.88**).

²⁴⁰ Ariotti (**DOC. 273**, par. 25-26; **ISP. 61.121, ISP. 61.122, ISP. 61.123, ISP. 61.116**); C2MAC (**DOC. 258**, par. 20, **ISP. 24.2021**); Corrà (**DOC. 260**, par. 45, **ISP. 4.28, ISP. 4.244**); FMG e Camozzi Group (**DOC. 256**, par. 24, **ISP. 28.156, ISP. 28.392**); Cividale e ZML (**DOC. 274**, par. 33, **ISP. 66.143, ISP. 66.296**); De Riccardis (**DOC. 264**, par. 32, **ISP. 8.5**); E.F. Group/Pilenga (**DOC. 261**, par. 4, **ISP. 20.29**); Glisenti e LT (**DOC. 246**, par. 4, **ISP. 12.113**); Ironcastings (**DOC. 277**, par. 22, **ISP. 46.75**); VDP (**DOC. 270**, par. 24; **ISP. 81.555, ISP. 81.43**); Zanardi (**DOC. 244**, par. 16); Zardo (**DOC. 268**, par. 29, **ISP. 56.83, ISP. 56.79**).

²⁴¹ **ISP. 41.238, ISP. 41.239.**

²⁴² **DOC. 348**, par. 28.

²⁴³ **ISP. 81.831.**

²⁴⁴ Tra queste Ariotti (**ISP. 61.5, ISP. 61.39-ISP. 61.42**); E.F. Group (**ISP. 72.20, ISP. 72.21, ISP. 72.25, ISP. 72.28, ISP. 72.29**); VDP (**ISP. 81.10, ISP. 81.13, ISP. 81.831-ISP. 81.848, ISP. 81.867**); Glisenti (**ISP. 12.75**); C2MAC (**ISP. 24.2194-ISP. 24.2198**). Si veda anche **ISP. 36.23**.

²⁴⁵ Nelle *email* agli atti viene sempre specificato: “che i dati sono forniti in via riservata ed esclusivamente per elaborazioni interne. I dati relativi agli indici riportati nel documento, sono da ritenersi tutti NON pubblicabili e NON divulgabili”. Cfr. a titolo esemplificativo **ISP. 71.20**.

²⁴⁶ **ISP. 36.18 e ISP. 36.66.**

²⁴⁷ Cfr., ad esempio, **ISP. 71.20**. In particolare Assofond compara, sia utilizzando valori in euro/tonnellata che numeri indice, l'andamento: (i) del QEMP per entrambi i tipi di getto con quello dell'indice CAEF, (ii) del QEMP per i getti in ghisa sferoidale con quello degli indici BDGuss e CAEF, e, solo utilizzando numeri indice, (iii) del QEMP per getti in ghisa sferoidale con quello del CAEF e degli indici FEAF per rottame e ghisa (anche aggregati in un paniere analogo al QEMP). Infatti, l'associazione delle fonderie spagnola non pubblica un indicatore composto (**ISP. 71.20**).

²⁴⁸ Si veda **ISP. 81.848**.

Figura 2, Comparazione CAEF Index e QEMP per ghisa grigia e sferoidale (valori in euro/tonnellata)

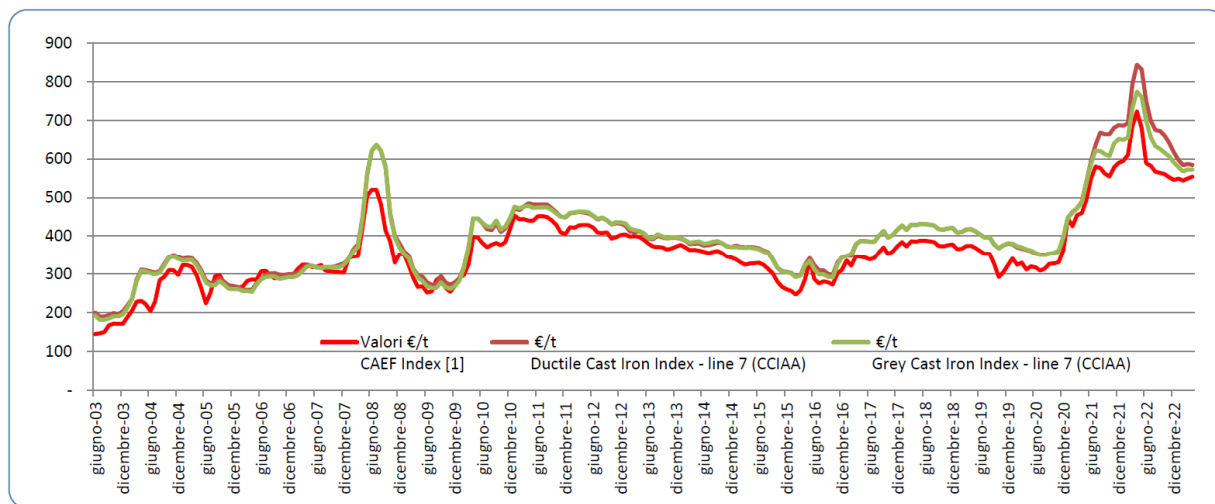
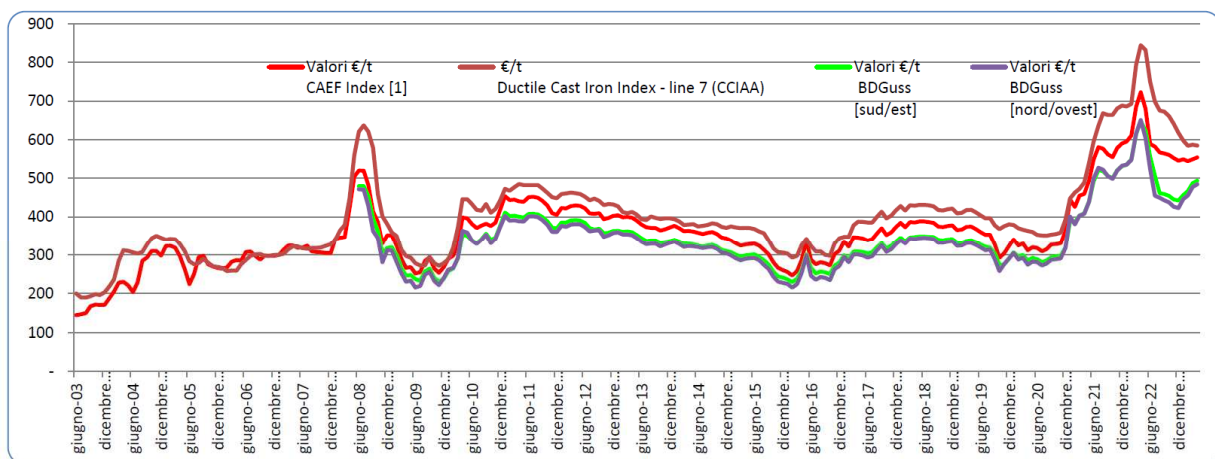


Figura 3, Comparazione CAEF Index, QEMP per ghisa sferoidale e BDGuss (valori in euro/tonnellata)



b. *Input Diretti della Trasformazione (IDT)*

122. L'indicatore Input Diretti della Trasformazione – IDT misura la variazione nel tempo del costo relativo agli input diretti della trasformazione (ossia materie prime diverse, input energetici e materiali ausiliari) di un getto in ghisa sferoidale, calcolato sulla base di un'ipotesi circa il peso relativo di ciascuna componente dell'indice sui costi della trasformazione.

123. Tale indicatore appare per la prima volta in un documento associativo del 28 novembre 2005, avente “lo scopo di determinare la variazione del costo del prodotto getto di fonderia”²⁴⁹. Nello stesso documento vengono fornite anche indicazioni su come utilizzare gli indicatori Assofond (QEMP e IDT) per determinare la variazione complessiva del prezzo di vendita del getto, compreso

²⁴⁹ ISP. 41.74. Viene illustrato il paniere utilizzato per calcolarlo e mostrato un grafico che ne descrive l'andamento a partire dal 2004.

il valore della trasformazione (incluso il costo del lavoro e l'EBITDA), in caso di diverse ipotesi di efficientamento (consistente nella riduzione del costo del lavoro) tra due periodi²⁵⁰.

124. In una presentazione relativa a un incontro di Fonderie di Metalli Ferrosi del 31 marzo 2006²⁵¹, dall'eloquente titolo "*Revisione prezzi di Vendita*", l'associazione spiega come il QEMP e, per la prima volta, l'indicatore "*Costo di trasformazione*" possano essere utilizzati per aggiornare il "*prezzo di vendita*" al variare delle due componenti del costo totale del getto (materia prima e input diretti della trasformazione)²⁵². Assofond fornisce quindi, a titolo di esempio, una serie di tabelle che, in maniera analoga al documento del 28 novembre 2005²⁵³, illustrano come operare l'indicizzazione dell'intero valore del getto in euro/tonnellata.

125. Ancora, in una nota relativa a un incontro di Fonderie di Metalli Ferrosi del 7 marzo 2007 l'associazione rimanda alle riunioni dei singoli comparti la trattazione delle criticità e gli "*approcci metodologici suggeriti da Assofond nei meccanismi di aggiornamento dei prezzi di vendita*"²⁵⁴, anche se durante l'incontro tali approcci metodologici vengono illustrati in dettaglio in una presentazione (analoga a quella del 31 marzo 2006)²⁵⁵.

126. Presentazioni simili, nelle quali l'associazione illustra come variare il valore totale del getto, utilizzando il paniere QEMP per le materie prime ferrose e sulla base di diverse ipotesi di composizione percentuale dei costi di trasformazione, sono state rinvenute in relazione a riunioni successive di Assofond Ghisa.

127. Durante la riunione di Assofond Ghisa del 30 ottobre 2007 sono state proiettate due presentazioni *Power Point*; nella prima di esse²⁵⁶ vengono mostrate le risposte di un campione di fonderie intervistate a due domande, una riguardante gli aumenti di prezzo ottenuti dai clienti nel corso del 2007 in relazione alla sola componente "*costi di trasformazione*"²⁵⁷ e l'altra su quelli richiesti (dal 1° settembre al 30 ottobre 2007)²⁵⁸ ai clienti. Dall'indagine condotta emerge inoltre come l'aumento dei prezzi ottenuto nel 2007 dalle fonderie intervistate sia stato pari, in media, al 5%. Nella seconda presentazione²⁵⁹ viene comparato l'EBITDA – realizzato nel 2006 e atteso per

²⁵⁰ **ISP. 41.74.** Nel documento, Assofond illustra la struttura convenzionale del costo del getto – scomponibile, secondo l'associazione, in "*Ghisa e ferro*" e "*Valore della trasformazione*" (quest'ultimo assunto pari a 1.000 nel 2002 e formato a sua volta da input diretti della trasformazione per il 45,45% e costo del lavoro ed EBITDA per il 54,55%) e presenta gli indicatori disponibili per queste due voci di costo, ovvero QEMP e IDT.

²⁵¹ A tale riunione hanno preso parte Corrà, De Riccardis, Glisenti, Pilenga, VDP, Zanardi e ZML (**ISP. 41.73**).

²⁵² **ISP. 41.78.** Si vedano anche **ISP. 41.94** e **ISP. 41.6**, di contenuto analogo.

²⁵³ **ISP. 41.74.** Nella presentazione del 31 marzo 2006 (**ISP. 41.78**) si ipotizza un valore della trasformazione a 1.010 €/tonnellata nel 2002.

²⁵⁴ **ISP. 41.93.**

²⁵⁵ **ISP. 41.94.**

²⁵⁶ **ISP. 41.72.**

²⁵⁷ In particolare, il sondaggio chiede: "*Riguardo i prezzi di vendita, ha ottenuto degli aumenti relativamente alla componente "costi di trasformazione" (escludendo quindi la carica metallica) nel corso del 2007?*". A tale domanda, il 24% delle fonderie intervistate risponde negativamente, il 46% di aver ottenuto aumenti solo nel primo semestre, il 24% solo nel secondo e il 6% in entrambi i semestri.

²⁵⁸ A tal riguardo, l'Associazione domanda: "*Dal 1 settembre 2007 ad oggi ha avanzato richieste di aumento prezzi?*". Il 71% delle fonderie intervistate risponde positivamente. Di tali fonderie, l'8% ha dichiarato di aver riscontrato una disponibilità del cliente a riconoscere un aumento parziale dei prezzi, il 75% una disponibilità parziale e il 17% un'indisponibilità.

²⁵⁹ **ISP. 41.71.** In tale presentazione, ad esempio, si illustra come operare l'inflazionamento del valore totale di una tonnellata di getto assumendo nel 2002, come negli esempi precedenti un valore della trasformazione pari complessivamente a 1.000 e, alternativamente, una composizione percentuale per input diretti della trasformazione e attività pari a 20-80% e 40-60%. Un esercizio simile è svolto inoltre in due *Power Point*, relativi alla riunione di Assofond Ghisa del 12 dicembre 2008 e dell'11 maggio 2009, in cui si assume una composizione percentuale pari rispettivamente a 50-50% e 30-70% (**ISP. 41.12** e **ISP. 41.95**), e a 40-60% (**ISP. 41.9**).

il 2008 – delle fonderie italiane attive, da un lato, in settori orientati al volume (come l’automotive) e, dall’altro, in settori “*con specializzazione*”²⁶⁰. Vengono inoltre analizzati “*alcuni casi tipici*” di evoluzione, tra il 2002 e il 2006, dell’aggregato EBITDA/vendite in questi due tipi di settori a seconda della variazione di volumi e costi unitari di produzione.

128. Una chiara indicazione su come adeguare i prezzi di vendita applicando gli indicatori Assofond è presente anche in una presentazione tenutasi nel corso della riunione di Assofond Ghisa dell’11 maggio 2009²⁶¹. In tale documento si legge: “[n]el 2007 i nostri conti economici sono stati soddisfacenti. Oggi i costi sono circa uguali a quelli del 2007. Quindi, riportiamo i nostri prezzi al 2007, base indici Assofond media 2007”²⁶². Nella stessa presentazione, inoltre, Assofond mostra come impostare la variazione dei prezzi di listino in euro/tonnellata al fine di mantenere, a seguito dell’aumento del QEMP e a seconda di diverse assunzioni sulla quantità prodotta, la stessa redditività – espressa in termini di EBITDA su fatturato e pari al 10% – in diverse annualità²⁶³.

129. In una nota del 21 ottobre 2010 si afferma che “*la posizione di Assofond non può che essere quella di raccomandare un corretto allineamento dei prezzi di vendita all’andamento inflattivo degli input, così come obiettivamente rilevato dalle fonti utilizzate da [Assofond] nei propri sistematici aggiornamenti*”²⁶⁴. Ciò in quanto, in ipotesi di *dual sourcing*, se solo uno di due ipotetici fornitori adotta un sistema di indicizzazione dei prezzi, il cliente potrebbe approvvigionarsi dal fornitore senza indicizzazione nelle fasi di crescita di tali quotazioni e da quello con indicizzazione in quelle di discesa delle stesse, con conseguente svantaggio economico per entrambe le fonderie²⁶⁵.

130. Durante la riunione di Assofond Ghisa del 23 febbraio 2012, inoltre, Assofond ha annunciato la modifica, a partire dal gennaio 2012, dell’algoritmo di calcolo del sottoindice dell’IDT dedicato all’energia elettrica, “*per rendere l’indice Energia, e conseguentemente gli IDT (Input Diretti della Trasformazione) in cui lo stesso confluisce, più puntuali rispetto al mercato*”²⁶⁶.

²⁶⁰ L’EBITDA nei settori orientati al volume passa dal 10% del 2006 al 7% atteso del 2008, mentre quello nei settori con specializzazione dal 14% all’11%.

²⁶¹ A tale riunione hanno partecipato Corrà, De Riccardis, Glisenti, LT, Pilenga, EF Group (all’epoca Torbole), VDP, Zanardi, Zardo (ISP. 41.11).

²⁶² ISP. 41.9.

²⁶³ ISP. 41.9, slide 9-23.

²⁶⁴ ISP. 41.79.

²⁶⁵ ISP. 41.79.

²⁶⁶ ISP. 41.56.

Box n. 3

Indice della Trasformazione (IDT)

L'IDT, disponibile esclusivamente per i getti di ghisa sferoidale, è un indicatore che supporta le fonderie nell'aggiornamento dei prezzi in funzione dell'andamento dei costi relativi alla componente D - Input diretti della trasformazione del valore del getto. Anche tale indice viene pubblicato mensilmente.

I due panieri - da utilizzare rispettivamente in caso di forno elettrico o cubilotto - ipotizzati da Assofond riguardo alla composizione dell'IDT sono presentati nella Figura B4²⁶⁷.

Figura B4: Panieri IDT. Fonte: ISP. 36.88.

D - Input diretti della trasformazione FORNO ELETTRICO	Materie prime diverse (17,34%)	Grafite da Carburazione (15%)	D - Input diretti della trasformazione CUBILOOTTO	Materie prime diverse (17,34%)	Grafite da Carburazione (15%)
		FeSiMg (46%)			FeSiMg (46%)
		Altre Materie Prime (38%)			Altre Materie Prime (38%)
	Consumi Energetici (32%)	Energia Elettrica (92%)		Consumi Energetici (32%)	Coke (47%)
		Gas Metano (8%)			Energia Elettrica (49%)
	Materiali ausiliari (50,66%)	Filtri e Manicotti Esotermici (16%)		Materiali ausiliari (50,66%)	Gas Metano (4%)
		Sabbie (26%)			Filtri e Manicotti Esotermici (16%)
		Leganti e Catalizzatori per anime (16%)			Sabbie (26%)
		Leganti per terre (7%)			Leganti e Catalizzatori per anime (16%)
		Consumi Vari (36%)			Leganti per terre (7%)
					Consumi Vari (36%)

L'IDT risulta da una media ponderata di tre sottoindici principali, “Materie prime diverse”, “Consumi energetici” e “Materiali ausiliari”, i cui pesi percentuali (rispettivamente pari al 17,34%, 32%, e 50,66%) sono desunti a partire da una particolare ipotesi di composizione dei costi dei getti di ghisa sferoidale, sempre fornita da Assofond²⁶⁸ (Cfr. Figura B5). I tre sottoindici sono a loro volta suddivisi in ulteriori voci che permettono una personalizzazione a livello di prodotto di ognuna delle componenti di costo incluse nell'indice complessivo, per un totale complessivo di 10 sottoindici per le fonderie che usano il forno elettrico e 11 per le fonderie che usano il forno cubilotto.

I numeri indice che compongono l'IDT sono calcolati a partire dalle quotazioni dei relativi *input*, alcune delle quali presenti in banche dati pubbliche o di dominio pubblico (a pagamento), altre privatamente raccolte da Assofond tramite indagini presso fonderie e fornitori²⁶⁹.

Figura B5: IDT complessivo e sue componenti. Fonte: DOC. 22, n. 63, p. 1.

	Materie Prime diverse	Consumi energetici Fonderia con forno elettrico	Consumi energetici Fonderia con forno cubilotto	Materiali ausiliari	Indice IDT Fonderia con forno elettrico	Indice IDT Fonderia con forno cubilotto
<i>Pesi Anno base = 2002</i>	<i>17,34</i>	<i>32,00</i>	<i>32,00</i>	<i>50,66</i>	<i>100,00</i>	<i>100,00</i>
Media 2021	287,53	293,68	351,49	169,36	229,63	248,13
gennaio-22	494,92	469,02	523,67	198,97	336,70	354,19
febbraio-22	492,96	491,49	535,74	199,62	343,89	358,05
marzo-22	547,78	524,46	553,46	200,10	364,18	373,46
aprile-22	576,63	532,50	594,97	213,78	378,69	398,68
maggio-22	530,26	535,82	596,75	218,83	374,27	393,77
giugno-22	494,75	535,79	596,74	219,22	368,30	387,80
luglio-22	480,07	624,61	641,60	223,40	396,30	401,73
agosto-22	473,30	727,19	696,72	223,58	428,03	418,28
settembre-22	463,40	777,05	723,51	221,52	441,23	424,10
ottobre-22	504,32	758,63	672,13	232,32	447,90	420,22
novembre-22	506,44	735,08	659,47	233,93	441,55	417,36
dicembre-22	507,40	729,61	656,54	234,23	440,12	416,74
Media 2022	506,02	620,10	620,94	218,29	396,76	397,03

Esempio: trattandosi di numeri indice, l'IDT e i suoi sottoindici devono necessariamente essere applicati, in un determinato periodo di revisione del prezzo, al valore del costo di trasformazione del periodo precedente. Se, ad esempio, il costo della trasformazione dalla fonderia nel periodo precedente è, diciamo, 100 euro/tonnellata e l'indice IDT è nel frattempo passato da 150 a 165, la variazione del costo di trasformazione dettata dall'indice tra i due periodi sarà pari al 10%, che porta a un aumento del prezzo di 10 euro/tonnellata. Come detto, la fonderia potrebbe decidere di aggiornare solo alcune componenti del costo di trasformazione, utilizzando i relativi sottoindici.

131.L'IDT pubblicato da Assofond o alcuni dei sottoindici che lo compongono (ossia *Materie prime diverse*, *Consumi energetici* e *Materiali ausiliari*) sono stati utilizzati o presi come punto di riferimento nelle negoziazioni con i clienti da Corrà, C2MAC²⁷⁰, De Riccardis, Pilenga, ZML, VDP, Zardo e Zanardi²⁷¹.

²⁶⁷ ISP. 36.88.

²⁶⁸ In particolare, si tratta dell'ipotesi A di composizione dei costi di produzione dei getti di ghisa sferoidale, facente parte delle cosiddette "Tabelle della formazione indicativa".

²⁶⁹ ISP. 36.88. Tali componenti sono, da una parte, il *FeSiMg* e la *Grafite*, facenti parte dell'indice *Materie prime diverse*, e dall'altra *Maniche e filtri*, *Leganti e catalizzatori per anime*, *Leganti per terre* e *Premiscelati e Sabbie*, facenti parte dei *Materiali ausiliari*.

²⁷⁰ Vi sono infatti sia scambi di email da cui emerge che la fonderia giustifica l'aumento richiesto sulla base di una variazione di segno analogo dello stesso indice (ISP. 24.3541), sia di comunicazioni con clienti, in cui sono proprio i clienti a utilizzare l'IDT fornito da Assofond come motivo per non accettare gli aumenti richiesti dalle fonderie (ISP. 24.2626).

²⁷¹ Corrà ha dichiarato di aver utilizzato esclusivamente il PUN di fonte GME in relazione alla componente dei costi di trasformazione (DOC. 260, par. 48). Tuttavia, le evidenze in atti mostrano che questa ha anche applicato separatamente gli indici *Materie prime diverse*, *Materiali ausiliari*, *Gas e Coke*, parametrizzandoli sulla base del proprio processo produttivo (ad esempio, ISP. 4.24). Similmente, anche se Fonderie De Riccardis ha rappresentato di utilizzare esclusivamente il QEMP dal momento che gli altri indicatori Assofond "sono poco comprensibili" (DOC. 264, par. 32), vi è evidenza che questa abbia applicato separatamente i sottoindici *Materie prime diverse* e *Materiali ausiliari* (ISP. 8.5) adattandoli parzialmente ai propri parametri di costo interni (in particolare, il peso percentuale della componente *Materie prime diverse* corrisponde alla somma degli elementi corrispondenti nel Caso A dei getti di ghisa sferoidale). Per Pilenga si veda ISP. 20.23. Cividale e ZML hanno affermato che la fonderia, a partire dalla seconda metà del 2021, "ha inizialmente utilizzato [...] l'indice Input della Trasformazione [...] Tuttavia, gli indicatori Assofond vennero reputati inadatti per descrivere

132. Relativamente all'importanza di tale indicatore per le fonderie, soprattutto in chiave prospettica, non sembra superfluo richiamare altresì i risultati di un sondaggio svolto dal Centro Studi presso le associate presentati durante la riunione di Assofond Ghisa del 15 dicembre 2021²⁷². In particolare, alla domanda: “*Relativamente all'indicizzazione degli IDT, quale frase si avvicina di più al tuo pensiero?*” il 63% delle fonderie presenti risponde “*Se potessi indicizzerei tutto domani*”.

c. *Trasformazione Euro-Tonnellata (TET)*

133. La complessità dell'applicazione concreta dell'indice IDT, dovuta ai suoi multipli livelli di aggregazione (IDT complessivo, sottoindici e indici relativi a singole voci) e alla pubblicazione degli aggiornamenti esclusivamente sotto forma di numeri indice²⁷³ – e non in euro/tonnellata – è stata oggetto di dibattito all'interno dell'associazione²⁷⁴ e nel 2011 ha portato alla pubblicazione del TET, ossia dell'indicatore che, utilizzato insieme al QEMP, consente di valorizzare e aggiornare l'intero prezzo del getto, comprensivo del margine operativo lordo.

134. In conseguenza delle difficoltà concrete di applicazione dell'IDT, durante la riunione di Assofond Ghisa del 30 novembre 2010²⁷⁵, infatti, le fonderie hanno discusso “*l'opportunità di elaborare un nuovo indice sintetico misuratore dell'inflazionamento totale del valore [n.d.r. ossia il prezzo] del getto di fonderia [...] L'indice sintetico in esame, potrebbe essere efficacemente strutturato su base composita inserendo, oltre alla billetta [n.d.r. semilavorato metallurgico], anche un indice energetico ed uno basato sull'inflazione generale (Indice dei prezzi al consumo) [...] Tale indice composito potrebbe rappresentare il valore totale del getto di fonderia*”²⁷⁶.

*l'evoluzione dei costi di produzione [e] la Parte ha, dopo qualche settimana, creato un proprio indice interno.” (DOC. 274, par. 21). L'utilizzo in questo periodo dell'IDT Assofond (non come numero indice ma direttamente in €/tonnellata) è testimoniata dalla documentazione in atti (ISP. 66.143). VDP ha dichiarato di aver iniziato a utilizzare l'IDT (o su richiesta del cliente, alcuni dei suoi sottoindici) a partire dal secondo semestre del 2021 precisando di aver utilizzato, per la loro applicazione, dei pesi percentuali forniti da Assofond (DOC. 270, par. 25, 32 e 34). Le evidenze ispettive confermano che la fonderia ha applicato i sottoindici *Materie prime diverse* e *Materiali ausiliari*, anche se i pesi non sembrano corrispondere a quelli forniti dalle tabelle di composizione del costo Assofond (ad esempio, ISP. 81.739). Anche Zanardi applica separatamente gli indici *Materie prime diverse* e *Materiali ausiliari*, moltiplicandoli “per il valore, in euro/tonnellata, della relativa componente del prezzo base” (DOC. 244, par. 16). Non è tuttavia chiaro se tale componente venga calcolata sulla base delle tabelle di formazione indicativa oppure sia frutto di dati interni (ISP. 31.74). Anche Zardo risulta tener conto dell'andamento dell'IDT (ISP. 56.64).*

²⁷² DOC. 75, n. 1.

²⁷³ A tal riguardo, si veda ISP. 41.149, un file Excel dal quale si evince l'algoritmo di calcolo delle varie componenti dell'IDT e dell'indice complessivo.

²⁷⁴ Nel report della riunione del Comitato Esecutivo di Assofond Ghisa del 12 febbraio 2008 (ISP. 41.314), ad esempio, viene discussa “*l'opportunità di semplificare ulteriormente il database degli indici attualmente pubblicati, riducendo il livello di dettaglio degli aggregati definiti nell'ambito degli input diretti della trasformazione*”. Al fine di agevolare l'applicazione degli indici “*composti*” afferenti all'IDT, che “*rappresentano una semplificazione delle infinite combinazioni che ciascuna Fonderia può definire e impiegare nelle trattative commerciali con i propri clienti*”, Assofond si rende disponibile a fornire “*un'assistenza nella messa a punto degli indicatori composti personalizzati, cercando di agevolare l'uniformità e minimizzando la proliferazione delle varianti*”. È proprio in quest'ottica che Assofond, da un lato, ha iniziato a fornire alle fonderie richiedenti, almeno a partire dall'aprile 2008, un ulteriore indicatore denominato “*Indice di inflazionamento totale dei ferrosi*” o “*Indicatore inflazionamento Assofond*”, personalizzabile a livello di processo produttivo o addirittura di prodotto che permette, inserendo i consumi e i prezzi specifici di ogni singola fonderia, di inflazionare l'intero valore del getto in €/ton utilizzando la QEMP, l'IDT e, per quanto riguarda la componente “*Attività*”, l'indice ISTAT dei prezzi al consumo. In sede ispettiva sono stati rinvenuti un manuale per l'applicazione dell'indicatore (ISP. 41.228, ISP. 41.230, ISP. 41.235, ISP. 41.236, ISP. 41.237, ISP. 41.234, ISP. 41.232 e ISP. 41.233), che contiene elementi che poi verranno ripresi nella Guida agli indicatori Assofond, e fogli Excel che permettono di operare automaticamente l'aggiornamento tra diverse mensilità (ISP. 41.223, ISP. 41.224, ISP. 41.225 e ISP. 41.226). Diverse applicazioni dell'indicatore, risalenti al 2011, sono state inviate internamente ad Assofond il 5 novembre 2021 – ISP. 41.253, ISP. 41.254, ISP. 41.255 e ISP. 41.256 – insieme a una versione del manuale di applicazione ISP. 41.257).

²⁷⁵ A cui hanno partecipato Glisenti, LT, E.F. Group (all'epoca Torbole), Zanardi e Zardo (ISP. 41.64).

²⁷⁶ ISP. 41.66.

135. E infatti, in un documento dell'ufficio studi del 23 marzo 2011 Assofond comunica alle associate che: “[a] seguito delle numerose richieste pervenute si è ritenuto opportuno integrare gli *Indici Assofond pubblicati sul portale dell’Associazione (www.assofond.it) con apposite tabelle che permettono di effettuare direttamente il ribaltamento degli indicatori sul valore della tonnellata di getto prodotto*”²⁷⁷. Contestualmente, l’associazione fornisce una “Guida all’utilizzo delle nuove tabelle comprensiva di alcune esemplificazioni pratiche” in cui vengono illustrati cinque esempi di applicazione del nuovo indicatore, consistenti nel variare ciascuna componente dei costi di trasformazione e delle attività (tra cui il margine operativo lordo)²⁷⁸.

136. Dall’insieme della documentazione emerge quindi che il TET completa l’indice IDT tenendo conto anche della residuale componente “E – ATTIVITA’” del prezzo del getto (cfr. Box n. 1), che, secondo quanto indicato dalla stessa Assofond rappresenta il “valore delle attività eseguite dalla fonderia e da eventuali fornitori esterni”²⁷⁹ e risulta composta dai seguenti elementi:

- “servizi esterni, esclusi i consumi energetici
- lavoro,
- ecologici/ambientali
- oneri di finanziamento
- ammortamenti/svalutazioni/
- godimento beni di terzi
- **Margine Operativo Lordo**”²⁸⁰.

137. Come chiarito in un documento pubblicato nella parte riservata del sito Assofond, infatti, la componente residuale E – Attività “rappresenta il valore delle attività eseguite dalla Fonderia e da eventuali Fornitori esterni. Essa è prevalentemente composta da costo del lavoro, ammortamenti, remunerazione del capitale proprio e/o di terzi. L’andamento di questa voce è approssimativamente indicizzabile all’inflazione generale del Paese”²⁸¹. Sempre nello stesso documento, Assofond precisa che “Al termine “Valore delle Attività”, per la sua stessa definizione a saldo, residua la somma delle seguenti tre componenti

- Servizi esterni (il B 7 del bilancio CEE, esclusa l’energia elettrica forza motrice)
- Costo del lavoro (il B 9 del bilancio CEE)

A saldo, il Margine Operativo Lordo (della Gestione Caratteristica, contenente, oltre all’Utile Netto, Tasse, Risultato della Gestione Finanziaria, Ammortamenti e Svalutazioni, anche i Costi per il Godimento di beni di Terzi e gli Oneri Diversi di gestione”.

138. Nella già citata Guida diffusa nel 2021 Assofond riconosce che “[l]a voce E, la parte residuale al netto delle tre componenti B, C, D, rappresenta il valore delle attività eseguite dalla fonderia e da eventuali fornitori esterni. ... Essa esprime la vera politica di prezzo che ciascuna azienda valuterà adeguatamente ai propri obiettivi di business e determina la capacità competitiva della singola realtà produttiva”. Assofond quindi precisa che “[s]u tale componente, l’Associazione non può entrare nel merito e pertanto, non fornisce alcun tipo [di] strumento di supporto”²⁸².

²⁷⁷ ISP. 41.160. Nel corso del webinar dedicato agli Indicatori, l’introduzione del TET viene fatta risalire al 2006 (DOC. 299, file “20211109_Webinar_Guida alla lettura degli indici Assofond”, in “Convegni”, “2021”, h. 01:36:50).

²⁷⁸ ISP. 41.158.

²⁷⁹ ISP. 36.88, p. 6, enfasi in originale.

²⁸⁰ ISP. 36.88, p. 6, enfasi in originale.

²⁸¹ DOC. 22, n. 75, p. 7.

²⁸² ISP. 36.88, p. 6, enfasi in originale.

139. Ciononostante si è visto come, a partire dal 2011, Assofond ha pubblicato – a seguito delle molte sollecitazioni pervenute da parte delle fonderie associate²⁸³ – il TET, chiamato anche “*Ciclone 2002: 1.000-500*”, relativo alla componente “*E – Attività*”²⁸⁴.

140. Il TET viene utilizzato, tra le fonderie parti del procedimento, esclusivamente da FMG²⁸⁵ e i risultati di un sondaggio svolto durante il *webinar* Assofond del 9 novembre 2021 indicano che il TET veniva utilizzato, ai tempi, da circa il 20% delle fonderie presenti²⁸⁶.

²⁸³ Come si legge in una presentazione Assofond, intitolata “*Note esplicative Costo trasformazione getti ferrosi €/tonnellata*”, “*In più occasioni, molte fonderie hanno sollecitato Assofond ad effettuare direttamente il ribaltamento degli indici sul valore della tonnellata di getto prodotto*” (DOC. 22, n. 75, p. 5).

²⁸⁴ ISP. 36.88, p. 22: la denominazione “*Ciclone 2002: 1.000-500*” deriva dall’assunzione di Assofond secondo cui, nell’anno base 2002, i valori in €/tonnellata delle componenti D – Input della trasformazione ed E – Attività fossero entrambi approssimabili a € 500 (D + E = € 1.000). Secondo Assofond l’assunzione del valore di riferimento 1.000 €/ton per il 2002 non toglie generalità di applicazione alla TET, mentre i pesi della ripartizione nelle due componenti D ed E rappresentano un caso particolare, tuttavia sufficientemente rappresentativo dell’attività di fonderia.

²⁸⁵ Dalle evidenze ispettive appare che FMG abbia quantomeno tentato di modificare il proprio sistema di indicizzazione dei prezzi durante il quarto trimestre del 2022 passando, per quanto riguarda i listini trimestrali, dall’utilizzo della media del TET a quella del PUN. Infatti, mentre “*Negli ultimi [listini n.d.r.], è stato introdotto il TET (trasformazione Euro tonnellata Assofond) per permettere di avere un indice condiviso che, in tempi normali, ci avrebbe evitato tutte le discussioni*”, “*Purtroppo il repentino ed incredibile aumento dell’energia elettrica nel mese di agosto (le previsioni per i mesi a venire non sono migliori) ci ha costretti a rivedere il calcolo in quanto non più sostenibile. Ovviamente andremo a togliere dal listino il valore del TET e calcoleremo il valore da addebitare (o inserire a listini mensili) considerando questa volta il PUN partendo dalla media 2021 di 125 €/MWh.*” (ISP. 28.899).

²⁸⁶ Il Direttore Generale di Assofond afferma: “*abbiamo fatto al volo un sondaggio sul TET e diciamo che, dei presenti, uno su cinque, uno su sei lo utilizza, però quasi l’80% non lo utilizza e c’è una persona che ha risposto che non lo utilizza ma lo utilizzerà*” (DOC 299, file “20211109_Webinar_Guida alla lettura degli indici Assofond”, in “Convegni”, “2021”, h. 01:49:30). Inoltre dalle evidenze agli atti risulta l’interessamento da parte di Ironcastings alle modalità di applicazione del TET (ISP. 46.21).

Box n. 4

Trasformazione euro-tonnellata (TET)

L'indicatore TET consente alla fonderia di ribaltare sul prezzo di una tonnellata di getto di ghisa sferoidale non solo il valore della componente "D - Input diretti della trasformazione", ma anche della componente "E - Attività", ottenendo quindi un prezzo in euro/tonnellata²⁸⁷ delle componenti D+E (IDT + Attività)²⁸⁸.

Dall'esame di alcuni documenti²⁸⁹ è stato possibile ricostruire il meccanismo di funzionamento dell'algoritmo di calcolo del TET: in sintesi, il ribaltamento dell'IDT avviene ipotizzando un valore per la componente D pari a 500 euro/tonnellata nel 2002 (assunto come anno base). A tale valore vengono applicati gli stessi pesi previsti per le voci dell'IDT illustrate in precedenza, ottenendo quindi un valore in euro/tonnellata per ciascuna di esse nell'anno base. Allo stesso modo, si assume arbitrariamente che la componente E del costo del getto abbia un valore di 500 euro/tonnellata nel 2002. Le due componenti vengono poi inflazionate utilizzando, per quanto riguarda D, le sottovoci dell'indice IDT - al netto dei *Materiali ausiliari*, il cui valore viene aggiornato all'inflazione utilizzando l'indice dei prezzi al consumo ISTAT e poi corretto utilizzando le indagini trimestrali Assofond - e, per la componente E, l'indice dei prezzi al consumo ISTAT.

Pertanto, utilizzando congiuntamente il QEMP e il TET la fonderia può valorizzare e aggiornare l'intero prezzo di un getto di ghisa sferoidale, comprensivo delle voci che esprimono la politica di prezzo che, come argomentato dalla stessa Assofond, ciascuna fonderia dovrebbe autonomamente definire, come il margine operativo lordo (cfr. Figura B6).

Figura B6: TET ("Trasformazione IDT+Attività") e sue componenti. Fonte: DOC. 22, n. 9, p. 3.

Forno elettrico – Componenti del Valore della trasformazione €/t - 2002 = 1.000-500

Manifattura, Materie prime energetiche + Energie, Trasformazione IDT+Attività - (Anno 2020)

	Mat. Aus. Infl. Generale	Attività	Manifattura	Materie prime energetiche & energie	Trasf. Semplice	Mat. Aus. Extra	Trasformazione IDT+ATTIVITA'
202001	321,53	634,67	956,20	552,03	1.508,23	61,39	1.569,61
202002	320,90	633,44	954,34	547,63	1.501,97	61,79	1.563,76
202003	321,21	634,06	955,27	539,39	1.494,66	61,59	1.556,25
202004	320,90	633,44	954,34	525,18	1.479,51	60,50	1.540,01
202005	320,27	632,20	952,48	509,46	1.461,94	61,23	1.523,17
202006	320,59	632,82	953,41	495,08	1.448,49	61,02	1.509,51
202007	320,27	632,20	952,48	500,45	1.452,92	59,94	1.512,86
202008	320,90	633,44	954,34	502,24	1.456,58	59,53	1.516,11
202009	319,02	629,73	948,75	514,74	1.463,49	62,04	1.525,53
202010	319,33	630,35	949,68	521,20	1.470,89	62,80	1.533,69
202011	319,33	630,35	949,68	537,71	1.487,39	63,45	1.550,83
202012	320,27	632,20	952,48	557,77	1.510,24	64,13	1.574,37

Esempio: si supponga che una fonderia, a gennaio 2021, debba aggiornare i suoi prezzi rispetto a dicembre 2020. Come visto, per la componente del prezzo relativa alle materie prime può utilizzare il QEMP (cfr. Box n. 2). Per aggiornare la restante parte del prezzo, seguendo le indicazioni di Assofond, può avvalersi del TET calcolandone la variazione tra dicembre e novembre 2020 (1.574,37-1.550,83=22,54 euro/tonnellata) e riproporzionandola al peso del getto in kilogrammi.

141. A partire dal 2011, dunque, Assofond mette a disposizione delle fonderie associate un ventaglio di strumenti che permettono di indicizzare, potenzialmente, l'intero valore del getto e, di conseguenza, il relativo prezzo di listino, utilizzando valori uniformi.

142. L'andamento storico degli indicatori Assofond e, in particolare, di QEMP e IDT è stato presentato altresì durante gli incontri di Assofond Ghisa del 16 dicembre 2015²⁹⁰ e del 14 dicembre 2016²⁹¹.

143. Va rilevato come, a seguito della sospensione delle rilevazioni dei prezzi da parte delle Camere di Commercio avvenuta a partire dal mese di agosto 2017, Assofond abbia iniziato a considerare le possibili criticità *antitrust* derivanti dalla pubblicazione e dalla diffusione degli indicatori e, in generale, dalle indicazioni fornite dall'associazione²⁹².

144. Così, nella presentazione utilizzata per l'incontro di Assofond Ghisa del 13 dicembre 2017²⁹³, con specifico riferimento al QEMP (il cui valore, come detto, è dato dalla combinazione assunta convenzionalmente – 50%-50% – delle due quotazioni rilevate dalla CCIAA di Milano), l'Associazione per la prima volta introduce l'indicazione per cui “[l]a Fonderia sceglie liberamente, in base alle proprie specificità di processo e/o prodotto, di adottare come valore di riferimento contrattuale solo la colonna 1 (il rottame in pacchi) oppure solo la colonna 2 (ghisa in pani per sferoidale) o una qualsiasi combinazione delle 2, oppure un metodo che medi le variazioni su un trimestre, un bimestre, ecc...”²⁹⁴.

145. Nonostante tali formali indicazioni, si evidenzia come tuttavia Assofond abbia continuato a pubblicare e aggiornare il QEMP, anche a seguito della sospensione delle rilevazioni dei prezzi da parte delle Camere di Commercio, utilizzando a tal fine la variazione dell'indice CAEF (espresso in

²⁸⁷ ISP. 36.88, p. 22.

²⁸⁸ Tale indicatore risulta, al pari dell'IDT, disponibile esclusivamente per i getti di ghisa sferoidale ottenuti sia utilizzando forno elettrico che cubilotto.

²⁸⁹ ISP. 36.62.

²⁹⁰ ISP. 41.41, ISP. 41.42, ISP. 41.43 e ISP. 41.44. A tale riunione hanno partecipato Ariotti, Corrà, FMG, Glisenti, LT, Zanardi e Zardo e ZML (ISP. 41.40).

²⁹¹ ISP. 41.32. A tale riunione hanno partecipato e Ariotti, C2MAC, De Riccardis, FMG, E.F. Group (all'epoca Torbole)/Pilenga, VDP, Zardo (ISP. 41.31).

²⁹² ISP. 41.323, contenente un rapporto economico del 2018, commissionato da Assofond, dal titolo “*Analisi del Rischio antitrust*”. Si vedano anche ISP. 41.238 e ISP. 41.239 che contengono una email inviata il 13 settembre 2021 a esponenti di Confindustria in cui si affrontano, *inter alia*, alcune possibili criticità concorrenziali legate all'attività associativa, “in modo da evitare ogni possibile malinteso sulla rappresentazione dei rischi connessi alla normativa antitrust, definendo che cosa Assofond può fare e che cosa non può fare”. In particolare, Zanardi, dopo aver rappresentato che “è da molti anni in uso una prassi di revisione automatica di prezzi di vendita per la parte materie prime”, auspica che anche la quota relativa agli input diretti della trasformazione (IDT) “diventi nella prassi oggetto di indicizzazione automatica dei prezzi di vendita”. Tuttavia, “il consenso è più difficile poiché il coefficiente di impiego di ciascun elemento degli IDT è in linea di principio funzione della distinta base di fabbricazione oggetto per oggetto, pertanto è d'obbligo riferirsi ad un paniere convenzionale, che potrebbe essere oggetto di discussione e di negoziato nel corso del rapporto di fornitura”. Ciò detto, viene chiesto, in primo luogo, se “condividere questo problema [ossia l'assenza di un quadro contrattuale tra fonderie e clienti che preveda l'indicizzazione automatica dei prezzi di vendita] in sede associativa, auspicando la definizione di un quadro contrattuale europeo di riferimento in cui siano definiti ab origine i meccanismi di indicizzazione del prezzo di ciascun oggetto contrattualmente convenuto tra le parti” possa costituire una violazione della normativa antitrust. Il secondo quesito, più articolato, riguarda le possibili problematiche antitrust derivanti dallo “spiegare pubblicamente direttamente e/o per il tramite di un professore universitario elementari concetti di economia aziendale come nella narrazione seguente...”. Tale narrazione è articolata in due passaggi principali: in primo luogo, tramite l'utilizzo di indici di bilancio e sulla base di assunzioni sulla redditività di un settore, si dimostra teoricamente come sia possibile per un'impresa mantenere una marginalità (EBITDA/vendite) tale da garantirne, per un verso, la permanenza nel mercato; in secondo luogo, e questo è il passaggio, a detta di Zanardi, potenzialmente più problematico sotto il profilo antitrust, viene illustrato il modo in cui un determinato livello di marginalità (EBITDA) possa essere mantenuto, a fronte dell'aumento del costo delle materie prime, diminuendo il costo del lavoro o aumentando il prezzo di vendita.

²⁹³ A tale riunione hanno partecipato Ariotti, Corrà, FMG, Glisenti, EF Group (all'epoca Torbole), VDP, Zanardi e Zardo (“Elenco partecipanti 13 12 2017” in DOC. 276).

²⁹⁴ ISP. 41.29. Durante lo stesso incontro, l'allora Presidente di Assofond presenta un “Decalogo Antitrust per le riunioni Assofond” (ISP. 41.26).

euro/tonnellata) applicata al valore del QEMP come indicato nell'ultima rilevazione disponibile prima della sospensione²⁹⁵.

146. Infine, la documentazione ispettiva dimostra la consapevolezza da parte dell'Associazione delle criticità *antitrust* degli indicatori. In particolare, in un documento interno recante "Mappatura Indici Assofond", l'Associazione suggerisce per il QEMP di *"Valutare opportunità di pubblicare solo le determinanti del paniere [...] senza prevedere alcun mix di carica lasciando ad ogni utente la parametrizzazione della propria carica sia come pesi % sia come scelta degli ingredienti"*²⁹⁶. Le medesime criticità sono avanzate anche da alcuni clienti delle fonderie²⁹⁷.

147. Parimenti per l'IDT, nel documento "Mappatura Indici Assofond", l'Associazione afferma la necessità di operare *"valutazioni su: opportunità di tenere un paniere condensato in un unico indice con ipotesi di composizione percentuale; opportunità di sciogliere gli indici e pubblicare IDT separati per ciascun componente dell'indice lasciando alla singola fonderia l'onere di personalizzare in base a ciclo del proprio prodotto, famiglia di prodotti o a livello di singolo prodotto"*²⁹⁸.

148. Nel medesimo documento, la problematica concorrenziale della TET è apertamente presa in considerazione: *"Valutazioni sulle dovute cautele da adottare ai fini della normativa antitrust. I dubbi sorgono sul meccanismo di indicizzazione che non si ferma alla componente dei costi diretti di trasformazione (IDT), ma azzarda un'estensione anche alla componente "attività" la cui misurazione e monitoraggio attengono a ciascuna fonderia in relazione ai propri obiettivi di business. Le indicazioni sull'inflazionamento potrebbero essere troppo"*²⁹⁹.

149. Preoccupazioni simili vengono espresse in relazione alle Tabelle della Formazione Indicativa: *"Approccio metodologico...che tiene separate e singolarmente monitorabili le tre principali componenti in cui convenzionalmente è stato scomposto il getto ferroso (QEMP+Alliganti+IDT+Attività). Come il TET ha un po' la pretesa di fare dare un'inflazionamento totale del costo del getto rischiando anche qui qualche scivolamento rispetto alla normativa Antitrust"*³⁰⁰.

IV.3.2. Gli ulteriori incontri nel periodo 2007-2019

150. Nel periodo 2007-2019, parallelamente all'implementazione degli indicatori, sono numerose le ulteriori riunioni associative in cui ha avuto luogo un costante dibattito e confronto tra le fonderie su tematiche di rilievo concorrenziale e in merito alle iniziative da assumere al fine di affrontare la

²⁹⁵ **ISP. 41.29** in cui viene illustrato il metodo transitorio che verrà seguito ai fini della pubblicazione della QEMP (ossia il riferimento al CAEF). Il continuo aggiornamento e pubblicazione del QEMP e le modalità di aggiornamento dello stesso sono state confermate da Assofond nel corso dell'audizione (**DOC. 257**).

²⁹⁶ **ISP. 31.25**.

²⁹⁷ **ISP. 12.159**. Un cliente di Fonderie Glisenti afferma: *"Abbiamo riscontrato criticità a livello compliance nel seguire l'indice ASSOFOUND essendo un indice di categoria. Cortesemente può fornire dettaglio su come viene calcolato l'indice QUOTA EXTRA MATERIA PRIMA (QEMP) Rigo (7) e su quali parametri e statistiche si basa? Chiediamo inoltre di poter adeguare la quota della materia prima basandoci su un valore individuale concordato tra Glisenti e Berco che escluda l'indice ASSOFOUND."* La fonderia risponde: *"Abbiamo ormai da più di vent'anni con tutti i clienti questa indicizzazione nei listini. Con tutti i clienti italiani facciamo riferimento all'indice QEMP, con alcuni clienti europei si utilizza il CAEF, ma nella sostanza non cambia nulla, le variazioni sono analoghe. Non dobbiamo commettere l'errore di credere che l'indice sia gestito da Assofond, per creare cartello, quando invece è un indice ricavato da rilevazioni borsistiche"*.

²⁹⁸ **ISP. 31.25**. Si noti come lo stesso documento riporti, come possibile criticità, che l'IDT esiste al momento *"solo per ghisa sferoidale e NON grigia e NON acciaio, NON microfusione, NON metalli non ferrosi; IDT per forni elettrici e cubilotti, NON forni rotativi; IDT solo per fonderie con formatura meccanizzata, NON per getti con formatura a mano"*. Tuttavia, vi sono esempi di fonderie che utilizzano sottoindici dell'IDT pur producendo getti in ghisa grigia, potenzialmente portando ad una convergenza delle variazioni dei prezzi di listino anche tra getti in ghisa grigia e sferoidale.

²⁹⁹ **ISP. 31.25**.

³⁰⁰ **ISP. 31.25**.

situazione congiunturale. Dai documenti, infatti, emerge chiaramente come il confronto sulla situazione congiunturale si traduca in una condivisione tra le fonderie di informazioni sensibili da un punto di vista *antitrust* e nell'individuazione di soluzioni comuni, al fine di garantire una certa redditività del settore, cogliendo le opportunità che possono nascere dalle situazioni di difficoltà, come quelle conseguenti la crisi finanziaria ed economica del 2007-2008. Durante tale periodo, le evidenze attestano anche l'organizzazione di tavoli di confronto/gruppi di lavoro omogenei tra fonderie che servono il medesimo settore di destinazione.

151. A seguito della crisi economica e finanziaria del 2007-2008, e delle conseguenti ripercussioni sull'incremento dei costi di produzione, infatti, gli incontri associativi sono esplicitamente volti alla *“definizione di un punto di orientamento comune”*³⁰¹ e considerati *“un momento di confronto per capire come cogliere le opportunità che nascono da situazioni di difficoltà”*³⁰². Ampio spazio è dunque riservato al dibattito e al confronto tra le fonderie, nella convinzione che *“[s]oprattutto in un momento come questo è quanto mai necessario dedicare infine ampio spazio alla discussione”*³⁰³, *“per condividere e capire in che modo le nostre aziende abbiano reagito ai cambiamenti”*³⁰⁴.

152. È in tale contesto che viene deciso di organizzare, *a latere* degli incontri di Assofond Ghisa, riunioni tra gruppi più ristretti di fonderie di ghisa improntate prevalentemente su tematiche di carattere commerciale. In particolare, già al termine della riunione delle fonderie di ghisa del 30 ottobre 2007, si ipotizza il *“ripristino riunioni zonali”*³⁰⁵. La decisione di introdurre (*“ripristinare”*³⁰⁶) l'attività di gruppi di lavoro ristretti viene assunta nel corso dell'incontro del Comitato Esecutivo di Assofond Ghisa del 12 febbraio 2008³⁰⁷. Come si legge nel verbale di tale riunione, infatti, *“[s]u tale punto il Comitato concorda con il Presidente sulla opportunità di ripristinare l'attività dei gruppi di lavoro costituiti da imprese omogenee non tanto dal punto di vista della tipologia di metallo fuso, bensì del mercato fornito (esempio gruppo automotive, meccanica ed edilizia). Il Vicepresidente [Fr.Z.] [Zanardi, n.d.r.] osserva che la costituzione e la partecipazione all'attività in seno a tali gruppi può costituire un utile strumento per assicurare la continuità generazionale dei Fonditori”*³⁰⁸. A tal fine è da segnalare che, nel corso dell'incontro, l'allora Presidente di Assofond Ghisa ([R.D.B.], Glisenti) invitava i partecipanti a fornire un quadro sintetico delle fonderie rappresentate, presentandosi e compilando un *file Excel* in cui erano riportati il nome della fonderia, la produzione in tonnellate/anno, il numero di dipendenti, la tipologia di ghisa, i sistemi di formatura, gli impianti fusori e il settore di impiego (trasporto, meccanica, edilizia, siderurgia, altro)³⁰⁹.

³⁰¹ Così nella convocazione all'incontro di Assofond Ghisa del 9 maggio 2008 in **DOC. 276**, file “9 maggio 2008 + programma” in “Assofond Ghisa 2003-2023”.

³⁰² **ISP. 41.16**, convocazione alla riunione di Assofond Ghisa del 12 dicembre 2008.

³⁰³ **ISP. 41.13**, convocazione alla riunione di Assofond Ghisa dell'11 maggio 2009.

³⁰⁴ **ISP. 41.60**, convocazione alla riunione di Assofond Ghisa del 29 marzo 2010.

³⁰⁵ V. **ISP. 41.72**, in cui viene indicato tra i temi proposti per i successivi incontri delle Fonderie di ghisa.

³⁰⁶ Dalle evidenze agli atti emerge come le riunioni zonali (o “incontri ristretti”) tra fonderie fornitrici di uno stesso cliente, finalizzate ad analizzare strategie comuni di prezzo volte a sviluppare una maggiore forza contrattuale nei confronti dei clienti, erano stati organizzati in ambito associativo anche nel periodo 2001-2003 (**ISP. 41.98**). Cfr. anche **DOC. 270**, par. 44.

³⁰⁷ **ISP. 41.314**. V. anche convocazione **ISP. 41.313**. I partecipanti al Comitato Esecutivo sono Corrà, Glisenti, LT, VDP e Zanardi (**ISP. 41.314**).

³⁰⁸ **ISP. 41.314**.

³⁰⁹ **ISP. 41.314** e **ISP. 41.316**.

153. Nel corso delle audizioni istruttorie, alcune parti del procedimento hanno confermato di aver partecipato ai tavoli di confronto omogenei³¹⁰. In tali incontri, secondo quanto rappresentato, *“l’Associazione forniva un quadro congiunturale, sull’andamento economico del mercato e delle vendite dei clienti”*³¹¹, si discuteva delle *“principali problematiche e dinamiche specifiche dei settori committenti delle fonderie”*³¹² e si condividevano *“buone pratiche in termini di sicurezza aziendale”*³¹³. In particolare, VDP ha affermato che nel corso di tali incontri venivano discusse le medesime tematiche affrontate negli incontri ristretti tenuti all’inizio degli anni 2000 e che tali incontri sono poi confluiti nella Giunta³¹⁴. Sulle origini dei gruppi di lavoro, Glisenti ha affermato *“che questi incontri sono stati organizzati per ragionare, in sede associativa, sulle possibili risposte alla crisi finanziaria che aveva portato, nel 2009, ad una riduzione del 65% dei volumi prodotti dalle fonderie”*³¹⁵.

154. Dalle evidenze agli atti emerge l’importanza assegnata dalle fonderie all’organizzazione continuativa di tali incontri, considerati gli argomenti trattati. Segnatamente, nella convocazione di Assofond Ghisa dell’11 maggio 2009, sul tema **“Insieme per superare la crisi”**, viene dato ampio risalto alla programmazione dei tavoli di settore, organizzati *“rispondendo a numerose sollecitazioni”*³¹⁶ delle fonderie. Allo stesso modo, nella riunione di Assofond Ghisa del 30 novembre 2010³¹⁷, come emerge dal report della riunione, si è discussa *“l’urgenza di dare un carattere di continuità alla formula peraltro già sperimentata con successo lo scorso anno dei tavoli di confronto omogenei per settore di destinazione dei getti ed improntati prevalentemente a tematiche di natura commerciale”*³¹⁸.

155. I tavoli di confronto omogenei hanno avuto luogo nell’ambito delle riunioni di Assofond Ghisa almeno fino al 2014³¹⁹. In particolare, vi sono evidenze dei tavoli svolti nel corso delle riunioni di

³¹⁰ VDP (DOC. 270), Glisenti (DOC. 246) e Ariotti (DOC. 273).

³¹¹ V. DOC. 270, par. 44.

³¹² V. DOC. 246, par. 24, in cui viene specificato che *“Ad esempio, allo stato attuale il settore automotive sta affrontando il problema della transizione ecologica. Analogamente, in passato, il settore agricolo si è dovuto confrontare con questioni relative alla motorizzazione, mentre la siderurgia ha tradizionalmente attraversato periodi di alti e bassi”*

³¹³ V. DOC. 273, par. 34.

³¹⁴ DOC. 270, par. 46. VDP ha inoltre specificato che durante questi incontri *“Non si parlava mai pubblicamente dei clienti e, se qualche fonderia faceva il nome di un cliente, non parlava mai di prezzi. VDP ha nominalmente alcuni clienti in comune con altre fonderie con le quali cerca di convivere benché, avendo un prezzo medio di vendita mediamente più alto, non condivide con loro mai dettagli sui clienti per timore che queste possano sottrarglieli.”* (DOC. 270, par. 48).

³¹⁵ DOC. 246, par. 25.

³¹⁶ ISP. 41.13 (enfasi in originale). All’incontro dell’11 maggio 2009 erano presenti Corrà, De Riccardis, Glisenti, LT, Pilenga, E.F. Group (all’epoca Torbole), VDP, Zanardi e Zardo (ISP. 41.11).

³¹⁷ A cui hanno partecipato Glisenti, LT, EF Group (all’epoca Torbole), Zanardi e Zardo (ISP. 41.64).

³¹⁸ ISP. 41.66. Nella convocazione dell’incontro di Assofond Ghisa del 30 novembre 2010 viene infatti ribadita la necessità di *“dedicare uno spazio di confronto e dibattito inter nos per interrogaci in merito ai possibili sviluppi futuri della nostra realtà industriale delineando, altresì, un’azione congiunta a livello associativo/settoriale”* (ISP. 41.65). Come emerge da ISP. 41.64, i partecipanti a tale riunione erano Glisenti, Lead Time, E.F. (ex Torbole), Zanardi e Zardo.

³¹⁹ ISP. 41.10, ISP. 41.11, ISP. 41.20, ISP. 41.31, ISP.41.40, ISP. 41.67.

Assofond Ghisa dell'11 maggio 2009³²⁰, del 19 giugno 2009³²¹, del 30 novembre 2012³²² e del 12 dicembre 2014³²³.

156. Anche nel corso del dibattito (ossia, il giro di tavolo) *“che ha animato l'ultima parte dell'incontro”*³²⁴ di Assofond Ghisa del 29 marzo 2010³²⁵ sono stati affrontati i problemi connessi alle modalità di aggiornamento dei prezzi e alla capacità produttiva in eccesso. Che tali fossero i temi rilevanti di tale appuntamento associativo emerge in modo chiaro dal secondo invito all'incontro in questione³²⁶. Parimenti, nel report della riunione si legge che tra gli elementi di natura strutturale, che rendono “problematico” il superamento della fase di difficoltà che le fonderie stanno affrontando, vi sono: (i) “[i]l basso grado di utilizzo della capacità produttiva [che] potrebbe tradursi in politiche di offerta sempre più aggressive tra le imprese e quindi scaturire in un'accesa competizione all'interno del settore stesso”; (ii) “[l]'asimmetria nelle velocità con cui i prezzi di vendita dei getti incorporano le variazioni dei costi unitamente all'elevata volatilità di questi ultimi [che] si potrebbe tradurre in una riduzione permanente del margine sulle vendite. Il maggior potere contrattuale dei clienti, infatti, tende a ritardare il trasferimento degli aumenti dei costi sui prezzi dei getti. Viceversa, l'elevata competizione tra le imprese di Fonderia si potrebbe riflettere in accoglimento di richieste di riduzione dei prezzi pretese dai committenti con conseguenze devastanti per l'intero comparto”; (iii) “[l]e pressioni competitive sui mercati internazionali”³²⁷.

157. Anche nel corso del 2011, le riunioni della Giunta Assofond sono un'occasione per le fonderie per confrontarsi sul “livello di produzione, prezzi di acquisto, vendita, ecc...”³²⁸ o su questioni squisitamente attinenti ai rapporti tra le fonderie e i clienti (come ad esempio, il confronto sul livello di contrattazione per il settore delle fonderie e le condizioni nei contratti con i committenti)³²⁹.

³²⁰ In particolare i tavoli di lavoro organizzati in tale occasione erano Meccanica, Veicoli industriali, Automotive, Edilizia e Grandi Getti. I partecipanti sono stati Glisenti, E.F. Group (all'epoca Torbole), Pilenga, Corrà, De Riccardis, LT, VDP, Zanardi e Zardo (ISP. 41.10, ISP. 41.11).

³²¹ I tavoli di lavoro sono stati Grandi Getti, Macchine Agricole, Meccanica, Automotive + Veicoli industriali, Macchine Movimento Terra. I partecipanti sono stati Ariotti, Corrà, De Riccardis, Glisenti, VDP, Zanardi e Cividale (ISP. 41.10).

³²² I partecipanti alla riunione di Assofond Ghisa sono stati Ariotti, C2MAC (all'epoca Montorso), De Riccardis, Glisenti, LT, VDP e Zanardi. I tavoli di lavoro organizzati in tale occasione sono stati Grandi Getti, Trattori-Macchine agricole e Movimento terra, Meccanica, Automotive (ISP. 41.67).

³²³ I partecipanti alla riunione di Assofond Ghisa sono stati Ariotti, Corrà, C2MAC (all'epoca Montorso), Lead Time, Zanardi, Zardo e ZML. I tavoli di lavoro organizzati sono stati Grandi Getti, Trattori-Macchine agricole e Movimento terra, Meccanica, Automotive (ISP. 41.20, ISP. 41.31, ISP. 41.40).

³²⁴ ISP. 41.62: “se si escludono i cluster dei grandi getti e dell'automotive prossimi ai livelli del 2008, l'eccesso di capacità produttiva rilevata, va da un minimo di 16%-17% per la trattoristica e macchine agricole ad un massimo del 41%-42% per i veicoli industriali; tra i valori intermedi figurano il 24% della meccanica e il 39%-33% per le macchine movimento terra. Tali riflessioni sull'eccesso di capacità produttiva del settore lancia un segnale chiaro anche in merito alle possibili criticità sulla redditività aziendale”.

³²⁵ I partecipanti all'incontro del 29 marzo 2010 sono Glisenti, LT, Pilenga, E.F. Group (all'epoca Torbole), VDP e Zanardi (ISP. 41.59).

³²⁶ ISP. 41.57: “[i]n un mercato caratterizzato da un eccesso di offerta si può facilmente prevedere una bellicosa politica di accaparramento da parte del Cliente che porta la competizione ad accentrarsi unicamente sul prezzo. La criticità legata a questa attuale e contingente emergenza materie prime suggerisce di dedicare maggiore attenzione alla problematica includendola tra i temi rilevanti del prossimo appuntamento di Assofond Ghisa”.

³²⁷ ISP. 41.62.

³²⁸ Così in Convocazione Giunta del 4 maggio 2011, in DOC. 291. I partecipanti sono: Ariotti, Corrà, E.F. Group (all'epoca Torbole), VDP, Zanardi e ZML (ISP. 41.330 e file “ELENCO ADESIONI – GIUNTA 4 maggio” in DOC. 291).

³²⁹ Cfr. Convocazione Giunta dell'8 aprile 2011, in DOC. 291. I partecipanti a tale incontro sono stati Ariotti, Glisenti, EF Group (all'epoca Torbole), VDP, Zanardi e ZML (ISP. 41.330).

Durante le riunioni di Assofond Ghisa del 2012³³⁰ e del 2013 ampio spazio è assegnato al dibattito e al confronto tra fonderie (*“che non deve mancare in occasioni di incontri come questo”*)³³¹.

158. L'evoluzione dei prezzi di vendita, il rapporto tra eccesso di capacità produttiva e le *“possibili criticità sulla redditività aziendale”* sono stati oggetto di esame anche nel corso della riunione di Assofond Ghisa del 12 dicembre 2014, in cui vengono riportati gli esiti dell'indagine svolta dall'Associazione su un campione di fonderie di ghisa³³². Deve notarsi che, anche in tale caso, per incontrare le esigenze espresse dalle fonderie associate, nella convocazione alla riunione è sottolineata l'importanza di un confronto ristretto (*“inter nos”*) in cui potersi esprimere liberamente nel corso di un dibattito aperto, senza ordine del giorno né contributi/partecipazioni esterni/e³³³.

159. Parimenti, durante la riunione di Assofond Ghisa del 16 dicembre 2015, convocata *“per scambiarsi le proprie impressioni e le personali sensazioni sull'attuale situazione congiunturale e prospettica”*³³⁴, vengono commentati i risultati dell'indagine svolta dall'associazione in tema di prezzi di vendita³³⁵.

160. Prezzi, capacità produttiva, prospettive future e portafoglio ordini sono l'argomento di discussione del giro di tavolo della riunione di Assofond Ghisa del 14 dicembre 2016³³⁶.

161. Diversi incontri sono stati dedicati, nel corso del biennio 2017-2019, al confronto tra le fonderie associate³³⁷. Le convocazioni delle Giunte Assofond del 1° marzo 2017 e del 13 settembre 2017 specificano che, al termine delle stesse, si sarebbe tenuto *“il consueto “pranzo di lavoro, occasione come sempre per protrarre il confronto anche al di fuori degli schemi dell'ODG”*³³⁸. Parimenti, l'ordine del giorno delle Assemblee Generali tenute negli 2017, 2018 e 2019 ha previsto uno spazio dedicato al *“Dibattito e confronto”* tra le associate³³⁹.

162. Nel corso del 2018, vi è evidenza anche di contatti diretti tra Ironcastings, Zardo, De Riccardis e Zanardi al di fuori del contesto associativo, aventi a oggetto la condivisione circa le richieste di aumento da applicare ai clienti comuni. Infatti, in uno scambio di *email* interno a Ironcastings del

³³⁰ Si veda la convocazione per la riunione di Assofond Ghisa del 23 febbraio 2012 (**DOC. 276**).

³³¹ **ISP. 41.3**, recante il programma dei lavori di Assofond Ghisa dell'11 dicembre 2013. I partecipanti a tale incontro sono stati Ariotti, Corrà, Glisenti, EF Group (all'epoca Torbole), VDP e Zanardi (**DOC. 291**, file *“ELENCO ADESIONI - GIUNTA 11 dicembre”*)

³³² **ISP. 41.23**. Si veda anche **ISP. 41.21**.

³³³ **ISP. 41.19**: *“Ritengo utile a questo punto ritagliarci uno spazio di confronto e dibattito inter nos, per interrogarci sulla situazione ed esprimerci liberamente sui cambiamenti strutturali che stiamo vivendo, sull'attuale situazione congiunturale e prospettica e su qualsiasi altra criticità o tematica vorrai portare all'attenzione dei colleghi. Per quanto sopra esposto nonché per incontrare le esigenze espresse da numerosi associati, la formula che Assofond Ghisa va a proporTi in questa edizione è quella del dibattito aperto senza un rigoroso ordine del giorno e/o contributi esterni alla realtà associativa.”*

³³⁴ Così, in **ISP. 41.39**.

³³⁵ **ISP. 41.42** e **ISP. 41.43**.

³³⁶ **ISP. 41.34** ove si legge: *““Giro di tavolo”: Situazione congiunturale Confronto sull'andamento 2016 e prospettive 2017:*

- *Variazione 2016 (%le +/- VS 2015)*
- *Previsione «BUDGET 2017» (%le +/- VS 2016)*
- *PORTAFOGLIO ORDINI*
- *PREZZI*
- *CAPACITA' PRODUTTIVA*
- *PROSPETTIVE PROPRI SETTORI COMMITTENTI*

Altro”. (enfasi in originale).

³³⁷ Cfr. **DOC. 276** per gli incontri di Assofond Ghisa e dell'Assemblea; **DOC. 291** per gli incontri della Giunta Assofond.

³³⁸ **DOC. 291**, file *“Convocazione”* nella cartella *“2017.03.01”*, e il file *“Convocazione”* nella cartella *“2017.09.13”*.

³³⁹ **DOC. 276**, file *“Assofond – Convocazione Assemblea Annuale 2017”*, *“Assofond – Convocazione Assemblea Annuale 2018”* e *“Assofond – Convocazione Assemblea Annuale 2019”* nella cartella *“Assemblee 2005-2024 convocazioni parte privata”*.

26 marzo 2018 si legge: “Domattina subito, manda il listino a [...] e comunica che a causa dei nostri fornitori che continuano ad applicare aumenti siamo costretti ad applicare il listino dal 1 Aprile. Tale condizione si rende necessaria in quanto avendo subito gli aumenti e dovendone gestire altri non riusciamo più a gestire la situazione. Domattina sarà da loro De Riccardis e Zardo ha già dato l’ultimatum oltre a Zanardi. Fallo subito in modo che possa dire: “ma vi siete messi d’accordo?””³⁴⁰.

IV.3.3. Il biennio 2020-2021: come le fonderie hanno affrontato le conseguenze della Pandemia Covid-19

163. Com’è noto, la pandemia Covid 19 è stata dichiarata dall’OMS l’11 marzo 2020 e ha determinato la chiusura di molti stabilimenti produttivi in tutto il mondo. Tale situazione ha determinato per le fonderie problemi connessi alla scarsità delle materie prime e all’aumento dei costi delle stesse. A partire dal 2021 inoltre si è registrato anche un aumento dei costi energetici.

164. Durante tale periodo, le evidenze danno conto di una condivisione tra le fonderie in merito alle richieste di aumento da effettuare ed effettuate ai clienti e ai risultati ottenuti, di interventi di Assofond volti a fornire indicazioni circa il mantenimento di una certa redditività e circa la tempistica di adeguamento dei prezzi, nonché discussioni tra le fonderie, anche in sede Assofond, relative agli aumenti dei prezzi di listino e al ribaltamento a valle sui clienti dei maggiori costi subiti. A tal fine, nel 2021, l’Associazione adotta la circolare “Caro materie prime: aumenti record e il ruolo degli indici Assofond” e, alla fine del 2021, elabora la Guida Assofond e organizza e promuove alcuni *webinar* su come utilizzare gli indicatori.

165. Il primo incontro meritevole di attenzione nel corso del biennio in esame è la riunione della Giunta Assofond del 15 aprile 2020, convocato per avere un confronto sulla situazione attuale e sulle prospettive e per discutere sulle attività svolte dall’Associazione nella situazione di emergenza e sulle azioni da intraprendere³⁴¹.

166. Il resoconto della riunione è contenuto in una *email* interna a VDP da cui emerge come durante il confronto le fonderie hanno condiviso informazioni in merito alla capacità produttiva e al carico di lavoro, nonché alle modalità di gestione dei rapporti con i clienti (esplicitamente nominati), sia in termini di ritardi o meno nelle consegne sia in termini di gestione delle scorte di magazzino³⁴².

³⁴⁰ **ISP. 46.189.**

³⁴¹ **ISP. 41.331.** I partecipanti a tale incontro sono Ariotti, C2MAC, Corrà, De Riccardis, Glisenti, EF Group/Pilenga, VDP, Zanardi (**ISP. 81.805**).

³⁴² **ISP. 81.805:** “piccolo resoconto di alcune fonderie italiane

Ariotti: ha riaperto martedì e solo x Ateco essenziali cioè circa al 30%. [...]. Ha avuto diversi insoluti anche da clienti stabili

[S.D.] Montorso: hanno aperto ieri entrambe le fonderie solo x clienti in Ateco. [...] Nessun cliente ha rischedulato gli ordini e quindi si trovano in ritardo (probabilmente solo sulla carta). Il tempo di attraversamento è da 8 a 12 settimane e adesso non hanno visibilità più avanti cioè non hanno ordini. In Fondmatic lavorano ad un turno cioè al 50% mentre in Montorso a doppio turno (uno solo in finitura).

De Riccardis: sono ancora chiusi fino al 3 maggio. Hanno richieste da qualche cliente autorizzato e stanno cercando di finire e consegnare i getti che erano già fusi. Non hanno avuto grossi insoluti finora. Non hanno visibilità sugli ordini e i pochi che hanno sono spostate su maggio come consegne.

[R.D.B.] Glisenti e Leadtime: entrambe chiuse e contano di riaprire nei prossimi giorni come subfornitura (da sbavatura a lav. meccaniche). Dana ha dichiarato che sta chiusa fino al 03/05 e quindi probabilmente anche loro riapriranno al 03/05. Same lavora invece. [...] I clienti non riprogrammano ancora e quindi sono in ritardo sulla carta. Pagamenti: si impegnano a pagare regolarmente i fornitori. Non sanno come si comporteranno i loro clienti. Same sta pagando in ritardo di 15 giorni. CNH ha pagato in Leadtime ma non in Glisenti.

[P.C.] [Corrà, n.d.r.]: hanno riaperto ieri dal 22/03. Lavorano x richiesta di alcuni clienti e hanno un po' di caos sul verificare autorizzazioni (soprattutto per l'estero ...). [...] Hanno qualche insoluto da cliente. Qualche cliente ha detto che prevede riduzioni degli ordinativi del 30-40%. Prospettive: non hanno idea ...

167. Come sopra anticipato, il 19 giugno 2020, l'Assemblea annuale si è svolta esclusivamente in forma privata³⁴³. Nel programma dell'evento, viene evidenziata la centralità delle fonderie e l'importanza dell'Assemblea privata come luogo in cui parlare *“del nostro settore, delle nostre filiere e di quello che ci aspetta nei prossimi mesi; [...] di quanto l'associazione ha fatto nelle ultime settimane per guidare le fonderie durante la crisi; [...] di cosa farà nel futuro; [...] di temi a noi cari e che non devono mai essere messi in secondo piano come energia, ambiente, rappresentanza istituzionale; [...] dei giovani, che sono il futuro delle nostre aziende. Parleremo, lo ripeto, di noi”*³⁴⁴.

168. Il 26 novembre 2020 si è tenuto l'evento di Assofond Ghisa³⁴⁵. Nella convocazione, si legge che *“il focus del meeting sarà come tradizione il consueto giro di tavolo tra i partecipanti per un confronto sulla situazione congiunturale, per interrogarsi sulla crisi in atto che sta condizionando fortemente l'attività imprenditoriale e su qualsiasi altra criticità o tematica vorreste portare all'attenzione dei colleghi”*³⁴⁶. Anche in tale caso, vengono discussi e commentati gli esiti dei sondaggi svolti tra gli associati (senza verbale e senza comunicato stampa)³⁴⁷.

169. Nel mese di dicembre, alcune evidenze agli atti attestano che ZML³⁴⁸ e Ironcastings abbiano chiesto aumenti ai propri clienti, con decorrenza 2021; e, in alcuni casi, le richieste di aumenti dei prezzi di listino sono stati oggetto di condivisione tra le fonderie (così nel caso di Zardo e Ironcastings³⁴⁹; nonché De Riccardis e Zardo³⁵⁰). In particolare, in una email interna a Ironcastings, avente a oggetto “aumenti materie prime”, del 23 dicembre 2020, [A.A.] (Presidente del C.d.A. di Ironcastings) scrive: *“tra ieri sera e questa mattina mi sono confrontato con alcuni colleghi e con Assofond. Il problema principale per il primo trimestre saranno le materie prime dove, IN SOLDONI, se non saremo rapidi potremmo lasciare in mano ai clienti anche 350/400 mila*

[E.F.] [E.F. Group/Pilenga, n.d.r.]: *[...] produzione: sono fermi tutti e 3 gli stabilimenti. Spediscono qualcosa da magazzino e fanno qualche manutenzione. Non hanno info dai clienti. Hanno rifatto un budget con il -40% di fatturato e stanno vedendo di tagliare i costi. Cercano anche linee di credito con le banche. Incassi sembrano regolari per adesso. [omissis] SABI: hanno riaperto ad un turno da ieri spinti soprattutto dai clienti esteri. La sbavatura lavorava già per i getti già prodotti. [...] Clienti e mercato: come gli altri; decremento del 30% sul breve. Gli esteri non capiscono perché sono chiusi ...*

[Arizzi Fonderie San Giorgio S.p.A.]: *[...] Consegna qualcosa. Ha dei clienti che lo pressano ma non sa se aprire il 27 invece del 3/05. [...] Pochi problemi di incasso. Pochi ordini in entrata.*

[Fonderia Boccacci S.p.A.]: *hanno chiuso 15 giorni; hanno riavviato ieri al 50% e pensano di fare così per 15 giorni poi vedranno. [...] Non sa neanche lui se gli ordini saranno stabili e teme un nuovo 2008-2009. Qualche cliente sta approfittando della situazione e i fornitori li pagano tranquillamente.*

[Fonderie Alluminio Tazzari S.p.A.]: *sono chiusi e hanno qualche richiesta ma per il 5% del fatturato. [...] Clienti: quelli che hanno riprogrammato sono quelli legati alle moto che però sono in genere stagionali; automotive e altri per adesso sono tranquilli. Anche per i pagamenti x adesso non hanno visto problemi. Con i bonifici si sono allungati i tempi di incasso. Se non cambia la situazione riaprono al 3/05.*

[F.Z.]: *non avevano molto carico di lavoro e quindi hanno chiuso al 13/03 come fonderia e dal 22/03 chiuso tutto. Hanno fatto richiesta al Prefetto e pensano di riaprire dal 27/03 come fonderia. Teme che gli ordini che hanno adesso non siano poi ritirati. [...] Clienti con ordini a programma hanno in parte spostato e gli ordini chiusi finora sono rimasti. Pagamenti per adesso regolari.*

[F.I.A.S. s.r.l.]: *hanno riaperto ieri. Per quello che sa lui un po' tutte le fonderie di acciaio hanno riaperto solo quelle che sono in qualche filiera autorizzata”.*

³⁴³ A tale evento hanno partecipato Ariotti, Corrà, De Riccardis, FMG, Glisenti, LT, EF Group, Pilenga, VDP, Zanardi, Zardo e ZML (**ISP. 41.297**).

³⁴⁴ **ISP. 61.27**.

³⁴⁵ A cui hanno partecipato Ariotti, Glisenti, Ironcastings, EF Group/Pilenga, Zanardi (**ISP. 41.305**).

³⁴⁶ **DOC. 276**, “Mail invito Assofond Ghisa 26 11 2020”.

³⁴⁷ **ISP. 41.304**.

³⁴⁸ **ISP. 66.51** e **ISP. 66.53**.

³⁴⁹ **ISP. 56.12**. Si vedano anche **ISP. 56.17** e **ISP. 56.59**.

³⁵⁰ **ISP. 56.18**.

euro senza sapere quando recuperare..... Quindi troviamoci subito per decidere cosa fare.....”³⁵¹. L’esito è stata una comunicazione, destinata ai clienti, con cui la società ha anticipato l’incremento dei prezzi di vendita, a partire dal mese di gennaio 2021, come conseguenza dell’incremento dei costi³⁵², successivamente trasmessa a Zardo³⁵³.

170. In una chat interna del comitato di presidenza Assofond “New president new deal”, il 18 gennaio 2021, il Direttore Generale scrive “sono al tel con [A.A.] Ironcasting che mi ha chiamato su caro materie prime. Vi scrivo in diretta e vi ricordo invito che vi avevo fatto di affrontare sua “posizione” in ambito Assofond. Se, con chi, e quando credete”³⁵⁴.

171. Nel 2021, il primo incontro della Giunta Assofond si tiene il 27 gennaio 2021³⁵⁵. Nell’invito, datato 14 gennaio 2021, viene specificato che oggetto di confronto sarà l’emergenza del caro materie prime, sul quale l’associazione anticipa comunicazioni interne e/o esterne³⁵⁶.

172. La circolare (interna) sul tema “Caro materie prime: aumenti record e il ruolo degli indici Assofond” è datata 15 gennaio 2021³⁵⁷ ed è inviata lo stesso giorno alle fonderie associate³⁵⁸.

173. Nella Circolare, l’Associazione inquadra la situazione del mercato delle materie prime ed espone i riflessi dell’ondata dei rincari sullo stato di salute del settore, evidenziando che “In un contesto di domanda ancora difficile e in mancanza di certezze sull’orizzonte temporale necessario al rientro dei prezzi delle materie prime, una non adeguata tempestività di trasferimento delle variazioni dei costi sui prezzi di vendita potrebbe tradursi, a consuntivo 2021, in una sensibile riduzione dei margini di vendita che, oltre ad intaccare in modo significativo le condizioni reddituali, potrebbero nel breve periodo incrinare la solidità finanziaria del settore”³⁵⁹. In tale contesto, pertanto, viene rilevata l’utilità e il valore degli indici Assofond e del lavoro svolto dall’Associazione³⁶⁰. Al riguardo, si legge che Assofond “da circa vent’anni monitora l’evoluzione dei prezzi degli input produttivi per mezzo della pubblicazione” di alcune classi di indici e come l’esperienza abbia dimostrato che l’iniziativa di Assofond è stata apprezzata dalle fonderie e dai committenti. In particolare, nella circolare viene sottolineato come “l’utilità e il valore di questo approccio metodologico si apprezzano in modo particolare con il mantenimento e la costanza della sua applicazione nel tempo, indipendentemente dagli sviluppi del mercato e secondo le modalità che ciascuna fonderia ritiene adeguata alla propria realtà aziendale. In un momento di accesa volatilità dei mercati, certamente l’applicazione del metodo con clausole di adeguamento mensile potrebbe tutelare maggiormente le aziende nel ridurre il rischio di eccessiva esposizione

³⁵¹ **ISP. 46.204.**

³⁵² V. file “prezzi materie prime”, in **ISP. 46.204.**

³⁵³ **ISP. 56.12.**

³⁵⁴ **ISP. 61.50.**

³⁵⁵ A cui hanno partecipato Ariotti, C2MAC, De Riccardis, Glisenti, EF Group/Pilenga, Zanardi (**ISP. 41.342**).

³⁵⁶ **ISP. 41.341.**

³⁵⁷ **ISP. 36.80.** Si veda anche **ISP. 46.7.**

³⁵⁸ **ISP. 51.19.**

³⁵⁹ **ISP. 36.80**, enfasi in originale.

³⁶⁰ In particolare, nella circolare si afferma che: “Negli ultimi vent’anni le fonderie hanno sperimentato fasi di surriscaldamento dei costi e successive di rientro sempre più frequenti e intense, mettendo in evidenza la vulnerabilità del settore in termini di variabilità dei margini operativi. L’elevata pressione competitiva esistente all’interno del settore e il minor potere contrattuale nei confronti dei clienti hanno reso utile l’introduzione di un meccanismo di indicizzazione all’andamento delle commodity, in assenza del quale la variabilità dei margini diventa ingestibile per la strutturale asimmetria nella velocità con cui i prezzi di vendita dei getti incorporano le variazioni dei costi di produzione, che si traduce da un lato in un rapido adeguamento verso il basso dei prezzi a fronte di riduzioni dei costi, dall’altro in ritardati incrementi a fronte della crescita dei costi degli input utilizzati nel processo produttivo(**ISP. 36.80**).

finanziaria³⁶¹. In sintesi, con la circolare 2021, l'Associazione raccomanda alle fonderie associate l'utilizzo regolare degli indicatori per l'adeguamento dei listini per non intaccare le condizioni reddituali e consiglia anche di optare per un adeguamento mensile degli stessi.

174. Come preannunciato alle associate, nei mesi di gennaio e febbraio 2021, Assofond ha portato avanti anche altre iniziative di promozione degli indicatori Assofond (come *email* da parte del Presidente rivolte direttamente ai colleghi³⁶²) e ha condotto anche delle campagne a mezzo stampa per spingere verso il *repricing*³⁶³.

175. Dalla documentazione agli atti emerge come le fonderie tengano conto di quanto indicato nella circolare al fine di orientare le proprie condotte nel mercato. Così, nei mesi di gennaio e febbraio 2021, alcune fonderie (C2MAC³⁶⁴, Zanardi³⁶⁵, Zardo³⁶⁶, FMG³⁶⁷, ZML³⁶⁸) hanno trasmesso ai propri clienti comunicazioni riguardanti aumenti dei prezzi di listino, giustificate dalla necessità di adeguare i prezzi agli aumenti dei costi delle materie prime, primarie e secondarie, dovuti anche alla crescente difficoltà di reperire le stesse. In tutte le richieste vi è un riferimento esplicito agli indicatori Assofond. Dalla documentazione agli atti emerge che nello stesso periodo anche Pilenga abbia chiesto aumenti dei prezzi di listino³⁶⁹.

176. Nello stesso periodo, inoltre, proseguono gli scambi di comunicazioni di aumento dei prezzi di listino tra Ironcastings e Zardo³⁷⁰, nonché vi sono evidenze di contatti tra VDP e De Riccardis riguardanti gli aumenti di listino riconosciuti a specifici clienti³⁷¹.

³⁶¹ **ISP. 36.80**, enfasi in originale. Si segnala che tali precisazioni in merito all'applicazione costante nel tempo e all'indicazione di applicare il metodo con clausole di adeguamento mensile sono stressate anche nell'*email* di trasmissione inviata dall'Associazione (**ISP. 51.19**). Cfr. anche la bozza di circolare in **ISP. 61.35**.

³⁶² Si veda **ISP. 76.12**, contenente l'*email* avente a oggetto "*Detto tra noi, di [R.A.] [Ariotti, n.d.r.] | febbraio 2021*".

³⁶³ **ISP. 76.30**, ove in una *email* interna al Gruppo Camozzi-FMG vengono allegati alcuni articoli di giornale del 28 e 29 gennaio 2021. Nell'*email*, del 29 gennaio, in particolare si legge: "*L'Assofond sta spingendo il repricing I prezzi delle materie prime dichiarati da Ariotti nelle sue interviste sono coerenti con i nostri dati*". Si veda anche **ISP. 76.9**, in cui è allegato un articolo della rivista "In fonderia".

³⁶⁴ **ISP. 24.2610**.

³⁶⁵ **ISP. 31.38; ISP. 31.77**.

³⁶⁶ **ISP. 56.24**.

³⁶⁷ **ISP. 76.24**. In tale caso, inoltre la Società comunica anche *pro futuro* l'adeguamento mensile dei listini. Si veda anche **ISP. 76.25**. Un riferimento esplicito alla circolare Assofond ai fini dell'aggiornamento mensile è contenuto in **ISP. 76.26** ("*Ogni mese (come da circolare "Aumento Materie Prime" (già a Vs mani) vi verrà inviato un listino*").

³⁶⁸ Cividale, infatti, lo stesso 15 gennaio 2021 gira internamente la circolare e chiede la verifica che tutte le società del gruppo aggiornino i costi su base settimanale (si vedano **ISP. 51.20**, *email* interna a Cividale del 15 gennaio 2021 che fa esplicito riferimento a tutte le società del gruppo), e **ISP. 66.28** (scambio di *email* interne a Cividale/ZML del 17-18 gennaio 2021 in cui viene fornita indicazione di comunicare ai clienti ghisa la variazione dei listini, anche al fine di decidere se fermare la produzione per i clienti che non accettano gli aumenti). Si veda anche file "210129_lettera clienti_ita" allegato a **ISP. 66.1**, che attesta il passaggio della periodicità di adeguamento dei listini da trimestrale a mensile.

³⁶⁹ **ISP. 20.198**. Si noti che nell'*email* interna viene fornita da [U.F.] (E.F. Group/Pilenga) una specifica indicazione per le successive richieste di aggiornamento: "*Commento per successive richieste aggiornamento extra costi - o scriviamo che una serie di altri costi ha subito nel tempo un aumento irreversibile non più sopportabile da noi - o meglio trovare altri indici a cui legare la richiesta - il documento Assofond oltre alla materia prima riporta energia, materiale ausiliario e forse anche personale Nel caso domani chiedimi*".

³⁷⁰ **ISP. 56.24** e **ISP. 46.26**. Da tali documenti emerge che il 12 gennaio 2021 Ironcastings tramette a Zardo una lettera inviata ai propri clienti alla fine del 2020 con il commento "*Per ora non mi sono ancora mosso e mi sono limitato a preparare delle statistiche. Sicuramente l'incremento le materie prime andrà gestito nel migliore dei modi ma non possiamo farci ricattare dai clienti*". A tale comunicazione, Zardo risponde il 15 febbraio 2021: "*Seguito alla telefonata di qualche settimana fa per conoscenza per informarti che siamo usciti con questa lettera, per i clienti che hanno già l'extra materia prima[...] Vedremo le reazioni*". All'*email* di Zardo è allegata la lettera di aumento dei listini.

³⁷¹ **ISP. 81.795**: "*Telefonata di De Riccardis [su CNH n.d.r.] m.p. 451 riconosciuta*"; **ISP. 81.796** "*Il [...] ha dato alla fonderia sopracitata [De Riccardis (in oggetto) n.d.r.] l'1.5% per Aprile+1.5% da giugno*".

177. In alcuni casi, le fonderie informano di rallentare la produzione in attesa di sistemare i prezzi di vendita³⁷².

178. Il 30 marzo 2021, si tiene un Comitato di Presidenza, nell'ambito del quale vengono programmati i successivi incontri associativi (segnatamente, la Giunta del 14 aprile 2021 e Assofond Ghisa del 27 aprile 2021), i sondaggi da effettuare i cui risultati *“sono e saranno certamente oggetto di confronto su questo e su altri tavoli per più occasioni”* e i consueti giri di tavolo³⁷³.

179. Nell'incontro della Giunta Assofond del 14 aprile 2021³⁷⁴, tra i temi all'ordine del giorno non manca il *“confronto (giro di tavolo) su situazione e prospettive “post riapertura””*³⁷⁵. Nel verbale dell'incontro viene riportato: *“Ampio spazio dell'incontro è stato dedicato al confronto sugli aspetti contingenti e previsionali oltre che a consuntivare il recente passato, effettuando prima un rapido sondaggio che ha indagato attraverso numerosi quesiti, temi di natura reddituale, contingenza e previsione produttiva. Al sondaggio ha fatto seguito un “giro di tavolo”. Questa la sintesi dell'incontro che non coglie e descrive altri elementi di confronto che restano patrimonio dei partecipanti, e per i quali in parte si rimanda alla documentazione allegata al presente verbale”*³⁷⁶.

180. Anche durante Assofond Ghisa del 27 aprile 2021³⁷⁷, i risultati dei sondaggi sono stati oggetto di dibattito tra i presenti³⁷⁸. Tra le domande, in particolare, una riguarda la soddisfazione dell'adeguamento dei prezzi verso i clienti come conseguenza dell'aumento delle materie prime³⁷⁹.

181. Tre mesi dopo, il 7 luglio 2021 si è svolta una seconda riunione di Assofond Ghisa³⁸⁰. Come si legge nell'agenda dei lavori dell'incontro³⁸¹, l'allora Presidente dell'Associazione, [R.A.] (Ariotti), avrebbe dovuto tenere il discorso di apertura (*“sulle contingenze del momento (andamento produttivo & materie prime)”*), un intervento strutturato per attenzionare il tema *“finanza”* (dal titolo *“Ebitda: Quale equilibrio per le fonderie?”* o *“La sostenibilità finanziaria in tempi di caro materie prime”*).

182. Nel corso del suo intervento [R.A.] (Ariotti), ai tempi Presidente di Assofond, seppur preliminarmente affermi che per motivi *antitrust* l'Associazione non avrebbe fornito alcuna indicazione rispetto a politiche di prezzo, suggerisce poi alle fonderie del comparto di mantenere un certo tasso di rendimento, quantificato nel 10%³⁸². In particolare, nell'affrontare il tema della

³⁷² **ISP. 76.43**, enfasi in originale, recante una comunicazione interna a FMG, datata 31 marzo 2021, in cui il Plant Director della società, nel segnalare aumenti dei prodotti chimici, scrive: *“ho notizie di fonderie che stanno rallentando la produzione in attesa di sistemare i prezzi”*.

³⁷³ **ISP. 41.325**.

³⁷⁴ A cui hanno partecipato Ariotti, C2MAC, De Riccardis, Glisenti, EF Group/Pilenga, VDP, Zanardi, Cividale (**DOC. 291**, file “ELENCO ADESIONI – GIUNTA 14 aprile”, in “Giunte 2021”, “2021.04.14 - videocall”).

³⁷⁵ **DOC. 291**, file “Convocazione”, in “Giunte 2021”, “2021.04.14 - videocall”.

³⁷⁶ **ISP. 41.339**.

³⁷⁷ A cui hanno partecipato Ariotti, De Riccardis, FMG, Glisenti, LT, Ironcastings, EF Group/Pilenga, VDP, Zanardi e ZML (**ISP. 41.306**).

³⁷⁸ **ISP. 41.307**, recante l'agenda dei lavori: *“Giro di tavolo (30' ma stimolare interventi NON solo legati alla congiuntura, già indagata dai polls precedenti, ma su aspetti a 360 gradi) “INDAGINE LINEE STRATEGICHE ASSOFOFOND”: Esiti del sondaggio tra gli associati a cura di [F.Z.] [Zanardi, n.d.r.], candidato alla prossima presidenza di Assofond (max 10', senza dibattito con i presenti) Varie e dibattito”*.

³⁷⁹ **ISP. 41.312**. La prima domanda riguarda le previsioni sull'EBITDA/fatturato del 2021.

³⁸⁰ **DOC. 276**, “MAIL invito 7 luglio 2021”. A tale incontro hanno partecipato Ariotti, C2MAC, Glisenti, LT, EF Group/Pilenga, VDP, Zanardi, Zardo e ZML (**ISP. 41.309**).

³⁸¹ **ISP. 41.308**.

³⁸² **DOC. 74**, h 0:07:43 *“E ora diciamo che, invece di stare sul mercato in borsa, quindi ufficiale, quotato, con le verifiche sindacali eccetera eccetera, la Consob, vado fuori dalla borsa e penso di comprare un titolo di un'azienda che opera nel metallo, non quotata e magari piccolina, magari Ariotti, magari Zanardi, magari lì chi c'è, [R.D.B.] o [Fonderia Boccacci*

redditività il Presidente fornisce un esempio ipoteco relativo al settore vinicolo, affermando che, in presenza di *shock* esogeni, per mantenere una certa redditività, l'unica soluzione è quella di aumentare i prezzi³⁸³. Poi riferendosi specificamente al settore delle fonderie, in un contesto di prezzi delle *commodity* estremamente volatili³⁸⁴, suggerisce di ricorrere all'indicizzazione con una frequenza maggiore rispetto a quella trimestrale al fine di ribaltare con più prontezza le variazioni dei prezzi degli *input* a valle³⁸⁵.

183. Nel corso della riunione, oltre al consueto giro di tavolo, sono stati diffusi e commentati i risultati dei consueti sondaggi relativi alla disponibilità/comprendimento da parte dei clienti a riconoscere gli aumenti e alla correlata maggiore necessità finanziaria per far fronte agli aumenti dei costi³⁸⁶. Si noti che, con specifico riferimento a tale momento dell'incontro, nell'agenda dei lavori si precisa: “3 domande come da allegato (oltre ad una sulle “strategie” che NON faremo, ma sulla quale magari troveremo modo in CDP o Giunta di discuterne)”³⁸⁷.

184. Nell'agenda dei lavori, infine, viene previsto un intervento (opzionale) del Presidente dal titolo “Causa di forza maggiore per cessazione contratti in essere”, tenuto conto di modelli di lettere predisposti nel 2004³⁸⁸. Si rileva che la possibilità per le fonderie di sospendere la produzione (“prospettiva di fermata”) in caso di mancato riconoscimento degli incrementi dei prezzi a seguito degli aumenti dei costi è un tema presente in alcune bozze di articoli di stampa del Presidente

S.p.A.] o altri. Beh, rispetto al rischio di comprare un titolo che comunque è quotato, che è sottoposto alle verifiche della Consob, eccetera eccetera vado a comprare un'azienda piccola come Ariotti, in campagna, che fa sui quattro soldi e sui quattro chili di ghisa vendendoli a pochi clienti, voglio avere un 2% di rischio in più rispetto a Danieli? Io direi di sì: altri 2%, e quindi sono arrivato, per esempio, a dire che il 10% possa essere il tasso di rendimento atteso per un investimento con questo grado di rischio...Comunque son questi i numeri che devono essere considerati correttamente da un investitore terzo...Abbiamo stabilito un punto: un 10%, che è una cifra tonda, come rendimento del capitale investito”.

³⁸³ In particolare, il Presidente Assofond illustra come uno *shock* esogeno, costituito da un allungamento dei tempi minimi per l'invecchiamento delle bottiglie di Franciacorta, porti a un aumento del valore del magazzino e, di conseguenza, riduca il tasso di rotazione del capitale investito, ossia l'efficienza con cui l'azienda utilizza il capitale investito per generare ricavi. A detta di [R.A.] (Ariotti), l'unica soluzione per il produttore di vino al fine di mantenere un certo tasso di rotazione del capitale investito – e, indirettamente, una certa redditività – è aumentare il fatturato di vendita, ossia la quantità di bottiglie vendute oppure i prezzi.

³⁸⁴ Secondo Ariotti, l'impennata delle quotazioni degli *input* registrata nel 2021 ha l'analogo effetto di riduzione del tasso di rotazione del capitale investito illustrato in precedenza con riferimento al vino.

³⁸⁵ **DOC. 74.** h 0:16:29 “qualcun altro ha sistemi di indicizzazione, penso la maggioranza di noi, tanti hanno contratti di indicizzazione con intervalli di correzione trimestrali, spesso trimestrali con un mese di ritardo in più...ma quindi cosa c'è, c'è un ritardo importante anche nell'adeguamento e nello scarico a valle degli incrementi di prezzo che abbiamo sostenuto. Ognuno faccia quel che ne voglia, perché l'associazione non dà alcuna indicazione, gli effetti algebrici e aritmetici di queste cose sono più o meno quelli che ho descritto io...e quindi invito tutti a una riflessione, a qualche esercizio perché le conseguenze sotto il profilo finanziario ma anche sotto il profilo economico di questa situazione vanno bene osservate...c'è un tale livello di incertezza nei nostri mercati che tutto cambia in un minuto, tutto cambia in un attimo...aspettare a correggere situazioni di prezzo o situazioni di squilibrio che sono normali e insegnati nella teoria finanziaria...può essere molto pericoloso”.

³⁸⁶ Il documento è allegato a **ISP. 31.27**.

³⁸⁷ **ISP. 41.308**.

³⁸⁸ **ISP. 41.310 e ISP. 41.311**.

dell'Associazione³⁸⁹ e comunicati stampa dell'Associazione³⁹⁰. Dopo tali dichiarazioni pubbliche, alcune fonderie ragionano internamente sulla possibilità di sospendere la produzione in caso di mancato riconoscimento degli aumenti dei prezzi da parte dei clienti³⁹¹.

185. Nei mesi di giugno e luglio 2021, ZML³⁹², FMG³⁹³, Ironcastings³⁹⁴ e Zardo³⁹⁵ richiedono ulteriori aumenti legati agli aumenti dei costi e basati sull'indicizzazione delle materie prime e dei materiali ausiliari. Proseguono anche gli scambi di comunicazioni relative agli aumenti dei listini tra Ironcastings e Zardo³⁹⁶, nonché la condivisione di scambi di corrispondenza con specifici clienti riguardanti gli aumenti dei prezzi sempre tra Ironcastings e Zardo³⁹⁷. Il 5 luglio 2021 Ariotti è a pranzo con [D.C.] (LT)³⁹⁸.

186. In una email interna di VDP del 6 agosto 2021, avente a oggetto “chat ieri con alcune fonderie”, si legge come le fonderie partecipanti abbiano condiviso informazioni in merito ai risultati ottenuti a seguito degli aumenti richiesti (anche indicando i nomi dei clienti) e alla tempistica di aggiornamento. In dettaglio, si legge nel resoconto: “Ariotti ha portato a casa dal 3,5% al 12% sulla trasformazione anche su posizioni non banali
aumenti sull'eolico dal 7 al 13%

Siemens ha portato l'aggiornamento MP da 6 mesi a 2 mesi

[R.D.B.] [Glisenti/LT, n.d.r.]: Caterpillar sta ancora discutendo degli aumenti da aprile anche per la materia prima

Sta cercando di portare a casa la MP con aumenti fuori Assofond nel senso senza guardare gli indici oppure di passare su base mensile

³⁸⁹ **ISP. 61.28**, bozza di articolo di stampa per l'ANSA, del 27 maggio 2021, ove si legge: “Noi, che non possiamo permetterci di assorbire rincari che nel migliore dei casi hanno superato il 60%, veniamo riforniti con quantità contingentate e senza la possibilità di fare scorte. La situazione è preoccupante e non posso escludere a priori la prospettiva di una fermata. [...] Le fonderie italiane sono per lo più delle PMI che offrono prodotti e know-how ai colossi delle più importanti filiere della metalmeccanica: dalle case automobilistiche, ai grandi gruppi produttori di energia, ai giganti delle costruzioni e così via. A questi grandi clienti assicuriamo qualità, sostenibilità e soprattutto garanzia di continuità delle forniture, cosa che i concorrenti extra europei non possono fare nel contesto attuale. Credo che la priorità, oggi, debba essere questa, più che la ricerca a tutti i costi del prezzo più basso. Per un po' abbiamo assorbito i rincari, ma farlo ancora è impossibile e non è più pensabile che non ci sia un effetto sui prezzi dei nostri prodotti. Oltre questo punto non possiamo andare, pena lavorare in perdita. Non lo possiamo e non lo vogliamo fare”.

³⁹⁰ **ISP. 61.29**, recante una bozza di comunicato stampa di Assofond, del 26 maggio 2021 in cui si legge: “Il nostro margine di trattiva è sempre più ridotto, e ribaltare automaticamente i rincari dei fattori produttivi sui prezzi dei nostri prodotti è praticamente impossibile. Ma oltre questo punto non possiamo andare, pena lavorare in perdita. Non lo possiamo e non lo vogliamo fare: meglio fermarsi»” (enfasi in originale). Si noti che il Comunicato pubblicato il 27 maggio 2021, pur rappresentando il rischio fermata, risulta meno esplicito, v. https://www.assofond.it/documents/20142/411946/20210527_Assofond_crisi_materie_prime.pdf/1f76aea1-a4c5-a55e-5c2b-23ced1273581?t=1622105789163.

³⁹¹ In cui in uno scambio di email interno a Ironcastings si legge: “come ben tutti sapete, stiamo “subendo” aumenti onerosissimi da parte di ogni fornitore. Per questo motivo si rende necessario chiedere un “nuovo” adeguamento del listino Base. Per listino base intendo quello che comprende tutto il valore oltre “la quota extra materia prima”. [...] Comprendo che non sarà semplice ma se non otterremo quanto richiesto saremo costretti a non produrre in quanto saremo “sotto margine”. Nella lettera [...] vorrei esprimere molto chiaramente il concetto e la fonte di rilevazione dei dati ma rimarrei “variabile sulla% da chiedere” in quanto si prevede che con le nuove rilevazioni di Luglio (disponibili a Fine Agosto) il valore aumenti ancora molto rispetto a quello attuale. Quindi il valore esatto sarà disponibile a Fine Agosto Settembre” (**ISP. 46.201**).

³⁹² **ISP. 66.46, ISP. 66.77, ISP. 66.45.**

³⁹³ **ISP. 76.10, ISP. 76.28, ISP. 76.42, ISP. 76.32.**

³⁹⁴ **ISP. 56.22, ISP. 46.14.**

³⁹⁵ **ISP. 56.48, ISP. 56.51, ISP. 56.65.**

³⁹⁶ **ISP. 46.30, ISP. 56.22, ISP. 56.28.**

³⁹⁷ **ISP. 56.100, ISP. 46.20.**

³⁹⁸ **ISP. 61.67.**

Giustifica il blocco della produzione dicendo che senza l'aumento non ha i soldi per comprare i materiali

Lui sostiene che sulla trasformazione siamo come il 2018 e quindi o non chiede o chiede al massimo 50€/Ton

Gli hanno offerto la ghisa a 700usd

Dice che Corrà con Same ha avuto il 10% sulla trasformazione ma voci di corridoio di Same dicono che lo toglieranno dalla lista fornitori appena cala l'urgenza

Lui sta discutendo con Same l'aggiornamento mensile e in settimana si incontra e poi ci va anche [E.F.]

[E.F.] [E.F. Group/Pilenga, n.d.r.]: *ha offerta di ghisa a 680€/T*

Sull'auto con il 60% ha l'aggiornamento MP mensile e il 40% con il 3mesi + 1”³⁹⁹.

187. Nei mesi di agosto e settembre 2021 Ironcastings e Zardo si scambiano, via chat, delle *email* relative alla negoziazione con un cliente comune con l'accordo raggiunto in allegato⁴⁰⁰. Il 16 settembre 2021 Glisenti visita Montorso (C2MAC)⁴⁰¹.

188. Il 21 luglio 2021⁴⁰² e il 29 settembre 2021⁴⁰³, si tengono due incontri della Giunta, in cui vengono, come di consueto, programmati i soliti confronti (giri di tavolo) su congiuntura e “caro materie prime”.

189. Durante l'ultimo trimestre 2021, si è registrato un incremento considerevole dei costi energetici. Le iniziative assunte dalle fonderie per far fronte a tale situazione sono tutte dirette a concordare ulteriori aumenti dei prezzi per i clienti.

190. Così in una *email* interna al gruppo Camozzi-FMG del 6 ottobre 2021 viene riportato: “[h]o sentito colleghi tutto ieri ed Assofond stamattina; sono tutti in fibrillazione. Stiamo ragionando, come anticipato, sulla modalità di applicazione di incrementi ai clienti, ed entro oggi definiremo insieme come comportarci. Per i ns. clienti [di Camozzi-FMG n.d.r.] saranno richieste di aumento importanti”⁴⁰⁴. Nell'audizione del 7 novembre 2024, FMG ha affermato che “a seguito dell'esplosione dei costi di produzione, tutto il comparto delle fonderie si era allarmato” e che “[i]n particolare, le locuzioni “Stiamo ragionando” ed “entro oggi definiamo insieme” fanno parte di dialettica interna tra FMG e management Camozzi”⁴⁰⁵.

191. Il 18 ottobre 2021 viene convocato un Comitato di Presidenza Assofond “nel quali ci si possa confrontare sulla “linea” di argomentazione del “caro TUTTO””⁴⁰⁶.

192. Il 22 ottobre 2021 si è tenuta l'assemblea annuale Assofond, a cui hanno partecipato tutte le fonderie parti del procedimento⁴⁰⁷ e durante la quale [F.Z.] (Zanardi) è stato eletto Presidente dell'Associazione. Nel corso della parte privata dell'assemblea, presieduta congiuntamente dal Presidente uscente, [R.A.] (Ariotti), e dal candidato alla Presidenza, [F.Z.] (Zanardi), il dibattito si è

³⁹⁹ **ISP. 81.794**

⁴⁰⁰ **ISP. 46.20 e ISP. 56.100.**

⁴⁰¹ **ISP. 24.3760.**

⁴⁰² **ISP. 41.344.** A tale incontro hanno partecipato Ariotti, C2MAC, Glisenti, Ironcastings, EF Group/Pilenga, VDP, Zanardi e Cividale (**ISP. 41.345**).

⁴⁰³ **ISP. 41.347.** A tale incontro hanno partecipato Ariotti, De Riccardis, Glisenti, Ironcastings, EF Group/Pilenga, VDP, Zanardi e Cividale (**ISP. 41.348**).

⁴⁰⁴ **ISP. 76.33.**

⁴⁰⁵ **DOC. 256**, par. 50.

⁴⁰⁶ **ISP. 61.56.**

⁴⁰⁷ **ISP. 41.292, DOC. 276**, “20211022_Partecipanti_privata_pubblica” in “Assemblee 2005-2024 presenze parte privata”. Si veda anche **ISP. 31.31**.

incentrato sul tema degli aumenti – sia passati che attesi per il 2022 – dei prezzi delle materie prime, incluse quelle ad alto contenuto energetico, e dell’energia e, conseguentemente, delle strategie attuabili dalle fonderie al fine di ribaltare a valle i maggiori costi di produzione⁴⁰⁸.

193. Nei saluti introduttivi, [R.A.] (Ariotti), richiama le *“circostanze folli di mercato di questo periodo, delle quali avremo modo di parlare, sulle quali potremo confrontarci insieme o one-to-one dopo per trovare un po’ il coraggio di fare quello che bisogna assolutamente fare per ... poter svolgere il nostro lavoro con quella giusta minima remunerazione per le fatiche e l’impegno che ci vuole per farlo”*⁴⁰⁹.

194. Successivamente, nel corso dell’Assemblea privata, definita dal Direttore Generale il *“contesto nel quale provare a trovare un confronto”*⁴¹⁰ che *“serve per dirci le cose”*⁴¹¹, Ariotti e Zanardi esortano ripetutamente le fonderie a chiedere aumenti ai clienti utilizzando, come possibile giustificazione, l’andamento crescente degli indicatori Assofond e sfruttando la forza di mercato delle fonderie in un momento in cui la domanda è molto alta⁴¹².

⁴⁰⁸ DOC. 75, n. 2.

⁴⁰⁹ DOC. 75, n. 2. Ariotti, h. 00:02:00. Nel primo intervento (h. 00:23:08), inoltre, il Presidente Ariotti evidenzia come nel corso degli otto anni *“impegnativi”* della propria presidenza un aiuto importante sia venuto dai *“compagni di viaggio”* della Giunta e del Comitato di Presidenza perché *“senza quel sostegno lì non sarebbe stato possibile. Senza quella gestione di squadra che c’è in questa associazione credo che i risultati che abbiamo portato a casa non avremmo potuto averli. E credo che sia una forza nella nostra associazione e una differenza enorme rispetto alle associazioni tedesche, francese – non parliamone – e forse anche spagnola con cui adesso sono a frequente confronto. Lì non c’è un team di persone che condividono le preoccupazioni e le condividono le ansie e le iniziative talvolta e che dal confronto permettono di trovare qualche bella idea”*.

⁴¹⁰ DOC. 75, n. 2., h. 00:48:03.

⁴¹¹ DOC. 75, n. 2., h. 01:05:19.

⁴¹² DOC. 75, n. 2.

Ariotti, h. 00:39:10 *“L’unica certezza è che tutto cambia in continuazione. Se abbiamo un briciolo di forza di mercato adesso non possiamo aspettare momenti migliori. Il momento migliore per agire e riequilibrare i costi e i ricavi non può che essere...ieri, e se non l’abbiamo fatto ieri ci rimane oggi. Quindi, ecco, è una questione di domanda e di offerta e di consapevolezza che la domanda e l’offerta oggi cambiano i loro equilibri in 1 secondo. Ma ci rendiamo conto che follia che stiamo vedendo? Chi si immagina un ferro-silicio a 4-5 mila euro? [...] è la nuova normalità e quindi cosa facciamo? Aspettiamo il budget 2022? I budget cambiano ogni tre mesi ... tra un secondo crolla tutto e chi lo sa e poi diciamo “ah facevo meglio a...” . Quindi questo qui è uno dei temi che penso alberghi negli stomaci di tutti e volentieri si raccolgono contributi”*.

Zanardi, h. 00:42:23 *“Se qualcuno vuole una fusione di ghisa, deve corrispondere il delta. È una cosa banale”*; Zanardi, h. 00:45:05 *“Si quando hai detto [riferendosi ad Ariotti n.d.r.] “vedremo i contributi e ciascuno di noi deciderà cosa fare”, ma anche noi come Associazione dovremmo trarre le nostre conclusioni. Nel senso che alla fine un’interpretazione unitaria di tutto quello che succede e che cosa effettivamente la fonderia deve fare per mettere in atto azioni per prevenire problemi che sono specifici solo della fonderia e che, a cui nessun altro può sostituirsi a noi per trovare soluzioni è credo un dovere nei prossimi anni. E quello che iniziamo a fare oggi ne vedremo i benefici forse fra tre/quattro anni”*.

Zanardi, h. 00:54:40 *“Qual è effettivamente la nostra preoccupazione? Abbiamo gli indici Assofond ormai consolidati da prima del 2008, e penso per la maggior parte – non parlo solo di quelli della materia prima ma anche degli input diretti – riconosciuti, abbiamo un supporto che dimostra effettivamente quello che impatta sul nostro prodotto. Io capisco che avremo un problema quando il trattore costerà troppo al contadino perché non sarà più in grado di pagarlo...però effettivamente è un problema molto più grande di noi... abbiamo degli indici, abbiamo dei supporti per dimostrare tutto quello che c’è, è tutto supportato da evidenze quindi mi chiedo...qual è la preoccupazione?”*.

Ariotti, h. 00:59:20 *“[F.Z.] ha trasmesso [...] una lettura molto corretta e semplice: dice “Se non ora, quando?” Cioè se c’è una domanda, c’è un’offerta. La domanda è alta e il prezzo lo regola il mercato ed era peggio prima quando avevamo i costi delle resine altissime e la domanda non c’era. Oggi un container per arrivare da lontano fino qui da noi costa cinque volte più di prima e questo non è dovuto alla CO2 ma allo squilibrio di domanda e offerta, se non ora quando. [...] La considerazione di [F.Z.] sul fatto che più è alta la materia prima meno conta il divario dei costi di manodopera è ... credo chiara e evidente a tutti”*. A tal proposito Ariotti racconta due aneddoti: uno relativo a un collega incontrato a Cascais che diceva: *“dobbiamo essere contentissimi quando il prezzo della materia prima è alto perché vuol dire che la domanda c’è, ed è un bene per noi. I prezzi sono alti e dobbiamo riconoscere questo elemento”*; e l’altro riguardante un viaggio di studio in Sudafrica, un collega, scoprendo come il mercato fosse devastato dalle importazioni indiane e cinesi *“si era messo a fondere rame puro, o comunque materiale dal valore unitario altissimo, semplicemente dice: chi, di fronte a 10 o 20 euro al kg, si prende il rischio di andare lontano? Quindi, insomma, la nicchia...è verissimo questo fatto”*.

Zanardi, h. 01:03:57 *“È esattamente questa cosa qui, è necessario ed è relativamente facile, perché è talmente ovvio”*.

195. Questo approccio è condiviso dalle fonderie presenti all'assemblea⁴¹³, sfruttando la sostanziale tenuta della domanda⁴¹⁴. A tal riguardo, Ariotti e Zanardi convengono sulla necessità di programmare webinar⁴¹⁵ per divulgare e spiegare gli indicatori, in particolare quello relativo agli input della trasformazione, al fine di aumentare il grado di comprensione e accettazione di questi ultimi nel settore. Le fonderie presenti sono inoltre concordi nel ritenere l'attività di elaborazione e pubblicazione degli indicatori Assofond come fondamentale e da incentivare ulteriormente⁴¹⁶ e, nel convenire sull'opportunità di sfruttare il momento di domanda alta per aumentare i prezzi e di non

⁴¹³ **DOC. 75, n. 2.**

Glisenti/LT, h. 00:51:09: *"Io sono fortissimamente preoccupato per diciamo il 2022. Nel senso che il 2022 dal primo gennaio parte con degli aumenti fuori dal normale. E il problema è che non possiamo non adeguare i nostri listini rispetto ai costi di acquisto dei materiali che ci servono perché l'alternativa è non produrre. E se non produciamo noi, non producono i trattori, non producono... delle macchine sentiremo oggi che ci dicono perché lì c'è un tema un po' diverso da affrontare secondo me, le auto intendo, però tutti gli altri trattori, ma anche movimento terra, eccetera, hanno una dinamica che in questo momento ... anche loro sono molto preoccupati di questi eventi qua perché anche loro non possono aumentare i listini del 20%, perché se no il contadino il trattore non glielo compra".*

E.F. Group/Pilenga, h. 01:02:30 *"Penso che [F.Z.] intendesse dire che è l'unico momento in cui possiamo essere tutti tranquilli e quindi fare tutti gli aumenti, penso di poter tradurre così il tuo messaggio. Penso che è talmente semplice la cosa che o li facciamo o moriamo, quindi non [Zanardi conferma: "esattamente"] non riesco neanche a immaginare come non siamo tutti a chieder gli aumenti. Come non riesco a sopportare il fatto che mi chiamano i clienti per dirmi "guarda Zanardi ha dei problemi di consegna quindi fammi tu i particolari" o "guarda che [R.D.B.] ha dei problemi di qualità quindi fammi tu i particolari". Cioè, o siamo tutti veramente, a livello di stupidità assoluta o sennò è chiaro che i clienti stanno cercando in maniera – come si può dire – vigliacca, di spostare il problema su di noi. Ma noi non possiamo assolutamente perdere questo momento. [...] Io la penso esattamente allo stesso modo [di Zanardi, n.d.r.] è talmente ovvio che se non lo facciamo siamo degli idioti".*

Fonderia, h. 1:05:32 *"A difesa di [F.Z.]...addirittura lui avrebbe detto che proprio l'associazione dà degli strumenti, abbiamo dei dati, abbiamo degli indicatori che comunque ci servono per avvalorare le richieste di appunto aumento. Dunque usiamo proprio l'associazione per tentare di – logicamente, con giustificato motivo – andare a chiedere ai nostri clienti [...] i giusti aumenti. [...] Il concetto [di Zanardi n.d.r.] si era capito benissimo".*

⁴¹⁴ **DOC. 75, n. 2.** Fonderie Pisano & C S.p.A., h. 01:26:05 *"Per quanto riguarda quello che è stato detto fino a questo momento è tutto lapalissiano, tutto vero, ognuno di noi lo vede ogni giorno nel mercato [...] quindi il discorso del timore di non fare gli aumenti, di non poter fare gli aumenti è un timore che dobbiamo sicuramente allontanare. [...] E quantunque con i nostri fornitori, i nostri clienti, alcuni sono grossi, sono molto grossi, comunque sia siamo un po' schiacciati dai nostri clienti, perché noi siamo piccoli, fonderia, e abbiamo interlocutori molto grandi. Però, io ho trovato grande resistenza, però sicuramente accettazione di questi aumenti...quindi il fatto di non caricarli tutti con il timore che possiamo perdere quote di lavoro, io penso che è un discorso che non dovremmo fare, nessuno di noi deve fare, anche perché c'è, come diceva il nostro Presidente, ex presidente, c'è una buona richiesta di mercato in questo momento, in questi mesi...quindi se in questi mesi non ne approfittiamo sarebbe un po' deleterio il nostro comportamento".*

⁴¹⁵ **DOC. 75, n. 2.** Ariotti, h. 01:06:55 *"Magari potremmo fare quel webinar semplice, che illustri, visto, tutti siamo abituati all'extra materia prima ferrosa, qualcuno che faceva, che fa materiali legati è abituato a indicizzare il nichel, il molibdeno, eccetera, magari non c'è quell'abitudine e quella consapevolezza così diffusa, io stesso non l'avevo, di questo altro elemento che si chiama Input Diretti della Trasformazione.".*

Zanardi, h. 1:08:05 *"Sì, e forse potremmo fare un passo in più, per evitare la strumentalizzazione da parte dei clienti del fatto di dire "non mi fido perché sono indici di categoria"... sappiamo che stiamo agendo in totale trasparenza, sappiamo che è interesse di tutti capire la neutralità di questi indici, ecco. Quindi, oltre che un'educazione interna per gli associati, anche un'educazione per i clienti in collaborazione con ADACI potrebbe non essere una cattiva idea, perché non abbiamo nulla da nascondere e dobbiamo arrivare lì di modo che si parli del merito delle cose e non del fatto che ti faccio vedere un numero per fregarti".*

⁴¹⁶ **DOC. 75, n. 2.** Fonderia San Martino S.p.A., h. 1:33:57 *"Non dobbiamo, scusatemi la schiettezza, farci mettere i piedi in testa da nessuno. Anche da grossi clienti. [...] e se saremo tutti uniti non ci sarà il rischio che i nostri clienti poi vadano da un'altra fonderia. Lo farà qualcuno, qualcuno lo farà, ma mediamente se saremo abbastanza uniti e coerenti fra di noi, forse lo faranno in pochi e il settore, tutti noi, continueremo a lavorare proficuamente. Un'altra forza che noi abbiamo e che secondo me è tutto merito dell'Assofond – io stesso l'ho visto in questo anno così strano, così particolare – e non so se altri settori possano dire lo stesso, abbiamo strumenti con cui dimostrare e far vedere gli aumenti che subiamo e che siamo costretti a ribaltare sui nostri prezzi di vendita, perché tutto il mondo degli indici Assofond è una cosa importantissima e che in questo anno, almeno per la nostra fonderia, è stata vitale, perché è stato uno strumento che abbiamo utilizzato sistematicamente, davanti al quale, anche da parte dei clienti più riottosi, è difficile opporre delle obiezioni così forti...Credo che questa attività dell'Assofond dovrebbe essere ancora più incentivata, sono d'accordo sul fatto di approfondire e divulgare e spiegare bene gli indici, l'IDT...perché quello potrebbe essere lo strumento con cui i costi energetici, i costi dell'anno prossimo potrebbero essere ribaltati sui clienti...".*

“abboccare” alle richieste dei clienti quando la domanda calerà⁴¹⁷. Più in generale, emerge convergenza anche sulle condizioni di contratto e sull’approccio da adottare nei confronti dei clienti, rimanendo “tutti uniti”⁴¹⁸.

196. Nel corso delle ispezioni sono stati reperiti anche due resoconti dell’Assemblea del 22 ottobre 2021. Un resoconto è contenuto in una *email* interna al gruppo Cividale-ZML, in cui si legge: *“venerdì ho partecipato all’ASSEMBLEA ASSO FOND 2021 ... Nella giornata c’è stato modo a più riprese di discutere della situazione attuale di mercato ed in particolare dei continui aumenti dei prezzi delle materie prime nonché dei rincari di energia elettrica e metano. Dal punto di vista dei volumi si sono dichiarati tutti soddisfatti; solo chi lavora per l’automotive ha confermato l’importante rallentamento dell’ultimo mese. Ci sono fonderie che hanno dichiarato di avere al momento una richiesta che supera la capacità produttiva. Anche riguardo alla marginalità non ho percepito situazioni di estrema preoccupazione o criticità: tanti stanno trasferendo i continui rincari attraverso i tanti meccanismi di indicizzazione messi a disposizione da ASSO FOND stessa, evidenziando di trovare oggi terreno fertile con i clienti nel fare accettare condizioni impensabili fino a qualche tempo fa (impegni sui volumi, prezzi indicizzati, condizioni generali di vendita, etc.). La preoccupazione emersa forse era più quella di “possibili” ritorsioni dei clienti una volta che il mercato si sarà riequilibrato. Ciò a dimostrazione che probabilmente in tanti stanno calcando la mano ai clienti come forse mai in passato”*⁴¹⁹.

197. Un altro resoconto dell’Assemblea è recato nello scambio di *email* interno al gruppo Camozzi-FMG, ove viene riportato – con maggiore dettaglio – *“qualche rumors/frase di impatto a caldo emersa, ovviamente con focus che è stato al 100% sui costi energia e ferroleghie:*

[R.A.] (*presidente uscente*)

“Bisogna contare sulla forza che le fonderie hanno unite sul mercato ora ed agire subito”

“Domanda alta, non difficile trasferire al mercato”

⁴¹⁷ **DOC. 75, n. 2** E.F. Group/Pilenga, h. 1:04:23 *“E quindi niente mi raccomando, l’anno prossimo [...] non facciamo la solita figura che dopo perché ci calano i volumi stiamo tutti a cercare di portarci via la roba, perché saremmo veramente ancora peggio di quello che ho detto prima. Questa è l’unica raccomandazione che mi sento di fare [...] Adesso vi dico guardate che l’anno prossimo ci troveremo tutti con i clienti che faranno i furbi dicendo spostato a destra, spostato a sinistra. Non abbocciamo per piacere come al solito”*.

⁴¹⁸ **DOC. 75, n. 2.** Ariotti, h. 1:30:42 *“circa la forza contrattuale con i clienti c’è un altro elemento a cui stare attenti, oltre al prezzo, e sono le condizioni di contratto. Perché è troppo comodo che uno abbia la possibilità di piazzare ordini ed eventualmente annullarli, posticiparli, dire che non ha i soldi per pagare...attenzione agli assetti contrattuali, in questo momento col cliente si può parlare e si può avere la definizione di specifiche di collaudo che siano corrette e che non pretendano che sia tutto a ultrasuoni in classe 1 perché un pezzo non è sempre in classe 1 e non è tutto in classe 1 e una volta tanto in questo momento possiamo dire che non voglio essere nelle condizioni in cui hai sempre ragione tu. No. Voglio delle condizioni in cui un pezzo è conforme se ragionevolmente è conforme e in cui lo deve esser sempre. Basta con questa storia qua. [...] E altrettanto sui volumi o sulle condizioni. Si possono avere firme dei clienti sulle condizioni generali di vendita delle fonderie europee. Noi le abbiamo avute recentemente anche da gruppi inimmaginabili”*.

Direttore Generale Assofond, h 1:32:10: *“Apprezzo molto e francamente auspicavo che oggi il confronto arrivasse a questo livello di chiarezza e schiettezza perché è quello di cui abbiamo bisogno, di cui avete bisogno tutti quanti voi”*.

Fonderia San Martino S.p.A., h 1:33:08: *“Ho apprezzato moltissimo tutto quello che è stato detto e son d’accordo praticamente su tutto ma in modo particolare sugli ultimissimi interventi, [...] perché credo che il salto di qualità che dovremmo fare noi come fonderie italiane è proprio quello di staccarci da questa considerazione che hanno molte volte i clienti di noi di essere poco più che artigiani [...] è giusto quello che diceva prima [R.A.] [Ariotti, n.d.r.] di far accettare e sottoscrivere le condizioni di fornitura, di far gli ordini in un certo modo, di rivendicare la nostra forza. E se saremo tutti uniti, non ci sarà il rischio che poi i nostri clienti vadano da un’altra fonderia. Lo faranno, lo farà qualcuno, qualcuno lo farà ma mediamente, se saremo abbastanza uniti e coerenti fra di noi, forse lo faranno in pochi e il settore e tutti noi continueremo a lavorare proficuamente”*.

Direttore Generale Assofond, h 1:37:45: *“Per cui stiamo cercando di cambiare, anche per l’anno prossimo, quello che è l’approccio verso il cliente. Non sei più tu che mi dici quanto vuoi ma sono io che ti dico quanto posso metterti a disposizione. [...] Quindi secondo me questo è il momento giusto per cambiare l’approccio, il budget, i prezzi. Forse è l’unico momento in cui abbiamo un rapporto di forza che è diverso rispetto al passato come si diceva prima, o si fa oggi o non si fa più”*.

⁴¹⁹ **ISP. 66.85.**

“Più aumentano i costi delle materie prime e meno incide il costo della manodopera, con recupero di competitività sui paesi emergenti”

“Frequenza di ritocco prezzi elevata nei mesi passati e in quelli futuri, con imbarazzo nei confronti dei clienti, ma inevitabile”

[F.Z.] (**presidente Assofond eletto oggi**)

“Vale la pena lavorare a questi prezzi?”

“Poca preoccupazione, facile trasferire a valle i rincari”

“Periodo finanziariamente molto impegnativo”

[R.D.B.] (**Glisenti/Lead Time**)

“Cosa fare per il 2022? Non produrre?”

“Aumenti del 20%?”

[Fr.Z.]

“Alcuni clienti mettono in discussione la veridicità degli indici Assofond!”

“Qualcuno chiede prima e qualcuno dopo, ma restare uniti sul fronte delle richieste”

[Fonderie Pisano & C S.p.A.]

“Aumenti Ferro Silicio, resine, energie ... non avere timore sugli aumenti”

“Chiedere il giusto e non speculare”

[E.F.] (**Torbole**)

“Semplice se siamo tutti uniti; non portiamoci via il lavoro, non abbocchiamo al gioco dei clienti”

[omissis] (**Fonderia San Martino**)

“Non farsi intimidire dai clienti”⁴²⁰.

198. Nei mesi di settembre e ottobre, dunque, contestuali richieste di aumento dei prezzi di listino, giustificate dalla natura straordinaria e non passeggera della situazione degli aumenti delle voci di

⁴²⁰ ISP. 28.6, enfasi in originale.

costo (soprattutto energetiche), sono formulate da Pilenga⁴²¹, Ariotti⁴²², ZML⁴²³, Zardo⁴²⁴, Ironcastings⁴²⁵, FMG⁴²⁶ e VDP⁴²⁷.

199. In uno scambio *email* interno a Zardo, del 4 novembre 2021, avente a oggetto “*Aumenti altre fonderie*”, un dipendente scrive al CFO della società: “*Ciao [E.D.R.], attraverso una mia fonte assolutamente affidabile ieri sera, come promesso, ho fatto un’indagine su quanto hanno ottenuto le fonderie ad oggi (nel 2021) e ti faccio uno specchietto riassuntivo (ti prego di condividere con [G.P.]*):

premetto che l’incremento di prezzo include sia la materia prima che la trasformazione:

Progress +29,6%

Giovannini +19,7%

Montorso +19,6%

Ghirlandina +17,1%

VDP +12,6% (incluso i 150 €/ton che hanno da poco applicato)

*Ti confermo inoltre che a fine settimana Montorso uscirà con una lettera di aumento che va dal 5 all’8% a seconda dei clienti (anche questa conferma mi è stata data ieri sera)”*⁴²⁸.

⁴²¹ **ISP. 20.190-ISP. 20.196.** È importante evidenziare come una bozza della predetta comunicazione è rinvenibile in una *email* interna a Pilenga del 17 settembre 2021 (**ISP. 20.169**). Nell’incipit dell’*email* da cui origina lo scambio si legge: “*ho preparato una nuova bozza da inviare ai cl[i]enti (ho preso spunto anche dalla mail di Ariotti)*” (**ISP. 20.169**, si noti che nel documento originale la frase è barrata).

⁴²² Si veda le comunicazioni **ISP. 61.130** e **ISP. 61.131**, aventi a oggetto “Revisioni prezzi” e indirizzate ai clienti, ove si legge: “**Oggi dobbiamo riconoscere che l’onda di aumento è troppo alta e non può più essere considerata passeggera. In particolare l’energia sta sconvolgendo ogni logica economica, condizionata [...]. Si tratta di un fattore di costo che condiziona tutto: trasporti, leghe correttive, materiali chimici, etc. La condizione di boom in corso poi rende prioritario assicurare la disponibilità, “a qualunque prezzo”, di ogni materiale ed accessorio utile ad assicurarvi la continuità delle forniture e questo nostro impegno deve trovare un riconoscimento adeguato ai costi che sosteniamo. La straordinarietà del momento ci impone di sospendere i listini in corso fino a nuova stabilità economico-finanziaria: *Eventuali nuovi ordini dovranno essere negoziati di volta in volta: verrete contattati dal vostro referente che vi illustrerà i nuovi prezzi di trasformazione che dovranno poi essere applicati alla commessa***” (enfasi in originale). In **ISP. 61.117** vi è un esempio di contatto successivo da parte del referente della società e con cui viene chiesto l’aumento del prezzo di listino.

⁴²³ **ISP. 66.58, ISP. 66.9** file “1_Circolare ZML_BdO_IT”, **ISP. 66.8, ISP. 66.75.** Sulle finalità e il contenuto della circolare di aumento dei prezzi, v. **ISP. 51.29** “*Il cliente, detto in poche parole, o accetta ... o noi ci fermiamo ... perché nessuna fonderia sta producendo oggi a queste condizioni.*

Quindi rivedrei la lettera come da allegato, indicando già gli indici che andiamo ad applicare da subito.

Come detto l’azione deve essere una sorta di aut aut ... o i clienti accettano ... o ci fermiamo.

La possibilità di manovra del commerciale ... deve essere limitata a differire magari di un paio di settimane l’aumento”. Si veda anche **ISP. 66.113**. Tale politica è confermata da una successiva corrispondenza *email* interna in cui ZML informa Cividale dello stato delle richieste di aumento ai clienti di ghisa, rame e alluminio (**ISP. 66.182**). Con specifico riferimento alla ghisa, si legge: “*Ghisa: tutti i clienti sono stati contattati tranne Secop causa problemi con campionature e qualità. Lo faremo comunque in questi giorni. Risposte mediante di comprensione e di approfondimento degli indici proposti. Tutto a partire da novembre incluso. Gli importi sono rilevanti e quindi stiamo avendo parecchi incontri e/o telefonate*”. La presidente del CDA di Cividale risponde solo sulla ghisa: “*Volevo accertarmi di una cosa: per la ghisa, a prescindere dalle risposte, resta la linea che dal 1° novembre sono scattati gli aumenti ... e se a un cliente non va bene ... lo fermiamo ... corretto?*”. ZML conferma (“*Sì, sulla ghisa la linea è ferma con partenza dal primo novembre*”).

⁴²⁴ Per una bozza della comunicazione ai clienti si veda **ISP. 56.40**. Si veda anche **ISP. 56.77**.

⁴²⁵ **ISP. 56.4, ISP. 56.44.**

⁴²⁶ **ISP. 76.32** file “Aumento Energia Elettrica”. In bozza in **ISP. 76.31**.

⁴²⁷ **ISP. 81.872; ISP. 81.62.** La comunicazione di aumento è inviata da VDZ, del Gruppo VDP, in essa si legge:

“*Dobbiamo informarvi fin d’ora che, nel caso non accettiate la nostra decisione, saremo costretti nostro malgrado a sospendere immediatamente le vostre produzioni in attesa di una definizione puntuale del listino*”.

⁴²⁸ **ISP. 56.1.**

200. A novembre 2021, Pilenga⁴²⁹, Corrà⁴³⁰, Zanardi⁴³¹, ZML⁴³² e C2MAC⁴³³ hanno chiesto ulteriori incrementi dei prezzi di listino, soprattutto a fronte dell'aumento dei costi energetici. Si rileva che in una *email* del 14 dicembre 2021 interna a C2MAC viene riportato: “*Sentito altre fonderie nessuno ha chiuso Pilenga, De Riccardis e Glisenti. A tutti hanno offerto meno di quanto richiesto ca 80% Teniamo duro!*”. Il successivo 18 gennaio 2022, [S.D.] precisa che “*i ns concorrenti hanno ricevuto da Same parte dell’energia e comunque tutti gli aumenti riguardo gli ausiliari già nel 2021. (da settembre/ottobre)*”⁴³⁴. Vi è inoltre evidenza di condivisione tra le fonderie delle richieste di aumento inviate ai clienti: così tra C2MAC e Zardo⁴³⁵, nonché tra Zardo e Ironcastings⁴³⁶.

201. Nello stesso periodo, vi è evidenza di un pranzo organizzato da alcune fonderie⁴³⁷ in occasione di alcune visite a clienti che De Riccardis doveva fare nel nord Italia. VDP allora invia una *email* ai colleghi ritenendo che potesse “*essere utile parlarsi prima che lui facesse le visite*”, precisando “*però cerchiamo di fare una riunione proficua [e] quindi di essere tutti*”⁴³⁸. De Riccardis, nel rispondere all’invito, precisa “[p]er me è molto importante discutere con voi e mio malgrado dovrò rinunciare a una parte del pranzo. Ritengo però molto importante incontrarci”⁴³⁹.

202. Le parti del procedimento che hanno partecipato all’incontro (VDP, Zardo e De Riccardis), durante le audizioni con gli Uffici, hanno precisato quanto segue. De Riccardis ha negato di aver partecipato al pranzo e ha affermato di non sapere perché altri soggetti fossero coinvolti⁴⁴⁰, ma che voleva incontrare il delegato dell’Associazione che cura i rapporti con la politica, [E.F.] (E.F.

⁴²⁹ ISP. 20.36, ISP. 20.183-ISP. 20.189.

⁴³⁰ ISP. 4.14, ISP. 4.19, ISP. 4.24.

⁴³¹ ISP. 31.85, ISP. 31.86.

⁴³² ISP. 51.54. In ISP. 66.222 e ISP. 66.274 si fa anche riferimento alle istruzioni ricevute da Assofond. Si vedano anche ISP. 51.42, enfasi in originale (“*In linea generale, ZML applicherà un adeguamento degli indici Coke e DTI con aggiornamento mensile, portando in trasparenza tali indicatori che si baseranno sul portale della Assofond*”); nonché ISP. 66.27, ISP. 66.63.

⁴³³ ISP. 24.3418.

⁴³⁴ ISP. 24.3418.

⁴³⁵ ISP. 56.118 e ISP. 56.102: in data 8 novembre 2021, C2MAC invia a Zardo la bozza di lettera che C2MAC avrebbe inviato ai clienti, specificando nella chat gli importi richiesti. Sui contatti tra Zardo e C2MAC, nel corso dell’audizione con gli Uffici (DOC. 268, par. 53), il rappresentante di Zardo ha rappresentato che questi erano dovuti alla particolare circostanza che l’interlocutore in C2MAC era dipendente della società da poco tempo e avrebbe cercato rassicurazioni sul suo operato in Zardo che rispondeva in considerazione di un rapporto di amicizia, comunque senza mai affrontare il tema dei prezzi.

⁴³⁶ Si vedano ISP. 46.8, ISP. 56.77, ISP. 56.4, ISP. 56.44.

⁴³⁷ Coinvolti nello scambio di *email* vi sono gli esponenti di VDP, E.F. Group/Pilenga, Glisenti/LT, C2MAC, De Riccardis. Si vedano anche ISP. 12.148, ISP. 8.12.

⁴³⁸ ISP. 8.12. Si veda anche ISP. 12.148, in cui emerge come [R.D.B.] (Glisenti/LT) risponde di non essere disponibile per la data indicata ma di poter entrambi i due giorni successivi. Ciò nonostante nel corso dell’audizione del 24 ottobre 2024 abbia dichiarato di non avere mai contatti con De Riccardis (DOC. 246, par. 29).

⁴³⁹ ISP. 12.129. Si veda anche ISP. 81.802.

⁴⁴⁰ DOC. 264, parr. 47 e 49.

Group/Pilenga), prima di andare a parlare con i clienti⁴⁴¹. Anche Zardo⁴⁴² e VDP⁴⁴³ hanno rappresentato che oggetto dell'incontro fossero le tematiche energetiche⁴⁴⁴.

203. Le evidenze agli atti attestano che l'incontro, si è tenuto presso VDP⁴⁴⁵ il 23 novembre 2021 e che la questione energetica non è stata l'argomento principale di discussione. L'incontro infatti ha piuttosto riguardato gli aumenti dei prezzi da richiedere ai clienti, come risulta chiaramente da *email* precedenti all'incontro (*"Martedì prox verso le 12 viene da noi [S.D.R.] x parlare un po' di aumenti dato che tra martedì e giovedì fa un giro clienti"*)⁴⁴⁶ e dal resoconto dello stesso contenuto in una *email* interna a VDP. In particolare, nel resoconto si dà atto che: **"De Riccardis da gennaio 2020 hanno avuto un +13,4% di costi vari e +2% di finiture e +1,5% di trasporti perciò in totale un +17,7% di incremento costi (senza la materia prima)**

Pensa di chiedere un aumento del 16% di aumento sul prezzo base; vendono ad un prezzo medio di 1,7€/Kg da cui bisogna togliere la MP

A primavera hanno avuto un aumento da 50 a 90€/T; adesso discutono l'aumento per averlo dal 01/01/22 (alla fine ha detto che forse chiederà di anticiparlo a dicembre ...)

Pensano di chiudere cmq l'anno con un buon utile e era contento x come è andato Hanno comprato qualche carico di ghisa brasiliana a 750€/T

Fond. Zardo

un primo aumento a marzo di 45-50€/T e un secondo chiesto ad agosto e partito dal 01/09 di altri 45-50€/T così in totale hanno avuto da 90 a 105€/T

dal 01/01/22 pensano di chiedere altri 300€/T ([G.P.] dice che se no mette i modelli in strada ...)

*Gli hanno offerto la Sorel a 810€/T"*⁴⁴⁷.

204. A partire dalla fine del 2021, agli indicatori si affianca Guida Assofond⁴⁴⁸, in cui, come sopra riportato, sono illustrati gli obiettivi e gli ambiti di applicazione degli stessi indicatori. Nello stesso periodo, Assofond organizza un ciclo di incontri dedicato alle associate per approfondimenti sugli indici Assofond – su tutti gli indici Assofond e sulla guida alla lettura il 9 novembre 2021⁴⁴⁹, nonché

⁴⁴¹ **DOC. 264**, par. 47. Anche [E.F.] (E.F. Group/Pilenga) sostiene la stessa posizione: "[S.D.R.] [De Riccardis, n.d.r.] voleva presumibilmente essere informato sulle trattative in corso in quel momento prima di visitare i clienti e sulle questioni relative all'andamento dei costi energetici, considerato che ci sarebbe stato un incontro sul tema energetico a fine novembre, al fine di decidere come condurre le sue trattative con i suoi clienti" (**DOC. 261**, par. 24).

⁴⁴² **DOC. 268**, par. 47: "L'incontro ha riguardato tematiche relative al problema energetico".

⁴⁴³ **DOC. 270**, par. 50: "[S.D.R.] [De Riccardis, n.d.r.] [...], che non si reca spesso in Nord Italia, dal momento che la sua fonderia è a Lecce – era venuto per chiedere informazioni durante il periodo di marasma sul fronte energetico. In particolare, era molto preoccupato per il prossimo scadere del proprio contratto energetico che, essendo a prezzo fisso, era particolarmente conveniente in quel momento. De Riccardis ci raccontò anche degli investimenti sui forni che stava effettuando".

⁴⁴⁴ [R.D.B.] (Glisenti/LT), invece, ha risposto di non ricordare di aver partecipato al pranzo del novembre 2021 "ma che probabilmente era un pranzo organizzato con [E.F.] [E.F. Group/Pilenga, n.d.r.], [F.V.] [VDP, n.d.r.] e [R.A.] [Ariotti, n.d.r.] per discutere della possibile acquisizione di un'azienda [...] poi non andata in porto" (**DOC. 246**, par. 29).

⁴⁴⁵ **ISP. 56.19, ISP. 56.26**. Diversamente, nel corso dell'audizione istruttoria VDP ha affermato che "il pranzo si svolse alla mensa interna della Fonderia di Torbole S.r.l. e che fosse presente anche [E.F.] [E.F. Group/Pilenga, n.d.r.]" (**DOC. 270**, par. 50).

⁴⁴⁶ **ISP. 56.13**, recante una *email* di VDP a Zardo.

⁴⁴⁷ **ISP. 81.801**, enfasi in originale.

⁴⁴⁸ **ISP. 36.88**.

⁴⁴⁹ **DOC. 75, nn. 3 e 4, ISP. 76.8** in cui si legge: "ieri pomeriggio [...] abbiamo partecipato ad un webinar Assofond sulla determinazione degli indici IDT (indice della trasformazione) utilizzati da molte fonderie nel rapporto con i clienti finali (...noi no al momento).

Erano presenti tutte le fonderie italiane (53 partecipanti in tutto), hanno parlato [R.A.] [Ariotti, n.d.r.], [F.Z.] [Zanardi, n.d.r.], [R.D.B.] [Glisenti/LT, n.d.r.], ecc..

Importantissimo capire che per Assofond, il costo della energia viene recepita e inserita nell'indice con una media mobile di 6 mesi.

sul QEMP il 30 novembre 2021⁴⁵⁰ – e un *webinar* dedicato ai clienti delle fonderie “*per illustrare gli indici - elaborati dall’associazione e pubblicati sul portale istituzionale assofond.it - che misurano l’andamento nel tempo dei costi di alcuni dei fattori produttivi che concorrono alla realizzazione di un getto ferroso*”⁴⁵¹, svolto il 22 novembre 2021.

205. Nella riunione del Comitato di Presidenza del 5 novembre 2021, uno dei temi principali di confronto è stato il documento di guida alla lettura e utilizzo degli indici Assofond predisposto dal Centro Studi, “*in relazione alla preparazione del webinar organizzato per gli associati il 9 novembre*”⁴⁵². Il documento in questione costituisce una bozza di quella che poi diventerà la Guida Assofond, ossia il documento in cui sono illustrati e commentati tutti gli indicatori elaborati e messi a disposizione dall’associazione⁴⁵³. Il testo definitivo della Guida viene inviato dal neo Presidente Assofond ai colleghi del Comitato di Presidenza, accompagnato dalla richiesta di confronto sulle possibili modalità di divulgazione⁴⁵⁴. La Guida⁴⁵⁵ è infine pubblicata nella parte riservata agli

Questo significa che molti ns. competitor stanno richiedendo probabilmente minori aumenti, e che effettivamente noi oggi siamo più reattivi e risoluti nelle richieste.

Qualche cliente ci ha contestato la cosa, ma la risposta che abbiamo dato è a questo punto perfettamente in linea con la metodologia di calcolo ed aggiornamento Assofond.

Con questo andamento del costo energia, plausibilmente ad inizio anno arriveremo ad un punto di pareggio ns. richieste rispetto ad i competitor, ma potremo addirittura essere più parchi nel momento in cui le energie saranno scese ma la coda lunga della media a 6 mesi imporrà ai competitor di mantenere le richieste elevate”.

⁴⁵⁰ **ISP. 12.153, ISP. 31.33, ISP. 66.26.**

⁴⁵¹ **ISP. 51.5, ISP. 16.127**, enfasi in originale, da cui emerge come le fonderie sono inviate a diffondere tra i clienti l’invito. In **ISP. 12.153**, il Direttore Generale commenta: “*E con l’invio della “guida agli indici” (che faremo a breve con la modalità di diffusione che verrà decisa) si conclude (per ora) questo ciclo intenso di attività a supporto delle fonderie (e dei clienti)*”. Che il *webinar* e la Guida Assofond siano un modo per giustificare gli aumenti emerge anche da **ISP. 46.13**.

⁴⁵² **ISP. 31.30.**

⁴⁵³ **ISP. 31.30.** Tale documento, ancora una volta, contiene specifiche indicazioni in merito all’applicazione puntuale del QEMP. In particolare, nell’esempio fornito nella bozza della Guida la variazione della parte del valore del getto (in altre parole, il prezzo) riportata alla riga B – corrispondente al QEMP con calo di fusione del 10% – viene calcolata in €/tonnellata:

Esempio dell’inflazionamento con applicazione degli indici Assofond

Ci proponiamo di verificare l’incremento di costo del prodotto verificatosi dalla media anno 2002 al mese di settembre 2021

Variazione costo del getto di ghisa sferoidale

Costo origine Media Anno 2002

HP:

(1) GS senza leganti;
(2) Forno elettrico;
(3) IDT (50%);
(4) Valore Attività (50%)

	Anno 2002	Settembre 2021	Variazione
A Valore totale del getto	1.190 €/t	2.559 €/t	+1.369 €/t
B Ghisa in pani e rottame di acciaio	190 €/t	738 €/t	+548 €/t
A-B Valore della trasformazione	1.000 €/t	1.821 €/t	+821 €/t
D (50%) IDT	500 €/t	1.174 €/t	+134,83%
E (50%) Valore attività	500 €/t	647 €/t	+29,41%

L’esempio considera un getto di ghisa sferoidale, con fusione al forno elettrico, il cui valore, nella media d’anno 2002 era pari a **1190** €/ton. Questo valore è stato scelto con l’intento di rendere semplice la rappresentazione corrispondendo ad un valore della trasformazione esattamente uguale a **1000** €/ton. Il valore del getto qui considerato, così come gli altri parametri del processo indicati, possono considerarsi verosimili, ma non corrispondono ad alcun caso o fonderia reale e sono forniti a titolo meramente esemplificativo.

Per la ghisa ed il ferro sono stati utilizzati gli indici del rigo (7), media mensile CCIAA con il computo del calo di fusione al 10%:

- Media anno 2002 = 171,33 €/t (190 €/t)
- Mese settembre 2021 = 664,18 €/t (738 €/t)

⁴⁵⁴ **ISP. 31.32:** “*In copertina [Ma.P.] ha messo la frase: Il presente documento è riservato alle Fonderie Associate alle quali è fatto divieto di divulgazione e/o pubblicazione. Abbiamo le seguenti possibilità: 1) inviamo alle fonderie CON frase che vieta esplicitamente divulgazione e pubblicazione 2) inviamo alle fonderie SENZA frase che vieta esplicitamente divulgazione e pubblicazione, ma dicendolo magari con parole più soft, nel corpo dell’email 3) mettiamo il documento a disposizione di tutti gli iscritti (associati, clienti, altri) nella sezione indici. Intanto in Italiano, se qualcuno ce lo richiederà faremo anche in inglese.*

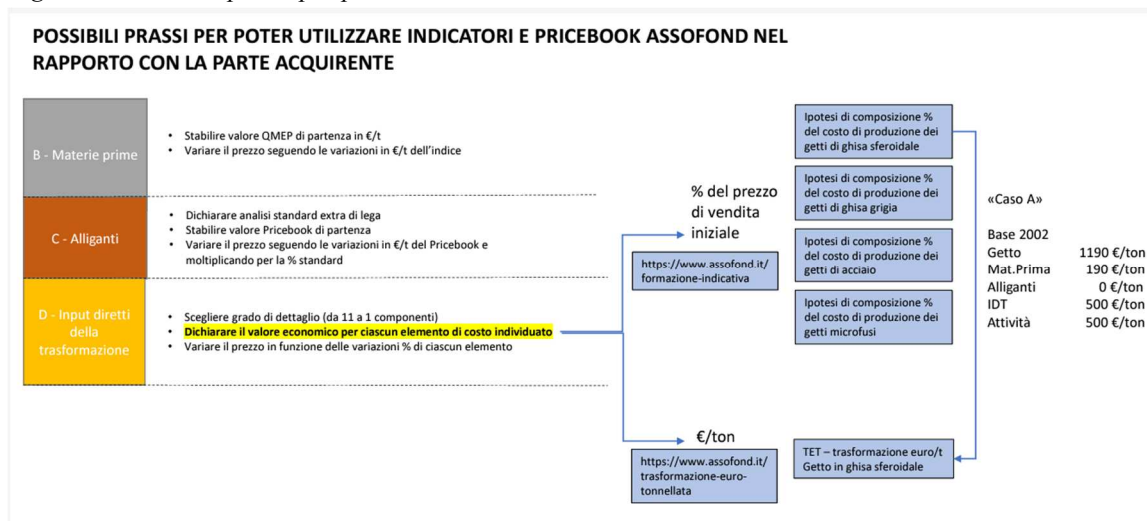
Io sono per la 3), perché non abbiamo nulla da nascondere o di cui vergognarci e perché rafforza la linea della trasparenza finora adottata. Eviterei 1) perché se il documento gira oltre gli associati (e sicuramente girerà), la frase in copertina ha un carattere troppo carbonaro. La mia idea iniziale era la 2) e la ritengo eventualmente percorribile, anche se preferisco la 3) Mi dite che ne pensate, e magari se c’è anche un 4) che non ho considerato?”.

⁴⁵⁵ **ISP. 36.88.**

utenti registrati del sito Assofond il 1° dicembre 2021 “[p]er supportare le fonderie associate e i loro clienti a destreggiarsi all’interno della cassetta degli attrezzi messi a disposizione da Assofond in tema di *“materie prime e input produttivi”*”⁴⁵⁶.

206. Si noti che, benché sia nella Guida Assofond che nella presentazione relativa al *webinar* del 9 novembre 2021 – a cui hanno partecipato, tra gli altri, gli esponenti di diverse fonderie parti del procedimento⁴⁵⁷ – l’Associazione affermi che il QEMP è un indice che ha l’obiettivo di monitorare l’andamento dei costi della carica metallica, vengono fornite alle fonderie indicazioni puntuali riguardo rispettivamente a un *“Esempio di possibili indicizzazioni”*⁴⁵⁸ e a *“possibili prassi”* di utilizzo di tale indicatore per l’aggiornamento dei prezzi. In particolare, nel corso del *webinar* del 9 novembre 2021 il neo eletto Presidente fornisce nuovamente l’indicazione di *“variare il prezzo seguendo le variazioni in €/t dell’indice”*⁴⁵⁹. In base a tali prassi, la variazione del QEMP in €/tonnellata si traduce direttamente nella variazione di una parte del prezzo di vendita⁴⁶⁰, come confermato in audizione dal presidente del CdA di Zanardi e presidente di Assofond⁴⁶¹.

Figura 4 – Possibili prassi per poter utilizzare indicatori. Fonte: DOC. 75 n. 4 e ISP. 41.113.



207. Come nel caso del QEMP, sia nella Guida Assofond che nella presentazione relativa al *webinar* del 9 novembre 2021⁴⁶² l’Associazione, anche in virtù della maggiore complessità derivante dalla

⁴⁵⁶ **ISP. 51.60**, enfasi in originale.

⁴⁵⁷ **ISP. 41.321**. In particolare, hanno partecipato al *webinar* esponenti di C2MAC, FMG/Camozzi Group, Fonderie De Riccardis, Ariotti, Corrà, ZML/Cividale, Zanardi e VDP, nonché Ironcastings (**ISP. 46.3**).

⁴⁵⁸ **ISP. 36.88**, p. 17.

⁴⁵⁹ **DOC. 75 n. 4**.

⁴⁶⁰ Nella Guida Assofond e nella presentazione viene dato esplicitamente alle fonderie il suggerimento, di *“Variare il prezzo seguendo le variazioni in €/t dell’indice”*. In particolare, il presidente di Assofond afferma: *“naturalmente, Assofond mette a disposizione questi numeri e ciascuna fonderia decide come utilizzarli al meglio [...] però, ovviamente, diventa una cosa, chiaramente, sana, fatemi dire, che ci sono delle possibili prassi per l’utilizzo, in modo da dire: bene, di questi numeri che cosa me ne faccio? Quindi le prassi solitamente utilizzate sono queste. Con l’indice delle materie prime, di fatto, si stabilisce un valore di QEMP [...] di partenza quando si fa un prezzo, quindi, c’è un prezzo fatto in un certo periodo che si riferisce ad un valore in euro alla tonnellata e poi, chiaramente, abbiamo l’indice che ci dice quali sono le variazioni in euro alla tonnellata”* (**DOC 299**, file “20211109_Webinar_Guida alla lettura degli indici Assofond”, in “Convegni”, “2021”, h. 00:59:44). Si veda anche **ISP. 41.133** e **DOC. 75, n. 5**.

⁴⁶¹ **DOC. 244**, par. 10.

⁴⁶² **DOC. 75, n. 3 e n. 4**.

circostanza che l'IDT è un numero indice e non un valore in euro/tonnellata⁴⁶³, fornisce alle fonderie due possibili prassi di utilizzo dell'indice IDT. In particolare, la prima di tali prassi richiede, al momento di inizio dell'indicizzazione, di applicare al prezzo totale di vendita le percentuali di valore del getto riportate nelle tabelle di formazione indicativa. L'alternativa è utilizzare il TET⁴⁶⁴. **208.** Nel corso del *webinar* sugli indicatori Assofond del 9 novembre 2021, viene inoltre deciso di organizzare un *webinar* sugli Indicatori specificamente dedicato ai clienti⁴⁶⁵ (cfr. *supra*). A tal riguardo, viene concordato di non parlare durante il *webinar*, del TET⁴⁶⁶, dal momento che tale indicatore è *“una cosa nata da convenzioni e quindi, diciamo, che rappresenta un qualcosa di molto particolare, che molto difficilmente si può applicare”* e che, se i clienti lo avessero menzionato, l'Associazione avrebbe risposto di non certificarne l'utilizzo⁴⁶⁷.

209. In un appunto inviato il 29 novembre 2021 da [Fr.Z.] (Zanardi) agli altri componenti del Comitato di Presidenza, a una dipendente del Centro Studi e a due dipendenti di Zanardi, emerge inoltre come l'utilizzo degli indicatori sia stato volto ad *“abituare”* il mercato, nel corso degli anni, alla revisione sistematica dei listini relativi alle componenti di costo dei getti: *“abbiamo abituato il mercato alla revisione sistematica dei listini per ghisa e ferro, ma dobbiamo ancora abituarlo alle ferroleghie, materiali ausiliari, energie.”*⁴⁶⁸. Al fine di ottenere tale risultato, [Fr.Z.] (Zanardi) ritiene che *“la soluzione possa essere impostata sulle seguenti prassi: 1) Esplicitazione del peso delle singole voci nel prezzo di vendita; 2) Convenzione concordata sugli indici inflattivi; 3) Aggiornamento sistematico su base temporale predefinita del prezzo utilizzando gli indici inflattivi; 4) Copertura del rischio di prezzo effettuata dal Cliente e non dal Fornitore.”*⁴⁶⁹. Il compito di Assofond sarebbe quello di *“monitorare la correlazione tra i propri indici e le commodity quotate, assicurando in questo modo Fornitore e Cliente. Ponendo alla base del contratto indici di commodity quotate, il Cliente può agevolmente coprire il rischio di prezzo per i getti di fonderia e la Fonderia trasferire al mercato senza tante discussioni i propri input”*⁴⁷⁰.

⁴⁶³ A tal riguardo, il presidente di Assofond spiega *“Con gli input diretti della trasformazione è una cosa più complicata perché, per prima cosa, bisogna scegliere il grado di dettaglio [...] poi l'altra cosa molto delicata è quella di dichiarare il valore economico per ciascun elemento di costo individuato, perché è necessario definire, in qualche modo, un punto di partenza e quindi poi, in funzione degli indici che abbiamo, variare il prezzo in funzione delle variazioni percentuali di ciascun elemento di costo”* (DOC 299, file “20211109_ Webinar_Guida alla lettura degli indici Assofond”, in “Convegni”, “2021”, h. 01:01:25).

⁴⁶⁴ In particolare, il presidente di Assofond afferma: *“...noi abbiamo due modi, sostanzialmente, per dichiarare questo valore: o diciamo generalmente “bene, la trasformazione è grossomodo una percentuale del prezzo di vendita totale, e quindi questo è il mio punto di partenza” e, per fare questo, chiaramente ciascuna azienda può fare di suo, ma Assofond ha cercato di dare degli strumenti, appunto, che sono quelli di formazione indicativa dove [...] abbiamo [...] determinate casistiche di quella che può essere una tipica composizione di costo percentuale. [...] In più è stata fatta, negli anni passati [...] una richiesta che effettivamente, dal punto della praticità, è assolutamente condivisibile, cioè di dire: beh, ma invece di parlare di percentuale del prezzo di vendita iniziale, come potremmo esprimere questa cosa qui direttamente in €/tonnellata che, alla fine, è la cosa più pratica con cui mi confronto con la parte acquirente? E allora, diciamo, quindi, per determinare il valore €/ton, quindi, quanto di input diretti della trasformazione ho in euro alla tonnellata nel mio getto, allora la posizione di Assofond è “questo lo deve determinare ciascuna fonderia secondo il suo processo”. Però diciamo che Assofond ha messo a disposizione un qualcosa, che si chiama [...] TET [...], Trasformazione in euro/tonnellata di un getto di ghisa sferoidale che si basa, di fatto, su un caso particolare di composizione dei getti in ghisa sferoidale”* (DOC 299, file “20211109_ Webinar_Guida alla lettura degli indici Assofond”, in “Convegni”, “2021”, h. 01:02:23).

⁴⁶⁵ In particolare, due terzi delle fonderie presenti si sono espresse a favore dell'organizzazione di tale *webinar* (DOC. 299, 01:15:12).

⁴⁶⁶ In particolare, [R.D.B.] (Glisenti/LT) afferma che tale indicatore è basato su *“delle ipotesi che oggi abbiamo scoperto essere non propriamente congrue”* (DOC. 299, 01:35:20).

⁴⁶⁷ DOC. 299, 01:39:00.

⁴⁶⁸ ISP. 31.36.

⁴⁶⁹ ISP. 31.37.

⁴⁷⁰ ISP. 31.37.

210. Il 10 dicembre 2021 [C.V.] (Cividale) si incontra a pranzo con [F.Z.] (Zanardi)⁴⁷¹ che ha parlato dell'andamento della propria fonderia e delle fonderie associate ad Assofond che lavorano per l'automotive. Nel resoconto interno al gruppo, la Presidente del C.d.A. di Cividale riporta che Zanardi *"Ci ha chiesto di partecipare alla giunta Assofond perché vorrebbero alcuni rappresentanti anche per alluminio e acciaio, (per ora sono tutti esponenti delle fonderie di ghisa).*

Sarà nominato [A.V.] [...].

Ha confermato che hanno avuto un anno eccezionale, realizzando un fatturato che non vedevano da moltissimi anni.

Non hanno avuto particolari tensioni per gli aumenti delle materie prime perché i clienti li hanno assorbiti, (hanno aumentato i prezzi più degli aumenti ... con conseguente guadagno).

Se qualcuno non li accettava, hanno minacciato il blocco consegne, ma da quanto ho capito tutti hanno accettato.

Hanno reagito subito con gli aumenti, senza far passare i tempi delle indicizzazioni.

Per quanto riguarda l'energia avevano una parziale copertura fino a dicembre. Non vede particolari problemi nel ribaltare i costi, perché hanno la capacità produttiva satura ... quindi lasceranno fuori chi non accetta.

Per quanto riguarda le fonderie associate che lavorano per l'automotive, ha confermato una maggiore difficoltà nel ribaltare gli aumenti sui clienti.

*Per quanto riguarda la possibilità di non onorare i contratti nel mondo automotive, hanno fatto fare un approfondimento ai legali Assofond, che confermano la possibilità di bloccare la produzione, in base al fatto che nessun fornitore può essere chiamato ad onorare un contratto palesemente in perdita, (detto in poche parole; magari possiamo approfondire con il direttore o con i legali Assofond); pensava di organizzare a breve un webinar sul tema"*⁴⁷².

211. Il 15 dicembre 2021 si è tenuta una riunione di Assofond Ghisa⁴⁷³. Nell'agenda dell'evento, allegata a una email che il direttore generale Assofond invia al Presidente Zanardi, si legge, tra i vari punti all'ordine del giorno di spettanza del Presidente, anche *"trasferimento prezzi, unica soluzione in mano nostra (non possiamo basarci su misure o accadimenti esterni)"*⁴⁷⁴. All'email è allegato

⁴⁷¹ **ISP. 66.93.** Zanardi viene qualificato come *"neo eletto presidente Assofond, proprietario dell'omonima fonderia di Verona, che produce ghisa sferoidale per vari settori, (agricolo, edilizia, movimento terra, energia, ferroviario, poco automotive). Sul sito trovate un dettagliato elenco fotografico dei pezzi, dei settori e delle tipologie di ghisa con disegni e foto di ogni particolare. Tra i principali clienti ha citato Bonfiglioli."*

⁴⁷² **ISP. 66.93.** Si veda anche **ISP. 66.149**, ove in una email indirizzata al cliente del 13 dicembre 2021, si legge: *"le circostanze attuali vedono la ZML in una condizione di Eccessiva Onerosità Sopravvenuta (art. 1467 c.c). Siamo in balia di eventi straordinari ed imprevedibili, dove si è improvvisamente prodotta da Ottobre 2021 una grave alterazione dell'equilibrio tra il valore della prestazione e quello della controprestazione, equilibrio che al momento della conclusione degli accordi commerciali sussisteva.*

Purtroppo, non possiamo sostenere ulteriormente maggiori costi e non ci è possibile applicare uno "sconto", essendo comunque questa componente energetica indicizzata secondi i parametri DTI Assofond e PUN".

⁴⁷³ Come indicato nella convocazione *"L'incontro sarà l'occasione per soffermarsi sull'andamento e le prospettive di mercato, sugli aspetti contingenti relativi a materie prime ed energia e sull'utilizzo degli indici Assofond per gestire al meglio i rincari dei fattori produttivi nel rapporto con i clienti"*. (**DOC. 276**, enfasi originale, file "appuntamento online il 15 dicembre 2021" in "Assofond ghisa 2003-2023", "Convocazioni"). A tale incontro hanno partecipato Ariotti, C2MAC, Corrà, De Riccardis, Glisenti/LT, Ironcastings, EF Group/Pilenga, VDP, Zanardi, Zardo e Cividale/ZML (**DOC. 276**, file "ELENCO PARTECIPANTI 2021-2020-2019" nella cartella "Assofond ghisa 2003-2023", nella sottocartella "Presenze").

⁴⁷⁴ **ISP. 31.27.** Un resoconto di tale incontro è contenuto in **ISP. 24.3503** ove l'allora Managing Director di C2MAC afferma che *"tutte le fonderie chiuderanno il 2021 peggio del 2020! Quasi nessuna è riuscita a recuperare l'incremento dei prezzi! Tutti hanno aderito alla ns proposta di modello per la parte energetica vs clienti !!!!!!!!!!!!!!!!!!!"*. A tale email, l'allora Presidente del Consiglio di Amministrazione di Melt 1 S.r.l. e consigliere di C2MAC (e procuratore speciale del Fondo Italiano d'Investimento SGR S.p.A., controllante di Melt 1 S.r.l.) risponde: *"Grande [S.D.] ... incredibile però che non ci sia un'ondata di fusioni Con questi numeri ma come si fa? Nessuno ne parla? Hai visto per caso [G.P.]?"*. Alla richiesta il Managing Director di C2MAC risponde fornendo una panoramica delle maggiori fonderie italiane, tutte a conduzione familiare da generazioni e dunque poco inclini a procedere ad operazioni di concentrazione, concludendo che *".....non potranno mai collaborare se non in termini estemporanei come in questo periodo. [G.P.] sentito ed incontrato*

anche un file contenente le domande da rivolgere ai partecipanti riguardanti il rapporto con i clienti, l'adeguamento dei prezzi verso i clienti, la disponibilità dei clienti a riconoscere gli aumenti dei prezzi e la maggiore necessità finanziaria messa in relazione alla dinamica del trasferimento degli aumenti dei costi ai clienti⁴⁷⁵.

IV.3.4. La guerra in Ucraina, l'aggravarsi della crisi delle materie prime e della crisi energetica

212. Anche nel 2022, le evidenze attestano il coordinamento tra le fonderie, anche in sede Assofond, in merito agli aumenti dei prezzi e al ribaltamento a valle dei maggiori costi subiti, nonché alla capacità produttiva e al carico di lavoro. In particolare, numerosissimi contatti emergono quando, a seguito dello scoppio della guerra in Ucraina, le fonderie si trovano a dover affrontare seri problemi di reperibilità di alcune materie prime (con conseguenze anche in termini di prezzi) e di incremento dei prezzi dell'energia elettrica. In tale contesto le fonderie concordano di uniformare le risposte ai clienti, richiedere ulteriori aumenti ai clienti, financo condividendo la decisione di interrompere o meno la produzione, e come comportarsi a seguito del riconoscimento da parte del legislatore del credito di imposta a favore delle imprese energivore e gasivore.

213. Con riferimento a tale ultimo aspetto si segnala come le fonderie (sia nel 2022 sia nel 2023 come si dirà oltre) si siano più volte confrontate, anche nel contesto Associativo, su come comportarsi rispetto al credito di imposta e alle istanze dei clienti volte a chiedere riduzioni degli aumenti a seguito del riconoscimento del predetto credito.

214. Con specifico riferimento al credito d'imposta, al fine di comprendere meglio il contesto in cui si inseriscono le condotte delle parti e il rilievo ai fini probatori della documentazione ispettiva acquisita, si ritiene opportuno ricordare che, nel corso del biennio 2022-2023, sono state adottate diverse disposizioni normative volte a riconoscere alle imprese energivore e gasivore un credito di imposta per le spese sostenute per l'acquisto di energia elettrica e gas per i primi tre trimestri, per il periodo ottobre/novembre, per il mese di dicembre del 2022, nonché per il primo e secondo trimestre del 2023⁴⁷⁶. In estrema sintesi, le misure in questione hanno riconosciuto alle imprese energivore, un credito d'imposta dal 20% al 45%; alle imprese gasivore, un credito d'imposta dal 10% al 45%.

215. Ciò premesso, nel 2022, le prime evidenze agli atti riguardano le ulteriori richieste di aumenti inviate tra la fine 2021 e l'inizio del 2022, con decorrenza gennaio 2022 – da Corrà⁴⁷⁷, C2MAC⁴⁷⁸,

più volte, indipendentemente da discussioni strategiche abbiamo clienti in comune e ci scambiamo opinioni". Nella risposta si legge: "La priorità per noi è chiaramente estero ma se non si trova il modo di consolidare ulteriormente l'Italia rimaniamo comunque vulnerabili alle mattane di questa gente ... super importante il ruolo che stiamo svolgendo in assofond di leadership e ricerca di collaborazioni ma chiaro che se ci fosse un'ulteriore ondata di consolidamento non sarebbe male..."

⁴⁷⁵ **ISP. 31.27.** Il file contenente le domande e le risposte al sondaggio riporta come titolo "*Materie prime ed energia e conseguenze nel rapporto con clienti + "conto economico"*". Le domande riguardano il grado di soddisfazione della fonderia in merito a "*l'adeguamento dei prezzi verso i clienti, come conseguenza di tutti gli aumenti*"; il grado di "*disponibilità/comprendimento*", nel tempo, da parte dei clienti a riconoscere gli aumenti"; se "*in merito a IDT "input diretti della trasformazione"*", andrai o i clienti ti porteranno, verso una indicizzazione totale"; il livello del rischio per l'immediato futuro dell'azienda connesso a "*la maggiore necessità finanziaria per far fronte agli aumenti di costi, messa in relazione alla dinamica del trasferimento di questi ai clienti*".

⁴⁷⁶ Cfr. decreto legge 1 marzo 2022, n. 17, convertito con modificazioni dalla legge 27 aprile 2022, n. 34; decreto legge 21 marzo 2022, n. 21, convertito con modificazioni dalla legge 20 maggio 2022, n. 51; decreto legge 17 maggio 2022, n. 50, convertito con modificazioni dalla legge 15 luglio 2022, n. 91 (cd. "Decreto Aiuti"); decreto legge 9 agosto 2022, n. 115, convertito con modificazioni dalla legge 21 settembre 2022, n. 142 (cd. "Decreto Aiuti bis"); decreto legge 23 settembre 2022, n. 144, convertito con modificazioni dalla legge 17 novembre 2022, n. 175 (cd. "Decreto Aiuti ter"); decreto legge 18 novembre 2022, n. 176, convertito con modificazioni dalla legge 13 gennaio 2023, n. 6; legge 29 dicembre 2022, n. 197 (cd. "Legge di Bilancio 2023"); Decreto legge, 30 marzo 2023, n. 34, convertito con modificazioni dalla legge 26 maggio 2023, n. 124.

⁴⁷⁷ **ISP. 4.14, ISP. 4.19, ISP. 4.24**

⁴⁷⁸ **ISP. 24.3417**, Si veda anche **ISP. 24.3418**.

ZML⁴⁷⁹, Zardo⁴⁸⁰, VDP⁴⁸¹ e FMG⁴⁸² – e febbraio 2022 – da C2MAC⁴⁸³, Ironcastings⁴⁸⁴. Anche durante tale periodo proseguono gli scambi tra Zardo e Ironcastings delle lettere di aumenti⁴⁸⁵, nonché contratti tra le fonderie per la definizione delle negoziazioni con i clienti conseguenti le richieste di aumento⁴⁸⁶.

216. Il 20 gennaio 2022 viene organizzato un Comitato di Presidenza Assofond per discutere di temi energetici e del *webinar* che si sarebbe svolto il 21 gennaio 2022. Nell’email di convocazione, il Direttore Generale aggiunge agli obiettivi del Presidente la “*Condivisione dei risultati della “survey” lanciata a tutti gli associati (spero abbiate risposto), su chiusure, riapertura, e “trasferimento” rincari ai clienti*” e l’esigenza di soffermarsi “*sull’enorme azione mediatica a partire dal 27 dicembre e tutto quanto fatto e che non cessa (tra quelli sentiti molti hanno sottolineato importanza del supporto che ha avuto per le loro azioni, tutto il sostegno mediatico)*”⁴⁸⁷.

217. Durante il *webinar* del 21 gennaio 2022, sono stati commentati i risultati dei preannunciati sondaggi, riguardanti le chiusure/riaperture e il trasferimento dei rincari sui clienti⁴⁸⁸.

218. L’8 febbraio 2022 una riunione del Comitato di Presidenza si è tenuta presso la Fonderia Zanardi, con annesso pranzo e visita agli impianti⁴⁸⁹. Nel resoconto dell’incontro, reperito presso Cividale e ZML, viene dato atto che “- *Le fonderie di ghisa presenti esprimono soddisfazione per i risultati 2021; - Il tema “recuperi costi energia” è un tema superato ... tutti hanno portato a casa quanto avevano chiesto; per loro il discorso è archiviato; esprimono una preoccupazione futura per la perdita di competitività del nostro Paese, ma al momento hanno tutti tanto lavoro e prezzi congrui ... almeno così dicono; - Torbole ha confermato quanto sopra, dicendo che aveva faticato molto con Stellantis (FIAT); [A.V.] gli ha parlato delle nostre difficoltà con Volkswaken (anche se non relative alla ghisa) e lui ha detto che da Volkswagen ha ottenuto abbastanza facilmente, trovando una buona disponibilità.*”⁴⁹⁰.

⁴⁷⁹ ISP. 51.40, ISP. 51.35, ISP. 51.5, ISP. 51.55, ISP. 66.188, ISP. 66.199. In bozza in ISP. 66.117 e ISP. 66.118. Si vedano anche ISP. 51.28 e ISP. 51.57.

⁴⁸⁰ ISP. 46.192.

⁴⁸¹ ISP. 81.22.

⁴⁸² ISP. 76.27

⁴⁸³ In bozza in ISP. 24.3452.

⁴⁸⁴ ISP. 46.28, ISP. 46.12, ISP. 46.89, ISP. 46.207.

⁴⁸⁵ ISP. 46.4. La lettera di aumento di Zardo viene poi inviata internamente ad Ironcastings come “[r]iservata ma utile per capire quanto sono “insolenti” i nostri clienti” (ISP. 46.192).

⁴⁸⁶ Si veda ISP. 24.3418 che riguarda la negoziazione degli aumenti tra C2MAC e un cliente. In particolare nello scambio di email interno alla società si legge il 17 gennaio 2022: “Ora, è giusto tenere duro, ma visto che siamo ancora in trattativa e siamo già al 1701, personalmente accetterei così sblocciamo i listini (SAME + tutte le officine) scrivendo che però l’1% mancante lo vogliamo da aprile. [...] Quanto sopra anche alla luce del fatto che ai ns concorrenti hanno riconosciuto meno, [S.D.] puoi confermarlo”. Nella risposta, del 18 gennaio 2022, si legge: “Aggiungo che i ns concorrenti hanno ricevuto da Same parte dell’energia e comunque tutti gli aumenti riguardo gli ausiliari già nel 2021. (da settembre/ottobre)”.

⁴⁸⁷ ISP. 61.62, ISP. 71.19. Con riferimento all’azione mediatica si veda ad esempio ISP. 76.20.

⁴⁸⁸ Si vedano le slide in ISP. 41.320 e in particolare le slide 6 e 7 riguardanti la domanda “Come valuti, in termini percentuali, la risposta dei clienti alle richieste di adeguamento dei prezzi effettuate fino a oggi come conseguenza di tutti gli aumenti?”. I partecipanti al sondaggio sono in ISP. 41.319. I partecipanti al webinar in ISP. 41.317.

⁴⁸⁹ ISP. 61.70.

⁴⁹⁰ ISP. 51.26, ISP. 66.69.

219. Il 16 febbraio 2022 si è tenuta una Giunta Assofond con all’o.d.g. la “*Situazione “caro Energia” e “caro materie prime”*” e il “*Confronto (giro di tavolo) su congiuntura*”⁴⁹¹.

220. Il 24 febbraio 2022, come noto, inizia la guerra in Ucraina. Nel mese di marzo, le discussioni riguardanti il carico di lavoro, il reperimento delle materie prime e i costi delle materie prime e dell’energia diventano quotidiane tra le fonderie e le riunioni Assofond si intensificano⁴⁹².

221. Come sopra anticipato, si ricorda che, al fine di mitigare gli effetti della crisi energetica conseguente lo scoppio della guerra in Ucraina, il Governo italiano, con il d.l. del 1° marzo 2022, n. 17, è prontamente intervenuto per riconoscere un contributo straordinario, sotto forma di credito d’imposta, a favore delle imprese energivore e gasivore. La misura del contributo è stata poi rideterminata in aumento con i d.l. n. 21/2022, n. 50/2022 e n. 115/2022.

222. Il 3 marzo si tiene un incontro del Comitato di Presidenza avente a oggetto “Emergenza Ucraina-Russia”⁴⁹³. Nell’invito, le problematiche sono esposte chiaramente, così come le preoccupazioni degli associati e l’esigenza di dare una risposta uniforme ai clienti: “*Oltre alle nuove fiammate su costi energetici di portata superiore a quello che è stato dicembre (oggi gas a 150 euro), per il mondo della ghisa si pone il serio problema della reperibilità di materie prime, essendo sparita da un giorno all’altro la fonte principale di fornitura di ghisa in pani. A questo problema, già di per sé enorme, va capito cosa succederà alla produzione di rottame, che per costi energetici e per connessioni di supply chain potrebbe diminuire in un momento in cui la domanda va alle stelle. Molte le telefonate in questi giorni degli associati che chiedono se Assofond ha in mente di dire la sua rispetto a questi rischi, in modo da uniformare il più possibile le risposte alle legittime preoccupazioni dei committenti*”⁴⁹⁴.

223. Lo stesso giorno Assofond pubblica un comunicato stampa per lanciare “*l’allarme: «Con il blocco delle forniture dell’est siamo a rischio fermo produttivo»*”⁴⁹⁵.

224. Per quanto riguarda i contatti diretti tra le fonderie, in uno scambio di email interno al gruppo Camozzi-FMG del 3 marzo 2022: “*Nel pomeriggio ho sentito alcune fonderie (Iron Castings, Lead Time...e di conseguenza ho info indirette su Glisenti) oltre che aver ricevuto info anche da SCM. Domani attendo notizie dal gruppo VDP e Fonderie Corrà. Sui pani di ghisa si è più o meno messi tutti nella stessa condizione [...] Il pensiero comune è più o meno lo stesso, incertezza sulle fonti alternative attivabili (Brasile / Sud Africa), per disponibilità, qualità e prezzi che schizzeranno alle stelle. Gli intermediari sono gli stessi per tutti, e c’è il rischio concreto che giochino poi al rialzo, contingentando le disponibilità, che oltretutto sono già ipotizzate basse. I nostri competitor/colleghi dichiarano di aspettarsi l’arrivo al punto di uno stop completo delle produzioni verso fine Aprile*”⁴⁹⁶.

225. Il 4 marzo 2022, in uno scambio di email sempre tra FMG e Camozzi sul tema dei rincari energetici, [M.P.] scrive: “*Momenti tesi [...]. Faremo del ns. meglio, anche ns. colleghi interpellati*

⁴⁹¹ **ISP. 41.350.** A tale incontro hanno partecipato De Riccardis, Glisenti, Ironcastings, EF Group/Pilenga, Zanardi e Cividale/ZML (**ISP. 41.351**).

⁴⁹² Ad esempio, nel corso dell’audizione con gli Uffici, De Riccardis ha spiegato le richieste di aumento dei prezzi di listino sono intervenute “*in un momento di incremento esagerato dei costi dell’energia e delle materie prime e di incertezza riguardo la loro reperibilità. In particolare, Fonderie De Riccardis aveva selezionato un fornitore ucraino di ghisa in pani – la Azovstal – gravemente danneggiata nel corso della battaglia di Mariupol della primavera del 2022 e, pertanto, a seguito dell’occupazione delle forze filo-russe, è stato difficile comprendere i costi, la disponibilità e le tempistiche, atteso che nell’acciaieria fornitrice in quei giorni erano barricateati alcuni reparti dell’esercito ucraino*” (**DOC. 264**, par. 11).

⁴⁹³ **ISP. 61.58.**

⁴⁹⁴ **ISP. 61.59.**

⁴⁹⁵ Il comunicato stampa, anche in versione inglese, è allegato in **ISP. 66.179**.

⁴⁹⁶ **ISP. 28.61.**

sono nella stessa condizione. Da stamattina i clienti cominciano a tempestarci di telefonate, non aggressivi e quasi rassegnati ad una condizione di frenata della produzione, che plausibilmente investirà vari comparti, per i prezzi dell'energia e/o per il reperimento delle materie prime"⁴⁹⁷. Segue una email del 7 marzo 2022, 13:30, tra gli stessi interlocutori, in cui si legge: "Oggi come ben sai l'energia elettrica è arrivata a livelli folli. So di essere noioso, ma fonderie nostre concorrenti stanno sospendendo la produzione. Questa settimana sono fermi: • Zanardi • Torbole • VDC e VDZ (Schio invece lavora) • Pilenga e Baldassarre • ZML ghisa Maniago (notizia dei giorni scorsi per mancanza di approvvigionamento materiali)"⁴⁹⁸.

226. Come emerge dalla documentazione ispettiva molte fonderie, in effetti, a partire dal 7 marzo 2022 hanno interrotto la produzione e chiuso gli stabilimenti, per le problematiche di approvvigionamento delle fonti energetiche e delle materie prime e sussidiarie, nonché per l'impossibilità di sostenerne i costi. Le fonderie in questione sono indicate, oltre che nell'email di FMG sopra riportata, anche in una email interna C2MAC del 7 marzo 2022. Si tratta di "Torbole, Pilenga, Zanardi, VDP (Tutti gli stabilimenti), Cividale, ZML"; nell'email viene precisato che è "[d]a tenere in considerazione che le fonderie di cui sopra NON sono sature! Alcune continuano a produrre ribaltando i costi sui clienti finali. Ariotti. Glisenti"⁴⁹⁹.

227. Presso C2MAC è stata reperita anche una bozza di comunicazione datata 7 marzo 2022 in cui la società rappresenta ai clienti le criticità emerse in relazione all'approvvigionamento delle materie prime e dei prodotti derivati a causa della guerra fra Russia e Ucraina. Nella predetta comunicazione vengono prospettati aumenti di prezzi⁵⁰⁰.

228. Lo stesso giorno, in una email reperita presso Pilenga⁵⁰¹, [U.F.] (consigliere delegato di Pilenga e Fonderia di Torbole) invia a [F.Z.] (Presidente di Assofond e presidente del CDA di Zanardi) una comunicazione, dal contenuto analogo a quello reperito da C2MAC, il cui testo è preceduto dal commento "Anche nostra in linea"⁵⁰².

229. Anche Zardo con una lettera del 7 marzo, avente a oggetto "conflitto Russo /Ucraino – impatti economici nei mercati di approvvigionamento" rappresenta ai propri clienti la situazione in atto, preannunciando variazione dei termini di pagamento e aumenti dei listini a seguito del caro energetico e, in caso di mancata accettazione da parte dei clienti, lo spegnimento dei forni⁵⁰³. La comunicazione è stata inviata a Ironcastings, il 7 marzo 2022, alle 18:49, con la seguente email di accompagnamento: "Noi domani usciamo con questa, PURO recupero EE[.] Ci copre extra costi, abbiamo messo le mani avanti per il resto[.] Vediamo come reagiscono"⁵⁰⁴. Via WhatsApp, alle 18:58, Ironcastings invia a Zardo la lettera di analogo tenore inviata lo stesso giorno e avente a

⁴⁹⁷ ISP. 28.40.

⁴⁹⁸ ISP. 28.40, enfasi in originale.

⁴⁹⁹ ISP. 24.3505. Che ZML abbia interrotto la produzione emerge anche da ISP. 66.179. Si veda anche ISP. 66.220.

⁵⁰⁰ ISP. 24.1.

⁵⁰¹ ISP. 20.197.

⁵⁰² ISP. 20.197: nel testo della comunicazione, dopo aver preannunciato la sospensione dell'attività produttiva, si legge: "Al fine di [t]rovare una soluzione condivisa alla situazione che anche per contenere [a]l massimo possibile le conseguenze negative per Voi, Vi manifestiamo la nostra disponibilità a valutare [i]mmediatamente una rivasitazione delle condizioni contrattuali [a]ttualmente vigenti, al fine di definire congiuntamente un quadro che [r]ende possibile una più celere ripresa delle attività [p]roductive senza comportare alcun ritardo nelle consegne" (enfasi in originale).

⁵⁰³ ISP. 56.36, ISP. 56.37. Si veda anche ISP. 56.121 in cui si fa riferimento alle formule diffuse da Assofond.

⁵⁰⁴ ISP. 46.18.

oggetto “Comunicazione Condizioni di fornitura. Variazione Listino Prezzi e termini di pagamento con decorrenza immediata”⁵⁰⁵.

230. Analogo scambio di comunicazioni ha luogo tra VDP e Zardo⁵⁰⁶, quest’ultima fonderia nell’email di trasmissione tiene a precisare: “Siamo allineati sui valori[.] Noi per materia prima aspettiamo fine mese”⁵⁰⁷.

231. In una comunicazione FMG, datata 8 marzo 2022, dato atto del contesto del tutto straordinario e imprevedibile, la società comunica ai clienti che “– come accaduto a molti altri operatori del nostro settore – è costretta a porre in essere interventi di emergenza per fare fronte alla situazione eccezionale testé menzionata”, anticipando contatti a breve da parte della divisione commerciale “per una valutazione congiunta delle indispensabili modifiche agli ordini in corso (anche dal punto di vista della rischedulazione delle tempistiche di consegna e/o dell’aggiornamento dei prezzi di fornitura dei prodotti da Voi ordinati), valutazione congiunta che auspichiamo possa avvenire in buona fede e con spirito collaborativo da entrambe le parti”⁵⁰⁸.

232. L’8 marzo 2022, anche LT manda ai propri clienti una lettera avente a oggetto l’emergenza energetica⁵⁰⁹, cui seguono informazioni di dettaglio in merito alle voci oggetto di aggiornamento in aumento e successivo accordo con il cliente.

233. Alle richieste di aumento da parte delle fonderie, seguono lamentele dei clienti e negoziazioni specifiche tra fonderie e clienti. Anche rispetto alle decisioni su come comportarsi con i clienti in tali circostanze emergono dei contatti tra le fonderie. In particolare, in una email interna a C2MAC che segue una richiesta di chiarimenti e informazioni da parte di un cliente, si legge: “Ho sentito altre fonderie e nessuno a ieri ha ricevuto la richiesta dei dettagli..... Stanno tutti litigando in quanto CNH non sta concedendo o solo in parte le ultime richieste. VDP ha portato avanti richieste come le ns e stanno litigando x i mensili. Glisenti ha preso gli aumenti ma ha concesso il trimestrale sia sulla energia che MP”⁵¹⁰.

234. Dalle evidenze agli atti emerge inoltre, da un lato, l’indifferenza da parte della Presidenza Assofond in merito alla *compliance antitrust*⁵¹¹ e, dall’altro, la consapevolezza dell’Associazione in relazione alle criticità sotto il profilo *antitrust* nel fornire indicazioni univoche in tale contesto e, dunque, sulle cautele da tenere per dissimulare azioni concordate. Così nella scaletta della riunione del 10 marzo 2022 si legge: “Antitrust, Direttore si sofferma sul fatto che dobbiamo avere molta attenzione a toccare temi che rappresentino accordi o iniziative comuni per fermare attività (questa volta porre molta attenzione a questo aspetto) [...] Dibattito: (Membri del CDP possono intervenire per stimolare il dibattito) spazio a confronto, con grande attenzione a non considerare azioni concordate (chiusure)”⁵¹². Pur prescindendo dalla locuzione “questa volta”, va osservato come

⁵⁰⁵ ISP. 56.100, ISP. 56.114 e ISP. 56.115.

⁵⁰⁶ ISP. 56.8 e ISP. 56.23. Per la lettera di VDP si veda anche ISP. 81.783, ISP. 81.784.

⁵⁰⁷ ISP. 56.23.

⁵⁰⁸ ISP. 28.148, ISP. 28.143, una bozza di tale lettera è contenuta in ISP. 28.146. Tale comunicazione ai clienti è seguita, il 15 marzo 2022, da un’altra comunicazione alla clientela in cui la fonderia chiede la disponibilità della clientela “a partecipare parzialmente all’incremento dei costi di produzione. In particolare, dopo un’attenta valutazione della situazione, Vi informiamo che applicheremo un incremento pari a 170 €/t. sul materiale consegnato o in consegna nel mese di Marzo 2022” (ISP. 28.150).

⁵⁰⁹ ISP. 16.94, alla quale non è allegato il testo della lettera.

⁵¹⁰ ISP. 24.3431.

⁵¹¹ Ciò emerge chiaramente da uno scambio WhatsApp tra [R.A.] e [F.Z.] del 9 marzo 2022, in cui [R.A.] rappresenta la posizione espressa dall’Associazione tedesca circa la necessità di implementare in ambito europeo (CAEF) una *compliance antitrust* e [F.Z.] risponde esternando la propria non curanza (ISP. 61.48).

⁵¹² ISP. 41.259, ISP. 41.260, ISP. 61.112, ISP. 81.853.

nonostante tali propositi, nel corso della riunione sono stati affrontati temi sensibili dal punto di vista *antitrust*. Al riguardo, in una *email* di Camozzi riferita proprio alla riunione del 10 marzo 2022, si legge: *“In sintesi, un incontro parecchio agitato con pareri abbastanza unanimi; aumento prezzi senza remore, attenzione al reperimento materie prime e non grosse aspettative sui prossimi mesi. Tutti confermano la difficoltà a operare nel contesto di attuale volatilità dei costi di energia e futuri sulle materie prime / reperibilità. Per le note regole di antitrust non si è parlato direttamente di prezzi, ma “tra i denti” alcuni (come [R.D.B.] [Glisenti/LT, n.d.r.]) hanno dato qualche numero, allineato alle nostre cifre”*⁵¹³.

235. Nel corso dell'incontro del 10 marzo 2022, inoltre, uno degli interventi previsti riguardava *“Fermi produttivi per forza maggiore, ricorda Lettera e documentazione Assofond appena inviata soffermandosi su lettera, doc a supporto e ovviamente disponibilità”*. La documentazione inviata alle fonderie a cui fa riferimento la scaletta dell'evento sono i modelli di lettere da utilizzare in *“Caso Sospensione della produzione”*⁵¹⁴ e in *“Caso Ritardi nelle consegne”*⁵¹⁵. Che le lettere siano state inviate alle associate è un fatto non contestabile, diversamente da quanto sostenuto dal Presidente Assofond⁵¹⁶, come dimostra la circostanza che esemplari di tali lettere sono state reperite presso FMG⁵¹⁷ e che Ariotti ne richiami una in una conversazione con l'Associazione (*“[g]ià inviata pec al 14/3 con un “melange” del testo suggerito”*)⁵¹⁸.

236. Il 14 marzo 2022, Zanardi invia una comunicazione ai propri clienti per informarli di aver fermato le attività produttive principali a salvaguardia della sostenibilità finanziaria della società. Nella stessa comunicazione la fonderia rappresenta di aver formulato un'ipotesi di riapertura delle linee produttive a partire dal 21 marzo, a condizione però che i clienti siano disposti ad accettare gli aumenti non negoziabili (a pena di mancata fusione e trattamento dei getti del cliente) a partire dal

⁵¹³ **ISP. 76.7.** In tema di chiusure delle società si legge nel resoconto: *“[F.Z.] presidente Assofond [...] Le aziende ferme sono un motivo di attenzione; aziende che chiedono cassa integrazione fanno rumore e spingono ad interventi esterni di aiuto.[...] [F.Z.] conferma chiusura della sua fonderia anche per la prossima settimana (quindi due in totale)”* (enfasi in originale).

⁵¹⁴ La lettera è allegata a **ISP. 41.243**. In essa, dopo una rappresentazione del quadro della crisi in atto, si legge: *“Gli straordinari ed imprevedibili incrementi dei prezzi hanno però già determinato un'insostenibile alterazione dell'equilibrio dell'attuale rapporto contrattuale, con la conseguente eccessiva onerosità sopravvenuta della prestazione della fonderia. Tale straordinaria situazione, come detto imprevedibile ed incontrollabile, impone la sospensione temporanea dell'attività produttiva al fine di razionalizzare i consumi evitando le produzioni nei picchi massimi di costo sulla base dei listini dell'energia e del gas.*

In virtù dei principi di buona fede e di massima collaborazione, Vi manifestiamo l'immediata disponibilità ad avviare una rinegoziazione sostanziale delle attuali condizioni economiche che consenta una sostenibile prosecuzione dei nostri rapporti commerciali salvaguardando gli interessi di ciascuna parte ed agevolando la ripartenza dell'attività produttiva sia pur in un quadro di estrema difficoltà operativa”.

⁵¹⁵ La lettera è allegata a **ISP. 41.243**. Anche in tale caso, dopo una rappresentazione del quadro della crisi in atto, si legge: *“A tal proposito la Fonderia si è già attivata per reperire nuovi fonti di approvvigionamento delle materie prime ma la sopra descritta situazione straordinaria, come detto imprevedibile ed incontrollabile, ha già determinato un'impossibilità temporanea nell'esecuzione della fornitura.*

Pertanto, la Fonderia è costretta a riprogrammare le consegne prefissate nei prossimi giorni a fronte appunto dell'impossibilità di reperire le componenti dei prodotti ordinati.

Gli straordinari ed imprevedibili incrementi dei prezzi hanno inoltre già determinato un'insostenibile alterazione dell'equilibrio dell'attuale rapporto contrattuale, con la conseguente eccessiva onerosità sopravvenuta della prestazione della Fonderia.

In virtù dei principi di buona fede e di massima collaborazione, Vi invitiamo pertanto a contattarci quanto prima per valutare congiuntamente una riprogrammazione delle consegne già scadenzate, nonché per avviare una rinegoziazione sostanziale delle attuali condizioni economiche che consenta una sostenibile prosecuzione dei nostri rapporti commerciali salvaguardando gli interessi di ciascuna parte, sia pur in un contesto di estrema difficoltà operativa”.

⁵¹⁶ Cfr. **DOC. 244**.

⁵¹⁷ **ISP. 28.141** e **ISP. 28.142**. Inoltre, vengono menzionate nel resoconto della riunione **ISP. 76.7** *“[R.A.] ex presidente Assofond (questione minacce clienti) [...] Bozze Assofond su lettere di risposta ai clienti condivisi dalla associazione”* (enfasi in originale).

⁵¹⁸ **ISP. 61.114**.

primo aprile e fino a nuova comunicazione⁵¹⁹. A fine aprile, tuttavia, la fonderia comunica al cliente nuovi rincari⁵²⁰.

237. Il 15 marzo 2022 si è tenuto un Consiglio di Presidenza Assofond. In vista del CDP il Direttore Generale Assofond manda al Presidente Assofond un memo in cui vengono elencate alcune tematiche da affrontare nel corso della riunione⁵²¹. Tra queste si segnala *“Anima [Associazione della Meccanica Varia]: possibile richiesta (per ora solo accennata da direttore) da parte loro di confronto con loro associati su “rincari” (grande preoccupazione e qualche cenno a richieste “troppo simili tra loro”). Soprattutto nel settore valvolame, quindi potremmo pensare di far partecipare una fonderia di quel settore”* all’incontro⁵²²). Un altro argomento all’ordine del giorno concerne l’opportunità di fare un comunicato stampa sui fermi produttivi e sul tipo di messaggio da veicolare⁵²³, modalità alternative di approvvigionamento di ghisa⁵²⁴ e sull’indicatore IDT⁵²⁵.

238. In relazione alle preoccupazioni espresse da ANIMA sui rincari e sulle comunicazioni *“troppo simili tra loro”*, il Presidente dell’Associazione, in audizione con gli Uffici, ha rappresentato che *“In ambito associativo si discusse della disponibilità dell’Associazione di chiarire le preoccupazioni avanzate della Federazione delle Associazioni Nazionali dell’Industria Meccanica Varia ed Affine. Per quanto attiene alle comunicazioni Assofond sui media, Zanardi, in qualità di presidente dell’Associazione, ha ritenuto che fosse utile conoscere lo stato in cui versavano anche le altre fonderie per poter veicolare un messaggio utile a tutta la categoria e volto a chiedere aiuti”*. Zanardi ha altresì osservato che, *“seppur evidenti gli aumenti dei costi e le ragioni per aumentare di conseguenza i prezzi, non era per niente scontato che i clienti avrebbero accettato tali incrementi. Vi era, quindi, il pericolo di produrre merce a costi elevatissimi per poi rimanere invenduta o venduta sottocosto”*. [F.Z.], ha infine precisato che come *“Zanardi Fonderie decise ai tempi di fermare la produzione e di avere un atteggiamento di massima trasparenza con i clienti, avvisando che la produzione sarebbe ripresa non appena trovato un nuovo accordo sui prezzi”*⁵²⁶.

239. Nella seconda parte del mese di marzo proseguono i contatti tra le fonderie aventi a oggetto la ghisa⁵²⁷, scambi di comunicazioni con i clienti⁵²⁸, nonché scambi di *email* riguardanti specifiche negoziazioni con singoli clienti⁵²⁹. Nel corso del medesimo periodo anche ZML ha chiesto aumenti⁵³⁰.

⁵¹⁹ ISP. 31.89, ISP. 31.90.

⁵²⁰ ISP. 31.93.

⁵²¹ ISP. 31.29.

⁵²² ISP. 31.29.

⁵²³ ISP. 31.29: *“Comunicazione Assofond: Sia comunicato stampa (da fare?) sia comunicazione “costante” sui media, soffermarci su messaggi principali (soprattutto sui fermi produttivi). Valutare e condividere se il tipo di messaggio deve essere quello “siamo fermi, fermiamo” o vi siamo premure diverse da parte delle fonderie”*.

⁵²⁴ ISP. 31.29: *“Taranto: ghisa a breve e a lungo termine. Comunicazione interna, esterna. Contatti con proprietà per approfondire ipotesi produzione a breve, tempi e q.tà e prezzi. Tenere riservata la cosa alle associate ma NON estenderla in Europa (caef), precisarlo bene”*.

⁵²⁵ ISP. 31.29: *“IDT: Serve tornarci? Anche dopo un tuo primo confronto con [Ma.P.] [Assofond n.d.r.], se è emerso un quadro di fattibilità con percorso e tempi. Oppure è prematuro? In effetti in questo momento gli indici sono al massimo della loro attenzione. Valuta se è tema oppure no”*.

⁵²⁶ DOC. 244.

⁵²⁷ ISP. 61.25.

⁵²⁸ ISP. 46.9 in cui Zardo invia a Ironcastings la comunicazione inviata da C2MAC ai propri clienti.

⁵²⁹ Così in ISP. 81.798 e ISP. 81.799, da cui emerge come De Riccardis abbia condiviso le negoziazioni con un cliente comune con il concorrente VDP.

⁵³⁰ ISP. 66.54, ISP. 66.144.

240. Il 29 marzo 2022 si tiene una riunione del Comitato di Presidenza⁵³¹, il cui resoconto è riportato in una *email* interna al gruppo Cividale-ZML: *“Ghisaioli: tutti contenti, tutti guadagnano. Il fatto di aver travasato tutti gli aumenti sul prezzo è dato per acquisito. Tutti hanno dichiarato che stanno guadagnando; la preoccupazione è che i clienti saltino, con prezzi così alti. Da qui la proposta di chiedere anticipi agli ordini”*⁵³².

241. Il 13 aprile 2022 si è tenuto un incontro della Giunta nel corso del quale ha avuto luogo il consueto confronto (“giro di tavolo”) sulla congiuntura⁵³³.

242. Nel mese di maggio vi è evidenza di una riunione Assofond, tenutasi il 9 maggio 2022, in cui sono state discusse tematiche prettamente commerciali e le strategie da adottare con i clienti. Tale circostanza può essere desunta da una *email* interna ad Ariotti, in cui [R.A.], prima di far inviare una comunicazione ai propri clienti riguardante la fatturazione di maggio, scrive ai propri dipendenti: *“(aspettiamo riunione assofond di oggi alle 16.00/17.30 prima di comunicare)”*⁵³⁴.

243. Alla fine del mese di maggio 2022, le fonderie componenti del Comitato di Presidenza⁵³⁵, discutono via *email* su come comportarsi con i clienti e se far confluire il credito d'imposta nell'indicatore IDT. Lo scambio prende avvio da una *email* di [F.V.] (VDP), che chiede agli altri esponenti del Comitato di Presidenza di valutare l'opportunità di contabilizzare il credito d'imposta ricevuto dallo Stato direttamente nell'IDT, ritenendo giusto includerlo sia per semplicità che per trasparenza verso i clienti – i quali sono quasi tutti al corrente della sua introduzione – anche nell'auspicabile prospettiva di una sua proroga. [Fonderia Pressofusione Tapparo S.r.l.] risponde di aver ricevuto da un cliente una richiesta di restituzione degli aumenti concessi in passato, suffragata proprio dai decreti attuativi del credito d'imposta. [A.V.] (Cividale/ZML), ritiene opportuno prima di procedere alla contabilizzazione del credito d'imposta, attendere informazioni relative alla sua proroga e *“nel frattempo gestire i clienti che fanno più pressione”*. [E.F.] (E.F. Group/Pilenga), infine, rappresenta di concordare *“con pensiero di [A.V.] e di [F.V.] Noi ci stiamo muovendo in tal senso coi clienti che lo richiedono”*⁵³⁶.

244. Alla fine del secondo trimestre 2022, il 24 giugno 2022, si è tenuta l'assemblea di Assofond⁵³⁷, a cui hanno partecipato tutte le fonderie parti del procedimento⁵³⁸, nel corso della quale sono state affrontate tematiche generali legate alla congiuntura del momento (parte dell'assemblea pubblica), nonché questioni più di dettaglio su come affrontare la congiuntura e comportarsi con i clienti (parte privata dell'assemblea). In particolare, nel corso della parte privata dell'assemblea⁵³⁹, le fonderie discutono: (i) del trasferimento a valle degli aumenti subiti e sul fatto di essere riusciti a trovare un accordo con la clientela sul punto, anche grazie al supporto di Assofond⁵⁴⁰; (ii) sul come gestire le

⁵³¹ ISP. 61.87.

⁵³² ISP. 66.82, ISP. 51.21 (enfasi in originale). Analogo in ISP. 51.24.

⁵³³ ISP. 41.353. A cui hanno partecipato Ariotti, C2MAC, Corrà, De Riccardis, Glisenti, Ironcastings, EF Group/Pilenga, VDP, Zanardi, Cividale/ZML (ISP. 41.354).

⁵³⁴ ISP. 61.116 e per la comunicazione inviata ai clienti ISP. 61.154.

⁵³⁵ Sono destinatari in copia conoscenza il Direttore Generale Assofond e una dipendente Assofond.

⁵³⁶ ISP. 12.143. Si veda anche ISP. 41.122, da cui emerge come alla fine il Presidente Assofond abbia deciso di non includere nell'IDT il credito d'imposta.

⁵³⁷ ISP. 12.130, l'assemblea è preceduta il 14 giugno 2022 da un Comitato di Presidenza (sempre ISP. 12.130 e in ISP. 61.78).

⁵³⁸ ISP. 41.294.

⁵³⁹ DOC. 22, n. 89.

⁵⁴⁰ DOC. 22, n. 89. Ariotti, h. 01:07:16 *“Grazie al supporto che avete saputo darci, con la clientela c'è stato un accordo buono, in generale, da parte di tutti, credo, per cui siamo riusciti a trasferire a valle in maniera più o meno congrua gli incrementi – che erano evidenti e oggettivi e riconoscibili – e quindi è incredibile, ma nonostante l'energia e la materia*

richieste dei clienti che chiedono la restituzione di quanto pagato per gli incrementi energetici a seguito del riconoscimento del credito di imposta⁵⁴¹; (iii) delle divergenze dei costi energetici negli altri paesi europei (Francia e Germania) e dunque dei prezzi a valle⁵⁴²; (iv) della necessità di essere uniti, parlare a beneficio del settore⁵⁴³. Verso la conclusione dell'assemblea privata, una fonderia dal pubblico torna sul tema del credito d'imposta e le richieste dei clienti, chiedendo un intervento da parte dell'Associazione⁵⁴⁴. Il Presidente, tuttavia, replica che l'Associazione non può suggerire alle fonderie una giustificazione per la mancata restituzione del credito d'imposta da utilizzare con i clienti, dal momento che ciò sarebbe contrario alla normativa antitrust⁵⁴⁵. La parola viene infine

prima, secondo me, il tema fondamentale del prossimo futuro, della prossima industria, sarà invece quella del capitale umano”.

⁵⁴¹ **DOC. 22, n. 89.**

Glisenti/LT h. 01:18:48: *“Come facciamo a difenderci dall’assalto dei nostri clienti che reclamano la restituzione tal qual del credito d’imposta? È un problema molto serio perché è anche un problema etico se vogliamo, perché in effetti loro dicono “ti ho dato dei soldi, tu adesso hai un aiuto, me lo dai a me”. Io faccio fatica a trovare – cioè, le troviamo, naturalmente – le giustificazioni e le ragioni per dir di no. Per esempio, la principale è quella che, nel Q4 del 21 ci abbiamo veramente lasciato lì, non so, personalmente più di un milione e mezzo di euro per esempio come Fonderia Glisenti, anzi per due con Lead Time. E quindi già questa è una risposta valida, però è chiaro che non è una soluzione. Cioè vorrei capire se c’è qualcuno che ha qualche idea su come poter difenderci dall’assalto dei clienti su questo tema qua, ecco”.*

Zanardi, h. 01:20:48: *“Sì, ovviamente il tema che hai tirato fuori è molto delicato, e si riferisce un po’ alle prime slide che abbiamo mostrato. Però, una considerazione che mi sento di fare anche tornando a quello che si era detto prima e quindi la necessità di dover avere le risorse necessarie per continuare – perché possiamo parlare di sostenibilità ambientale, ma se non c’è la sostenibilità economica non andiamo da nessuna parte – i crediti d’imposta non vengono dati in una situazione stabile, normale, per farci guadagnare competitività. Cioè, se fossimo in una situazione del genere ci sarebbe un aiuto di stato. Cioè, noi oggi siamo in una situazione emergenziale con variazioni che non sappiamo neanche come possono essere, siamo di fronte a possibili – speriamo di no – ma non improbabili cali di mercato e poi, come detto, quando il mercato non c’è, non è il credito d’imposta o altro. Ecco, secondo me queste misure che vengono messe in atto è proprio per compensare uno stato emergenziale di aziende energivore (considerazione molto ampia)”.*

⁵⁴² **DOC. 22, n. 89.** Zanardi, h. 01:22:15: *“Altre due cose che sono secondo me, a mio parere, ma sono sicuro che anche voi condividete, molto critiche, e su cui dovremmo cercare di fare azioni e, oltre fare azioni, speriamo anche di portare risultati, però il vero pericolo oggi è che nel breve termine la Germania, con questa evoluzione dei costi energetici, ha 70 euro in meno di noi. La Francia ha il PUN dell’energia uguale al nostro, però mentre noi in emergenza abbiamo parlato dell’electricity release e abbiamo provato a far qualcosa, loro avevano già l’energia nucleare destinata alle energivore che comunque va a calmare. Ecco, quindi, oggi la cosa veramente critica è che sì, possiamo, magari se riusciamo a ribaltare riusciamo a metterci in equilibrio, però se strutturalmente eravamo sempre più cari degli altri e ce la facevamo perché più bravi, perché più efficienti, perché capaci di fare quello che gli altri non fanno, adesso la differenza si sta ampliando in maniera in cui si rischia, insomma, che il nostro far bene il nostro lavoro possa non esser più sufficiente. Quindi, questa è una cosa critica sulla quale, perlomeno, aver le stesse condizioni dei nostri competitor europei. Poi ci sarà un problema, è un’altra cosa, intanto il primo passo è essere non troppo distanti dai nostri vicini di casa”.*

⁵⁴³ **DOC. 22, n. 89.** Ariotti, h. 1:31:06: *“Quindi essere uniti, parlare insieme, essere al Congresso, essere qua, farci sentire, sono tutte condizioni che ci permettono di, magari, guadagnare qualche elemento di competitività per il bene del nostro settore, del sistema. È veramente un appello ad esserci e solidarizzare su quelle che sono le opzioni possibili e non in violazione dell’antitrust perché questa è la ragione d’essere dell’associazione che raggruppa tante aziende piccole quali siamo noi, non grandi come il cementificio, come la chimica o come l’acciaio. Quindi abbiamo bisogno di noi tutti insieme”.*

⁵⁴⁴ **DOC. 22, n. 89.** Fonderia dal pubblico, h 01:32:35: *“Mi associo al discorso sentito prima che molti clienti stanno bussando a noi chiedendo il ritorno di queste imposte, ora, di questo contributo del 25% che abbiamo avuto. Non lo so se potessimo fare qualcosa anche a livello associativo per dare un’indicazione che potesse essere questo anche un aiuto per tutte le altre difficoltà che stiamo avendo oppure no, perché fatto a livello associativo potrebbe avere forse, potremmo appoggiarci tutti noi in questa maniera a...studiamoci qualche cosettina. Possiamo dire che non lo vogliamo noi incamerare questo denaro, ma appunto è una strategia per poter potenziare meglio tutte le fonderie e la filiera italiana della fonderia”.*

⁵⁴⁵ **DOC. 22, n. 89.** Zanardi, h 01:34:12: *“Sono tutte cose che abbiamo chiesto e però, ecco, parto dalla seconda: il capacity resta tale e quale e non c’è modo di toglierlo perché fa parte, cioè, da quello che ho capito fa parte di un meccanismo di un’asta che è stata fatta anni fa, a fronte della quale aziende hanno fatto investimenti proprio per poter...quindi, il problema di tutte queste regole, per quello dicevo prima che il credito d’imposta la vedo l’unica via, il problema di tutte queste regole è che quando si tocca una cosa c’è qualcuno che ci perde. Quindi, non la vediamo solo come una tassa, altre parti c’è chi ha investito su questo meccanismo con, determinato con qualche anno di anticipo, quindi oggi non può permettersi quindi...quindi eventualmente dovrebbe essere solo lo Stato che si prende carico, ma allora a quel punto lì, eh, il meccanismo del credito d’imposta è forse la cosa più agevole e più snella visto che comunque è stata già applicata. Quindi è anche questa un po’ la ragione per quello che dicevo prima. Sul primo punto, eh, credo ci*

passata a un partecipante che propone all'Associazione di adottare, come giustificazione per la non restituzione del credito d'imposta, il suo utilizzo, da parte delle fonderie, per investimenti ambientali e per l'economia circolare⁵⁴⁶.

245. Tra giugno e luglio vi sono agli atti richieste di ulteriori aumenti da parte di ZML⁵⁴⁷ e Zardo⁵⁴⁸ giustificati dall'andamento della carica metallica e da parte di FMG⁵⁴⁹ e Zanardi⁵⁵⁰ considerati i costi del gas e dell'energia elettrica. Nel caso di FMG dagli atti emergono forti contestazioni da parte dei clienti, anche in considerazione del riconoscimento da parte del legislatore del credito d'imposta⁵⁵¹. Agli atti vi è anche evidenza di scambi di offerte per clienti tra VDP e Ironcastings⁵⁵².

246. Nello stesso periodo vi sono inoltre contatti tra Ariotti e Glisenti in materia di ghisa⁵⁵³, tra VDP e Corrà in tema di aumenti futuri⁵⁵⁴ e tra Ariotti e FMG con riferimento all'energia⁵⁵⁵ e in tema di fermi produttivi⁵⁵⁶. Le tematiche legate all'energia, ai prezzi di vendita e alle chiusure sono affrontate anche da Cividale/ZML, Zanardi, E.F. Group/Pilenga Ariotti e VDP⁵⁵⁷. In particolare, in una email interna a Cividale-ZML si legge: *“A conferma del feed back di [A.V.], anche VDP dichiara che l'aumento dell'energia ha eroso metà del suo margine; tra le altre fonderie, molte hanno il problema dell'erosione dei margini, ma i prezzi coprono ampiamente tutti i costi maggiorati”*⁵⁵⁸. Che, nel corso del 2022, i ricavi abbiano coperto i costi maggiorati emerge anche da un documento interno di Ariotti, in cui vengono riportate le statistiche di fatturato del periodo

sia ben poco da fare, nel senso che è proprio un discorso di antitrust, e quindi ciascuno ha i suoi costi e ciascuno decide per sé la politica commerciale. Ho capito il punto, ho capito il punto, che è un po' il fatto di far capire l'emergenza in cui si trova il settore e che il credito di imposta è solo un piccolo sollievo, eventualmente, ecco, può essere un messaggio che può essere veicolato per magari dare un po' di forza, però sicuramente dal punto di vista associativo nulla si può dire sul fatto che sia legittimo oppure no perché giustamente per la concorrenza ciascuno fa i conti a casa sua, ecco. Quindi, purtroppo su questi aspetti siamo limitati dalla legge, purtroppo o per fortuna, insomma, dipende da come si guarda”.

⁵⁴⁶ **DOC. 22, n. 89.** Un partecipante, h 01:38:24 *“Era per rispondere o per fare una proposta all'associazione: questo credito d'imposta che noi, di cui noi appunto beneficiamo, potrebbe essere, cioè l'associazione potrebbe anche dire che questo credito d'imposta le aziende lo usano per investimenti ambientali, per l'economia circolare, quindi questo potrebbe essere anche una soluzione per dare questo, per dare una giustificazione. Quindi, che noi siamo fortemente impegnati in questo, in questo sviluppo, in questa, in questa tematica”.*

⁵⁴⁷ **ISP. 66.57 e ISP. 66.124**

⁵⁴⁸ **ISP. 56.80.**

⁵⁴⁹ **ISP. 28.15, ISP. 28.46, ISP. 28.125, ISP. 28.130, ISP. 28.144, 28.145.**

⁵⁵⁰ **ISP. 31.100.**

⁵⁵¹ **ISP. 28.15, ISP. 28.57, ISP. 28.895, ISP. 28.894, 28.134.**

⁵⁵² **ISP. 81.33.**

⁵⁵³ **ISP. 61.24.**

⁵⁵⁴ **ISP. 81.53.** Il documento reca uno scambio di email interno a VDP riguardante un'offerta per fusioni con modelli già esistenti. Alla fine dello scambio un dipendente di VDP scrive di aver comunicato al cliente che *“anche Corrà si sta preparando ad aumentare”.*

⁵⁵⁵ **ISP. 61.37:** *“11/07/22, 16:01 - [R.A.]: Ciao, sono [R.A.], parliamo di energia alle 18,30?”*

11/07/22, 16:23 - [M.P.] Camozzi: Ok [R.A.].

Ho un appuntamento alle 18, spero di liberarmi prima delle 18,30 /18,45

11/07/22, 16:23 - [R.A.]: Anche alle 19.00 ☺

11/07/22, 16:24 - [M.P.] Camozzi: Perfetto a dopo”.

⁵⁵⁶ **ISP. 61.10.**

⁵⁵⁷ **ISP. 51.41.** Si veda anche **ISP. 81.12**, ove si legge: *“dal 15/07 al 31/07 si ferma anche Ariotti[.] se qualche cliente si lamenta perché chiudiamo e facciamo pagare a loro cmq l'energia, risponderai che questo è quello che riporta l'articolo perché noi vogliamo fare pressione sul governo e ci fa comodo dire ufficialmente così come associazione[.] la fermata è stata decisa x tempo x fare le manutenzioni sfasate tra i vari stabilimenti del gruppo quindi non potevamo sapere in anticipo i prezzi di luglio dell'energia, anzi ci aspettavamo che diminuisse”.*

⁵⁵⁸ **ISP. 51.41.**

1/7/2022-31/7/2022 e da cui emerge che durante tale periodo sia per la materia prima che per l'energia la società ha sostenuto dei costi inferiori rispetto ai ricavi⁵⁵⁹.

247. Il 20 luglio 2022, si è tenuta una riunione della Giunta Assofond, in cui era previsto il solito “giro di tavolo”⁵⁶⁰. Il resoconto della riunione è contenuto in uno scambio di *email* interno a C2MAC⁵⁶¹, in cui [S.D.] scrive: “*ieri in streaming si è tenuta una breve riunione della giunta Assofond. Fra i vari temi affrontati (clienti, energia, prospettive future.....) abbiamo fatto un passaggio sulla redditività del ns settore. (solo fonderie)*”, specificando che il tema della redditività è stato analizzato sulla base di un campione di bilanci disponibili e allegando delle slide riassuntive dei tre settori analizzati (ghisa, alluminio e acciaio). Nello scambio interviene l'Amministratore Delegato p.t.: “*Appena escono i vari bilanci ci conviene comunque guardare bene i diretti concorrenti per cercare di capire se eventualmente hanno performato meno quali potrebbero essere le cause (energia, materia prima ...) per provare magari a parlare con loro per eventuali ulteriori incrementi di prezzi*”⁵⁶².

248. Si noti che durante l'ultimo trimestre del 2022, il Governo è intervenuto nuovamente con misure volte a fronteggiare la crisi energetica, prevedendo – per quanto di interesse – un aumento della percentuale del credito di imposta riconosciuto alle imprese energivore e gasivore, passato dal 25% al 40% per i mesi da ottobre a dicembre (d.l. n. 144/2022 e d.l. n. 176/2022).

249. Tale periodo è caratterizzato da alcuni eventi Assofond⁵⁶³, anche in vista del 36° Convegno Assofond che si è tenuto a Torino dal 13 al 16 ottobre 2022⁵⁶⁴, e da alcuni contatti⁵⁶⁵.

250. In particolare, il 28 settembre 2022 si è tenuta una riunione della Giunta Assofond⁵⁶⁶. Il resoconto del giro di tavolo è riportato in una *email* interna a Cividale-ZML: “*Anche quest'anno le fonderie di ghisa evidenziano ottimi risultati; parlano di un'annata irripetibile e di grandi guadagni, (“finalmente abbiamo capito come produrre meno e guadagnare di più”). Incredibilmente (per noi) la discussione è stata:*

- a. *Sulla retrocessione del credito di imposta ai clienti, (punto sul quale erano tutti d'accordo);*
- b. *Su un premio ai dipendenti per fronteggiare le bollette*”⁵⁶⁷.

⁵⁵⁹ ISP. 61.2.

⁵⁶⁰ ISP. 41.355. Si veda anche ISP. 12.130. A tale incontro hanno partecipato C2MAC, Ironcastings, EF Group/Pilenga, VDP, Zanardi, Cividale (ISP. 41.356).

⁵⁶¹ ISP. 24.2355.

⁵⁶² ISP. 24.2355.

⁵⁶³ L'8 settembre 2022 si è tenuta una riunione del Consiglio di Presidenza Assofond per confronto temi del successivo congresso di Torino (ISP. 61.57, ISP. 12.130); il 7 ottobre 2022 si è tenuta una riunione della Comitato di presidenza Assofond (ISP. 61.91, ISP. 12.130).

⁵⁶⁴ I cui partecipanti sono indicati in ISP. 31.34. In merito alla partecipazione al Convegno, si veda anche ISP. 46.19, contenente una chat WhatsApp tra Ironcastings e FMG, in cui si legge: “[22/09/22, 10:16:23] [M.P.] [FMG, n.d.r.]: *Ciao caro, tu sarai in Assofond Torino a metà ottobre?*
Sono abbastanza incasinato al lavoro e volevo capire se è importante esserci e quale potrebbe essere l'adesione.
 [22/09/22, 10:22:31] [A.A.] [Ironcastings, n.d.r.]: *Ciao [M.P.], Io ci sarò , mi sono già iscritto.*
Credo che nella situazione attuale sia importante esserci.
 [22/09/22, 10:24:19] [M.P.]: 🙏”.

⁵⁶⁵ Il 2 settembre [R.D.B.] è in visita presso Torbole (ISP. 12.130).

⁵⁶⁶ ISP. 41.357, ISP. 12.130, ISP. 61.93. A cui hanno partecipato Ariotti, C2MAC, De Riccardis, Glisenti, Ironcastings, EF Group/Pilenga, Zanardi, Cividale/ZML (ISP. 41.358).

⁵⁶⁷ ISP. 51.6. Si veda anche ISP. 66.230.

251. Dalla documentazione ispettiva emerge come Glisenti-LT⁵⁶⁸, Corrà⁵⁶⁹, ZML⁵⁷⁰, FMG⁵⁷¹, Pilenga⁵⁷², Zanardi⁵⁷³ abbiano chiesto ulteriori aumenti in questo periodo, nonostante le contestazioni da parte dei clienti, soprattutto in considerazione del riconoscimento da parte del legislatore del credito d'imposta.

252. Così, ad esempio, emerge da una *email* interna a Camozzi-FMG; *“i clienti [...] insistono con la questione del credito di imposta (attualmente 25% e da ottobre 40%) per avere sconti e/o recuperi. Molte fonderie stanno riconoscendo questo e applicano sconti (Glisenti e VDP sicuri altri non so). Dobbiamo capire come comportarci perché adesso argomentiamo il nostro no dicendo che, quanto recuperato con il credito di imposta, copre solo in parte i reali aumenti subiti ma temo non sia sufficiente”*⁵⁷⁴.

253. Sempre con riferimento al credito d'imposta, il 10 ottobre 2022, in uno scambio di *email* interno a Camozzi-FMG viene commentato un articolo dal titolo “Fonderie Guido Glisenti: nel 2022 più fatturato e margini in tenuta” pubblicato il 7 ottobre 2022 sulla rivista on line “Siderweb”⁵⁷⁵: *“Sinceramente faccio fatica a capire queste uscite di [R.D.B.] [Glisenti/LT, n.d.r.]. Certamente loro sono bravi, ma così “si mette in piazza” il fatto che comunque gli aumenti sono stati scaricati tal quali sui clienti finali. Non so, mi sembra con controproducente, oppure è una mossa di immagine...ma la nostra associazione di categoria non ne giova, e poi i clienti usano queste cose contro di noi”*⁵⁷⁶.

254. Ulteriori aumenti dei listini sono stati comunicati nei mesi di novembre/dicembre da parte di Glisenti⁵⁷⁷, C2MAC⁵⁷⁸, LT⁵⁷⁹, VDP⁵⁸⁰ e FMG⁵⁸¹. Anche Zardo⁵⁸² e Ironcastings⁵⁸³ hanno inviato ai clienti aumenti dei listini con decorrenza dal primo gennaio 2023. Zanardi⁵⁸⁴ e Ariotti⁵⁸⁵, invece, hanno iniziato a ridurre le quotazioni in euro/tonnellata a partire dall'ultimo trimestre 2022.

⁵⁶⁸ ISP. 12.103, ISP. 12.110, ISP. 16.90.

⁵⁶⁹ ISP. 4.14, ISP. 4.19, ISP. 4.24.

⁵⁷⁰ ISP. 66.59.

⁵⁷¹ ISP. 28.54.

⁵⁷² ISP. 71.10.

⁵⁷³ ISP. 31.11.

⁵⁷⁴ ISP. 76.45.

⁵⁷⁵ <https://www.siderweb.com/articoli/top/715291-fonderie-guido-glisenti-nel-2022-piu-fatturato-e-margini-in-tenuta>

⁵⁷⁶ ISP. 28.41. Si veda anche ISP. 76.46. Secondo quanto riferito da FMG nel corso dell'audizione del 7 novembre 2024, *“lo scambio di email in questione contiene una critica ad un concorrente [...] che aveva dipinto un quadro di costi di produzione che non corrispondeva sicuramente a quello di FMG che aveva chiesto aumenti motivati dall'incremento dei costi di produzione”* (DOC. 256, par. 45).

⁵⁷⁷ ISP. 12.108. In tale documento, a fronte delle lamentele del cliente riguardanti il fatto che, a fronte di una diminuzione del costo della materia prima, la Società ha richiesto un aumento dei prezzi di listino, Glisenti risponde: *“noi non usiamo il CAEF ma l'indice Assofond per le materie prime i cui valori effettivamente sono in calo; abbiamo applicato tali riduzioni anche a voi come da prospetto sotto.”*

⁵⁷⁸ ISP. 24.3160

⁵⁷⁹ ISP. 16.16, ISP. 16.42.

⁵⁸⁰ ISP.81.890, ISP. 81.892.

⁵⁸¹ ISP. 28.133, ISP. 28.57. ISP. 28.39 e ISP. 28.127.

⁵⁸² ISP. 56.63.

⁵⁸³ ISP. 46.84.

⁵⁸⁴ ISP. 31.111-ISP. 123.

⁵⁸⁵ ISP. 61.132, ISP. 61.135, ISP. 61.136.

Alla fine del 2022, infine, ZML comunica un nuovo meccanismo di indicizzazione dei listini a partire da gennaio 2023, comunque basato sugli indicatori Assofond⁵⁸⁶.

255. Il 2 dicembre 2022 si è tenuto l'ultimo incontro del 2022 del Comitato di Presidenza Assofond⁵⁸⁷, mentre l'ultima riunione della Giunta è stata il 14 dicembre 2022⁵⁸⁸. Dal resoconto della riunione del Comitato di Presidenza, interno al gruppo Cividale, emerge come *“Le fonderie presenti, (Torbole, VDP, Glisenti, ... circa quindici aziende), hanno parlato di anno memorabile, con i guadagni migliori della loro storia. Tutti faranno in modo di contenere in bilancio l'ebitda superiore al 20%, (alcuni hanno dichiarato il 30% reale). Torbole non depositerà il bilancio. Stanno retrocedendo il credito di imposta”*⁵⁸⁹.

256. L'anno 2022 si chiude con la legge di bilancio 2023 (art. 1, legge n. 197/2022), con la quale il legislatore ha ulteriormente aumentato la percentuale del credito d'imposta riconosciuta alle imprese energivore e gasivore, portandola al 45% per il primo trimestre 2023.

IV.3.5. Le evidenze riferite al 2023-2024

257. Nel corso del 2023, nonostante i costi di alcune materie prime siano in diminuzione rispetto al 2022 e l'ulteriore aumento del credito d'imposta riconosciuto, le fonderie continuano a chiedere aumenti dei prezzi di listino e proseguono i coordinamenti sui clienti comuni. Nell'ambito del contesto associativo, numerose sono le riunioni svolte in questo periodo in cui le fonderie confermano la bontà della scelta di non riversare a valle i benefici derivanti dal credito d'imposta e condividono l'esigenza di contenere le richieste dei clienti. Emergono anche specifiche contestazioni mosse da alcune fonderie all'Associazione in merito alla diffusione tramite quotidiani di dichiarazioni relative alla riduzione dei costi, rese in un momento in cui le fonderie chiedono aumenti ai propri clienti. Durante l'ultima parte del 2023 e i primi mesi del 2024, l'argomento di discussione tra le fonderie riguarda principalmente il calo della domanda e i risultati economici.

258. In dettaglio, il 2023 si apre con la comunicazione datata 10 gennaio 2023 con la quale C2MAC chiede ulteriori aumenti del prezzo base⁵⁹⁰. Tale circolare è seguita, nel corso dei mesi successivi (fino ad aprile), da specifiche comunicazioni inviate dai *sales agent* di C2MAC ai diversi clienti contenenti *“maggiori informazioni relativamente [all']aumento richiesto con la recente circolare”*⁵⁹¹. Le predette comunicazioni, riportanti nel dettaglio le motivazioni sottostanti gli aumenti di prezzo⁵⁹², si chiudono di regola con la frase: *“E' evidente che tutti questi aumenti non sono da noi sostenibili se non ribaltando gli stessi a valle, aumentando di conseguenza il prezzo base”*⁵⁹³.

259. La condivisione delle informazioni tra concorrenti, riguardanti non solo le richieste di aumento ai clienti ma anche gli importi degli incrementi effettivamente applicati a seguito della negoziazione con gli stessi clienti, emerge anche da uno scambio di *email* interno a C2MAC, successivo al

⁵⁸⁶ ISP. 66.121 e ISP. 66.122. In bozza in ISP. 66.119 e ISP. 66.120. Si veda anche ISP. 66.112.

⁵⁸⁷ ISP. 61.61, ISP. 12.130.

⁵⁸⁸ ISP. 41.360. Con consueto giro di tavolo e cena (v. anche ISP. 24.2113). A cui hanno partecipato Ariotti, Corrà, De Riccardis, Glisenti, Ironcastings, EF Group/Pilenga, Zanardi (ISP. 41.361)

⁵⁸⁹ ISP. 51.15 e ISP. 66.229.

⁵⁹⁰ ISP. 24.2123, ISP. 24.2124, ISP. 24.3547, ISP. 24.2120. La circolare non viene inviata a tutti i clienti: alcuni infatti ne avranno una dedicata (ISP. 24.2126, ISP. 24.3437, cfr. anche ISP. 24.2620, ISP. 24.2633).

⁵⁹¹ così ISP. 24.2119.

⁵⁹² Cfr. ISP. 24.2119, ISP. 24.2621, ISP. 24.3436, ISP. 24.3456, ISP. 24.3494, ISP. 24.3500, ISP. 24.3502, ISP. 24.3435, ISP. 24.3493; ISP. 24.1867, ISP. 24.3527, ISP. 24.3528, ISP. 24.1868, ISP. 24.1869, ISP. 24.3424.

⁵⁹³ ISP. 24.2119, ISP. 24.2621, ISP. 24.2131, ISP. 24.2633, ISP. 24.3436, ISP. 24.3456, ISP. 24.3494, ISP. 24.3500, ISP. 24.3502, in senso analogo ISP. 24.3435, ISP. 24.3493.

confronto con un cliente, in cui il *Sales Director* ([M.L.]) lamenta l'entità della controproposta fatta dal cliente (*"Abbiamo chiesto aumenti di prezzo completamente diversi da un misero 3% del base e questa puntualizzazione mi preoccupa"*) e a cui segue la risposta: *"La ns concorrenza ha portato a casa 90 €/T senza credito di imposta e senza vincoli dei volumi. Ritengono (il concorrente) questo aumento non congruo e quindi chiederanno incrementi ulteriori per arrivare almeno a 160 €/T Fissiamo appuntamento con Walvoi"*⁵⁹⁴.

260. Ancora, il 22 gennaio 2023, in uno scambio interno a C2MAC si legge: *"Al fine di dirigere le trattative nella maniera a noi più redditizia, avrei bisogno di sentire i seguenti concorrenti: -il buon [G.P.] [Zardo n.d.r.] per l'aumento a SICOR; - [G.L.] [Fonderie Palmieri S.p.A. n.d.r.] per l'aumento a FRASCOLD ed il mancato riconoscimento del bonus"*. La risposta: *"ok verifico e ti dico"*⁵⁹⁵.

261. A seguito delle richieste di aumento da parte della fonderia, dalle evidenze ispettive emergono diverse contestazioni da parte dei clienti, anche in considerazione del riconoscimento del credito d'imposta⁵⁹⁶, a cui segue una specifica negoziazione tra fonderia e cliente⁵⁹⁷. In alcuni casi, la fonderia insiste (resta ferma) sulla richiesta di aumento, considerato che la stessa *"trova analoga situazione e quindi pieno riscontro in tutto il comparto delle fonderie italiane"*⁵⁹⁸.

262. In uno scambio *email* di marzo interno a C2MAC, il *managing Director* ([S.D.]) e il *Sales Director* ([M.L.]) discutono sulla nuova formula da applicare per l'energia elettrica da aprile 2023. Il *sales director* fa notare che con l'applicazione della nuova formula si determina un ulteriore aumento dei prezzi. Il *Managing Director* risponde che *"con l'energia al livello di adesso nessuno si accorge della differenza parliamo di pochi €. I ns concorrenti utilizzano parametri variabili fra 2,0 e 2,26 €/T. Forbice fra 2,35 e 2,1 Wwh/T venduta. Dobbiamo farlo adesso che l'energia è bassa, dopo....."*⁵⁹⁹. Nonostante si tratti di un ulteriore incremento di prezzo, si decide dunque di procedere, predisponendo le circolari da inviare ai clienti⁶⁰⁰.

263. Gli aumenti di C2MAC sono stati seguiti nel corso dei primi mesi 2023 da analoghe richieste di aumento, seguite da negoziazioni con i clienti, da parte di Corrà⁶⁰¹, Ironcastings⁶⁰², Glisenti e della sua controllata LT⁶⁰³. Il 23 gennaio 2023 Ariotti è in visita presso Zardo⁶⁰⁴.

264. Al riguardo, va notato che, in questo periodo, sono molto comuni le lamentele da parte dei clienti relative agli aumenti richiesti, tenuto conto di un andamento decrescente dei costi. Non mancano, inoltre, agli atti evidenze di doglianze da parte dei clienti, anche in considerazione degli aiuti riconosciuti con il credito d'imposta⁶⁰⁵, richieste specifiche di riconoscimento di sconti in

⁵⁹⁴ ISP. 24.3507.

⁵⁹⁵ ISP. 24.3532.

⁵⁹⁶ ISP. 24.2065, ISP. 24.2121, ISP. 24.2624, ISP. 24.2622, ISP. 24.3145, ISP. 24.3414, ISP. 24.3434, ISP. 24.3446, ISP. 24.3498, ISP. 24.3499.

⁵⁹⁷ ISP. 24.2065, ISP. 24.2128, ISP. 24.2621, ISP. 24.2640, ISP. 24.3394, ISP. 24.3395, ISP. 24.3398, ISP. 24.3424, ISP. 24.3491, ISP. 24.3492, ISP. 24.3494, ISP. 24.3500, ISP. 24.3502.

⁵⁹⁸ ISP. 24.2611.

⁵⁹⁹ ISP. 24.3477.

⁶⁰⁰ ISP. 24.3478, ISP. 24.3479.

⁶⁰¹ ISP. 4.14, ISP. 4.15. Dagli stessi documenti emergono lamentele dei clienti, seguite da specifica negoziazione.

⁶⁰² ISP. 46.165, ISP. 46.166, ISP. 46.116. Si vedano anche ISP. 46.168 e ISP. 46.174.

⁶⁰³ ISP. 12.71, ISP. 12.72, ISP. 12.74, ISP. 12.76, ISP. 12.91, ISP. 12.97, ISP. 12.98, ISP. 12.121. Con riferimento alla genesi della lettera, si veda lo scambio di *email* interno alle due società: ISP. 12.89, ISP. 12.138, ISP. 12.157; ISP. 12.158, ISP. 16.9, ISP. 16.17, ISP. 16.36, ISP. 16.86.

⁶⁰⁴ ISP. 56.101, ISP. 61.68.

⁶⁰⁵ ISP. 12.106, ISP. 12.116, ISP. 12.133, ISP. 12.136, ISP. 12.149, ISP. 12.160, ISP. 16.83, ISP. 16.6, ISP. 16.8.

ragione del credito d'imposta⁶⁰⁶ o di riduzioni dei prezzi dei listini⁶⁰⁷. In alcuni casi le fonderie hanno riconosciuto riduzioni sui listini, tenuto conto del credito d'imposta⁶⁰⁸.

265. Con riferimento alle richieste di aumento, agli atti vi è anche evidenza di alcune contestazioni mosse il 10 febbraio 2023 da Ironcastings⁶⁰⁹, FMG e Zardo⁶¹⁰ ad Assofond riguardanti le dichiarazioni del Presidente Assofond, pubblicate su alcuni quotidiani⁶¹¹ e ritenute controproducenti dalle fonderie.

266. Tali lamentele vengono discusse internamente ad Assofond⁶¹²: in particolare, il Direttore Generale rappresenta: *“Avevo visto i titoli ed in particolare quello del Giornale di Brescia, e mi ero già preparato all'effetto che avrebbe generato. Infatti vi inoltro una mail delle Fonderie Mora e poi non trovandomi al cell un msg di [A.A.] (Ironcasting), e ho anche 2 chiamate perse di fonderie (stranamente non bresciane) che richiamerò ed ho il sentore che il tema sia lo stesso. [...] [A.A.] (Ironcasting) mi ha scritto questo messaggio allegando tra l'altro la stessa foto, e immagino che lui, come dice, abbia sentito o sentirà molti colleghi, so che tiene frequenti e numerosi contatti con colleghi.*

Direi che è bene se cerchiamo di considerare un riscontro da dare a questi e altri segnali che riceveremo nella stessa direzione. Inoltre avendo la GIUNTA il prossimo mercoledì darei per certo che ci sia qualche intervento in questa direzione, se non riscontriamo e mitigiamo prima la cosa”.

267. Dopo aver riportato le contestazioni delle fonderie, il Direttore Generale riporta le considerazioni con le quali intende rispondere alle fonderie⁶¹³, mentre Zanardi – accogliendo una proposta di un dipendente Assofond – afferma che vi è la possibilità di rimediare con un nuovo articolo da pubblicare sulla stampa, viene concordato il testo da pubblicare che a parità di dati dia *“migliore evidenza alla dinamica dei costi”*⁶¹⁴. Da notare che nel corpo di tale scambio di email, è presente una email del Direttore Generale che dà conto di una conversazione avuta con Ironcasting:

⁶⁰⁶ **ISP. 81.884.** Cfr. comunicazione allegata a **ISP. 28.127.**

⁶⁰⁷ **ISP. 46.158.**

⁶⁰⁸ Così LT (**ISP. 16.32, ISP. 16.42**), ZML (**ISP. 66.19, ISP. 66.81, ISP. 66.84** – si veda anche **DOC. 274**, par. 56, in cui si dà atto che in alcuni casi la società ha concesso ai clienti riduzioni e in altri no) e FMG (**ISP. 28.44, ISP. 28.47**). Nell'audizione del 4 dicembre 2024, Ariotti ha affermato che solo in un caso ha concesso uno sconto riconducibile al credito d'imposta (**DOC. 273**, par. 60).

⁶⁰⁹ **ISP. 46.6:** “Ciao [S.S.],

Solo per dirti che ci siamo sentiti tra alcuni colleghi e non riteniamo che i costi di trasformazione siano in calo, soprattutto per chi è esposto sulla Supply Chain.

Infatti stiamo chiedendo soldi, e con un articolo del genere creiamo un assist sfavorevole a quanto sosteniamo.

Almeno parliamone”. Si veda anche **ISP. 46.19.**

⁶¹⁰ Cfr. **ISP. 28.56.** In particolare, in una email interna a FMG si legge *“Oggi io ed altre fonderie (mi sono sentito con Fonderia Iron Castings e Fonderia Zardo) abbiamo contestato formalmente ad Assofond le dichiarazioni uscite sui giornali relative al calo dei costi di produzione... pericolose perché verranno certamente utilizzate contro di noi dai clienti. [...] La prossima settimana dovrebbe esserci un consiglio direttivo Assofond in cui verrà esposto il problema”* (**ISP. 28.2**). In audizione con gli Uffici, FMG ha rappresentato con tali documenti la società criticava un articolo che *“rappresentava una diminuzione dei costi di produzione che non rappresentava la realtà dei fatti e non rispecchiava la realtà produttiva di FMG”* che *“non era in condizione di diminuire i prezzi di listino dal momento che i suoi costi erano stabili”* (**DOC. 256**, par. 47).

⁶¹¹ In particolare, l'articolo pubblicato su Brescia Oggi dal titolo *“Fonderie, i ricavi sono in aumento i costi in frenata”*, allegato a **ISP. 28.2** e a **ISP. 46.19.**

⁶¹² **ISP. 36.115.** Le lamentele vengono riportate dal Direttore Generale

⁶¹³ **ISP. 36.115, ISP. 28.52, ISP. 46.6.**

⁶¹⁴ **ISP. 36.115, ISP. 36.116.** Si veda anche l'articolo allegato dal Direttore Generale ad [A.A.] (Ironcastings) l'11 febbraio 2023 con il commento *“Qui ben centrati su quanto dici no? Fallo girare a tutti quelli che hai sentito”* in **ISP. 46.6**; nonché i commenti sull'articolo in **ISP. 46.19:** “[13/02/23, 11:17:40] [M.P.] [FMG, n.d.r.]: Si un piccolo paragrafo a fine intervista, mah, sicuramente i ns clienti hanno già in mano questi articoli. Bisognava restare più sul vago e un pelino più pessimisti. Io ho dipendenti e sindacati che chiedono aumenti a causa del costo della vita”.

“stasera ho sentito [A.A.] che dice di aumenti dal 1 Gennaio per almeno 70/80 euro ton sul prezzo di vendita e l'ho invitato con tutte le premure antitrust (che non ha mai) di tornare a confrontarsi in Giunta”⁶¹⁵.

268. Dalla documentazione agli atti emerge, inoltre, come Ironcastings avesse condiviso con FMG la propria decisione di chiedere tali aumenti⁶¹⁶.

269. Come preannunciato, la Giunta Assofond, nell'ambito della quale discutere delle richieste di aumento dei listini e delle posizioni delle fonderie sopra indicate, si è poi riunita il 15 febbraio 2023⁶¹⁷. Il 17 marzo 2023 si è invece tenuta una riunione del Comitato di Presidenza⁶¹⁸.

270. Il 30 marzo 2023, con il d.l. n. 34/2023, il Governo interviene sul credito d'imposta riducendo la percentuale riconosciuta del beneficio al 20%.

271. Lo stesso giorno si tiene un pranzo tra alcune fonderie in un ristorante presso la fonderia di Torbole. Dalle evidenze agli atti è possibile ricostruire che a questo pranzo (definito da C2MAC “pranzo assofond”⁶¹⁹), abbiano preso parte: C2MAC⁶²⁰, Glisenti-LT⁶²¹, De Riccardis⁶²², E.F. Group-Pilenga⁶²³ e VDP⁶²⁴.

272. Nel corso delle audizioni con gli Uffici, De Riccardis⁶²⁵ ha confermato di aver partecipato al pranzo in cui sono state discusse le iniziative legislative relative al problema energetico e in cui ha illustrato ai commensali gli investimenti effettuati presso la propria fonderia; [R.D.B.] (Glisenti/LT)⁶²⁶ – dopo aver precisato di non parlare mai con De Riccardis, FMG o C2MAC (“mentre con Corrà non ha rapporti da anni”) e intrattenere rapporti solo con [E.F.], [F.V.], Ariotti (“che oltre ad essere concorrenti sono persone con cui lo stesso di conosce bene da anni e che frequenta anche fuori dal lavoro”) e Zanardi – ha riferito di aver partecipato al pranzo del 30 marzo 2023 “e che si trattava di un pranzo di lavoro preliminare al Consiglio di Presidenza”; [F.V.]⁶²⁷ ha affermato di aver partecipato al pranzo e che “[p]robabilmente dato che era presente [S.D.R.] [De Riccardis, n.d.r.], si era parlato sempre di tematiche energetiche”.

⁶¹⁵ **ISP. 36.115, ISP. 36.116.** Si veda anche **ISP. 46.4**, recante la chat WhatsApp tra [A.A.] (Ironcastings) e il Direttore Generale, in cui [A.A.] scrive: “Purtroppo non riesco a trovare queste diminuzioni [...] Tutto per almeno 70/80 euro ton sul prezzo di vendita. Per questo, come altri, sto chiedendo l'allineamento”; e il Direttore Generale risponde: “parliamone quando vuoi, bene sarebbe anche in giunta la prossima settimana”.

⁶¹⁶ **ISP. 46.19:** “[10/02/23, 12:23:29] [A.A.] [Ironcastings, n.d.r.]: Per me Assofond dovrebbe stare Zitta, almeno in questo momento.

Io sto chiedendo aumenti come ti dicevo.

AA

[10/02/23, 12:25:02] [M.P.] [FMG, n.d.r.]: Sì”.

⁶¹⁷ **ISP. 12.132, ISP. 24.1859, ISP. 24.1860, ISP. 36.13, ISP. 36.114, ISP. 41.362.** Tra i punti all'ordine del giorno vi sono l’“aggiornamento sulle attività e le azioni in corso” e il “confronto (giro di tavolo) su congiuntura”. A tale incontro hanno partecipato C2MAC, Corrà, Glisenti, Ironcastings, EF Group/Pilenga, VDP, Zanardi e Cividale/ZML (**ISP. 41.363**).

⁶¹⁸ **ISP. 61.36.**

⁶¹⁹ **ISP. 24.3389.**

⁶²⁰ **ISP. 24.3389.**

⁶²¹ **ISP. 12.132** in cui il 30 marzo è fissato un impegno dalle 12:30 alle 15:00 “Pranzo Torbole ristorante Conti (Roncadelle)”

⁶²² **ISP. 8.18**, chat WhatsApp in cui [R.D.B.] (Glisenti/LT) invia, il 24 marzo 2023, una foto a [S.D.R.] (De Riccardis) – non visibile – accompagnata dal commento “Incontro giovedì 30/3 h 12,30”; e **ISP. 8.19**.

⁶²³ **ISP. 8.19**, chat WhatsApp di [S.D.R.] (De Riccardis) a sé stesso del 30 marzo 2023 dal seguente testo “[E.F.] fond.”.

⁶²⁴ **DOC. 270.**

⁶²⁵ **DOC. 264.**

⁶²⁶ **DOC. 246.**

⁶²⁷ **DOC. 270.**

273. Nel corso del mese di aprile, dopo il pranzo del 30 marzo 2023, le evidenze agli atti attestano richieste di aumenti decorrenti dal primo aprile 2024, da parte di De Riccardis⁶²⁸, Pilenga⁶²⁹ e Glisenti⁶³⁰. FMG ha chiesto aumenti telefonicamente⁶³¹. Nel corso del mese di aprile, inoltre, internamente a C2MAC si discute su come motivare nuove richieste di aumenti dei listini per i mesi successivi e sull'opportunità di inviare una nuova lettera ai clienti, anche tenuto conto che *“una lettera è qualcosa che rimane e saremmo in controtendenza rispetto a tutti i ns concorrenti”*⁶³².

274. Il 31 marzo 2023, si è anche tenuta una riunione del Comitato di Presidenza Assofond⁶³³ in cui si è discusso circa l'andamento degli ordini, in merito alle intenzioni di prezzo e sui risultati economici, come emerge dal resoconto della riunione inviata dal Direttore Generale agli associati iscritti alla *mailing list* di Assofond⁶³⁴. Si legge nel resoconto: *“Crediti d'imposta Solo aggiornamento su misura per secondo trimestre 2023. Soddisfazione di tutti. Preoccupazione che fosse “troppo” alto in base a regole sugli aiuti di stato, evitata con aliquota 20 ma che avrebbe potuto incorrere in procedure di infrazione se fosse stata ancora 45% [...] Varie&Eventuali/Giro di tavolo Richiesta di organizzare a breve “Assofond Ghisa”, con obbiettivo confronto su mercato e su andamento costi (con ausilio di relatore esterno, come [A.B.Z.]) [...] Mercato: ● Emergono evidenti segnali di calo. ● Fornitori segnalano cali ([Fonderia Pressofusione Tapparo S.r.l.]) ● Prox 3 mesi in calo (Zanardi) paradossalmente potrebbe essere motivato anche da fatto che mentre prezzi in salita tutti comprano per paura che aumentino ancora, quando scendono invece attendano ulteriore discesa. ● Da fine 2022 calo entrata ordini (VDP) e ulteriormente confermato. ● Riduzioni e annullamenti (Ariotti, ma ha recuperato 20% del valore degli ordini annullati con richiesta penali) ● Rallentamento visto solo negli ultimi gg diverso da segnali precedenti ([R.D.B.]) ● Torbole in miglioramento (politica resta sempre quella di non andare alla ricerca dei volumi) ● [A.V.] automotive invariata e leggera crescita (segnale da alluminio 100% automotive), per la ghisa non valutabile in relazione a cambio forni (cubilotto dismesso) che li ha messi in una condizione di essere cauti tenendo volumi medi per gestire la transizione, acciaio a pieno regime, anno da volumi importanti. ● [SAFAS S.p.A.] anno positivo e in crescita”*⁶³⁵.

⁶²⁸ **ISP. 8.15, ISP. 8.17, ISP. 8.13.** Analoga comunicazione è stata inviata ad altri clienti, con una decorrenza diversa e con un analogo incremento percentuale (Cfr. **ISP. 8.16**, email del 17 maggio 2023, con decorrenza 1° giugno 2023). Dalla documentazione acquisita presso De Riccardis emergono anche contestazioni a seguito delle richieste di aumento, anche in considerazione del credito d'imposta, cui fa seguito una negoziazione con il cliente (**ISP. 8.3, ISP. 8.15, ISP. 8.16**).

⁶²⁹ **ISP. 20.23.** Si veda anche **ISP. 20.19**, in cui il cliente chiede una riduzione degli aumenti in considerazione del credito d'imposta.

⁶³⁰ **DOC. 246**, par. 38: *“[g]li aumenti dei prezzi sono dunque stati richiesti da Glisenti e Lead Time solo ad aprile del 2023, ma solo per recuperare i maggiori costi subiti dalle Parti alla fine del 2022”*.

⁶³¹ **DOC. 6.**

⁶³² **ISP. 24.2353.**

⁶³³ **ISP. 12.132.**

⁶³⁴ **ISP. 36.17, ISP. 36.119.**

⁶³⁵ **ISP. 36.17, ISP. 36.119**, enfasi in originale, **ISP. 41.327**. Si veda anche **ISP. 81.806**, avente ad oggetto “situazione fonderie”, ove, in una email interna a VDP, si legge: *“[E.F.] Torbole vede ordini in aumento[.] Fondstamp fa un anno record[.] Pilenga invece sta riducendo al produzione e lascia a casa gli interinali[.] [A.V.]: nell'automotive non vede cali (alluminio) mentre su ghisa sono partiti con i forni elettrici e hanno fermato il cubilotto così hanno difficoltà a consegnare[.] x l'acciaio lavorano a pieno e pensano che vada molto bene soprattutto l'oil & gas*

[SAFAS S.p.A.] Safas: sono molto carichi anche loro

Zanardi: vede un po' di diminuzione ultimamente

[R.D.B.]: vede diminuzione solo con un cliente importante di Bologna che gli ha presentato un budget per l'anno in deciso calo

Ariotti: anche lui con forte diminuzione in entratat ordini; ha recuperato circa 200.000€ di penali a clienti per annullamenti ordini

275. Il 19 aprile 2023 si è svolta una riunione di Assofond Ghisa, in presenza, presso la Fonderia di Torbole⁶³⁶. In vista dell'evento, il Direttore Generale Assofond ha inviato un messaggio WhatsApp, avente ad oggetto proprio la partecipazione all'evento. Si legge nel messaggio: *"Eccomi e buongiorno! Spero di trovarti al meglio e ti mando questo "invito diretto" per ricordarti l'appuntamento di questo mercoledì 19 aprile alle ore 14.30 (ma bene riuscire ad arrivare anche alle 14 per qualche chiacchera con colleghi prima dell'inizio dei lavori), con "Assofond Ghisa" che torna, finalmente, a far incontrare le fonderie di ghisa in PRESENZA, presso la Fonderia di Torbole (poi faccio seguire il link a ""maps"). Non è necessario registrarsi ma TI ASPETTO! Ci conto. Un caro saluto"*⁶³⁷.

276. Nei mesi di maggio e giugno si sono tenuti altri eventi Assofond. Segnatamente, una riunione del comitato di Presidenza del 22 maggio 2023⁶³⁸, una riunione della Giunta il 31 maggio 2023⁶³⁹, un confronto per la tavola tonda in vista del Convegno Assofond (*i.e.* l'Assemblea) del 23 giugno 2023⁶⁴⁰ e l'Assemblea del 23 giugno 2023⁶⁴¹.

277. In particolare, appare di rilievo quanto emerso nel corso della parte privata dell'Assemblea del 23 giugno 2023⁶⁴². Introduce i lavori il Direttore Generale⁶⁴³, ricordando che l'Assemblea *"prevede questo momento di confronto privato [...] il vostro momento"*, con l'auspicio *"che vi sia l'occasione di aprire un confronto e un dibattito"*⁶⁴⁴. Durante il dibattito, introdotto dal Presidente, le fonderie definiscono il 2022 come un anno eccezionale⁶⁴⁵, che ha portato a fatturati in crescita, grazie al credito d'imposta stabilito dal Legislatore, che le fonderie sono riuscite a non riversare a valle, tanto che la preoccupazione riguarda le risposte da fornire ai clienti per contenere le istanze volte a chiedere sconti e ottenere la riduzione dei listini⁶⁴⁶ e le preoccupazioni che la domanda cali.

[O-Cava Meccanica S.p.A.]: *hanno ridotto le ore di lavoro da 15 a 10,5 producendo la stessa quantità ed è abbastanza ottimista sul futuro*".

⁶³⁶ **ISP. 4.6; ISP. 12.132; ISP. 28.3; ISP. 31.26, ISP. 61.75.** Nel promemoria all'invito si legge come la riunione sia *"[l']occasione di tornare a incontrarci in presenza favorirà ulteriormente il consueto dibattito, parte integrante dell'incontro"*, si vedano **ISP. 61.75 e DOC. 276**, file "Promemoria | Assofond Ghisa (19 aprile 2023 ore 14:30 | Fonderia di Torbole, Torbole Casaglia-BS)" in "Assofond ghisa 2003-2023", "Convocazioni". A tale incontro hanno partecipato: Ariotti, Corrà, De Riccardis, FMG, Glisenti/LT, Ironcastings, E.F. Group/Pilenga, VDP, Zanardi e Cividale/ZML (**DOC. 276**, file "Registro-presenze 19.4.2023" in "presenze", "Assofond ghisa 2003-2023").

⁶³⁷ **ISP. 28.120-28.122.**

⁶³⁸ **ISP. 61.36.**

⁶³⁹ **ISP. 12.132, ISP. 8.9, ISP. 36.14, ISP. 41.364.**

⁶⁴⁰ **ISP. 12.132.**

⁶⁴¹ Il 12 giugno 2023 si è tenuto anche un evento Walvoil. Di ritorno da tale evento un dipendente di C2MAC in una email interna scrive: *"Molto interessante poi ti dirò bene quando ci vediamo (c'erano ns competitors ovviamente)"* (**ISP. 24.3514**).

⁶⁴² **ISP. 36.1**, convocazione in **36.104**. Si veda anche **ISP. 36.107**. All'Assemblea 2023 hanno partecipato tutte le fonderie parti del procedimento tranne De Riccardis (**ISP. 41.295**).

⁶⁴³ **ISP. 36.1**, Direttore Generale, h. 00:19:43: *"Ovviamente ricordiamo che qui fino ad adesso si è tenuto un momento che fa parte della giornata che è quello del networking a cui diamo sempre molto spazio"*.

⁶⁴⁴ **ISP. 36.1**, Direttore Generale, h. 00:20:00.

⁶⁴⁵ Tale concetto è stato ulteriormente ribadito nel messaggio di auguri del Presidente Assofond inviato alla fine del 2023 (**ISP. 56.99**).

⁶⁴⁶ **ISP. 36.1**, Zanardi, h. 00:57:09 *"Bene, allora, alcuni di noi son preoccupati di quando i bilanci usciranno perché il risultato 2022 potrebbe essere di un'eccezionalità tale da portare i clienti a fare pressioni, chiedere sconti e dire che siamo ingordi e che dobbiamo restituire quello che indebitamente ci siamo presi [...]. Su questo fronte vi chiederò intanto di chiedere ai clienti, intanto, quali bilanci hanno fatto nel 2022 [...]. Noi sicuramente non ci siamo comportati male, ma abbiamo fatto il nostro dovere. Perché noi nel 2021 abbiamo lavorato, e abbiamo lavorato tanto, e abbiamo guadagnato niente. Quindi quando ci diranno cosa ehm ... ciascuno dirà quello che vuole. Quello che dirò io personalmente è guardiamo la media del 22 e del 21 e vedremo che c'è un'azienda che ha lavorato il giusto, che ha guadagnato il giusto, per poter fare innovazione, qualità, investire e rimanere sul mercato, che è, come detto, il primo servizio che possiamo fare al cliente. Quindi se dovessero esserci dei dubbi, delle timidezze o delle paure su quello che è la spiegazione di dati*

Viene rappresentato come i 2/3 dell'EBITDA sono dovuti al credito d'imposta stabilito dal Legislatore, che le fonderie sono riuscite a non riversare a valle⁶⁴⁷, e che lo scenario ideale sarebbe quella di migliorare e mantenere la marginalità strutturale⁶⁴⁸, anche se il credito d'imposta costituisce una misura adatta a ridurre il gap con i competitor internazionali delle fonderie italiane, è necessaria per mantenere la competitività del settore e non rappresenta un regalo, dal momento che le fonderie italiane pagherebbero più tasse di quelle degli altri paesi⁶⁴⁹.

278. Di ritorno dall'Assemblea, in una email interna a Camozzi-FMG, avente a oggetto "carico di lavoro" viene commentato: "Venerdì in Assofond tutti i competitor hanno evidenziato, così come pubblicamente indicato anche dal presidente Zanardi, un calo generalizzato di ordinativi"⁶⁵⁰.

meritatamente e finalmente positivi per il nostro settore, alziamo la testa e, ecco, ci sono tante cose di cui vergognarci non quella di guadagnare il giusto e fare andare avanti le nostre imprese e continuare a farle vivere per i prossimi decenni".

Ariotti, h. 01:17:45 "io ho segnalato che il mio EBITDA del '23 sarà inferiore, ma avrei voluto dire anche parecchio inferiore, a quello del 2022. Però c'è una lezione che io ho imparato nel '22: è che il '22 iniziava con una preoccupazione massima di chissà dove saremmo andati a sbattere [...]. Sì io credo che i risultati del '22 mi hanno sorpreso enormemente, penso che la cosa sia abbastanza diffusa. La cosa che mi ha sorpreso tanto, e che invece devo imparare e ricordarmi adesso, è che questo risultato lo abbiamo fatto grazie agli stimoli, al credito fiscale, di sicuro. Noi siamo tutta gente che è abituata a rimboccarsi le maniche e a farsi i risultati con le proprie forze, quindi, credere che sarebbe arrivata quella roba lì, credo che nessuno di noi ci facesse affidamento. [...] Ma la lezione da portare a memoria è che tanti clienti che sono rientrati di corsa l'anno scorso e l'anno prima in Europa e in Italia per la crisi dei container, per la crisi dell'approvvigionamento, per l'impazzimento di tutto, ora ci penseranno bene prima di ritornare completamente dall'altra parte. E quando ci fanno pressioni – perché io ne sto ricevendo tante di pressioni – di riduzione appunto di prezzi, perché adesso la domanda sta calando, dobbiamo ricordarci bene quanto si diceva prima. Se noi siamo qui per assicurare continuità alle vostre supply chain, questo dobbiamo farlo con la marginalità del caso. E quei prezzi che siamo riusciti a portare a casa l'anno scorso evidentemente sono sostenibili, evidentemente li hanno pagati. Perché io con i miei storici non ho fatto grandi differenze, ho mantenuto la correttezza di sempre. Chi è entrato in casa mia nel '21 e nel '22 ha pagato i prezzi di mercato di quel momento lì e francamente non ritengo adesso ... cioè io ho lavorato per la continuità. Adesso gli offrirò continuità, qualche limatura, però voglio lavorare con delle marginalità adeguate ai rischi del nostro business e al costo per avere risorse umane giovani e competenti e ingaggiate, che è il vero tema del prossimo decennio".

Montini S.p.A., h 01:37:30 – "CNH a me ha fatto due maroni così per avere indietro il credito d'imposta quando Stellantis ha festeggiato forse il miglior bilancio della sua vita."

⁶⁴⁷ **ISP. 36.1.** Glisenti/LT, h 01:21:54 "Anche io penso che il 2022 sia stato un anno sopra le righe. Però non dobbiamo illuderci, nel senso che, se andiamo bene a vedere, almeno i 2/3 dell'EBIT è stato il credito d'imposta...noi siamo stati...cioè qualcuno ci ha dato una mano forte, noi l'abbiamo ovviamente capitalizzata. Siamo riusciti in parte, in buona parte a non restituire ai clienti, quindi, i vantaggi che abbiamo ricevuto non li abbiamo estesi ai clienti, e per questo abbiamo fatto dei bilanci notevoli. Tutti, credo, perché anche ..., come si chiama, perché anche il sondaggio lo dimostra. Quindi non dobbiamo illuderci e anche sul fronte del credito d'imposta, io personalmente non è che sono proprio così sicuro che sia la strada giusta, perché è un po' drogare ... è un po' una droga il credito d'imposta. Noi dobbiamo ragionare al netto del credito d'imposta perché, nel frattempo, le nostre marginalità, sembra paradossale ma sono scese. Perlomeno, questa è la mia valutazione attualmente. Sono scese perché, nel frattempo, noi abbiamo dovuto dare aumenti a tutti, tutti indistintamente, da sbavatori, verniciatori, animisti, materie prime, materiali ausiliari, trasporti, qualsiasi premiscelato, sabbie, tutto tutto tutto ... Abbiamo aumentato, dovuto concedere aumenti perché i nostri fornitori non sono come noi, che non sono capaci di dir di no al cliente, i nostri fornitori ci dicono di no e ci mandano indietro i camion se noi non gli diamo il giusto compenso, e quindi siamo stati obbligati a dare aumenti a tutti, e questi aumenti non torneranno mai più indietro. Mentre l'energia torna indietro, gli aumenti dei nostri fornitori non tornano più indietro e io ho rilevato una, non pericolosa, ma insomma preoccupante diminuzione di marginalità nei nostri prodotti, e il credito d'imposta potrebbe di nuovo drogare questa roba qua. Io penso che sarebbe meglio avere invece una situazione non inquinata da questo e quindi fare bene i conti e non illuderci che le marginalità ci siano. Detto questo è stato un '22 strepitoso, il '23 comunque sarà buono, anche se io ho risposto sarà inferiore al '22, ma sarà comunque buono, però sono un filino preoccupato per il futuro, ecco".

⁶⁴⁸ **ISP. 36.1.** Zanardi, h. 01:24:45 Zanardi: "Diciamo che lo scenario ideale sarebbe avere il credito d'imposta e l'altra marginalità che le controlliamo separatamente...cioè son d'accordo con te, il credito d'imposta non deve illudere che a un certo punto siamo diventati bravi, che riusciamo a performare bene, così magicamente, cioè non deve accecarci, e quello che dobbiamo fare è mantenere e migliorare la marginalità strutturale. Ecco, diciamo che, per non essere accecati, meglio metterlo in un cassetto a parte piuttosto che non averlo... Speriamo di averlo ancora, vediamo".

⁶⁴⁹ **ISP. 36.1.** Zanardi, h 1:34:00 "Sì, effettivamente il credito d'imposta, cioè, io non lo vedrei come un regalo eh, cioè, è un credito d'imposta perché paghiamo un sacco di tasse, e quindi sulle tasse che paghiamo più di tutti gli altri ci viene dato un qualcosa che ci mette più vicini alle competizioni, alla competitività degli altri".

⁶⁵⁰ **ISP. 76.1.** enfasi in originale.

279. Il 10 luglio 2023 si è tenuta una riunione del Comitato di Presidenza ristretto presso la fonderia di Torbole⁶⁵¹. Nel file contenente la traccia degli argomenti del CDP, il Direttore Generale suggerisce di valutare azioni e comunicazioni rivolte a obiettivi dell'associazione, al fine di dare il messaggio alle associate di *“Non andare alla ricerca dei volumi ma della marginalità”*⁶⁵².

280. Nel corso dei mesi successivi, la documentazione ispettiva attesta come alcune fonderie abbiano continuato a fare richieste di aumenti (C2MAC⁶⁵³, Ironcastings⁶⁵⁴ e De Riccardis⁶⁵⁵) o non abbiano proceduto all'adeguamento in riduzione dei listini (Pilenga⁶⁵⁶, Zardo⁶⁵⁷ e FMG⁶⁵⁸); mentre altre fonderie hanno ridotto i listini (Corrà⁶⁵⁹, ZML⁶⁶⁰, Zanardi⁶⁶¹, Glisenti⁶⁶² e LT⁶⁶³).

281. In aggiunta, si ritiene doveroso rappresentare che, nonostante l'avvio del procedimento istruttorio, sia nell'ambito delle riunioni Assofond (in particolare della Giunta dell'11 ottobre

⁶⁵¹ ISP. 61.60.

⁶⁵² ISP. 36.118, enfasi in originale: *“Mercato: Parlarne andando oltre il “come va” a beneficio dei presenti, per avere una visione associativa e per poter valutare azioni, comunicazioni rivolte ad obbiett che possiamo avere (vedi il caso ultimo di [A.B.Z.], utilizzato “strumentalmente” per dare certi messaggi). Non andare alla ricerca dei volumi ma della marginalità (vedi [A.B.Z.]”*. V. anche ISP. 36.119 e ISP. 41.328.

⁶⁵³ ISP. 24.2020, ISP. 24.2022, ISP. 24.3686.

⁶⁵⁴ ISP. 46.169, ISP. 46.175.

⁶⁵⁵ ISP. 8.3, ISP. 8.11, ISP. 8.14.

⁶⁵⁶ ISP. 20.23, ISP. 20.24. Da alcuni documenti emerge come Pilenga riconosca ai propri clienti sconti o riduzioni alla luce del credito d'imposta, così ISP. 20.15, ISP. 20.19.

⁶⁵⁷ ISP. 56.69, ISP. 56.20.

⁶⁵⁸ ISP. 28.48, ISP. 76.47. Da una email interna emerge la proposta di applicare la riduzione ottenuta dagli aggiornamenti degli indici, considerato che *“la riduzione per il Q3, aggiornando la materia prima e TET, è piuttosto importante, mentre per i mensili è più contenuta”* e che *“Molti clienti si stanno lamentando per i prezzi alti rispetto alle altre fonderie”* (ISP. 28.17, ISP. 28.132).

⁶⁵⁹ ISP. 4.14, ISP. 4.15, ISP. 4.24, ISP. 4.25.

⁶⁶⁰ ISP. 66.131.

⁶⁶¹ ISP. 31.121, ISP. 31.122, ISP. 31.123.

⁶⁶² ISP. 12.77, ISP. 12.78, ISP. 12.120.

⁶⁶³ ISP. 16.21, ISP. 16.23, ISP. 16.54.

2023⁶⁶⁴)⁶⁶⁵ sia mediante contatti intercorsi al di fuori del contesto associativo⁶⁶⁶, le parti del procedimento hanno continuato a condividere informazioni sensibili in merito alle quantità prodotte, la capacità produttiva e al carico di lavoro, nonché in merito alle richieste ricevute dai clienti e alle prospettive future. Da notare che in uno scambio interno a Cividale-ZML, datato 12 ottobre 2023, a seguito dell'avvio dell'istruttoria viene indicato che “[è] **necessario fare molta attenzione ai contatti con i concorrenti**”⁶⁶⁷.

282. L'ultimo evento associativo del 2023 è la Giunta Assofond del 13 dicembre 2023⁶⁶⁸, il cui giro di tavolo è riportato in un resoconto Ariotti: “ZFA: vede mercato molto difficile per 24H1, soprattutto movimento terra e industriali (delocalizzazione?), pressanti richieste sconti, speranza che magazzini si svuotino. [...]”

GLIS (RDB): bene 23 con volumi invariati, Bdg 24 a -10/15% (Dana, CNH), richieste di ritorno a prezzi 21Q1 per listino materiali accessori che aveva inglobato nei prezzi.

[A.V.] CIVIDALE: bene acciaio, anche nel 24, male il resto, preoccupato per ghise che oltre a problemi import hanno domanda crescente per dismissioni di cubilotti per elettrici in Germania.

⁶⁶⁴ A tale incontro hanno partecipato: Ariotti, Corrà, Glisenti/LT, Ironcastings, E.F. Group/Pilenga, VDP, Zanardi e Cividale/ZML (ISP. 41.367).

⁶⁶⁵ ISP. 81.14 e ISP. 81.871, enfasi in originale: “[R.D.B.]: calo ordini non drammatico con spostamenti e non cancellazioni. Hanno indicazione positive sul 2024 e sono ottimisti. L'unico problema è la riduzione della remunerazione con prezzi in calo.

[G.L.] Fond. Palmieri: riduzione degli ordini di circa il 10% nei mesi scorsi ma vedono da settembre un ulteriore calo molto vistoso. Il quarto trimestre sarà molto impegnativo.

[Arizzi Fonderie San Giorgio S.p.A.]: lavoro in calo da diversi mesi e non riesce a coprire fino al fine anno.

[A.V.]: Acciaio: l'anno scorso non molto positivo ma in questo periodo vanno bene. Hanno avuto un po' di rallentamento gli ultimi mesi ma cmq un carico molto maggiore dell'anno scorso e anche la marginalità è discreta anche se i clienti si aspettano sempre riduzioni. Il settore trainante è l'oil&gas. Ghisa: vedono i cali ma passando dal cubilotto al forno elettrico hanno diverse difficoltà quindi il calo non gli dà troppo fastidio.

[omissis] Draxton: stabilità dei volumi ma visibilità molto accorciata.

[Fonderie Pisano & C S.p.A.]: hanno notato una carenza di lavoro del 10-15% sugli imp. automatici mentre hanno il calo verticale con pochissimo lavoro sul reparto a mano e hanno svuotato il portafoglio ordini e non sanno come proseguire.

[A.A.] Ironcasting: hanno flessione di ordini ma come [R.D.B.] non la vede molto preoccupante. Vede un calo del 10-15% sugli ultimi 2-3 mesi.

[P.C.] [Corrà, n.d.r.]: anche lei vede un po' di spostamenti ma non le sembra preoccupante e pensa di chiudere il 23 come il 22 come produzione.

[F.I.A.S. s.r.l.]: vede molta richiesta su prodotti di qualità e questo gli permette di mantenere le posizioni

[O-Cava Meccanica S.p.A.]: calo deciso ma non caduta libera. Vede un -5% sui volumi e fatturato. Chiedono molte riduzioni di prezzo e in 1 caso (!) ha tenuto duro x un codice e alla fine ha evitato lo sconto (ndr: e gli altri...?).

[E.F.] [E.F. Group/Pilenga, n.d.r.]: sull'auto non vedono calo e faranno 2023 simile al 2022 mentre Pilenga lavora da un anno 3 settimane al mese ma gestiscono tranquillamente la problematica. Dice che in questo momento ci sono turchi che gli chiedono preventivi quindi non gli sembrano così competitivi.

[Fonderia CAB S.r.l.]: settembre è andato come l'anno scorso. Vede un po' di calo per fine anno ma dice che deve trattare con i clienti. Hanno forti richieste di riduzioni di prezzo e stanno vedendo come gestirle.

[F.Z.]: ultimo trimestre con cali e spostamenti in avanti quindi ritmi lavorativi blandi. Non sa cosa pensare sul 2024”

⁶⁶⁶ Il 7 novembre 2023, invece, [F.V.] aggiorna i propri dipendenti in merito a conversazioni avute con i concorrenti e riguardanti il carico di lavoro e il calo di fatturato. L'email, avente ad oggetto “info su alcune fonderie” recita: “stamattina ho parlato con qualche fonderia:

Ariotti: sta facendo 2 settimane di cassa integrazione al mese da ottobre; quest'anno farà un -15, -20% sull'anno scorso ma l'anno prossimo prevede un -50% (x lui sarà come il 2009); da settembre non ha più ricevuto un ordine Zanardi [...]: calo nell'ultimo periodo; prevede un -15 o -20% per l'anno prossimo sempre che non spostino ancora gli ordini che hanno spostato di qualche mese

[R.D.B.]: 2 mesi fa diceva che non vedeva calo; adesso dice che ha il calo ma siccome quest'anno era in crescita sull'anno scorso (+5%) pensa che farà uguale; l'anno prossimo non prevede diminuzione grosso modo rispetto a quest'anno.” (ISP. 81.15 e ISP. 81.874).

⁶⁶⁷ ISP. 51.16. In senso analogo ISP. 51.14 in cui viene specificato che l'invito è formulato soprattutto per i commerciali di ZML. In audizione con gli Uffici, Cividale-ZML ha affermato di aver usato impropriamente la parola concorrenti e di “aver sempre dato l'input ai propri dipendenti di fare attenzione ai contatti con i concorrenti, che non si possono azzerare data l'esistenza di eventi come vendor day, fiere e supplier day a cui partecipano diverse fonderie” (DOC. 274, par. 58).

⁶⁶⁸ A tale incontro hanno partecipato: Ariotti, Corrà, Glisenti/LT, Ironcastings, E.F. Group/Pilenga, Zanardi e Cividale/ZML (ISP. 41.369).

[Fonderie Pisano & C S.p.A.]: 2023 bene, ottimo H1, scarso H2, per 2024 -10% a verde, -50% a mano!

[A.A.] Ironcasting: 23 stabile x eccezionale H1, si aspetta un -15% per calo agricolo e industriale, lascia a casa interinali e passa da 110 a 100 lavoratori.

Parola e Luraghi: -10% nel 23, aspetta stabilità per 24, forti pressioni sui prezzi⁶⁶⁹.

283. Anche nel corso del 2024 proseguono gli scambi tra le fonderie aventi a oggetto il calo della domanda e il fatturato. Così emerge da una conversazione avuta nell'ambito della chat WhatsApp del Comitato di presidenza il 22 gennaio 2024⁶⁷⁰, ma anche da "alcuni commenti di varie fonderie" riportati da VDP il 28 febbraio 2024⁶⁷¹.

V. LE ARGOMENTAZIONI DELLE PARTI

V.1. Sulla violazione dei diritti di difesa e altre questioni procedurali

284. Le parti hanno contestato che il termine per replicare alla CRI sia stato estremamente ridotto e che, per tale motivo, non sia stato loro garantito il corretto esercizio del diritto di difesa. In particolare, secondo le parti, il termine assegnato, di poco superiore al termine minimo di cui al d.P.R. n. 217/1998, non può essere idoneo a consentire un'adeguata difesa, tenuto conto della complessità delle valutazioni svolte nella CRI a seguito di un'istruttoria di circa due anni, della voluminosità del fascicolo istruttorio contenente documenti relativi alle altre parti (asseritamente

⁶⁶⁹ ISP. 61.32.

⁶⁷⁰ ISP. 61.36: "22/01/24, 07:39 - [F.Z.]: Buongiorno a tutti, questa settimana devo sentire il Sole24Ore per un punto sull'andamento del settore.

22/01/24, 07:41 - [F.Z.]: Il primo trimestre 23 rispetto allo stesso periodo 22 per noi è -27% in termini di quantità.. voi come siete messi?

22/01/24, 07:41 - [E.F.]: 23 o 24??

22/01/24, 07:42 - [F.Z.]: Ahaah

22/01/24, 07:42 - [F.Z.]: Sì 24 su 23 ovviamente

22/01/24, 07:43 - [E.F.]: Torbole volumi più 5

Pbf volumi - 5

FS volumi =

22/01/24, 07:45 - [E.F.]: Chiaramente fatturato altre %

22/01/24, 07:45 - [E.F.]: Tutte negative

22/01/24, 07:46 - [F.Z.]: Sì certamente

22/01/24, 08:12 - [R.D.B.]: - 15% volumi

22/01/24, 08:17 - [F.V.]: anche noi -30% anche se essendo appena iniziato il trimestre faccio fatica a dire come sarà a marzo

22/01/24, 09:25 - [SAFAS S.p.A.] Safas: Anche noi in calo circa 15% sia acquisiti che fatturati.

22/01/24, 09:38 - [F.Z.]: OK grazie. Quindi in sintesi possiamo dire che, a parte la componentistica per automobile che tiene sui livelli del 2023, il resto dell'industria meccanica (industriale, macchine agricole, costruzioni etc.) risente di cali dell'ordine del 15-20%, probabilmente per la concomitanza di bassa propensione a investimenti (alto costo del denaro) e scorte ancora alte nella filiera. Vi quadra?

22/01/24, 09:38 - [F.Z.]: Oltre il Q1 2024, un grande punto di domanda".

⁶⁷¹ ISP. 81.11, ISP. 81.858: "Zanardi: è migliorata la PFN; 2023 hanno fatto -14% e fatturato -16%. A budget hanno il 2024 come il 2023 ma già adesso sono a -22% rispetto al primo trim. 2023 quindi non ci spera molto. Movimento terra -26%, agricoltura -24% ...

[A.V.] Cividale: non va male; ZML x l'alluminio sta tenendo come il settore rame mentre soffre la parte ghisa con un calo di circa il 20%. Settimana prossima fermano. Visibilità corta. Si difendono e x loro è andato meglio il 2023 del 2022.

[Fonderie Pisano & C S.p.A.]: hanno avuto 2 buoni anni e adesso sono sotto di un 20%. Stanno scendendo anche i prezzi di vendita. Fanno anche loro cassa integrazione da gennaio.

[G.L.] - Fond. Palmieri: calo a fine 2023 con cassa int. 1gg/settimana. Il 2024 sta crescendo bene invece con clienti nuovi quindi è fiducioso e pensa che sarà meglio del 2023.

R.D.B.] Glisenti: non è ottimista; prevede un -15% in calo sul 2023. 2022 e 2023 sono stati euforici. Vede un crollo delle marginalità per quest'anno. Secondo lui perché abbiamo recuperato gli incrementi su MP e energia ma adesso sono aumentati gli altri costi e non riusciamo a recuperarli quest'anno. E' la sua principale preoccupazione quella della marginalità.

[Fonderia CAB S.r.l.]: -5% nel 2023 e quest'anno viaggiano su -10%. Sta arrivando qualche modello nuovo: non grandi numeri ma qualcosa permette di recuperare".

mai conosciuti prima) e del fatto che il termine concesso è coinciso in larga parte con il periodo feriale⁶⁷².

285. Secondo Cividale/ZML il numero troppo elevato di documenti del fascicolo rimasti non accessibili non avrebbe garantito alle parti la piena comprensione della portata accusatoria e la formulazione delle opportune difese⁶⁷³.

286. Secondo alcune parti, inoltre, la documentazione acquisita in ispezione prima dell'estensione del procedimento del 30 luglio 2024 relativa a condotte antecedenti al 2021 dovrebbe essere ritenuta inutilizzabile in quanto la sua acquisizione sarebbe stata illegittima⁶⁷⁴. L'illegittimità dell'acquisizione della documentazione ispettiva determinerebbe anche l'illegittimità degli ampliamenti del procedimento⁶⁷⁵.

287. Zanardi, inoltre, lamenta che in occasione dell'ispezione del 20 settembre 2023 la Società sia stata coinvolta in quanto soggetto interessato – e non indagato – e che per tale motivo la documentazione così acquisita non possa essere utilizzata per un accertamento nei suoi confronti, pena la violazione dei principi alla base della tutela dei propri diritti di difesa⁶⁷⁶. Secondo Zanardi, peraltro, l'avvio del procedimento sarebbe da considerarsi tardivo, in violazione dell'art. 14, della legge n. 689/1981 e del principio di ragionevole durata del procedimento, nonché dei principi di efficienza, economicità e tempestività dell'azione amministrativa di cui alla legge n. 241/1990⁶⁷⁷.

288. Sotto il profilo procedurale, le parti eccepiscono, inoltre, l'incompetenza dell'Autorità italiana in quanto, alla luce delle condotte contestate il caso sarebbe dovuto essere rimesso alla Commissione europea ai sensi del Regolamento (CE) n. 1/2003. In particolare, la competenza europea deriverebbe dal fatto che: (i) tutte le fonderie coinvolte nel procedimento sono attive (in media per il 40% dei loro fatturati) sui mercati europei dove praticano lo stesso indice oggetto di contestazione per le materie prime o indici analoghi locali; (ii) le fonderie straniere praticano, quando vendono ai clienti italiani, gli indici Assofond; (iii) tutte le fonderie europee applicano nei loro listini indicatori dei costi elaborati dalle loro associazioni nazionali. Il caso avrebbe quindi dovuto essere trasmesso alla Commissione europea affinché si adottasse un approccio unico che non avrebbe creato discriminazioni *in pejus* per le sole fonderie italiane⁶⁷⁸.

289. Diverse parti del procedimento hanno, infine, rilevato che la segnalazione del *whistleblower* alla base dell'avvio avrebbe fornito all'Autorità una ricostruzione inesatta delle condotte e del

⁶⁷² Cfr. Assofond (DOC. 639, par. 18 e seg.); EF/Pilenga (DOC. 640, par. 3 e seg.); Cividale/ZML (DOC. 641, par. 55 e seg.); Zanardi (DOC. 643, sez. 5.2.5); De Riccardis (DOC. 645, pag. 2); Glisenti/LT (DOC. 638, par. 9 e seg.); Ariotti (DOC. 621, pag. 3); C2MAC (DOC. 629, par. 45 e seg.).

⁶⁷³ DOC. 641, par. 54.

⁶⁷⁴ Assofond (DOC. 639, par. 22 e seg.); Glisenti/LT (DOC. 638, par. 13 e seg.); EF/Pilenga (DOC. 640, par. 8 e 9); Zanardi (DOC. 643, sez. 5.2.3). Zanardi richiama in proposito la sentenza della Corte di giustizia del 16 ottobre 2003, *Limburgse Vinyl Maatschappij e a./Commissione*, cause riunite C-238/99 P, C-244/99 P, C-245/99 P, C-247/99 P, C-250/99 P, C-252/99 P e C-254/99 P, EU:C:2002:582 (DOC. 643, pag. 49).

⁶⁷⁵ DOC. 643, sez. 5.2.1.

⁶⁷⁶ DOC. 643, sez. 5.2.2. Zanardi richiama in particolare la natura penale dei procedimenti antitrust sancita dalla CEDU (A. Menarini Diagnostics S.r.l. v. Italy, 27 December 2011, par. 44) e il principio secondo il quale i provvedimenti ispettivi devono essere debitamente motivati (art. 267 TFUE e art. 41(2) della CEDU affinché gli indirizzati siano messi pienamente a conoscenza del motivo per il quale l'autorità sta procedendo. Alcunché, invece, sarebbe stato spiegato alla società Zanardi in sede di ispezione (caso C-583/13 P *Deutsch Bahn and Others vs. Commission* par. 56).

⁶⁷⁷ DOC. 643, sez. 5.2.4. Zanardi evidenzia che la segnalazione è stata trasmessa all'Autorità in data 4 aprile 2023, mentre il provvedimento di avvio dell'istruttoria è stato notificato solo il 20 settembre 2023, con un intervallo di oltre cinque mesi tra la ricezione della segnalazione e l'avvio formale del procedimento, in evidente violazione quindi del termine di 90 giorni previsto dalla legge n. 689/81.

⁶⁷⁸ Glisenti/LT DOC. 638, parr. 17 e segg.; Assofond DOC. 639, parr. 24 e segg.; Zanardi DOC. 643, sez. 5.3.1; Zardo DOC. 635, pag. 10.

contesto in cui le stesse si sono inserite, in particolare con riferimento alla saturazione della capacità produttiva (come attestato dai dati ISTAT)⁶⁷⁹, agli elevati costi da sostenere per cambiare fornitore, al fatto che gli aumenti sarebbero stati allineati e che non sarebbero stati analoghi anche all'estero. Il *whistleblower*, inoltre, sarebbe riconducibile ad una società cliente delle fonderie e non a un operatore del settore⁶⁸⁰.

2.2. Sul mercato rilevante e sulla posizione delle parti

290. Secondo le parti del procedimento, i getti di ghisa sarebbero un prodotto altamente differenziato tale da non poter configurare un unico mercato del prodotto e il mercato geografico di riferimento sarebbe più ampio dell'ambito nazionale e coincidente quantomeno con un'area europea. In proposito le parti evidenziano che anche in ipotesi di cartello, ossia di restrizione per oggetto, non si può prescindere da un'attenta valutazione del contesto economico e giuridico di riferimento in quanto si tratta di un elemento determinante per apprezzare l'idoneità della restrizione a produrre un effetto⁶⁸¹.

V.2.1. Il mercato del prodotto (e l'assenza di sovrapposizione nell'offerta delle parti)

291. Dal punto di vista merceologico le parti del procedimento hanno evidenziato che i getti sono un prodotto altamente differenziato, sotto una pluralità di caratteristiche, per cui non possono essere ricondotti indistintamente a un unico mercato del prodotto. Le principali variabili di differenziazione sono riconducibili alla tipologia di impianto produttivo, che impatta su peso e dimensione, complessità, composizione chimica e destinazione d'uso⁶⁸². Si tratta di variabili che ridurrebbero molto la sostituibilità dei prodotti delle diverse fonderie.

292. Le fonderie parti del Procedimento hanno, in particolare, evidenziato di non ritenersi in diretta concorrenza le une con le altre, producendo articoli tra loro diversi per composizione, forma,

⁶⁷⁹ Assofond ha utilizzato l'indice ISTAT di produzione industriale nazionale relativo alle fusioni di ghisa (codice ATECO 2451) come *proxy* per sostenere che, rispetto al 2015, vi è stata una riduzione dell'utilizzo di capacità nel settore, comunque non satura nel biennio 2022-2023. A titolo di esempio, inoltre, l'Associazione afferma che Pilenga aveva registrato, nel 2023, un tasso di utilizzo della capacità produttiva inferiore al 70%, mentre Glisenti e LT di poco superiore (DOC. 43, par. 5-7). Cividale/ZML ha affermato che quanto dichiarato dal *whistleblower* non si applica alla propria realtà aziendale (DOC. 274, par. 19). EF Group/Pilenga ha dichiarato di avere, a ottobre 2023, il 50% di capacità inutilizzata (DOC. 261, par. 4). Ironcastings ha sostenuto che il dato riportato dall'Autorità nel provvedimento di avvio "rappresenta la fotografia di un momento storico eccezionale – il biennio 2021-2022 – con caratteristiche macroeconomiche molto peculiari e non rappresentativo dell'effettivo trend del settore" che vede, quantomeno per tale fonderia, un utilizzo medio della capacità significativamente inferiore (DOC. 277, par. 5, DOC. 627, par. 129).

⁶⁸⁰ Cfr. DOC. 43, DOC. 246, DOC. 258, DOC. 277, DOC. 274, DOC. 640. Pilenga ha prodotto al riguardo anche le dichiarazioni di alcuni clienti nelle quali si sostiene l'elevata competitività delle imprese fornitrici di getti in ghisa, l'assenza di vincoli di capacità e di costi tali da ostacolare il passaggio ad un diverso fornitore, la scelta condivisa con il fornitore di negoziare i listini su base trimestrale anziché mensile (si vedano DOC. 43, DOC. 46 e DOC. 68).

⁶⁸¹ Assofond rileva che anche nei casi di cartello non si possa prescindere da una corretta definizione dei mercati rilevanti al fine di valutare se si determinino sensibili restrizioni della concorrenza e si possa applicare l'art. 101 del TFUE e richiama sul punto la sentenza del Tribunale del 6 luglio 2000, *Volkswagen/Commissione*, T-62/98, EU:T:2000:180, punto 230 e sentenza del Tribunale dell'8 luglio 2004, *Mannesmannröhren-Werke/Commissione*, T-44/00, EU:T:2004:218, punto 132 (DOC. 639, par. 70 e segg.). Analoga citazione viene svolta da Zardo (DOC. 635, pag. 4) che richiama anche la sentenza del Tribunale del 16 giugno 2011, *Ziegler/Commissione*, T-199/08, EU:T:2011:285, punti 44-45 (DOC. 635, pag. 7) e da EF/Pilenga (DOC. 640, par. 149); Cividale/ZML (DOC. 641, par. 104-105) richiama in proposito la sentenza della Corte di giustizia dell'11 settembre 2014, *CB/Commissione*, C-67/13 P, EU:C:2014:2204; TAR Lazio Roma, Sez. I, la sentenza del 24 novembre 2020, n. 12541 e le sentenze della Corte di giustizia del 20 gennaio 2016, *Toshiba Corporation/Commissione*, C-373/14 P, EU:C:2016:26, e sentenza della Corte di giustizia del 16 luglio 2015, *ING Pensii*, C-172/14, EU:C:2015:484. La necessità della corretta individuazione del contesto economico di riferimento ai fini dell'individuazione di un'intesa restrittiva per oggetto viene indicata anche da C2MAC (DOC. 629, pagg. 40-41) che nella propria memoria economica (All. 2) osserva, tra l'altro, che il perimetro di mercato del prodotto non è stato delineato sulla base di adeguate valutazioni circa la sostituibilità dell'offerta e della domanda.

⁶⁸² Tra gli altri, DOC. 633, pagg. 33 e 34. DOC. 640, pagg. 21 e segg.

dimensioni e lavorazione; e che, anche per tale motivo, non vi sarebbe stato motivo o utilità nel coordinamento sui prezzi di vendita.

293. In dettaglio, EF Group/Pilenga nel corso dell'audizione con gli Uffici aveva sottolineato di essere in concorrenza solo con alcune parti del procedimento, ossia Corrà, de Riccardis e Glisenti/Lead Time, non invece con altre fonderie coinvolte come ad esempio C2MAC, che si occupa di idraulica, e FMG, che produce getti di grandi dimensioni, o Ariotti che fa getti di dimensioni e pesi ben diversi e per clienti diversi da quelli serviti da Pilenga⁶⁸³. Nella propria memoria finale, EF/Pilenga rileva che a seguito della chiusura dell'istruttoria sarebbe emerso invece che nessuna società parte del procedimento sarebbe sua effettiva concorrente⁶⁸⁴.

294. Anche Cividale/ZML ha evidenziato le differenze tra la Società, che produce getti quasi esclusivamente in ghisa grigia ed è votata alla produzione di getti poco complessi in grandissima serie, e le altre parti del procedimento. La società, un tempo specializzata in getti per il settore degli elettrodomestici, oggi lavora anche nel settore automotive e della meccanica generale⁶⁸⁵. Cividale/ZML ha affermato di ritenere sovrapponibili a ZML solo C2MAC e Pilenga per quanto riguarda il tipo di ghisa prodotta e l'impianto di formatura, anche se tali società producono getti di peso diverso e forniscono settori di domanda non sovrapponibili. A riprova di ciò ZML rappresenta che: le altre fonderie talvolta la vorrebbero usare come subfornitore; la Società non compare mai nelle ricerche di mercato acquisite in ispezione presso le altre parti del procedimento, né tantomeno viene interpellata dal centro studi Assofond nelle raccolte dati sulla ghisa; ZML non figura nei documenti del fascicolo istruttorio in cui si fa riferimento al gruppo, interno ad Assofond, di fonderie *"Getti di ghisa per l'industria trattoristica, veicoli industriali, macchine agricole e movimento terra"*⁶⁸⁶.

295. Cividale/ZML sottolinea, inoltre, che passare da un settore di domanda ad un altro per le fonderie è una scelta industriale di lungo periodo che comporta un processo di riconversione molto oneroso, come attesta l'esperienza della Società nel migrare dal settore degli elettrodomestici in cui aveva perso di competitività rispetto agli operatori asiatici⁶⁸⁷. La sostituibilità tra fonderie sarebbe ridotta anche in considerazione del fatto che queste lavorano in regime di subfornitura, su disegni e specifiche dei clienti che individuano solo un numero ristretto di fornitori idonei a soddisfare le

⁶⁸³ **DOC. 261**, par. 11. EF/Pilenga osserva altresì che nessuna delle fonderie destinatarie della CRI sarebbe attiva nel settore dei dischi e tamburi freno "originali" per l'*automotive* e quindi non costituisce un potenziale concorrente di Torbole (**DOC. 640**, parr. 38 e segg.).

⁶⁸⁴ **DOC. 640**, parr. 86-87.

⁶⁸⁵ **DOC. 274**, parr. 4-5. Cividale/ZML ha prodotto una dettagliata tabella in cui vengono evidenziate le differenze della propria gamma di prodotti con quelle delle altre fonderie parti del procedimento, in particolare in termini di tipo di ghisa (grigia o sferoidale), caratteristiche degli impianti (a formatura orizzontale o verticale), range di peso dei getti prodotti, settore di destinazione dei getti e tipo di prodotto (cfr. **DOC. 274**, Allegato 1).

⁶⁸⁶ **DOC. 274**, parr. 7, 25-26 e allegato 1. Considerazioni analoghe sono state espresse da Cividale/ZML in sede di memoria finale (**DOC. 641**, parr. 79 e segg.), in cui è stato evidenziato che la società nasce all'interno del gruppo Zanussi per produrre componenti in ghisa degli elettrodomestici della Zanussi S.p.A., prima, e della Electrolux Appliances S.p.A. poi, operando prevalentemente in maniera captive. ZML, inoltre, fino al 2015 ha prodotto esclusivamente getti in ghisa grigia e anche successivamente la produzione di getti in ghisa sferoidale non ha mai superato il 5% della produzione complessiva. I clienti di ZML sono concentrati nei settori elettrodomestici e automotive e le esportazioni sono state prevalenti rispetto alla produzione destinata al territorio nazionale. Anche sotto il profilo della dimensione dei getti la Società si distingue dalle altre, tenuto conto che la sua origine captive la ha portata a specializzarsi in grandissime serie di componenti di elettrodomestici caratterizzati da piccole dimensioni (di range compreso tra 0,5 e 20 kg e con peso medio tra 1 e 2 kg) e geometrie semplici (la società non ha una animisteria interna) avvalendosi di un impianto fusorio "a cubilotto" e di tre impianti di formatura automatica a divisione verticale (non disponibili presso le altre fonderie parti del procedimento) adatti alla produzione continuativa di pezzi diversi da quelli delle altre fonderie.

⁶⁸⁷ **DOC. 641**, parr. 86 e segg.

proprie esigenze, quindi dotate di determinate caratteristiche impiantistiche e che possono rispondere ai requisiti tecnici necessari⁶⁸⁸.

296. Secondo Zanardi, le fonderie Ariotti, il Gruppo Cividale e C2MAC non sarebbero concorrenti a causa di tecnologie incompatibili per la produzione dei medesimi prodotti; De Riccardis, Lead Time e Pilenga (EF Group) potrebbero da un punto di vista tecnologico concorrere potenzialmente per alcuni segmenti produttivi ma non risultano concorrenze dirette con tali operatori; FMG (Camozzi), Corrà, Glisenti, Ironcastings, VDP e Zardo sono, per alcuni prodotti della propria gamma di produzione, in concorrenza con Zanardi ma non al 100%. La Società evidenzia, inoltre, che il 40% delle proprie vendite riguarda ghisa austemperata che sarebbe di fatto in concorrenza con l'acciaio⁶⁸⁹.

297. Glisenti e Lead Time hanno rilevato di non avere le capacità industriali per produrre getti di grandi dimensioni, e per questo, di non ritenersi in concorrenza né con Fonderie Ariotti, non i grado di fare getti piccoli, né con VDP e Fonderie Mora Gavardo, che producono getti molto grandi rispetto a quelli delle parti e, pur potendo, non sarebbero competitive nella produzione di pezzi piccoli, mentre vi sarebbe una parziale sovrapposizione di produzione con Pilenga. C2MAC, inoltre, produce esclusivamente getti per l'idraulica prevalentemente in ghisa grigia, mentre Glisenti e Lead Time in ghisa sferoidale. Al più le due società possono considerare loro concorrenti cinque tra le fonderie parti del procedimento⁶⁹⁰.

298. FMG ha rappresentato che i concorrenti variano in base alla tipologia di prodotto e che la Società considera tra i propri concorrenti sicuramente Zanardi, Zardo, Ariotti e VDP, che possono produrre getti di dimensioni analoghe a quelli di FMG⁶⁹¹.

299. Corrà ha affermato di ritenere concorrenti diretti il gruppo VDP, Glisenti e Lead Time, Ironcasting e De Riccardis. Tuttavia, tali concorrenti hanno difficoltà a produrre gli stessi getti di Fonderia Corrà, considerata la dimensione ridotta degli impianti a disposizione della maggior parte delle altre fonderie. Inoltre Corrà ha affermato di avere un solo cliente in comune con C2MAC⁶⁹².

300. De Riccardis ha evidenziato di essere una società di piccole-medie dimensioni, molto diversa dalla maggior parte delle altre fonderie coinvolte, non in grado di fornire determinati clienti e, per tale motivo, di non poter essere considerata in concorrenza rispetto a tutte le altre parti del procedimento ma al più con Ironcastings e, in misura molto minore, Lead Time, Corrà e VDP⁶⁹³. Allo stesso tempo, la società è in concorrenza con altre fonderie, quali Sa.bi., O/Cava e Ghirlandaia, che pur essendo presenti a molte delle riunioni oggetto di contestazione, non sono state coinvolte nel procedimento.

301. Zardo si considera solo marginalmente concorrente delle altre fonderie coinvolte nel procedimento istruttorio, essendo specializzata nel settore oleodinamico, ossia circuiti con olio a pressione utilizzati nelle macchine agricole e movimento terra. A tal fine, Zardo è dotata di un impianto che ha caratteristiche produttive diverse rispetto a quelle dei concorrenti e che sono in grado di produrre getti che vanno da 1 a 100 kg. Sebbene la Società abbia clienti in comune con

⁶⁸⁸ DOC. 641, parr. 101 e segg.

⁶⁸⁹ DOC. 643, sez. 4.2.6. Zanardi fornisce nella propria memoria una tabella in cui sono sintetizzate le sovrapposizioni con le altre fonderie.

⁶⁹⁰ DOC. 246, parr. 34-35; DOC. 638, parr. 20 e segg.

⁶⁹¹ DOC. 256, par. 60, DOC. 408, p. 30.

⁶⁹² DOC. 260, par. 50.

⁶⁹³ DOC. 264, par. 7 e DOC. 645, pag. 3.

alcune delle fonderie interessate dall'istruttoria, non vi è competizione tra le stesse fonderie, trattandosi della fornitura di prodotti diversi⁶⁹⁴.

302. VDP ha rilevato di non avere nessun concorrente dello stesso tipo in Italia, dal momento che non ci sono normalmente altre fonderie che producono sia getti piccoli, in serie piccole e medie, in maniera automatizzata sia getti di grandi dimensioni. La particolarità, infatti, di VDP risiede nella varietà dei getti che può produrre. Secondo la società, per getti di serie alcune fonderie sono più competitive di VDP, come Corrà e Glisenti⁶⁹⁵.

303. Ariotti ha evidenziato che l'attività della società, consistente nella produzione di getti di grandi dimensioni da utilizzare nell'installazione di impianti produttivi, è specifica e diversa da quella delle altre fonderie coinvolte nell'ambito dell'istruttoria per cui non vi è una significativa concorrenza con tali società, eccetto il fatto che tutti fondono ghisa⁶⁹⁶. In ragione di detta specificità risulta evidente che le altre fonderie oggetto dell'attività istruttoria non sono concorrenti dirette e rilevanti di Fonderie Ariotti, la quale concorre principalmente come detto con soggetti esteri, e solo in parte anche con soggetti italiani diversi da quelli coinvolti nell'odierno procedimento⁶⁹⁷.

304. Ironcastings⁶⁹⁸ ha rilevato che anche se, in alcuni casi, alcune fonderie hanno un cliente in comune, ciò non implica necessariamente che le stesse siano in concorrenza sullo stesso prodotto. Tenuto conto della tipologia di materiale impiegato e di produzione e degli impianti, rispetto alle altre parti del procedimento l'attività della Società, che produce in misura pressoché esclusiva getti in ghisa sferoidale (92% del totale del prodotto), si sovrapporrebbe solo a quella Lead Time e, in misura più limitata, a De Riccardis e VDP, mentre esisterebbero sovrapposizioni con alcune fonderie che non sono parti del procedimento. La Società rileva che l'alta differenziazione dei prodotti tra le diverse fonderie trova riscontro anche nelle dichiarazioni rese dai clienti e ne sottolinea le rilevanti implicazioni nei rapporti di concorrenza⁶⁹⁹.

305. Assofond, infine, evidenzia che a differenza di altri comparti industriali in cui le imprese concorrenti offrono al cliente prodotti analoghi a prezzi facilmente comparabili dal cliente, nel caso delle fonderie di ghisa il prezzo di ciascun getto viene determinato in via esclusiva e personalizzata, in base alle specifiche tecniche e alle tolleranze richieste dal singolo cliente, alla quantità ordinata, alla qualità della ghisa, nonché ad altri fattori produttivi ed economici contingenti che singolarizzano

⁶⁹⁴ **DOC. 268**, parr. 12-13. In particolare, Zardo ha rappresentato che, per quanto riguarda Corrà, ZML e Ironcastings, nonostante la presenza di clienti comuni, il getto più grande prodotto da Zardo corrisponde al getto più piccolo prodotto da tali concorrenti e questi ultimi non possono produrre i getti più piccoli prodotti da Zardo perché non dispongono delle caratteristiche impiantistiche per produrli; De Riccardis utilizza una "ricetta" metallurgica per la fusione della ghisa molto diversa da quella di Zardo; Fonderie Mora Gavardo produce getti grandissimi; Glisenti opera in settori diversi da quelli di Zardo, ossia quello dell'*automotive*; anche Pilenga fornisce clienti del settore *automotive*, in cui non è attiva Fonderia Zardo, mentre Torbole è specializzata nei dischi freno, che Zardo non produce; benché Zanardi abbia un impianto molto simile a quello di Zardo, è specializzato nella produzione di getti in ghisa sferoidale austemperata, che richiede un particolare trattamento termico; VDP possiede diversi impianti, uno dei quali permette di produrre getti potenzialmente in concorrenza con quelli di Zardo; infine, Ariotti produce getti enormi e utilizza impianti di formatura manuali, mentre gli impianti di Zardo sono automatici.

⁶⁹⁵ **DOC. 270**, parr. 59 e 62. In particolare, è stato rappresentato che rispetto a Glisenti, VDP produce la metà della ghisa come tonnellaggio con molti più dipendenti per un costo medio quindi decisamente più alto; con riferimento a Corrà, VDP ha osservato che anche se nominalmente le due fonderie hanno dei clienti comuni, mentre Corrà fa serie grandi – soprattutto per la trattoristica – VDP fa serie più piccole avendo costi e prezzi medi più alti e quindi in condizioni normali queste serie non sono molto considerate da Fonderia Corrà. Corrà ha la capacità di sottrarre clienti a VDP nei momenti di calo della domanda avendo mediamente un prezzo di vendita più basso.

⁶⁹⁶ **DOC. 273**, parr. 4 e 10; **DOC. 621**, pagg. 3 e 4.

⁶⁹⁷ **DOC. 621**, pag. 4. Ariotti indica Fonderia Boccacci S.p.A., Fonderia Vigevanese S.p.A., SCM Fonderie S.r.l. Anche i principali clienti di Fonderie Ariotti sarebbero differenti da quelli delle altre aziende coinvolte, tanto è vero che Bonfiglioli S.p.A., SAME Deutz-Fahr S.p.A. e Merlo S.p.A., sentiti nel corso del procedimento non sono clienti della società.

⁶⁹⁸ **DOC. 277**, parr. 16-17 e allegato 3. **DOC. 627**, parr. 75 e segg.

⁶⁹⁹ **DOC. 627**, parr. 79-80.

ciascuna fonderia. Il cosiddetto “listino”, pertanto, è in realtà un preventivo ad hoc, non replicabile né confrontabile con quelli di altri operatori, in quanto riferito a un prodotto unico, costruito su misura e spesso protetto dai diritti della proprietà industriale. In tali condizioni, la comparazione orizzontale dei prezzi è strutturalmente impossibile, e ciò esclude la possibile sussistenza di un’intesa anticoncorrenziale fondata sulla condivisione o il coordinamento di listini, trattandosi di un mercato interamente guidato dalla domanda per il singolo getto, non dall’offerta⁷⁰⁰.

V.2.2. Il mercato geografico

306. Assofond ha rilevato che la produzione di getti di ghisa è interessata da significativi flussi di importazione ed esportazione, considerato che, nel 2023, il 43,2% della produzione nazionale è stato esportato, mentre le importazioni hanno rappresentato il 39% delle fusioni di ghisa destinate al mercato interno. Quasi la metà delle importazioni proviene dall’area europea e in particolare da Francia, Germania, Repubblica Ceca, Spagna e Turchia⁷⁰¹. Alcune fonderie hanno dichiarato di esportare all’estero una percentuale non trascurabile della propria produzione⁷⁰² e di subire la pressione competitiva di concorrenti esteri europei (in particolar modo, tedeschi) e asiatici (soprattutto turchi e cinesi)⁷⁰³. È stato altresì evidenziato che gli stessi clienti sentiti nel corso dell’istruttoria hanno affermato di acquistare una parte rilevante dei propri getti da fonderie straniere⁷⁰⁴.

307. Tale circostanza porterebbe all’individuazione di un mercato coincidente con un’“area europea”, costituita dai 15 paesi aderenti al CAEF e solo parzialmente appartenenti all’Unione europea. L’identificazione del mercato come “area europea” sarebbe supportata, secondo

⁷⁰⁰ **DOC. 639**, parr. 44 e segg. Analoghe considerazioni sulla impossibilità di comparazione orizzontale dei prezzi sono state formulate da Zanardi (**DOC. 643**, sez. 4.2.5) e da Glisenti e Lead Time (**DOC. 638**, parr. 57 e segg.).

⁷⁰¹ **DOC. 239**, allegati 1 (“*Analisi economica del settore*”) e 2, e **DOC. 639**, parr. 66 e segg.

⁷⁰² Cividale/ZML dichiara di realizzare quasi il 70% del proprio fatturato all’estero (**DOC. 274**, par. 4 e doc. 641, par. 96). Glisenti/LT rappresenta di esportare in Europa (circa il 35% della produzione) e negli Stati Uniti, ma non in Turchia. (**DOC. 246**, par. 16). VDP sostiene di realizzare circa il 60% del proprio fatturato all’estero (**DOC. 270**, par. 4). Zardo spiega di aver seguito, a partire dagli anni duemila, una strategia di internazionalizzazione ed export, che oggi rappresenta circa il 35% della produzione e il 40% del fatturato (**DOC. 268**, par. 11) Camozzi/FMG (**DOC. 256**, par. 55, **DOC. 408**) e De Riccardis (**DOC. 264**, par. 16), diversamente dalle altre fonderie, affermano che la frazione della propria produzione destinata all’estero è attualmente residuale.

⁷⁰³ Secondo Ariotti, il mercato dell’eolico è stato “*invaso da cinque/sette anni da una fortissima competizione da parte delle fonderie cinesi, che hanno iniziato a esportare in Europa componenti di ogni genere a prezzi insostenibili per le fonderie italiane*”. Inoltre Ariotti rappresenta di considerare concorrenti diverse fonderie tedesche, spagnole e turche (**DOC. 273**, parr. 7 e 10; **DOC. 621**, pag. 7). Per C2MAC i clienti di grandi dimensioni mettono in concorrenza le fonderie italiane con quelle di altri paesi, soprattutto con la Turchia, su ogni singolo articolo. Inoltre, la Germania è il paese dove vengono realizzati i getti più complessi e con maggiore valore aggiunto, mentre per volumi maggiori e getti meno sofisticati diversi clienti si rivolgono a fonderie in Turchia e in Repubblica Ceca (**DOC. 258**, parr. 17 e 33). Camozzi/FMG rappresenta di avvertire, in particolare, la concorrenza delle fonderie tedesche e turche, lamentando di operare in un settore esposto alla concorrenza internazionale di operatori non soggetti a regolamentazioni *antitrust* e che non garantiscono alcuna tutela dei lavoratori in termini economici e di sicurezza (**DOC. 408** e **DOC. 633**, pag. 32). Cividale/ZML dichiara di identificare come propri concorrenti principali soprattutto fonderie di altri paesi (in particolare, cinesi) che producono la stessa gamma dimensionale di getti in ghisa grigia (**DOC. 274**, par. 17). Corrà afferma che i suoi concorrenti esteri sono localizzati principalmente in Germania, Francia, Spagna (**DOC. 260**, par. 50) e Cina le cui fonderie hanno il vantaggio, rispetto a quelle italiane, di non dover investire sulla transizione ecologica (**DOC. 260**, par. 29). Per Glisenti/LT le fonderie italiane subiscono una fastidiosa competizione dalla Turchia, dove sono presenti fonderie simili per struttura dei costi a quelle italiane (**DOC. 246**, par. 14). VDP afferma che, nel corso degli anni, molti clienti storici hanno deciso di spostare in Cina, India e Turchia la produzione di getti prima prodotti dalle società del gruppo. In particolare, la produzione delle fonderie turche sarebbe esplosa negli ultimi tre-quattro anni, favorita dalla costruzione di nuovi impianti e dall’esperienza dei dipendenti, acquisita in precedenza presso fonderie tedesche. (**DOC. 270**, par. 17 e 18; **DOC. 634**, par. 17). Zardo rappresenta che il 40% del proprio fatturato viene realizzato attraverso vendite all’estero e che il proprio principale concorrente estero è una fonderia tedesca con cui ha alcuni clienti comuni, ma vi è competizione anche da fonderie coreane (**DOC. 268**, par. 60, **DOC. 635**, par. 4). De Riccardis (**DOC. 645**, pag. 4) rileva che a parte le imprese nazionali sopra citate, i suoi principali concorrenti diretti sono fonderie turche.

⁷⁰⁴ Così Assofond (**DOC. 639**, par. 86); Zardo (**DOC. 635**, pag. 6); EF Group/Pilenga (**DOC. 640**, parr. 161 e segg.).

l'Associazione, dal fatto che da quest'ultima è provenuto, nel 2023, il 51,8% delle importazioni in Italia e alla stessa è stato destinato il 50,5% delle esportazioni delle fonderie di ghisa italiane. La produzione nazionale in tale area è ammontata, nel 2022, al 10% del volume e all'11,4% del valore totale, mentre le fonderie di ghisa interessate dal procedimento hanno rappresentato, nel medesimo anno, solo il 4,7% del valore totale⁷⁰⁵.

308. Analoghe considerazioni sull'ampiezza del mercato rilevante e sul peso delle fonderie interessate dal procedimento sono state formulate da Cividale/ZML⁷⁰⁶, C2MAC⁷⁰⁷, EF Group/Pilenga⁷⁰⁸, FMG⁷⁰⁹, Glisenti e Lead Time⁷¹⁰, Zardo⁷¹¹, VDP⁷¹², Zanardi⁷¹³ e De Riccardis⁷¹⁴.

309. Secondo Zardo, vi sarebbero diversi documenti agli atti da cui emergerebbe, contrariamente a quanto sostenuto negli addebiti mossi dagli uffici, la preoccupazione delle fonderie italiane nei confronti della pressione concorrenziale delle fonderie straniere, incompatibile con un mercato geografico meramente nazionale⁷¹⁵.

310. Ariotti ritiene che il mercato in cui la stessa opera, caratterizzato da prodotti in ghisa di grandi dimensioni, abbia una portata geografica mondiale e comprenda anche concorrenti cinesi e asiatici⁷¹⁶.

311. Da ciò discende che in un mercato geografico quantomeno unionale, in cui le parti congiuntamente detengono una quota inferiore al 5%, non sarebbe possibile individuare nelle condotte contestate alcuna sensibile restrizione concorrenziale. In tale mercato, peraltro, la posizione delle singole fonderie parti del procedimento risulterebbe del tutto marginale. In ogni caso, anche laddove si volesse considerare un mercato di dimensione nazionale, il calcolo della quota di mercato dovrebbe correttamente comprendere anche le importazioni, non considerate nella CRI, restituendo

⁷⁰⁵ **DOC. 239**, allegati 1 e 2 e **DOC. 639**, par. 82. Assofond evidenzia che anche considerando la stima del fatturato 2023 fornita nella CRI, ossia i 665 milioni di euro di vendite sul mercato italiano, la quota massima raggiunge appena il 5,3%. In entrambi gli scenari, l'incidenza sul mercato europeo rimane chiaramente residuale. L'analisi economica presentata da Assofond è richiamata anche da C2MAC (**DOC. 629**, pagg. 41-42).

⁷⁰⁶ **DOC. 641**, parr. 96 e segg. Cividale/ZML evidenzia altresì che la dimensione quantomeno europea del mercato deriverebbe anche dall'assenza di barriere, dazi o costi di trasporto tali da impedire l'acquisto di getti su base europea. Secondo Cividale/ZML, la dimensione quantomeno comunitaria del mercato sarebbe confermata dal provvedimento dell'Autorità del 4 ottobre 2006 (C7976) riguardante l'acquisizione di ZML da parte della stessa Cividale.

⁷⁰⁷ **DOC. 629**, pagg. 22-23. Nella memoria economica (**DOC. 629**, All. 2) C2MAC evidenzia che scala degli scambi economici, con clienti in Italia che importano dall'estero e clienti esteri che acquistano dal mercato italiano, è tale da indicare sicuramente che gli ostacoli al superamento dei confini nazionali sono relativi. A fronte di importazioni che soddisfano il 40% della domanda nazionale non si può ritenere che vi siano costi di trasporto tali da rappresentare un ostacolo a una definizione di mercato sovranazionale.

⁷⁰⁸ **DOC. 261**, par. 9 e **DOC. 640**, par. 147 e segg.

⁷⁰⁹ **DOC. 634**, pag. 34.

⁷¹⁰ **DOC. 246**, par. 4 e **DOC. 638**, par. 73 e segg.

⁷¹¹ **DOC. 268**, par. 5. Sulla base dei dati contenuti nell'analisi economica di Assofond, Zardo precisa che nell'area europea ad essa sarebbe ascrivibile una quota di mercato dello 0,2% (anche **DOC. 635**, pagg. 3 e segg.).

⁷¹² **DOC. 270**, par. 4 e **DOC. 634**, par. 20. VDP evidenzia di detenere nell'area europea una quota dello 0,8% circa della produzione di getti di ghisa, senza contare le importazioni dalla Cina e dall'India.

⁷¹³ **DOC. 643**, sez. 4.2.3; Zanardi fornisce al riguardo i prospetti del proprio fatturato estero per gli anni 2021-2021.

⁷¹⁴ De Riccardis (**DOC. 645**, pag. 5) richiama lo studio economico in atti presentato da Assofond e rileva che una fonderia piccola come la sua deterrebbe – nel mercato correttamente individuato – una quota non superiore allo 0,8%.

⁷¹⁵ Al riguardo Zardo richiama: l'Assemblea Assofond del 24 giugno 2022, in cui si era discusso del problema del costo dell'energia in Italia rispetto a Francia e Germania a favore quindi dei concorrenti stranieri; l'Assemblea Assofond del 23 giugno 2023, in cui nella discussione era stato rilevato il fatto che nell'anno precedente molto clienti si erano nuovamente rivolti alle fonderie italiane a causa della crisi mondiale che metteva a rischio gli approvvigionamenti nonché il livello più elevato delle tasse in Italia che impattava sulla competitività delle fonderie ivi ubicate rispetto alla "competitività degli altri" (**DOC. 635**, pag. 6).

⁷¹⁶ **DOC. 273**, par. 4.

una quota all'incirca del 30%, parimenti non idonea ad incidere sensibilmente sul gioco concorrenziale⁷¹⁷.

V.3. Sull'assenza di potere di mercato nei confronti della domanda

312. Le parti del procedimento hanno rappresentato come la catena del valore del settore in cui operano le fonderie, dai fornitori di materie prime (a monte) alla vendita ai componentisti e agli aggregatori (a valle), indica evidenti asimmetrie sfavorevoli nel potere negoziale detenuto dalle fonderie di ghisa rispetto alla clientela⁷¹⁸. Diverse fonderie hanno individuato il divario dimensionale tra le imprese del settore e le loro controparti a monte e a valle come fonte principale dello sbilanciamento del potere di mercato a favore di questi ultimi⁷¹⁹. Assofond a tal riguardo menziona clienti multinazionali o leader di settore quali Same per il settore agricolo, Stellantis, Volkswagen e Daimler per l'automotive, CNH, Cartepillar e simili per il movimento terra⁷²⁰. Assofond riporta un esempio di allocazione del valore lungo la catena, da cui emerge che il valore trattenuto rispetto al valore al consumo (prezzo di *sell-out* finale) corrisponde per le fonderie al 10-15% circa, mentre gli aggregatori trattengono tra l'80 e l'85% del valore⁷²¹. EF Group/Pilenga evidenzia che la dimensione media delle fonderie in Italia (18,3 milioni di €) è quella di piccola azienda e che i committenti sono spesso società di grandi dimensioni, spesso dalle 10 alle 30 volte superiori a quelle delle fonderie⁷²².

313. Tale sbilanciamento deriva, secondo Assofond⁷²³, anche da alcune tipicità delle relazioni commerciali in esame, quali: (i) i contratti di fornitura hanno natura "aperta", per cui è il committente che decide quanti pezzi e quando comprarli, e non paga penali in caso di ordinativi inferiori a quanto pattuito; (ii) il getto è fabbricato su disegno del cliente e la titolarità degli stampi e dei modelli rimane sempre in capo al cliente che può richiederne la restituzione in qualsiasi momento; (iii) il cliente delle fonderie di ghisa spesso fornisce i modelli di cui sopra a diverse fonderie potenziali fornitrici, anche in diversi Paesi e aree geografiche, con l'obiettivo di «arbitrare» il prezzo⁷²⁴; (iv) lo sviluppo

⁷¹⁷ **DOC. 639**, parr. 90 e segg. Assofond richiama sul punto le sentenze TAR Lazio, sez. I, 18.12.2015, n. 14281, confermata da Cons. Stato, sez. VI, 7.3.2017, n. 2017, e TAR Lazio, sez. I, 20.4.2017, n. 4757. Considerazioni del tutto analoghe si ritrovano in: Glisenti e Lead Time (**DOC. 638**, parr. 104 e segg.); FMG (**DOC. 633**, pag. 6); Ariotti (**DOC. 621**, pag. 8), Cividale/ZML (**DOC. 641**, par. 107); C2MAC (**DOC. 629**, pag. 43); Zanardi (**DOC. 643**, pagg. 29-31); Ironcastings (**DOC. 627**, par. 80).

⁷¹⁸ **DOC. 239**, allegati 1 e 2. Ariotti (**DOC. 273**, par. 4); Zanardi (**DOC. 643**, pag. 44); C2MAC (**DOC. 629**, pag. 22); EF Group/Pilenga (**DOC. 640**, pagg. 22 e 23); Ironcastings (**DOC. 277**, parr. 4 e 13) e De Riccardis (**DOC. 264**, par. 8). A riprova del potere contrattuale dei clienti, De Riccardis rappresenta come alcune aziende abbiano imposto alla fonderia l'intera retrocessione del credito d'imposta a seguito della sua introduzione da parte del legislatore (**DOC. 264**, par. 40).

⁷¹⁹ Secondo C2MAC, in particolare, c'è un mercato in cui le fonderie sono piccole (con fatturati, in media, tra i 10 e i 20 milioni di euro l'anno) mentre i clienti sono di grandi dimensioni, con uffici vendite sofisticati e dotati di impianti anche propri (**DOC. 258**, parr. 8 e 17). De Riccardis aggiunge che il mercato degli input è "molto concentrato (2-3 operatori con un potere contrattuale inamovibile)", mentre il mercato a valle è popolato da "imprese, anche internazionali, di grandissime dimensioni (che realizzano un fatturato che va da trenta a cento volte quello di Fonderie De Riccardis) e che sono quindi in grado di esercitare un potere negoziale "incredibilmente soverchiante" nei confronti delle fonderie (**DOC. 264**, par. 8). Considerazioni analoghe sono espresse da Ironcastings (**DOC. 277**, par. 7) e Zardo (**DOC. 268**, par. 8). Il rilevante potere contrattuale dei clienti emergerebbe, secondo Zardo, anche dalle discussioni interne ad Assofond, agli atti del fascicolo (**DOC. 635**, pag. 8-9).

⁷²⁰ **DOC. 639**, parr. 36 e segg. Ironcastings rileva che tra i propri clienti figurano il Gruppo Bonfiglioli e Merlo Industria Metalmeccanica, che nel 2024 vantano ricavi consolidati rispettivamente per 1,2 miliardi di euro e 714 milioni di euro (**DOC. 627**, par. 82).

⁷²¹ **DOC. 239**, allegati 1 e 2; **DOC. 639**, pag. 13.

⁷²² **DOC. 640**, pag. 23.

⁷²³ **DOC. 239**, allegati 1 e 2. Argomentazioni analoghe a quelle sollevate sul punto da Assofond sono state avanzate anche da Zanardi (**DOC. 643**, sez. 4.2.4).

⁷²⁴ Il *dual source* quale elemento che rafforza il potere contrattuale dei clienti è richiamato anche da Zardo (**DOC. 635**, pag. 9).

con successo del progetto da parte della fonderia, che richiede un contributo significativo anche in termini di *know-how*, non si traduce necessariamente in una conferma d'ordine, in quanto il cliente fino al momento di aggiudicazione della commessa può rivolgersi a fonderie alternative per la produzione.

314. Inoltre, secondo Assofond e alcune delle fonderie parti del procedimento il potere negoziale dei clienti deriva anche dall'assenza di significativi *switching cost* per gli stessi, considerati i costi trascurabili connessi al trasferimento di modelli e stampi da una fonderia all'altra e all'adattamento degli stampi agli impianti⁷²⁵. Anche EF/Pilenga e Glisenti/Lead Time rilevano – diversamente da quanto riferito dal segnalante – l'assenza di significativi *switching costs* e osservano che un cliente può in qualsiasi momento e senza vincoli cessare il rapporto e rivolgersi ad altro fornitore. In particolare, oltre a qualsivoglia vincolo contrattuale, i costi vivi sarebbero molto contenuti e la tempistica di realizzazione e installazione senz'altro limitata nel tempo⁷²⁶.

315. Ironcastings evidenzia inoltre che agli atti vi è ampia evidenza di come i clienti della Società abbiano paventato (o minacciato) di ridurre o azzerare i volumi delle forniture al fine di neutralizzare le richieste di adeguamento dei listini ricevute (la Società richiama il doc. ISP. 46.175), nonché del fatto che le comunicazioni di adeguamento listini venivano rifiutate dai clienti (come dimostrano gli scambi con Merlo) o comunque davano inizio a serrate negoziazioni che talvolta si protraggono per molti mesi e si concludevano con il riconoscimento di adeguamenti assai più ridotti rispetto a quelli richiesti. Tali condotte potrebbero secondo Ironcastings spingersi fino a configurare fattispecie di abuso di dipendenza economica⁷²⁷.

316. Secondo C2MAC⁷²⁸, tra le cause dello sbilanciamento del potere negoziale a favore dei clienti delle fonderie vi sarebbero inoltre: (i) l'incidenza dei costi fissi molto elevati che richiede un utilizzo della capacità produttiva dell'80-90% per ottenere marginalità positive⁷²⁹; (ii) il fatto che le fonderie si caratterizzano per l'assenza di un *brand* proprio, configurandosi di fatto come delle contoterziste⁷³⁰; (iii) e il fatto che alcuni clienti dispongono di fonderie proprie, alle quali allocano la produzione al verificarsi di condizioni di mercato sfavorevoli.

V.4. Sulla scarsa marginalità del settore

317. Assofond ha evidenziato che nel periodo compreso tra il 2014 e il 2023, le fonderie di ghisa italiane hanno realizzato *performance* economiche tendenzialmente peggiori rispetto a quelle ottenute dai settori di destinazione dei loro prodotti; ciò considerando che la marginalità elevata che si osserva nel periodo 2022-2023 sarebbe frutto di un ciclo economico anomalo⁷³¹. Anche alcune fonderie parti del procedimento hanno sottolineato come soprattutto il periodo 2020-2023 sia stato

⁷²⁵ Al riguardo, Ironcastings sostiene che la possibilità di costruire attrezzature multiple e di attribuirle a diverse fonderie implica che i clienti possano minacciare la fonderia di “ridurre o addirittura azzerare gli ordinativi [...]. Tale minaccia è resa credibile dal fatto che, per la fornitura dello stesso prodotto, i clienti della Società utilizzano da due a quattro fonderie in contemporanea” (DOC. 277, par. 13).

⁷²⁶ EF Group/Pilenga (DOC. 640, pagg. 22 e segg.), Glisenti/Lead Time (DOC. 638, parr. 46 e segg.).

⁷²⁷ DOC. 627, parr. 84 e segg.

⁷²⁸ DOC. 258, parr. 7, 11 e 17.

⁷²⁹ Secondo EF Group/Pilenga sarebbe presente nel settore un'elevata capacità produttiva inutilizzata tale addirittura da giustificare operazioni di fusione tra le fonderie al fine di ridurre l'incidenza dei costi fissi e aumentare la marginalità (DOC. 261, par. 8).

⁷³⁰ Similmente, Ariotti afferma che il legislatore italiano riconosce implicitamente le fonderie come subfornitori accordandogli alcune tutele come, ad esempio, la possibilità di imporre il termine di pagamento a 60 giorni (DOC. 273, par. 9).

⁷³¹ DOC. 239, allegati 1 e 2. Lo studio Assofond viene richiamato anche da Zanardi (DOC. 643, sez. 4.3.3), da Glisenti e Lead Time (DOC. 638, parr. 119 e segg.).

caratterizzato da una marginalità contenuta, ad eccezione del 2022, considerato un anno anomalo soprattutto in ragione del riconoscimento del credito d'imposta⁷³².

318. Più in dettaglio, Assofond rileva come l'indice EBITDA non sia adeguato al fine di misurare lo stato di salute di un'azienda, risultando più utile a tal fine utilizzare il ROIC (*Return On Invested Capital*), confrontato con il WACC (*Weighted Average Cost of Capital*)⁷³³. Assofond evidenzia che nel periodo 2016-2024 il ROIC delle fonderie di ghisa è stato costantemente inferiore rispetto a quello di altri settori di destinazione dei loro prodotti, salvo rarissime eccezioni. L'origine della modesta redditività operativa delle fonderie risiederebbe sia nella bassa marginalità delle vendite, sia in una lenta rotazione del capitale investito, dovuta al peso dell'attivo immobilizzato. Considerando poi che la redditività operativa risulta significativamente inferiore al costo del capitale (tranne nel 2022 e nel 2023), diversamente da quanto sostenuto nella CRI non è possibile ritenere che le fonderie abbiano avuto nel periodo oggetto di contestazione un livello di redditività soddisfacente⁷³⁴.

319. Ironcastings osserva che la marginalità operativa delle fonderie appare tutt'altro che elevata, se si considera anche il recupero a conto economico degli investimenti effettuati (essenziali per il mantenimento della propria competitività) ossia l'EBIT/Ricavi, che per il settore presenta valori molto ridotti rispetto all'EBITDA/Ricavi⁷³⁵. Peraltro, le parti hanno conseguito in media una redditività operativa al netto degli ammortamenti (EBIT) che, in percentuale sui ricavi, si è collocata al di sotto della media del settore.

320. Ironcastings sottolinea che per la Società il rapporto EBITDA/Ricavi tra il 2018 e il 2024 è risultato per 5 anni su 6 al di sotto sia dei valori "rappresentativi" di settore, sia della soglia dell'8% ("valore minimo individuato dall'Associazione come soddisfacente"). Non vi è traccia neppure di una qualche stabilizzazione della marginalità, che negli anni dal 2020 in poi (periodo in cui si concentrano prevalentemente le condotte contestate nella CRI) si è anzi ridimensionata, oscillando sensibilmente⁷³⁶. Ancora, tra il 2020 e il 2024, il rapporto EBITDA/Ricavi della Società è stato inferiore, o al più allineato nel 2022, rispetto a quello mediamente registrato da 28 fonderie italiane estranee all'asserita intesa. Ironcasting, infine, mette a confronto le variazioni del ricavo e del costo per tonnellata sia sull'intero periodo interessato dalle condotte contestate, sia sul sotto periodo post-pandemia, evidenziando come da fine marzo 2018 sino al luglio 2024, in quegli stessi esercizi Ironcastings non è stata in grado di traslare interamente nei ricavi gli incrementi di costo

⁷³² Cfr. Zanardi (DOC. 244, DOC. 643, sez. 4.3.3), Camozzi/FMG (DOC. 256, parr. 29 e 30 e DOC. 408 in cui si rileva anche un'attuale gravissima difficoltà del settore), Ironcastings (DOC. 277, par. 5), Corrà (DOC. 260, parr. 7 e 43), EF Group/Pilenga (DOC. 261, par. 7). Ironcastings (DOC. 627, parr. 129 e segg.) rileva inoltre che il periodo tra il 2021 e l'inizio del 2023 merita un discorso a parte in quanto la presenza di temporanei vincoli in termini di capacità produttiva le imprese acquirenti hanno razionalmente accettato revisioni dei prezzi con minori resistenze rispetto al passato, per assicurarsi le forniture. L'urgenza di recuperare i costi in tale periodo eccezionale può quindi avere temporaneamente allentato la pressione sulle fonderie delle loro controparti 'a valle', accordando margini negoziali storicamente mai concessi.

⁷³³ DOC. 639, parr. 97 e segg.

⁷³⁴ Lo studio presentato da Assofond viene richiamato anche da Zardo (DOC. 635, par. 55). Considerazioni del tutto analoghe a quelle svolte da Assofond sono presentate da Zanardi (DOC. 643, sez. 4.3.3), EF Group/Pilenga (DOC. 640, parr. 171 e segg.).

⁷³⁵ DOC. 627, parr. 100 e segg. Ironcastings evidenzia che la natura capital intensive delle fonderie di ghisa le rende notevolmente sensibili alle fluttuazioni sui mercati delle materie prime e dell'energia, in quanto i loro spazi di manovra per internalizzarne eventuali rincari anche nel breve periodo sono minimi.

⁷³⁶ DOC. 627, parr. 150 e segg. Il risultato del 2022, superiore di soli 2 punti alla media di settore, sarebbe ascrivibile esclusivamente ad un vantaggio competitivo di Ironcastings nell'approvvigionamento di energia elettrica, legittimamente sfruttato in un periodo di domanda alta in cui i clienti davano per scontati e accettavano rincari dai propri fornitori energivori.

complessivamente subiti. Ciò a conferma che le condotte contestate non hanno avuto nessun impatto sulla posizione della società, rimasta esposta al potere negoziale della domanda.

321. Ariotti contesta che dal suo discorso tenuto in occasione dell'incontro Assofond del 7 luglio 2021 possa essere tratta qualsivoglia indicazione circa il livello di rendimento a cui le fonderie dovrebbero tendere. Si trattava infatti solo di esortazioni ad agire per mantenere l'equilibrio economico e finanziario, ossia indicazioni di buon governo aziendale, tipiche di qualsivoglia compagine associativa di categoria⁷³⁷.

322. C2MAC evidenzia che a partire dal 2020 i margini della Società si sono significativamente ridotti per effetto dell'incapacità della Società di attuare politiche di prezzo idonee a sterilizzare l'impatto degli shock di costo sulla propria redditività⁷³⁸. Nella memoria economica presentata dalla società si dà conto che *“il confronto tra l'EBIT del 2021 rispetto a quello del 2018 [...] mostra una riduzione del margine dell'80% e perdite subite in concomitanza con l'inizio delle tensioni inflative sugli input produttivi. Negli anni seguenti, i risultati peggiorano ulteriormente, con Ebit largamente negativi. Anche nel 2023 le perdite sono il doppio di quelle del 2020, nonostante una produzione e un utilizzo degli impianti decisamente maggiori, e si allineano alle perdite del 2019, anno cui la produzione era inferiore del 6% e vi era una deflazione dei costi produttivi rispetto al 2018”*⁷³⁹.

323. Zardo rappresenta di avere realizzato, nel periodo 2004-2024, un EBITDA approssimativamente del 7% con variazioni molto rilevanti nei diversi anni, incompatibili con la partecipazione ad un'intesa unica⁷⁴⁰.

324. EF Group/Pilenga richiama le condizioni fallimentari in cui versa la Società ed evidenzia che negli ultimi 6 esercizi ha ottenuto risultati positivi solo nel 2022. La storica assenza di marginalità della fonderia smentisce ogni tesi accusatoria di partecipazione ad un'intesa avente per oggetto il mantenimento di determinati margini di profitto.

325. Glisenti e Lead Time osservano che negli ultimi cinque anni vi è stata una perdita di circa 5 punti percentuali di EBITDA, oltre a una perdita di punti EBIT⁷⁴¹.

V.5. Sulla utilità degli indicatori Assofond e sull'assenza di restrittività per la concorrenza

326. Assofond e la generalità delle fonderie hanno evidenziato che gli indicatori predisposti dall'Associazione non hanno mai avuto la finalità di determinare un allineamento delle politiche commerciali delle singole fonderie associate. Gli indicatori, infatti, non sarebbero in alcun modo rilevanti nel momento di acquisizione della commessa dal singolo cliente, in cui il prezzo di vendita dei getti di ghisa verrebbe determinato sulla base di un *full cost* che recepisce le caratteristiche dello specifico processo produttivo di fonderia, a cui viene applicato un *mark up*. Gli indicatori riguardano invece esclusivamente la successiva fase di esecuzione della commessa e – in ragione della peculiarità dei contratti di fornitura dei getti in ghisa – sono volti ad assicurare un aggiornamento di alcune delle voci di costo sulla base delle quali è stata formulata l'offerta iniziale. Secondo le parti, un'asserita intesa su questa componente non avrebbe quindi alcun senso⁷⁴².

⁷³⁷ DOC. 621, pagg. 20 e segg. Analoghe considerazioni sono state svolte da Zanardi (DOC. 643, sez. 4.1.2).

⁷³⁸ DOC. 629, pagg. 34-35.

⁷³⁹ DOC. 629, All. 2 (memoria economica).

⁷⁴⁰ DOC. 635, par. 56.

⁷⁴¹ DOC. 638, par. 117.

⁷⁴² Cfr. DOC. 257 e DOC. 639, parr. 119 e segg. Tra gli altri si veda Ariotti (DOC. 621, pagg. 8 e segg.), Cividale/ZML (DOC. 641, parr. 113 e segg.), C2MAC (DOC. 629, parr. 85 e segg. e pag. 22); EF Group/Pilenga (DOC. 640, parr. 101 e segg.), De Riccardis (DOC. 645, pagg. 16 e segg.); Zanardi (DOC. 643, pagg. 38-39). Zardo ha osservato che la presentazione dell'offerta rappresenta il momento competitivo per eccellenza e che spesso sono i clienti a richiedere alle

327. Dopo l'acquisizione della commessa, i rapporti tra fonderie e clienti possono durare per un numero significativo di anni e si pone un problema di aggiornamento del prezzo in prospettiva dinamica⁷⁴³. Le fonderie e i loro clienti, dunque, necessitano di modalità e strumenti efficienti ed efficaci per allineare il prezzo alle dinamiche di mercato. L'Associazione considera, in proposito, il fatto che congiuntamente il costo dell'energia, del rottame e della ghisa in pani raggiungono una quota indicativa pari al 60% dei costi complessivi sostenuti da una fonderia, di tal ché il prezzo iniziale di aggiudicazione della commessa deve essere adeguato nel tempo con degli indici per tener conto dell'andamento, spesso molto altalenante, di tali rilevanti voci di costo, a tutela tanto della fonderia quanto del committente⁷⁴⁴. Secondo Assofond gli indici elaborati dall'associazione forniscono quindi uno strumento utile a tal fine, senza in alcun modo incidere nelle dinamiche competitive di prezzo tra le fonderie, trattandosi di strumenti la cui funzione principale è quella di semplificare le relazioni commerciali protratte nel tempo tra fonderia e cliente; funzione ancor più rilevante in condizioni di elevata volatilità e laddove siano frequenti gli aggiornamenti del prezzo di commessa⁷⁴⁵.

328. Gli stessi clienti delle fonderie esprimerebbero un favor verso gli indicatori standard di Assofond tanto che dopo la sospensione della loro pubblicazione numerosi clienti si sono lamentati e ne hanno chiesto la reintroduzione⁷⁴⁶.

varie fonderie uno specifico sistema di indicizzazione, al fine di rendere le offerte economiche comparabili (DOC. 268, par. 26). Nello stesso senso Corrà rileva che la negoziazione del prezzo si esaurisce quasi totalmente nella redazione del listino di partenza e gli indici assumono un ruolo marginale nell'applicazione della variazione, sul listino già negoziato (DOC. 636, pag. 21). Secondo Camozzi/FMG (DOC. 408, pp. 14-16) gli indici elaborati dall'Associazione non assumono rilievo anticoncorrenziale, trattandosi di dati relativi all'andamento dei costi produttivi a monte che indubbiamente non sono in grado di orientare in alcun modo la formazione del prezzo nel complesso e differenziato settore di riferimento, e dunque determinare alcun pregiudizio per la concorrenza e effetto distorsivo. Si veda anche FMG, DOC. 633, pag. 29. EF Group/Pilenga aggiunge che anche *“il prezzo della materia prima usato come base di partenza è ancorato al prezzo pagato per il suo acquisto e valorizzato secondo la procedura del costo medio ponderato con aggiornamento mensile desunto dalla contabilità di magazzino [...] e risulta sempre indipendente e diverso dal valore espresso dall'indice QEMP”* (DOC. 640, parr. 108 e segg.).

⁷⁴³ Cfr. DOC. 257, par. 20: *“in un settore come quello della produzione dei getti di ghisa, in cui la maggior parte dei contratti (circa il 90%) sono di lunga durata è necessario ricorrere a meccanismi di indicizzazione”*.

⁷⁴⁴ Cfr. DOC. 639, parr. 26 e segg. Anche C2MAC ha rilevato che l'utilizzo di indicatori di costo sono concordati per neutralizzare l'incidenza di una variabile di costo che impatta considerevolmente sul prezzo del prodotto (come la materia prima per le fonderie che costituisce il 50-60% del prezzo di vendita), a tutela anche del produttore che in alcune circostanze (come ad esempio l'aumento dei costi nel 2022) in assenza di indici si troverebbe a dover uscire dal mercato (DOC. 258, par. 13). Peraltro, si tratta di un meccanismo neutro che può avere un impatto al rialzo o anche al ribasso sui prezzi, e quindi operare anche a vantaggio dei clienti (DOC. 629, pag. 18-19). Glisenti e Lead Time (DOC. 638, parr. 27 e segg.).

⁷⁴⁵ DOC. 239, “Relazione Analisi economica” e DOC. 257. In particolare, nello studio economico Assofond indica che la necessità di disporre di strumenti per l'adeguamento dei prezzi rispetto all'andamento del costo delle materie prime non è avvertita solamente a livello nazionale: indici analoghi sono attualmente utilizzati anche in altri Paesi dell'«area europea»: in Germania (indici MTZ e ETZ), in Francia (indici ICHTTS e Fsd2), in Spagna (indici Chatarra acero, Lingote Afino, Lingote nodular alta purezza, Ferroaleaciones, Indice elettrico OMIE, Indice de Gas TTF), in Turchia (Raw material index), in Polonia (indici MTZ e ETZ), a cui si aggiungono gli indici dell'associazione europea CAEF (Scrap monitoring). Anche Ariotti, richiamando uno studio di un esperto a livello europeo di grandi fusioni in ghisa, rileva che è difficile trovare fonderie in Europa che non utilizzino qualche meccanismo di indicizzazione e clienti che abbiano contestato il ricorso a tali meccanismi (DOC. 273). Secondo FMG (DOC. 633, pag. 4 e pag. 22 e segg.) si tratta di strumenti aggiornamento tecnico, di pubblico dominio (ricavati da dati ufficiali pubblici), volti a rappresentare in forma sintetica e condivisa l'andamento delle principali componenti di costo nella produzione dei getti di ghisa. Gli indici peraltro sono oggetto di negoziazione e spesso sono richiesti dagli stessi clienti, nonché utilizzati in modo non uniforme dalle fonderie (sul punto la Società richiama le email della società Ingerson Rand del 16/09/2022 e le comunicazioni di clienti tra cui Bonfiglioli e Comer). FMG aggiunge che le materie prime utilizzate dalle fonderie in Italia sono le stesse (ghisa in pani, acciaio, sabbie) e che a fronte dei pochi importatori delle stesse i prezzi di acquisizione sono plausibilmente simili per tutti gli operatori. Ciò fa sì che gli indici risultino uno strumento utile (soprattutto per i clienti) in quanto forniscono un quadro chiaro di un mercato dai fattori produttivi estremamente omogenei (DOC. 633, pag. 5-6 e pag. 25 e 26). Anche Ironcastings (DOC. 394, pp. 2 e 3) rileva l'utilità degli indici nei rapporti di lunga durata per entrambe le parti negoziali.

⁷⁴⁶ Assofond (DOC. 237, DOC. 278, DOC. 370). Zanardi osserva che la sospensione della pubblicazione degli indicatori decisa cautelativamente dall'Associazione rappresenta una perdita per l'intero settore (DOC. 244, par. 6). Anche VDP (DOC. 270, par. 5), Camozzi/FMG (DOC. 408, p. 2) e De Riccardis (DOC. 264, parr. 35 e 37) hanno rilevato come la

329. Assofond evidenzia che l'elaborazione degli Indicatori dei costi è stata una risposta necessaria a una fase di grave instabilità economica, in particolare dopo l'ingresso della Cina nel WTO (2001) e la crescente volatilità dei prezzi delle materie prime⁷⁴⁷.

330. Assofond inoltre – dopo aver ribadito che le modalità di calcolo degli indici sono facilmente accessibili e trasparenti⁷⁴⁸ e che la definizione dei panieri e delle incidenze *standard* è convenzionale ed esemplificativa – ha rilevato che le fonderie sono libere di utilizzare gli indici Assofond *standard* oppure di adattarli alle specificità dei loro processi produttivi.

331. Al riguardo, con specifico riferimento al QEMP, nella memoria del maggio 2024, Assofond aveva osservato che *“questi Indici [il QEMP, ndr] sono basati su una carica metallica convenzionale (ossia il 50%), sebbene le fonderie ne usino di molto diverse (15%, 30%, 75%), ciò che incide grandemente sui costi di ciascuna, privando il dato convenzionale di valenza anticompetitiva”*⁷⁴⁹. Nella documentazione successivamente prodotta e nel corso delle audizioni, invece Assofond ha evidenziato che le differenze tra l'applicazione degli indici standard rispetto all'utilizzo di parametri specifici sarebbero estremamente ridotte, come dimostrerebbe la simulazione relativa all'andamento dell'indice QEMP al variare delle incidenze degli *input*: nella memoria si illustra l'andamento del valore dell'indice QEMP dal 2019 al 2024 nelle tre ipotesi di mix di carica 50%-50%, 40%-60%, 60%-40% e si osserva che gli scarti tra le tre ipotesi sono molto contenuti con conseguenze minime sui prezzi finali⁷⁵⁰. Inoltre, il riequilibrio nel medio termine di situazioni favorevoli per una parte rispetto all'altra, porta a concludere che le semplificazioni adottate nella prassi risultano tecnicamente e quantitativamente ragionevoli.

332. La composizione della carica metallica dipende, secondo l'Associazione, *“da aspetti metallurgici, dal processo produttivo utilizzato dalla singola fonderia e dalla facilità di accedere ad*

sospensione della pubblicazione degli indicatori da parte di Assofond a luglio 2024 abbia generato disorientamenti e che molti clienti si sono lamentati perché non hanno più a disposizione tale riferimento, che ha garantito per molto tempo la semplificazione del calcolo delle variazioni dei prezzi. In particolare De Riccardis ha evidenziato che *“prima della sospensione della pubblicazione era necessario utilizzare un solo valore, quello pubblicato da Assofond, mentre le quotazioni messe a disposizione dalla Camera di Commercio sono più difficilmente interpretabili (possono sorgere incomprensioni, ad esempio, su quale riga della pubblicazione utilizzare)”*. Secondo Ironcastings (**DOC. 277**, par. 8 e all. 1.) sarebbero gli stessi clienti, i quali sono in grado di esercitare un significativo potere di mercato, a sollecitare l'applicazione degli indici Assofond al fine di ottenere preventivi e quotazioni confrontabili in modo diretto e immediato per poter aggiudicare la commessa al prezzo più basso, a parità degli altri fattori (es. qualità, puntualità nelle consegne). Glisenti e Lead Time rilevano che è il cliente a pretendere che nelle offerte sia sempre menzionata la quotazione della carica metallica con l'indicazione del QEMP (**DOC. 638**, par. 43). Zardo (**DOC. 635**, par. 57 e segg. e par. 95) evidenzia invece che l'indicizzazione dei prezzi veniva richiesta dai clienti ma che non sempre questi ultimi vogliono usare gli indici Assofond (come, ad es., affermato da Same e Merlo sentite in audizione)¹.

⁷⁴⁷ **DOC. 639**, par. 271. Assofond rileva che, pensati per supportare le imprese, soprattutto quelle più piccole e prive di strutture analitiche, gli Indicatori: (a) monitoravano in modo oggettivo l'andamento dei costi produttivi; (b) fornivano un riferimento tecnico per affrontare trattative con i clienti; (c) non contenevano prezzi né margini consigliati; (d) non erano vincolanti, ma liberamente consultabili anche dai clienti delle fonderie.

⁷⁴⁸ Anche Zanardi mette in evidenza la piena accessibilità degli indici Assofond, e quindi l'assenza del parametro della segretezza, utilizzati in primo luogo dai clienti quale parametro di riferimento (**DOC. 643**, sez. 4.2.2). Sul punto anche EF Group/Pilenga (**DOC. 640**, par. 177 e segg.).

⁷⁴⁹ **DOC. 119**. Si veda altresì la presentazione depositata il 20 maggio 2024 ai fini dell'audizione di Assofond del 22 maggio 2024, in cui, in relazione al QEMP, si rappresenta che *“[...] viene fatta una ipotesi di composizione della carica metallica, ovvero un paniere esemplificativo che combina un mix al 50% delle due principali materie prime metalliche impiegate nel processo, ghisa in pani e rottame. La scelta ha il solo intento di renderne semplice la rappresentazione ed è fornita a titolo meramente esemplificativo. Ciascuna fonderia è libera naturalmente di parametrizzare il processo e prodotto introducendo i valori corrispondenti alla propria specificità aziendale che possono differire notevolmente da una realtà all'altra”* (**DOC. 124**).

⁷⁵⁰ **DOC. 257**, par. 22, **DOC. 639**, par. 153. Argomentazioni analoghe sono svolte da Zanardi (**DOC. 244**) e da EF Group/Pilenga (**DOC. 640**, par. 184 e segg.).

*una delle due materie prime*⁷⁵¹, nonché da “*ragioni di opportunità economica*”⁷⁵². Tale affermazione appare condivisa, in generale, dalle fonderie parti del procedimento⁷⁵³.

333. Nelle proprie difese Assofond ha altresì ribadito che, come indicato nella Guida, fonderia e cliente sono libere di scegliere se ricorrere al paniere del QEMP pubblicato da Assofond a titolo meramente esemplificativo oppure un paniere diverso⁷⁵⁴. Tuttavia, secondo l’Associazione, l’utilizzo di tale paniere – “*che comporta una standardizzazione della variazione della componente di costo relativa alla materia prima*”⁷⁵⁵ – risulta vantaggioso in termini di semplicità di utilizzo, permettendo al contempo di mitigare l’effetto di eventuali *shock* nel prezzo di una delle due materie prime⁷⁵⁶.

334. Assofond, quindi, ritiene che il QEMP possieda tutte le caratteristiche formali e sostanziali di un indice statistico settoriale, utilizzato con finalità di aggiornamento economico coerente con le buone prassi contrattuali e industriali e che allo stesso non possa invece applicarsi il concetto di “*focus point*”, ossia di un valore soglia definito arbitrariamente e non destinato a rappresentare fedelmente l’andamento di un fenomeno economico reale⁷⁵⁷.

335. Circa le modalità di applicazione del QEMP, Assofond ha altresì sostenuto che esso non viene applicato come un delta diretto rispetto a un valore base, come avviene in altri settori, ma l’adeguamento economico avverrebbe generalmente in percentuale sull’incidenza del costo della ghisa in pani e dei rottami, principali materie prime del processo fusorio. Questo significa che, anziché calcolare un sovrapprezzo (o uno sconto) basato sulla variazione assoluta della quotazione, si applica una variazione percentuale in aumento o in diminuzione, proporzionata all’oscillazione del costo di queste specifiche materie prime rispetto al periodo di riferimento⁷⁵⁸. Assofond fornisce al riguardo una serie di esempi di applicazione del QEMP, da cui emergerebbe che anche applicando lo stesso valore dell’indice, l’impatto sui prezzi cambierebbe in base alla composizione dei costi⁷⁵⁹.

336. L’Associazione rileva poi che la necessità di utilizzare il QEMP è comprovata dal fatto che indici analoghi esistevano ed esistono in tutti i Paesi dell’area europea⁷⁶⁰. Inoltre, l’analisi della

⁷⁵¹ DOC. 257, par. 25.

⁷⁵² DOC. 257, par. 26.

⁷⁵³ DOC. 273, parr. 14, 22 e 24, DOC. 258, parr. 24 e 30, DOC. 260, par. 46, DOC. 264, par. 32, DOC. 270, par. 26, DOC. 244, par. 14, DOC. 268, parr. 22 e 75, DOC. 274, par. 37, DOC. 246, par. 4, DOC. 277, par. 12.

⁷⁵⁴ DOC. 639, parr. 147 e segg.

⁷⁵⁵ DOC. 257, par. 26.

⁷⁵⁶ DOC. 257, par. 18.

⁷⁵⁷ DOC. 639, parr. 146 e segg. In senso analogo, Zanardi (DOC. 643, pagg. 39-40).

⁷⁵⁸ DOC. 639, parr. 138 e segg. e parr. 303 e segg. Tale modalità di applicazione del QEMP viene rappresentata anche da Zanardi che rileva: “[i]l QEMP non rappresenta un valore fisso da aggiungere al prezzo base, ma una variazione percentuale calcolata sull’incidenza delle materie prime nel processo fusorio. Questo approccio consente di riflettere fedelmente la struttura dei costi delle fonderie, evitando distorsioni legate a quotazioni generiche” (DOC. 643, pag. 39).

⁷⁵⁹ In particolare, Assofond (DOC. 639, par. 309) considera diverse combinazioni di prezzo finale di vendita del getto (25€, 40€, 45€ e 170€), di peso (10 kg, 25 kg e 100 kg) e di incidenza del costo della materia prima sul totale dei costi (40%, 45%, 50% e 70%) e mostra che applicando una identica variazione percentuale del QEMP dell’8% si ottengono variazioni % dei prezzi differenziate (2,2%, 2,7%, 1,4% e 3,1%) Assofond aveva già fornito un esempio analogo nel corso dell’audizione dell’11 ottobre 2024 (DOC. 239, par. 24), ritenuto dall’Associazione conforme alle proprie indicazioni (DOC. 275, par. 18).

⁷⁶⁰ DOC. 639, par. 131. In senso analogo C2MAC (DOC. 629, pag. 21); Zanardi (DOC. 643, pag. 39); EF Group/Pilenga (DOC. 640, par. 117 e seg.). EF Group/Pilenga osserva, altresì che su un fatturato cumulato della fonderia per un periodo di 9 anni, l’utilizzo di un indice diverso dal QEMP di Assofond, come ad esempio il CAEF o BDG, avrebbe condotto ad un fatturato ipotetico del tutto in linea (DOC. 640, par. 178). Ironcasting rileva che gli indicatori Assofond rappresentano uno tra i tanti indici esistenti sul panorama europeo (e mondiale), dove per il settore della ghisa si fa molto spesso ricorso agli indici della materia prima CAEF, BDG tedesco e FEAF spagnolo (DOC. 641, par. 112). In senso analogo Glisenti e Lead

serie storica dell'indice dal 2002 a luglio 2024, evidenzia diversi periodi di flessione ininterrotta, di durata variabile e relativi a fasi di calo fisiologico e prolungato del costo delle materie prime, che contraddirebbero qualsiasi ipotesi di comportamento collusivo e confermerebbero invece la natura strutturale e di mercato delle variazioni rilevate con il QEMP⁷⁶¹. In proposito, l'Associazione sottolinea che la circostanza che l'indice QEMP fosse più alto di analoghi indici europei (CAEF, BDGuss e FEAF) è fuorviante in quanto ciò è da ricondursi alla circostanza che in Italia il rottame notoriamente costa più che altrove⁷⁶².

337. Relativamente agli indicatori IDT e TET, essi non sarebbero praticamente stati applicati da alcuna fonderia, quindi si tratta di indicatori che non hanno potuto avere un impatto reale sulle dinamiche concorrenziali del mercato in questione⁷⁶³.

338. In conclusione, l'Associazione ritiene che, considerato il meccanismo di funzionamento e le finalità degli indici Assofond: da un lato, gli indici non svolgano alcun ruolo nella fase competitiva di aggiudicazione della commessa; e dall'altro, l'indicizzazione contribuisca esclusivamente a regolare in modo efficiente nel tempo le variazioni di un prezzo già precedentemente negoziato attraverso processi di libera concorrenza⁷⁶⁴. Ne consegue, secondo Assofond, che non sia possibile configurare negli indici alcuna intesa restrittiva per oggetto, tenuto anche conto del fatto che l'attività istruttoria non avrebbe svolto una accurata ricostruzione del contesto di mercato di riferimento e dell'impatto della pubblicazione degli indici nello stesso⁷⁶⁵.

339. FMG rappresenta che per la società l'incidenza delle materie prime metalliche sul prezzo è nel range del 15%-26%, con una media del 20% e che quindi gli aggiornamenti derivanti dal QEMP hanno un'incidenza limitata sulla revisione dei suoi prezzi⁷⁶⁶. FMG rileva, inoltre, di non avere mai usato il valore numerico dell'indice TET pubblicato da Assofond ma solo le variazioni di tale indice intercorrenti tra un momento iniziale, definito con il cliente, e i successivi aggiornamenti, mensili o trimestrali concordati. Non da ultimo, molti clienti significativi di FMG non accetterebbero alcuna indicizzazione, imponendo la fissazione di un prezzo all'emissione dell'ordine che rimane fisso e indipendente dal periodo di produzione o consegna⁷⁶⁷.

340. C2MAC evidenzia di non aver in alcun modo contribuito alla definizione dell'IDT e del TET, di non avere mai applicato il TET e di avere considerato l'IDT solo come parametro di riferimento esterno – e non come automatica indicizzazione – per dimostrare al cliente gli effettivi rincari dei costi sottesi agli aumenti applicati⁷⁶⁸. C2MAC presenta una memoria economica⁷⁶⁹ da cui emerge che fino al 2020 vi è stata una sostanziale stabilità dei costi degli input produttivi, con conseguenti

Time osservano che l'applicazione di analoghi indici esistenti nel panorama europeo, quali il CAEF o il BDG avrebbe condotto a risultati sostanzialmente analoghi (DOC. 638, par. 35 e seg.).

⁷⁶¹ DOC. 639, par. 133 e seg. In senso analogo Zanardi (DOC. 643, pag. 39), Glisenti/Lead Time (DOC. 638, par. 33) e De Riccardis (DOC. 645, pagg. 13 e segg.).

⁷⁶² DOC. 639, par. 291. Zardo rileva che la differenza va cercata nella peculiarità di mercati diversi, dove per effetto di volumi, logistica e distribuzione, molto spesso il mercato italiano risulta essere più caro (DOC. 635, pag. 11). FMG ritiene che essendo l'indice estrapolato dai dati pubblici delle Camere di Commercio, il fatto che sia più alto rispetto ad altri indici esteri non è significativo, non implica marginalità e non dipende dagli operatori. Al contrario, tale circostanza comprova ulteriormente che i costi in Italia fossero effettivamente superiori rispetto ad altri paesi (DOC. 633, pag. 6).

⁷⁶³ DOC. 639, parr. 121 e segg.

⁷⁶⁴ Argomentazioni analoghe da parte di Zanardi (DOC. 244). De Riccardis nel corso dell'audizione ha rilevato di condividere le conclusioni raggiunte nello studio economico presentato da Assofond (DOC. 264).

⁷⁶⁵ DOC. 639, parr. 160 e segg.

⁷⁶⁶ DOC. 633, pagg. 5-6 e pagg. 22 e segg.

⁷⁶⁷ DOC. 633, pag. 29.

⁷⁶⁸ DOC. 629, par. 81.

⁷⁶⁹ DOC. 629, All. A.

modeste oscillazioni degli indici e che dal 2020, per effetto degli incrementi dei costi (in primis, quelli energetici e delle materie prime), gli indici hanno portato a un aumento dei prezzi. Tuttavia: (i) nel periodo in cui la presunta concertazione si sarebbe intensificata (i.e., a partire dal 2020), i prezzi in Italia sono cresciuti più lentamente di quanto accaduto negli altri Paesi dell'Unione europea; (ii) gli aumenti registrati a inizio 2022 in Italia coincidono con analoghi aumenti all'estero, confermando così la neutralità degli indici; e (iii) a partire dal 2022, in Italia si registra una diminuzione dei prezzi che non si riscontra negli altri Paesi europei, *“evidenziando che, nel mercato italiano, a differenza di quello europeo, le fonderie hanno progressivamente trasferito alla clientela la riduzione dei costi successiva al picco, determinando una diminuzione dei prezzi”*⁷⁷⁰.

341. Ironcastings precisa che le concrete modalità di applicazione dei sistemi di indicizzazione adottati dalla Società (ossia il QEMP) sono coerenti con la sua specifica situazione e con il suo processo produttivo⁷⁷¹.

342. Cividale/ZML, dopo aver chiarito che la Società non ha mai utilizzato il TET e ha utilizzato l'IDT solo per poche settimane⁷⁷² e per solo il 7% dei clienti, evidenzia che i pesi percentuali previsti dal QEMP (50% ghisa in pani e 50% lamierino) possono essere adattati da ciascuna fonderia a seconda della propria realtà produttiva. Inoltre, si tratta di un indice che si riferisce ad una componente di costo che incide in misura indicativamente del 30% del prezzo finale di vendita del prodotto e che è stato utilizzato da Cividale/ZML solo per una parte minoritaria dei clienti in Italia⁷⁷³, quindi non idoneo a causare una strutturale alterazione delle dinamiche concorrenziali nel settore della ghisa⁷⁷⁴.

343. Ariotti chiarisce che la Società, su impulso di un cliente tedesco, ha adottato un sistema di indicizzazione mensile dei prezzi in funzione delle sole quotazioni di ghisa in pani pubblicate dalla Camera di commercio, più corrispondenti al proprio ciclo produttivo, in ciò differenziandosi dal QEMP, sia per la cadenza che per il mix di carica. Solo nel 2021 la Società ha cominciato a utilizzare l'indice italiano, considerato che l'abbandono dei forni a gas rendeva un mix 50% ghisa e 50% rottame più conforme al proprio ciclo produttivo. A riprova della indipendenza dei propri comportamenti sul mercato, Ariotti richiama anche il fatto che dal 1° gennaio 2022 ha introdotto un nuovo esclusivo indice, il cd. “MEATZ”, elaborato in proprio per dar conto ai clienti dell'andamento specifico dei costi del suo ciclo produttivo⁷⁷⁵.

344. Corrà riferisce di utilizzare gli indici Assofond solo come parametro di riferimento, ma di non farne applicazione pratica nella definizione del prezzo. Assofond, inoltre, non indicizza ogni componente del prezzo, considerato che il PUN (tratto dal GSE) e il costo della carica inciderebbero per il 33,82% sul prezzo totale. Corrà evidenzia, infine, che l'indicizzazione sulla base delle tabelle Assofond è richiesta dal cliente (cita al riguardo il contratto con Same) e mette a confronto l'andamento del prezzo realizzato con cinque clienti, da cui emergerebbe *“la scarsa se non assente incidenza degli indici nella formazione del prezzo iniziale, e nelle variazioni successive.*

⁷⁷⁰ DOC. 629, pag. 23.

⁷⁷¹ DOC. 394, pp. 2 e 3.

⁷⁷² Solo nel periodo 2021-2022, di fronte all'andamento esponenzialmente crescente del costo dell'energia – il quale rappresentava per ZML una componente fissa del prezzo di vendita – ZML ha chiesto ai clienti di applicare una qualche forma di indicizzazione, proponendo in prima battuta l'applicazione dell'IDT Assofond e poi sostituendolo, dopo poche settimane, con un proprio algoritmo (il cd. “ZML Index”) basato sul PUN. Queste richieste sono state rifiutate dalla maggior parte dei clienti e ZML ha ottenuto con grande ritardo e solo parzialmente un riconoscimento dei maggiori costi sostenuti (DOC. 641, par. 122).

⁷⁷³ Cividale/ZML allega un prospetto (DOC. 641, Allegato 3).

⁷⁷⁴ DOC. 641, parr. 116 e segg.

⁷⁷⁵ DOC. 621, pagg. 12 e segg.

Determinando - a cascata - che la variazione di prezzo è dipesa dalle ulteriori componenti di costo non indicizzate”.

345. Zardo riferisce di avere liberamente utilizzato nei propri rapporti con la clientela solo il QEMP a partire progressivamente dal 2012, usandolo solo come riferimento e procedendo a proprie elaborazioni e considerando in diversi casi percentuali del mix di carica diverse dal 50% e 50%⁷⁷⁶. La Società inoltre osserva che Assofond ha diffuso gli indicatori a tutte le associate e non solo alle fonderie parti del procedimento, e che gli stessi erano pienamente accessibili anche da parte dei clienti, non integrando quindi alcun intento di celare gli aumenti o i motivi sottesi agli stessi. Peraltro, esistono indici pubblici, come IBOR e ISTAT, che consentono l’aggiornamento dei prezzi dei contratti in diversi settori economici, il cui uso risulta perfettamente legittimo⁷⁷⁷.

346. Zanardi rileva che i propri meccanismi di formazione del prezzo di listino sarebbero influenzati solo per una quota minoritaria dall’indicizzazione delle materie prime agli indici Assofond. Zanardi specifica inoltre di avere applicato – in condivisione con i clienti – sino al 2021 il QEMP quale meccanismo di indicizzazione dei prezzi principalmente dei materiali ferrosi mentre ha affiancato a tale indice l’IDT solo nel periodo tra il 2021 e il 2024. La Società non ha mai adottato l’indice TET nella formazione dei propri prezzi⁷⁷⁸.

347. EF Group/Pilenga riferisce di aver sempre negoziato con i clienti l’applicazione di eventuali aggiornamenti di prezzo e che *“il QEMP era uno strumento di negoziazione; ove applicato, un puro valore di riferimento per i futuri adeguamenti di prezzo, e quindi solo di una componente del prezzo (tra le varie)”*⁷⁷⁹. Inoltre, nel primo periodo dopo l’acquisto del ramo d’azienda Pilenga nel 2016, la Società non sottoscrisse alcun accordo che prevedeva l’applicazione dell’indice Assofond che quindi non fu utilizzato, fino a quando successivamente il suo inserimento nei contratti fu chiesto da alcuni clienti. EF Group/Pilenga rileva inoltre che l’utilizzo dell’indice Assofond non ha prodotto alcun vantaggio per la Società nel periodo di riferimento, anzi, se avesse mantenuto il prezzo della materia prima ai valori di gennaio 2023, senza applicare l’aggiornamento del QEMP, il suo fatturato sarebbe stato ben maggiore. Da ciò discende che *“l’indice QEMP non “garantisce” alcuna marginalità”*⁷⁸⁰. EF Group/Pilenga non ha mai usato né l’indice TET, né – diversamente da quanto sostenuto nella CRI – l’IDT, posto che l’unico documento da cui si evincerebbe tale circostanza (ISP. 20.23) attesta semmai l’inadeguatezza dell’indice a rappresentare i costi reali sostenuti dalla Società⁷⁸¹.

348. Glisenti e Lead Time hanno riferito di non avere *“mai usato – reputandoli farraginosi, confusi, inutili e fuorvianti nei rapporti con i Clienti – l’indicatore TET, né quello IDT”* e che il QEMP *“è stato utilizzato dalle esponenti MA sempre di comune accordo con le Clienti, in nessun caso è statpo imposto”*⁷⁸². Inoltre, il mix di carica 50% ghisa e 50% rottame è quello che meglio rappresentava la realtà industriale.

349. VDP ha specificato di avere fatto riferimento fino al 2020 e alla crisi dovuta alla pandemia da Covid-19 al solo QEMP, e quindi ai dati pubblicamente resi disponibili dalla Camera di Commercio di Milano. Dal 2021 la società ha utilizzato dei sottoindici dell’IDT, negoziando le percentuali di

⁷⁷⁶ DOC. 635, parr. 51 e segg.

⁷⁷⁷ DOC. 365, pag. 24.

⁷⁷⁸ DOC. 643, sez. 4.3.1.

⁷⁷⁹ DOC. 640, par. 128, enfasi in originale.

⁷⁸⁰ DOC. 640, parr. 134-135.

⁷⁸¹ DOC. 640, parr. 136-138.

⁷⁸² DOC. 638, enfasi in originale, parr. 131 e segg.

variazione con i singoli clienti, e il PUN per la componente energetica, utilizzando fattori di conversione differenziati tra i clienti a seconda del tipo di produzione⁷⁸³.

350. Infine, pur ribadendone la piena legittimità e profili di efficienza, alcune fonderie, hanno riscontrato limiti all'adozione di un sistema di indicizzazione. EF Group/Pilenga, nella propria audizione con gli Uffici, ha evidenziato che indici analoghi a quelli di Assofond sono stati introdotti nel corso degli anni in diversi settori industriali. Tuttavia egli ritiene che *“l'utilizzo della QEMP per l'adeguamento dei prezzi di listino abbia “addormentato il sistema fornitore” e portato a una perdita di imprenditorialità nel settore, un tempo caratterizzato dalla costante trattativa con il cliente poi sostituita dalla applicazione degli indici. Solo negli ultimi tre anni, caratterizzati da diverse criticità economiche, le fonderie hanno ripreso a discutere dell'adeguamento dei prezzi con i propri clienti”*⁷⁸⁴. Secondo C2MAC e Corrà, sarebbe preferibile non utilizzare gli indicatori, dal momento che spesso vengono utilizzati in maniera strumentale dai clienti che tendono a rifiutare aumenti dei prezzi laddove relativi a costi non indicizzati⁷⁸⁵. Anche Cividale/ZML sarebbero i clienti stessi a definire gli indicatori da utilizzare per l'adeguamento dei prezzi di listino⁷⁸⁶, precisando di trovare gli indici Assofond inadatti per l'adeguamento nel tempo dei prezzi dei propri prodotti e che, per tale motivo, dopo un iniziale tentativo di utilizzo di tali indici, ne ha costruito di propri⁷⁸⁷.

V.6. Sulla partecipazione all'attività associativa

351. Assofond, in via preliminare, sostiene la piena legittimità dell'attività associativa dalla stessa svolta, che in numerosi casi ha coinvolto le imprese clienti delle fonderie, riflettendo la realtà di un compromesso operativo, frutto di esigenze concrete e condivise con i clienti. Questi ultimi sono sempre stati parte attiva nel processo decisionale, contribuendo alla definizione e all'adozione degli strumenti utilizzati, di cui si sono consapevolmente avvalsi e che hanno considerato utili e funzionali alle proprie esigenze⁷⁸⁸.

352. Assofond contesta inoltre che vengano messi sullo stesso piano incontri in sede associativa di diversa natura, quali Assemblee, Giunte, Comitati di Presidenza, Riunioni di settore/comparto, la maggior parte dei quali è stata allargata ad una platea ampia ed eterogenea che comprende anche fonderie di acciaio e di alluminio, non prestandosi quindi a costituire la sede di discussioni sensibili sui prezzi⁷⁸⁹.

353. In proposito l'Associazione evidenzia che tra le oltre 50 convocazioni agli atti, solo in un caso (25 marzo 2020) si indica la necessità di soffermarsi sui prezzi e in un solo altro caso si menzionano all'ordine del giorno della riunione (8 aprile 2011) le condizioni generali di contratto⁷⁹⁰. Assofond,

⁷⁸³ **DOC. 634**, parr. 49 e segg.

⁷⁸⁴ **DOC. 261**, par. 6.

⁷⁸⁵ **DOC. 258**, par. 14, **DOC. 260**, par. 45. C2MAC osserva in particolare che ai clienti non interesserebbe l'utilizzo specifico degli indicatori Assofond: l'importante per il cliente è indicizzare al fine di ridurre lo spazio di negoziazione (**DOC. 258**, par. 23).

⁷⁸⁶ **DOC. 274**, par. 18. Anche secondo Camozzi/FMG il sistema di aggiornamento dei prezzi viene spesso elaborato e proposta dai clienti delle fonderie (**DOC. 408**, p. 15).

⁷⁸⁷ **DOC. 274**, par. 21.

⁷⁸⁸ **DOC. 639**, par. 206.

⁷⁸⁹ **DOC. 639**, par. 207.

⁷⁹⁰ **DOC. 639**, par. 250.

inoltre, specifica che il Comitato Esecutivo Ghisa non avrebbe di fatto mai operato a causa della mancata disponibilità dei membri designati⁷⁹¹.

354. Nell'argomentare circa la legittimità di tutte le attività associative, Assofond rileva che anche la predisposizione di modelli di lettere era finalizzata a facilitare la comunicazione tra le fonderie, spesso piccole imprese, e i loro clienti ed era un'attività svolta con trasparenza e senza alcun risvolto restrittivo della concorrenza, posto che si trattava di modelli generici e adattabili liberamente da ciascuna impresa⁷⁹².

355. FMG rileva che per tutto il periodo di riferimento non ha avuto alcun ruolo in Assofond. Le partecipazioni agli eventi del settore sono pressoché inesistenti quantomeno tra il 2007 e il 2020. Almeno con riferimento alla FMG, la rara partecipazione a incontri associativi annuali o nei periodi di gravissima crisi susseguirsi (Covid, Ucraina), ha riguardato temi ordinari prima della crisi (come avviene in tutte le associazioni di categoria) e questioni urgenti e gravissime nel corso del lungo periodo di crisi che ha riguardato le fonderie⁷⁹³.

356. Cividale/ZML, in via preliminare, ritiene che vi sia prova di una sua partecipazione, comunque istituzionale, alle attività di Assofond solo a partire dal 2021. Negli anni precedenti, anche in considerazione del periodo molto risalente nel tempo, la ricostruzione istruttoria potrebbe non essere corretta, tenuto conto anche delle imprecisioni che si riscontrano per gli anni più recenti⁷⁹⁴. Più in generale, la prova della partecipazione delle fonderie alle riunioni Assofond sarebbe tratta da documenti non affidabili quali fogli Excel/Word privi di sottoscrizioni e date, nonché concepiti come documenti preparatori alla convocazione⁷⁹⁵. Né ZML né Cividale, fino a fine 2021, avrebbero mai avuto esponenti con posizioni e/o incarichi di vertice negli organi associativi, ivi compresi il Presidente, il Vice Presidente, il CdP, il comitato direttivo e quello esecutivo, nonché esponenti di comparto in Assofond Ghisa. Tutte le isolate partecipazioni alla vita associativa di Cividale/ZML hanno visto il susseguirsi di diverse figure professionali per lo più non apicali, che hanno partecipato in maniera non assidua e in periodi diversi, con lunghi anni di completa e totale assenza⁷⁹⁶. L'imputazione a Cividale/ZML di un ruolo di spicco in Assofond colliderebbe peraltro con la circostanza per cui il Procedimento, a dispetto anche di altre Fonderie coinvolte, non è stato esteso a un significativo numero di fonderie che hanno preso parte a numerosi eventi di Assofond (da spettatori/partecipanti passivi, al pari di ZML e Cividale) nonché a ruoli di spicco nei direttivi (tra

⁷⁹¹ **DOC. 639**, par. 259.

⁷⁹² **DOC. 639**, parr. 266 e segg.

⁷⁹³ **DOC. 633**, pag. 4.

⁷⁹⁴ **DOC. 641**, parr. 125 e segg. Cividale/ZML rileva due riunioni di Giunta per le quali sarebbe stata indicata erroneamente la presenza di [A.V.] (Giunte del 14.12.2022 e del 10.04.2024) e tre riunioni di Giunta per le quali la partecipazione di [S.D.] sarebbe stata in rappresentanza di ZML (Giunte del 15.04.2020, 13.05.2020 e del 09.12.2020), mentre ciò non era possibile considerato che il suo contratto con la società risultava cessato il 14.02.2020 (**DOC. 641**, Allegato 9).

⁷⁹⁵ Cividale/ZML richiama al riguardo i documenti ISP. 41.86, ISP. 41.73, ISP. 41.10, ISP. 41.20, ISP. 41.40, ISP. 41.31.

⁷⁹⁶ **DOC. 641**, par. 132 e seg. Più nel dettaglio, ZML avrebbe partecipato tra il 2004 e il 2021 a soli cinque eventi Assofond Ghisa (nel 2004, 2006, 2009, 2014 e 20159); nel 2022, su precisa richiesta da parte dei vertici di Assofond Cividale ha per la prima volta acconsentito che fosse nominato nel Comitato di Presidenza Assofond un proprio esponente, nella persona di [A.V.], esponente non apicale della Società, non facendo parte di alcun consiglio di amministrazione e non disponendo di deleghe; per periodi limitati e del tutto saltuariamente, ZML ha partecipato alla Giunta Assofond, organismo nel quale sono rappresentati tutti i comparti, i.e. acciaio, alluminio, ghisa, microfusione (su 77 incontri di Giunta tra il 2010 e il 2024, le Società hanno presenziato a 15 incontri prima del 2021, e a 14 incontri dal 2021 in poi), con assenza di partecipazione per lassi di tempo particolarmente estesi; ZML e Cividale non hanno mai partecipato agli incontri organizzati in ambito associativo per gruppi di Fonderie omogenee per settore di destinazione dei getti, quali gli incontri delle "Fonderie produttrici dei getti per l'industria dei mezzi di trasporto (getti per auto, veicoli industriali, trattoristica)", né a sottogruppi più ristretti, né ai tavoli di lavoro per settore di destinazione dei getti, rispetto ai quali non sono neanche mai state inserite tra le fonderie da invitare. Cfr. anche **DOC. 274**, par. 27, 48 e 52.

cui CdP e Giunta)⁷⁹⁷. Cividale/ZML rileva in conclusione che non le può essere imputata un'intesa per aver preso parte ad attività e incontri istituzionali in un contesto dove altri operatori economici secondo la CRI si coordinavano per finalità a cui ZML non poteva essere interessata in ragione delle proprie peculiarità produttive.

357. Zardo⁷⁹⁸ in sede di audizione con gli Uffici ha rilevato di aver partecipato esclusivamente alle Assemblee annuali e al Congresso. La Società contesta che la propria partecipazione alla presunta intesa possa essere fatta risalire all'incontro tra fonderie di metalli ferrosi del 15 luglio 2004, a cui non è provata la sua partecipazione e che ha comunque visto la presenza di molteplici fonderie, anche non coinvolte nel presente procedimento⁷⁹⁹. Zardo evidenzia inoltre che la sua partecipazione alle riunioni di Assofond Ghisa dal 2004 si è limitata nell'ascolto di quanto veniva riportato in merito a temi comuni alle fonderie, quali novità normative o redditività del settore, senza intervenire su alcuna tematica. Zardo non ha partecipato a incontri ristretti e di norma alle riunioni Assofond a cui ha preso parte le imprese partecipanti erano ben più numerose di quelle oggetto del Procedimento in questione.

358. C2MAC osserva come per tutto il periodo 2007-2019 il quadro probatorio della presunta intesa si baserebbe solo su riunioni Assofond in relazione a molte delle quali viene riportato solo un elenco dei partecipanti e non viene spiegato, né tantomeno provato, in che modo abbia avuto luogo uno scambio di informazioni sensibili⁸⁰⁰. In relazione alla propria specifica posizione, C2MAC evidenzia di non avere fatto parte né del Comitato Esecutivo di Assofond Ghisa né (fino al 2019) della Giunta Assofond, nonché di avere partecipato nel periodo 2004-2019 alle sole riunioni di Assofond Ghisa del 30 novembre 2012, 12 dicembre 2014 e del 14 dicembre 2016. Quanto al 2020, C2MAC non ha partecipato alle riunioni del 19 giugno, del 9 settembre e del 26 novembre e, in ogni caso, è del tutto fisiologico che la pandemia e le sue conseguenze sulle attività produttive facessero oggetto degli incontri di Assofond di quel periodo⁸⁰¹.

359. Corrà ha rappresentato di non parlare quasi mai nel corso delle riunioni Assofond e di non partecipare a discussioni in tale ambito relative all'andamento del mercato o dei clienti⁸⁰². Corrà evidenzia, altresì, di non aver avuto nessun ruolo verticistico nell'associazione dal 2006 (periodo a lei imputato), né assunto deleghe, né partecipato assiduamente o attivamente alle attività⁸⁰³. La Società, più in dettaglio riepiloga tutte le riunioni richiamate nelle risultanze istruttorie, evidenziando che Corrà non è in Comitato di Presidenza, che in numerose occasioni la società risulta esplicitamente assente⁸⁰⁴, in altre non risulta alcuna firma (anche negli eventuali *file Excel* allegati) o conferma di partecipazione né interventi o rilascio di informazioni⁸⁰⁵. A sostegno di quanto precede, Corrà sottolinea che lo stesso Direttore Generale di Assofond ha in più occasioni

⁷⁹⁷ **DOC. 641**, par. 144.

⁷⁹⁸ **DOC. 268**, par. 71.

⁷⁹⁹ **DOC. 365**, par. 91 e seg. La Società cita, ad esempio, il **DOC. 41.11**, riunione fonderie di ghisa del 11 maggio 2009.

⁸⁰⁰ **DOC. 629**, par. 100 e seg. C2MAC cita, a titolo esemplificativo, le riunioni del 30 ottobre 2007, del 9 maggio 2008, del 12 dicembre 2008, dell'11 maggio 2009, del 23 febbraio 2012, dell'11 dicembre 2013.

⁸⁰¹ **DOC. 629**, par. 117 e seg.

⁸⁰² **DOC. 260**.

⁸⁰³ **DOC. 636**, pag. 3-4.

⁸⁰⁴ Vengono indicati al riguardo gli eventi tenutisi nelle date 29.3.2010, 30.11.2010, 8.4.2011, 30.11.2012, 26.11.2020, 14.4.2021, 27.4.2021, 7.7.2021, 27.1.2021, 16.2.2022, 20.7.2022 (**DOC. 636**, pag. 9 e seg.).

⁸⁰⁵ Vengono indicati al riguardo gli eventi tenutisi nelle date 31.3.2006, 12.2.08, 11.5.2009, 19.6.2009, 4.5.2011, 11.12.2013, 12.12.2014, 13.5.2020, 19.6.2020, 9.9.2020, 13.4.2022, 9.5.2022, 24.6.2022, 28.9.2022, 19.4.2023, 31.5.2023, 23.6.2023, 11.10.2023, 13.12.2023 (**DOC. 636**, pag. 9 e seg.).

stigmatizzato lo scarso interesse della Società nei confronti delle attività associative. Quanto, infine, alla riunione del 15 aprile 2020, di cui risulta agli atti una breve sintesi di VDP (ISP. 41.331 e ISP. 81.805), Corrà evidenzia che non è stato riferito nessun dato sensibile e che “*il prezzo finale non è neppure un tema*”.

360. Anche De Riccardis ha affermato di partecipare alle Assemblee e ai Convegni e “*in maniera molto marginale*” alla Giunta, precisando di essere particolarmente interessata alle tematiche che Assofond porta avanti presso il governo per denunciare, ad esempio, problemi come quello energetico⁸⁰⁶.

361. Ironcastings ha rilevato come la sua partecipazione alla vita associativa è stata per moltissimi anni sostanzialmente nulla; negli anni più recenti è stata comunque limitata a pochi eventi, in occasione di legittime iniziative che, per quanto consta alla Società, non hanno dato luogo a concertazione tra i partecipanti⁸⁰⁷. In particolare, la Società non ha mai rivestito alcun ruolo specifico o di rilievo nell’ambito degli organi di vertice dell’Associazione (non avendo mai rivestito la carica di Presidente o di Vice Presidente), inoltre non ha mai ricevuto deleghe operative o rappresentative e non ha neppure mai ricoperto cariche elettive in Assofond Ghisa. Ironcastings, inoltre: (i) non ha mai partecipato a nessuna delle 23 riunioni del Comitato di Presidenza tenute a partire dal 2008 e del Consiglio di Presidenza Assofond; (ii) non ha partecipato alla quasi totalità delle 20 Assemblee Generali di Assofond organizzate a partire dal 2005, fermo restando che nelle rarissime occasioni in cui ha presenziato, Ironcastings ha partecipato solo alla parte pubblica e non alla parte privata degli incontri; (iii) ha presenziato solo ad una delle 25 riunioni di Assofond Ghisa (né veniva invitata a partecipare ai momenti di confronto informale organizzati a margine di tali eventi); (iv) ha presenziato solo a 16 delle 78 riunioni della Giunta di Assofond organizzate a partire dal 2010 (solo a partire dal 21 luglio 2021) e in ogni caso sempre da remoto e mai in presenza.

362. Zanardi evidenzia che occorre inquadrare bene il ruolo che [Fr.Z.] ha avuto in Assofond. In particolare, fino al 2006 [Fr.Z.] non ha ricoperto alcun incarico associativo e successivamente ha operato principalmente come consulente esterno a cui quindi non può essere ricondotta la responsabilità di decisioni strategiche, spettante invece al Direttore Generale ai sensi dello Statuto di Assofond. Parimenti alcuna responsabilità può essere individuata in capo a [F.Z.], non essendo emersa alcuna partecipazione diretta o indiretta a strategie associative pregresse all’assunzione della presidenza dell’Associazione nel 2021 ed essendo invece a lui attribuibile la scelta di indirizzo volta ad interrompere la pubblicazione degli indicatori dopo l’avvio del procedimento⁸⁰⁸.

363. EF Group/Pilenga osserva come la presenza della società a presunte riunioni Assofond sia dedotta da meri fogli indicanti diverse decine di nomi, senza conferme tramite firme. La Società richiama poi le riunioni di Assofond del 15 aprile 2020 e del 19 giugno 2020 osservando che nel pieno periodo pandemico non ci si poteva non aspettare che le fonderie parlassero in ambito associativo delle loro problematiche⁸⁰⁹. EF/Pilenga rileva che il ruolo ricoperto dal consigliere delegato della società Torbole, [E.F.], in Assofond, più intenso negli anni seguenti le crisi economiche del 2008 e del 2021, “*costituisce una attività estranea alle società esponenti e alle stesse non riconducibili*”⁸¹⁰. EF/Pilenga osserva, inoltre, che nel periodo di sua presidenza, alle

⁸⁰⁶ DOC. 264.

⁸⁰⁷ DOC. 627, par. 61 e seg. DOC. 394, p. 6 in cui la società ha rappresentato di aver preso parte solo a quattro Assemblee generali, a 4 riunioni di Assofond Ghisa e a 16 riunioni della Giunta, di cui fa parte del 21 luglio 2021.

⁸⁰⁸ DOC. 643, sez. 4.1.4.

⁸⁰⁹ DOC. 640, par. 199 e seg.

⁸¹⁰ DOC. 640, par. 51 e seg.

riunioni a cui ha partecipato non si è mai parlato né di prezzi né di sconti; si trattava poi di riunioni non segrete e aperte non solo alla generalità delle associate ma in alcuni casi anche a clienti, fornitori ed altri eventuali *stakeholders*.

364. Ariotti osserva che fino al 2013 la sua partecipazione in Assofond sarebbe stata sporadica e limitata al ruolo di uditore. Quanto ai due mandati di presidenza assunti tra il 2013 e il 2021, la società rileva che detto ruolo – che non può essere confuso con quello di rappresentante legale della fonderia – è sempre stato esercitato con piena consapevolezza del diritto antitrust e avendo come focus tematiche istituzionali. Ariotti cita quale esempio evidente al riguardo la relazione agli associati fatta durante l’assemblea del 22 ottobre 2021⁸¹¹.

365. Con riferimento, infine, ai resoconti delle riunioni associative, VDP⁸¹² e Cividale/ZML⁸¹³ hanno affermato di averli scritti a beneficio dei propri commerciali. In particolare, secondo VDP in nessuna occasione si è tuttavia parlato di prezzi, dal momento che i getti prodotti dalle fonderie presenti sono tutti diversi⁸¹⁴. Cividale/ZML rileva che i resoconti delle riunioni del CdP da soli non possono in alcun modo provare l’esistenza di un’intesa: la natura delle informazioni circolate ai tavoli del CdP, infatti, non sarebbe idonea a determinare un coordinamento tra i partecipanti, perché tali informazioni sono: (i) sempre state espresse in forma generica, (ii) agevolmente reperibili da fonti pubbliche (bilanci), (iii) meramente finalizzate a un confronto tra imprese con caratteristiche macroscopiche simili (i.e. energivore e gasivore), e certamente non a trasferire dati commercialmente sensibili, specialmente in ragione dell’assenza di rapporti di concorrenza tra ZML e le altre partecipanti⁸¹⁵.

V.7. Sull’assenza di contatti illeciti tra le parti del procedimento

366. Tutte le parti del procedimento hanno altresì argomentato che non vi sarebbe stato alcun contatto illecito tra di loro in relazione agli aumenti di prezzo, e che la maggior parte delle evidenze richiamate sarebbero ascrivibili al peculiare quadro congiunturale che ha caratterizzato il periodo 2020-2023.

367. VDP⁸¹⁶ ha rilevato che *“le fonderie di ghisa costituiscono un microcosmo di aziende, concentrate in un territorio relativamente piccolo (il Nord-Est dell’Italia), popolato di imprenditori e manager⁸¹⁷ che [...] si conoscono da decenni e che, al di là del fatto di essere colleghi e concorrenti, sono diventati anche amici. Questa confidenza a livello umano, però, è ben lontana dalla volontà di creazione di un cartello per il coordinamento dei prezzi. Secondo VDP è normale che tra professionisti concorrenti si parli di dinamiche economiche, soprattutto nei microcosmi come quello delle fonderie di ghisa. Infatti, se non c’è un confronto sull’andamento del mercato anche tra concorrenti diretti, soprattutto quando le dinamiche economiche sono veloci e insidiose, il rischio di soccombenza delle aziende è altissimo. Ma tale situazione è radicalmente diversa da uno strutturato coordinamento dei prezzi”*. VDP ha aggiunto che, viste le dinamiche particolarmente critiche che hanno investito il settore nel 2021, le fonderie di ghisa si sono confrontate ripetutamente perché la situazione stava diventando insostenibile per il settore. In tal senso, il sistema più efficace

⁸¹¹ DOC. 621, pagg. 18 e 19.

⁸¹² DOC. 270, par. 47.

⁸¹³ DOC. 274, par. 54.

⁸¹⁴ DOC. 270, par. 47.

⁸¹⁵ DOC. 641, par. 186.

⁸¹⁶ DOC. 270, par. 6 e 7.

⁸¹⁷ VDP fa riferimento, in particolare, agli esponenti delle società Glisenti/Lead Time, Ariotti, EF Group/Pilenga, Zanardi e della stessa VDP.

individuato è stato quello dell'attività di *lobbying* con il Governo al fine di ottenere l'introduzione del credito d'imposta energetico⁸¹⁸.

368. EF Group/Pilenga⁸¹⁹ ha rilevato altresì che, vista la drammatica crisi di settore, in un paio di occasioni pubbliche ha esortato i concorrenti a smettere di inseguire i volumi, che i clienti spostavano facilmente, vendendo spesso in perdita con offerte insostenibili, perché questo avrebbe portato alla scomparsa del settore, ma ciò senza mai dare indicazione dei prezzi. Secondo la parte, tale appello non integra alcun illecito *antitrust* e comunque rimase del tutto inascoltato per l'esasperato individualismo degli altri imprenditori. Quanto ai singoli episodi di contatti riportati nelle risultanze istruttorie la società evidenzia: (i) la bozza di lettera da inviare ai clienti nel settembre 2021, che sarebbe stata condivisa con Ariotti (ISP. 20.169), è solo una *email* interna al gruppo e, in ogni caso, in un momento in cui i costi dell'energia erano letteralmente impazziti, prendere spunto da un'altra fonderia, peraltro caratterizzata da una gamma di prodotti del tutto differente, non costituisce una condotta illecita⁸²⁰; (ii) l'*email* interna di VDP del 6 agosto 2021, avente a oggetto "*chat ieri con alcune fonderie*" (ISP.81.794) non rileva in quanto relativa per EF/Pilenga ad un'offerta di un fornitore di ghisa⁸²¹.

369. C2MAC⁸²² ha affermato che dalla documentazione agli atti emergerebbe un "chiacchiericcio" determinato dal senso di frustrazione derivante dal fatto che le fonderie non venivano ascoltate dai clienti e non riuscivano a trasferire a valle gli ingenti aumenti dei costi subiti tra il 2021 e il 2023, che mettevano a rischio la loro sopravvivenza. È possibile infatti che, a seguito dei significativi aumenti di costo verificatisi tra il 2021 e il 2023 e all'impossibilità di farsi ricevere dai clienti e vedersi riconoscere gli aumenti, le fonderie si siano chieste se tutte stessero subendo le medesime dinamiche (ad esempio, "*siete riusciti a farvi riconoscere qualche aumento?*" oppure "*a te non hanno dato niente?*"). C2MAC ha riconosciuto che non vi sarebbe dovuto essere alcun contatto tra le fonderie ma che si è trattato di un comportamento ingenuo che certamente non ha prodotto alcun effetto concreto⁸²³. C2MAC evidenzia inoltre come gli aumenti dei prezzi alla clientela di quel periodo siano state iniziative del tutto autonome della Società, dettate dalla necessità di adeguare i propri prezzi all'aumento dei costi delle materie prime⁸²⁴.

370. Glisenti/Lead Time rilevano che in relazione al pranzo del 30 marzo 2023 a cui ha partecipato l'Ing. [R.D.B.] e al suo incontro con il presidente di Assofond dell'11 luglio 2023 non vi è alcuna evidenza in atti che possa comprovare che in queste occasioni si parlasse di tematiche contrarie al diritto antitrust⁸²⁵. La Società ha altresì precisato che in ragione della partecipazione dell'Ing. [R.D.B.] in Assofond in qualità di Vice Presidente "*vi è stata una progressiva conoscenza dei colleghi fonditori che hanno portato a una frequentazione, con alcuni perfino amichevole, in particolare con quelli che hanno ricoperto e ricoprono ruoli apicali nell'Associazione. La*

⁸¹⁸ DOC. 634, par. 85.

⁸¹⁹ DOC. 261, par. 4.

⁸²⁰ DOC. 640, par. 202.

⁸²¹ DOC. 640, par. 205.

⁸²² DOC. 258, par. 17 e 48.

⁸²³ DOC. 629, pag. 20. La carenza di effetto concreto viene deriverebbe "(i) della diversità dei prodotti realizzati dalle fonderie coinvolte nel Procedimento e (ii) della conseguente assenza di concorrenza diretta tra le stesse, nonché (iii) della necessità per le fonderie di confrontarsi su un piano commerciale con i propri clienti, dotati di maggiore forza negoziale e in grado quindi di resistere, in tutto o in parte, alle richieste di aumento prezzi."

⁸²⁴ C2MAC richiama in proposito l'aumento prezzi praticato tra gennaio e febbraio 2021, peraltro riguardante anche prodotti secondari non indicizzati, le lettere di aumento trasmesse ai clienti a inizio 2022 conseguente allo scoppio della guerra in Ucraina, e l'aumento deciso dalla Società a inizio 2023 (DOC. 629, pag. 32 e seg.).

⁸²⁵ DOC. 638, par. 150 e seg.

*confidenza che si è instaurata negli anni ha portato ad amplificare quella sorta di “chiacchiericcio” via via che passavano gli anni, senza, tuttavia, mai scambiarsi alcun dato veramente significativo per gli standard antitrust su prezzi, Clienti e produzioni*⁸²⁶. In proposito, Glisenti/Lead Time rilevano che in alcun modo potranno essere considerate responsabili delle condotte dell’Ing. [R.D.B.] in ambito associativo, ascrivibili invece esclusivamente all’associazione stessa⁸²⁷.

371. Cividale/ZML ritiene che non vi siano evidenze di scambi anticoncorrenziali con le altre fonderie, avendo l’attività istruttoria erroneamente interpretato episodici e leciti contatti con altre parti. Al riguardo ZML richiama l’incontro tra [C.V.] e [F.Z.] del 10 dicembre 2021 (ISP. 66.93) *“concepito come occasione di cortesia e pensato per conoscersi in vista dell’impegno di [A.V.] a rappresentare il Gruppo Cividale e il comparto acciaio nel Comitato di Presidenza di Assofond”*, in ogni caso privo di portata restrittiva in considerazione dell’assenza di sovrapposizioni tra i prodotti realizzati dalle due società, che non possono quindi definirsi concorrenti⁸²⁸. Cividale/ZML evidenzia poi che le risultanze istruttorie individuano una connessione tra richieste di aumenti di prezzo di ZML⁸²⁹ e presunti episodi di contatti impropri in cui tuttavia la Società non era coinvolta. Ad avviso della Società tali evidenze rappresentano addirittura elementi a suo discarico. Rispetto alla ricostruzione istruttoria, Cividale/ZML contestano, inoltre, la sussistenza di alcun contatto con FMG, con VDP e con C2MAC⁸³⁰.

372. Ironcastings contesta la rilevanza dei contatti che le vengono imputati: con ZML nel 2020, in quanto riguarda solo una visita allo stabilimento; con FMG nel 2022 e 2023 in quanto episodici e non riguardanti informazioni sensibili; con VDP nel 2022, in quanto episodico e giustificato dal fatto che si trattava di un prodotto particolarmente complesso. Quanto ai contatti bilaterali con Zardo, relativi ad un periodo di durata sostanzialmente annuale, questi, oltre ad essere privi di rilievo concorrenziale (in particolare ISP. 56.17, ISP. 56.12 e ISP. 56.48), riguardano un’impresa che non è concorrente di Ironcastings poiché dotata di un impianto dimensionalmente più piccolo e fornitrice nei casi di clienti comuni di prodotti diversi⁸³¹. Secondo Ironcastings *[e]ventuali contatti tra fonderie che non si ritenevano come concorrenti (e non erano percepite come tali neppure dai clienti)* potrebbero al più aver corroborato la necessità nota a tutti nel settore (clienti compresi) di recuperare i costi aggiornando i listini⁸³².

373. Zardo rileva che le discussioni in ambito Assofond negli anni 2020-2022 sono state necessariamente influenzate dalla natura assolutamente emergenziale del periodo pandemico e dallo scoppio della guerra in Ucraina, che impattava sulla disponibilità e sui costi delle materie prime e che le fonderie prestavano comunque una buona attenzione al tema antitrust⁸³³.

⁸²⁶ **DOC. 638**, par. 154.

⁸²⁷ **DOC. 638**, par. 155 e seg.

⁸²⁸ **DOC. 641**, par. 159 e seg.

⁸²⁹ ZML richiama a tal riguardo gli aumenti che la CRI colloca tra giugno e luglio 2021, tra settembre e ottobre 2021, nel novembre 2021, tra fine 2021 e inizio 2022 e nel mese di marzo 2022. **DOC. 641**, par. 172.

⁸³⁰ **DOC. 641**, par. 173. Cividale/ZML contesta in particolare la lettura dei documenti ISP. 51.41, ISP. 28.40 e ISP. 35.05

⁸³¹ **DOC. 627**, par. 52 e seg. Anche **DOC. 277**, par. 48, 50 e all.1.

⁸³² **DOC. 627**, par. 121.

⁸³³ **DOC 635**, par. 61 e seg. In proposito Zardo richiama espressioni rinvenibili negli atti quali *“avere molta attenzione a toccare temi che rappresentino accordi o iniziative comuni per fermare attività”* o *“per le note regole antitrust non si è parlato direttamente di prezzi”* relative alla riunione Assofond 10 marzo 2022, o ancora la precisazione del Presidente di Assofond nel corso dell’Assemblea del 24 giugno 2022, circa il fatto che l’associazione non poteva *“suggerire alle fonderie una giustificazione per la mancata restituzione del credito d’imposta da utilizzare coi clienti, dal momento che ciò sarebbe contrario alla normativa antitrust”* e chiariva che si trattava *“proprio di un discorso di antitrust, e quindi ciascuno [aveva] i suoi costi e ciascuno decide[va] per sé la politica commerciale”* (**DOC 635**, par. 76).

374. Zardo rileva poi che la condivisione delle informazioni con i concorrenti al di fuori di Assofond è da ritenersi irrilevante riguardando visite di natura meramente tecnica o *email* interne in cui in realtà si discute di informazioni acquisibili sul mercato con una legittima attività di *market intelligence*⁸³⁴. Zardo evidenzia, inoltre, che il confronto tra imprese si è concentrato nei periodi di crisi assolutamente straordinaria dei mercati: 2008/2009 (Lehman Brothers), 2022/2023 (guerra in Ucraina). In ogni caso, poiché Zardo non è in grado di produrre getti di ghisa di peso superiore a 100 kg, tutti gli asseriti scambi di informazioni sui prezzi con fonderie che non producono getti inferiori a tale peso non possono essere considerati scambi di informazioni fra concorrenti⁸³⁵. Con particolare riferimento agli scambi con Ironcastings, “che non è un suo concorrente”, Zardo specifica di avere ricevuto informazioni sensibili ma di avere in ogni caso continuato ad applicare la propria politica dei prezzi, comunicando a quest’ultima i propri aumenti solo dopo averli applicati. Si è trattato in ogni caso di scambi episodici relativi a un cliente comune e non di una condotta di cartello.

375. Zanardi ritiene che per valutare le evidenze dei contatti tra le parti non si possa prescindere dal momento congiunturale in cui gli stessi si sono realizzati. In particolare, le comunicazioni tra Zanardi e Pilenga relative alle chiusure vanno ricondotte allo *shock* energetico del marzo 2022. Al riguardo la Società evidenzia inoltre di essersi limitata alla condivisione del contenuto della comunicazione ai clienti, dopo che ciascuna fonderia aveva già deciso autonomamente di procedere con la chiusura degli impianti. Trattandosi di un’azione che può avere serie conseguenze contrattuali, la condivisione delle comunicazioni era unicamente volta a garantire una gestione responsabile delle relazioni commerciali e non a porre in essere condotte concertative. Quanto all’incontro con Glisenti dell’11 luglio 2023 (ISP. 12.135), Zanardi evidenzia che non vi sia alcuna prova circa i contenuti effettivi dell’incontro, a cui quindi non può essere attribuito alcun valore indiziario⁸³⁶.

376. FMG rileva che i possibili contatti commerciali agli atti sono scarsissimi e irrilevanti e che ogni comunicazione è sempre avvenuta in modo individuale e nel rispetto della propria autonomia contrattuale. Le uniche comunicazioni enfaticamente nella CRI sono normali *email* interne in cui si ragiona (non in condivisione con i concorrenti) su come rendere profittevole l’attività anche in fase di crisi⁸³⁷. In particolare, la Società ritiene che non possano ritenersi rilevanti ai fini della prova di un coordinamento le critiche mosse ad Assofond insieme ad altre due fonderie (ISP. 28.56), il generale commento sugli aumenti dei prezzi fatto con Ironcastings (ISP. 46.19), nonché il generale commento sul generale calo degli ordinativi emerso nell’ambito di un’Assemblea Assofond (ISP. 76.1).

377. Corrà rileva che secondo la ricostruzione istruttoria gli episodi che la vedrebbero coinvolta sarebbero solo tre: (i) una *email* interna di VDP dell’8 giugno 2021 in cui si parla di Corrà indirettamente (ISP. 81.794), da cui emerge che sono i clienti a dichiarare le quotazioni di altri, e priva di riscontri fattuali stante la continuità dei rapporti tra Corrà e Same; (ii) uno scambio di *email* interno al gruppo Camozzi-FMG del 3 marzo 2022 (ISP. 28.61), in cui il riferimento alla Società è di natura unicamente pronostica; (iii) una conversazione interna a VDP del 5 agosto 2022 (ISP. 81.53) che in realtà lascerebbe trapelare una forte concorrenza tra le fonderie.

⁸³⁴ DOC. 635, par. 82 e seg. In particolare, Zardo si riferisce ai doc. ISP. 24.3507, ISP. 56.1, ISP. 56.102, ISP. 24.2611,

⁸³⁵ DOC. 635, par. 91.

⁸³⁶ DOC. 643, sez. 6.3,

⁸³⁷ DOC. 633, pag. 4.

378. De Riccardis afferma di non avere mai comunicato alcun dato sensibile né a VDP, le cui affermazioni sono da ritenersi prive di affidabilità, né ad altri concorrenti⁸³⁸.

V.8. Sull'assenza di parallelismo di prezzo

379. In via generale le parti hanno rilevato che non è stata dimostrata l'esistenza di alcun parallelismo nel livello dei prezzi praticati dalle fonderie parti del procedimento evidenziando, in particolare, che gli aumenti dei prezzi richiesti per il periodo successivo al 2020 – peraltro non sempre ottenuti – sono stati motivati prevalentemente dall'eccezionale contesto emergenziale verificatosi in quegli anni e dal conseguente andamento anomalo dei costi di produzione. In alcun modo, quindi, la mera esistenza di richieste di aumento da parte delle fonderie può essere ritenuto elemento idoneo a costituire elemento di prova di un'intesa illecita tra concorrenti⁸³⁹.

380. Assofond ritiene che l'attività istruttoria non abbia analizzato l'andamento dei listini e se lo avesse fatto non avrebbe potuto riscontrare alcun parallelismo. Lo stesso *whistleblower* ha fornito evidenze di aumenti molto differenziati tra loro, di circa il 20%⁸⁴⁰. Sotto il profilo temporale, inoltre, non può individuarsi alcun anomalo parallelismo tenuto conto del fatto che è prassi risalente e consolidata nell'industria il fatto che i listini siano rivisti su base trimestrale⁸⁴¹.

381. Assofond evidenzia inoltre che il segnalante anonimo, cliente delle fonderie, contesti in realtà aumenti superiori a quelli che si sarebbero ottenuti con l'applicazione degli indici Assofond, fornendo quindi evidenza del fatto che tali strumenti di adeguamento dei prezzi avessero in realtà l'effetto di calmierare il mercato e non certo quello di restringere la concorrenza⁸⁴². Peraltro, dalla lettura delle segnalazioni emerge come gli aumenti contestati dal *whistleblower* alle fonderie avessero ragioni diverse: dal mancato rispetto degli impegni minimi di acquisto per l'anno precedente, al documentato aumento dei costi produttivi per voci quali sbavature, verniciature, additivi e logistica, altre causali ancora. Ciò trova riscontro anche nella differenza tra gli adeguamenti richiesti dalle diverse fonderie lamentati dal segnalante, che possono variare da 80 a 100 €/ton e che non possono essere qualificati "coordinati", come viene invece addebitato alle parti⁸⁴³.

382. Ironcastings rileva che la Società avrebbe adottato una politica di prezzo disallineata rispetto a quella delle altre fonderie, sia per la mancata o limitata applicazione degli indicatori (cfr. lo scambio con il cliente Comer, ISP 46.28), sia per l'entità degli adeguamenti richiesti (cfr. sempre il cliente Comer, ISP 46.116)⁸⁴⁴. Ironcastings inoltre, ritiene che sia documentata mente provato che le revisioni dei listini attuate dalle diverse fonderie non fossero allineate nel metodo, nei valori e (almeno da fine 2022) neppure nel segno⁸⁴⁵.

⁸³⁸ DOC. 645, pag. 8.

⁸³⁹ Assofond (DOC. 639), Glisenti/Lead Time (DOC. 246, parr. 37 e 38 e DOC. 638, parr. 144 e ss. e 163), FMG (DOC. 256, DOC. 408, pag. 16 e DOC. 633, pag. 5), C2MAC (DOC. 258, parr. 15 e 16, DOC. 629, All. A), Corrà (DOC. 183, DOC. 259, DOC. 260), De Riccardis (DOC. 264 e DOC. 645, pag. 6 e pag. 19; la Società evidenzia che nel suo caso all'origine degli adeguamenti dei prezzi ci sarebbero anche scelte di investimento fatte subito dopo la pandemia al fine di incrementare la propria competitività e per reperire materie prime diverse, anche con fini di sostenibilità ambientale), VDP (DOC. 270, par. 47), Cividale/ZML (DOC. 274), Ironcastings (DOC. 277, All. 1 e DOC. 627, par. 87).

⁸⁴⁰ DOC. 639, par. 215.

⁸⁴¹ DOC. 639, par. 212. Anche C2MAC, DOC. 258, par. 16.

⁸⁴² DOC. 639, par. 51 e seg. In senso analogo anche EF/Pilenga, par. 65 e sez. V.

⁸⁴³ DOC. 639, par. 51 e seg.

⁸⁴⁴ DOC. 627, par. 89.

⁸⁴⁵ DOC. 627, par. 123 e seg. Ironcastings nella propria memoria finale fornisce una tavola riepilogativa delle richieste di aumento documentate agli atti per evidenziare che: le modalità di comunicazione sono state diverse (in alcuni casi personalizzate, in altri casi generali senza indicare numeri, in altri ancora generali con indicazione di numeri); le modalità

383. FMG mette in luce che anche il *whistleblower* che ha dato origine al caso dà conto del fatto che FMG sia l'unico operatore che opera secondo logiche autonome e indipendenti dagli altri⁸⁴⁶. La Società rileva, inoltre, che gli aumenti di prezzo nel periodo 2020-2021 sono stati frutto di autonome decisioni di impresa a fronte dell'esplosione dei costi produttivi, come emerge anche dalle lettere trasmesse ai clienti finali richiamate nella CRI, che non evidenziano né una coincidenza temporale né testuale⁸⁴⁷. Anche per il periodo 2023-2024, caratterizzato da una significativa contrazione della domanda, le imprese hanno reagito alla crisi attraverso una pluralità di strategie differenti, alcune aumentando i listini, altre riducendoli, o ancora – come FMG – mantenendoli invariati⁸⁴⁸.

384. Cividale/ZML evidenzia che non è stato provato un allineamento di ZML ai prezzi (o agli aumenti di prezzo) praticati dalle altre fonderie, dal momento che, da un lato, i prezzi non risultano comparabili, essendo riferiti a prodotti diversi, e, dall'altro, non emerge alcuna evidenza contraria rispetto al fatto che ZML abbia sempre perseguito in maniera autonoma la propria politica commerciale. Non risulta infatti alcuna simultaneità o allineamento con le politiche commerciali delle altre fonderie⁸⁴⁹. Cividale/ZML rileva inoltre che i comportamenti contemporanei relativi alle richieste di aumento dei prezzi, nel caso di ZML, sarebbero al più limitati al solo periodo fine 2021-inizio 2022 e ampiamente giustificati da necessità aziendali contingenti e ineludibili, considerata l'eccezionalità del momento storico caratterizzato da aumenti dei costi energetici senza precedenti⁸⁵⁰.

385. Corrà rileva di non avere in nessun caso aumentato i prezzi in virtù di accordi con i concorrenti, di non avere mai ricevuto *format* di missive da inviare ai clienti e di non essersi mai allineata ai comportamenti dei concorrenti⁸⁵¹. La Società, inoltre, secondo la stessa ricostruzione istruttoria non avrebbe applicato alcun aumento di prezzo nel 2021 e avrebbe effettuato solo un aumento di listino nel settembre 2022. Quanto al 2023, anno in cui la CRI dà conto di aumenti anche da parte di Corrà, non verrebbe in alcun modo provata l'identità del prezzo praticato dai diversi concorrenti, né vi sarebbe alcuna contestualità tra gli stessi. Gli aumenti riscontrati per Corrà, peraltro, deriverebbero da esigenze aziendali connesse a investimenti ingenti. Prova ne sia che la Società è riuscita solo a riportare l'EBITDA al precedente valore, senza alcuna speculazione⁸⁵². In particolare, gli esercizi 2020 e 2021 hanno visto un netto calo della marginalità, che nel 2022 e 2023 è invece tornata ai livelli ante 2019 (8% e 7,8%), e anche negli ultimi due esercizi la marginalità sembra preservata.

386. Anche C2MAC evidenzia che non vi è agli atti nessuna analisi da cui possa desumersi un effettivo allineamento dei prezzi tra le diverse imprese⁸⁵³. In aggiunta, C2MAC ha presentato una memoria economica da cui emergerebbe l'assenza di effetti del presunto cartello anche con riferimento ai margini dei principali clienti, per i quali non si registra un peggioramento, nonché un andamento dei prezzi alla produzione nel mercato italiano simile a quello osservato in altri paesi

di revisione adottate sono state diverse (in alcuni casi adattamento dei sistemi di indicizzazione, in altri proposte di incremento a tantum); gli incrementi proposti, peraltro non sempre esplicitati, erano di valori diversi; tutte le proposte delle fonderie venivano poi riviste e personalizzate nel corso di serrate trattative con i rispettivi clienti, uscendone quasi sempre ridimensionate.

⁸⁴⁶ DOC. 633, pag. 2.

⁸⁴⁷ DOC. 633, pag. 12 e seg.

⁸⁴⁸ DOC. 633, pag. 19 e seg.

⁸⁴⁹ DOC. 641, par. 158.

⁸⁵⁰ DOC. 641, par. 174 e seg.

⁸⁵¹ DOC. 636, pag. 15.

⁸⁵² DOC. 636, pag. 15 e seg.

⁸⁵³ DOC. 629, pag. 18-19.

europei fino al 2022, e addirittura un ritardo nell'adeguamento dei prezzi rispetto al mercato europeo⁸⁵⁴.

387. EF Group/Pilenga rileva che, diversamente da quanto contestato in CRI, i fermi produttivi non erano finalizzati a un calo dell'offerta e a un concertato aumento dei prezzi ma erano invece un tentativo di arginare le perdite a fronte di costi energetici insostenibili. La contestualità riscontrata non era quindi riconducibile ad un'intesa ma va letta alla luce del quadro congiunturale di riferimento⁸⁵⁵.

388. Diverse parti, infine, hanno evidenziato di avere agito in maniera del tutto autonoma le une dalle altre in relazione al tema della restituzione del credito di imposta ai clienti, differenziandosi tra l'altro anche in funzione dei singoli clienti⁸⁵⁶.

V.9. Sulla qualificazione dell'intesa

389. Assofond e le fonderie parti del procedimento ritengono che le condotte contestate non possano essere ricondotte alla fattispecie di intesa unica, complessa e continuata. La ricostruzione istruttoria, infatti, non fornirebbe alcuna evidenza di un piano di insieme perseguito dalle parti del procedimento che consenta di accomunare le presunte infrazioni, né di un nesso di complementarietà tra le varie condotte intese a raggiungere un unico scopo, né, tantomeno, del contributo fornito consapevolmente dalle singole parti allo stesso. L'unico elemento che accomunerebbe le imprese del settore sarebbero gli indicatori Assofond, strumento legittimo caratterizzato da finalità informative e orientative, privo di effetti anche solo potenziali sul confronto competitivo tra le imprese⁸⁵⁷.

390. Le parti evidenziano altresì che non sarebbe stata dimostrata comunque la continuità, in termini di durata, della presunta intesa. Assofond evidenzia che le Autorità di concorrenza dovrebbero quantomeno fornire elementi di prova che si riferiscano a fatti sufficientemente ravvicinati nel tempo, tali per cui si possa ragionevolmente presumere che l'infrazione sia durata ininterrottamente entro due date precise. Nel mercato esaminato dall'Autorità, dunque, in ragione della estrema eterogeneità delle condotte di offerta delle fonderie, Assofond argomenta che anche pause mensili o al più trimestrali delle condotte contestate andrebbero considerate sufficientemente lunghe da causare una interruzione della asserita infrazione. Sussistono difatti agli atti numerose evidenze delle

⁸⁵⁴ **DOC. 629**, pag. 44 e memoria economica (All.2).

⁸⁵⁵ **DOC. 640**, par. 190 e segg.

⁸⁵⁶ VDP (**DOC. 634**, par. 85); EF/Pilenga (**DOC. 640**, par. 140 e segg.); C2MAC (**DOC. 629**, par. 135); Glisenti/Lead Time (**DOC. 246**, par. 7 e **DOC. 638**, par. 144 e segg.); Ironcastings (**DOC. 627**, par. 49. Anche **DOC. 394**, pp. 4 e 5); Zardo (**DOC. 268**, par. 41); Zanardi (**DOC. 244** e **DOC. 643**, sez. 4.1.3), De Riccardis (**DOC. 645**, pag. 19).

⁸⁵⁷ Assofond (**DOC. 639**, par. 180 e segg.); FMG (**DOC. 633**, pag. 46); Ariotti (**DOC. 621**, pag. 11); Zanardi (**DOC. 643**, sez. 5.1); Glisenti e Lead Time (**DOC. 638**, par. 182 e segg.); De Riccardis (**DOC. 645**, pag. 20); Cividale/ZML (**DOC. 641**, par. 192 e segg. e pagg. 200 e segg.) richiama *ex multis* la sentenza della Corte di giustizia dell'8 luglio 1999, *Commissione/Anic Partecipazioni*, C-49/92 P, EU:C:1999:356, la sentenza della Corte di giustizia del 24 giugno 2015, *Fresh Del Monte Produce*, cause riunite C-293/13 P e C-294/13 P, EU:C:2015:416, sentenza della Corte di giustizia del 1° febbraio 2024, *Scania e a./Commissione*, C-251/22 P, EU:C:2024:103; sentenza del Tribunale del 2 febbraio 2022, *Scania e a./Commissione*, T-799/17, EU:T:2022:48, ed evidenzia che non avrebbe fornito alcun contributo all'asserito obiettivo comune, tenuto conto, tra gli altri elementi, del fatto che per un lungo periodo la sua produzione era quasi esclusivamente *captive* e che quindi non vi era alcun interesse al tema degli indicatori; Zardo (**DOC. 635**, par. 105 e segg.) richiama la sentenza del Tribunale del 6 novembre 2024, *Credit Agricole e a./Commissione*, cause riunite T-386/21 e T-406/21, EU:T:2024:776, punti 151-153; C2MAC (**DOC. 629**, par. 51 e segg.) richiama la sentenza della Corte di giustizia del 6 dicembre 2012, *Commissione/Verhuizingen Coppens*, C-441/11 P, EU:C:2012:778, punto 42; altresì, *ex multis*, sentenza del Tribunale del 16 dicembre 2015, *Air Canada/Commissione*, T-9/11, EU:T:2015:994; sentenza della Corte di giustizia dell'8 luglio 1999, *Commissione/Anic Partecipazioni*, C-49/92 P, EU:C:1999:356, sentenza del Tribunale del 30 marzo 2022, *Latam Airlines Group SA e Lan Cargo SA/Commissione*, T-344/17, EU:T:2022:185, punti 573, 609, 614-615 e 629-630, e rimanda altresì alla giurisprudenza citata nella CRI. C2MAC (**DOC. 629**, par. 62-63) rileva che l'impianto accusatorio nei suoi confronti fino al 2019 si fonda unicamente su documentazione reperita presso Assofond, senza che vi sia un solo elemento che la riguardi specificamente.

interruzioni, in più tornate temporali, degli incontri tra fonderie che eccedono di gran lunga la durata di tre mesi, di cui si deve tenere conto ai fini della determinazione della durata effettiva delle condotte ipoteticamente sanzionabili⁸⁵⁸. Inoltre l'Associazione ritiene che tutte le condotte antecedenti al quinquennio della notifica dell'atti di avvio e di estensione ad Assofond risultino prescritte⁸⁵⁹.

391. Secondo diverse parti, inoltre, il caso di specie non costituirebbe un'ipotesi di intesa realizzata attraverso un accordo ma andrebbe inquadrata nella fattispecie di pratica concordata, rispetto alla quale, tuttavia, non sarebbe stato soddisfatto l'onere probatorio, mancando *in primis* la prova di un parallelismo delle condotte commerciali, nonché l'esistenza di elementi esogeni atti a suffragare contatti diretti con i *competitor*. Le parti evidenziano, inoltre, che la contestazione di un'intesa per oggetto non possa prescindere nel caso in esame da un'analisi del contesto economico e giuridico del mercato di riferimento e non possa essere perseguita, come invece sarebbe stato fatto nella CRI, senza tenere conto delle reali leve competitive a disposizione delle fonderie e degli effettivi andamenti della domanda⁸⁶⁰.

V.10. Osservazioni sui criteri per il calcolo della sanzione

392. La generalità delle parti, in relazione all'eventuale profilo sanzionatorio, osservano che ove mai si intendesse procedere con l'accertamento di un'intesa illecita, l'infrazione nel caso di specie dovrebbe essere ritenuta non grave o à al più di minima gravità. Innanzitutto, non si tratta di un'intesa segreta, posto che gli indicatori Assofond erano pubblicati sul sito e accessibili a tutti, così come anche le attività di elaborazione e divulgazione degli stessi sono sempre state pubblicamente note e non avevano carattere di segretezza. Peraltro, gli incontri nell'ambito dell'associazione coinvolgevano tutti i membri della stessa, e non solo le fonderie coinvolte nel procedimento⁸⁶¹. L'intesa, inoltre, non avrebbe prodotto alcun effetto sul mercato⁸⁶².

393. Ad avviso di Assofond, inoltre, non si ravvisa alcun elemento di dolo nelle condotte contestate e l'uso di indicatori analoghi da parte delle omologhe associazioni europee, mai contestato da alcuna autorità, creava una naturale buona fede sulla liceità del loro utilizzo. Assofond auspica che non le venga comminata alcuna sanzione né tantomeno che vengano sanzionate, in via solidale con

⁸⁵⁸ DOC. 639, parr. 196 e segg.; Ariotti (DOC. 621, pag. 9-11) osserva che non sarebbe altresì stata dimostrata la partecipazione continuativa all'intesa da parte delle imprese, posto che per lunghissimi periodi di tempo non è stata rinvenuta alcuna prova dell'illecito coordinamento; Zanardi (DOC. 643, pag. 46 e seg.) richiama la sentenza del Tribunale del 19 maggio 2010, *IMI e a.*, T-18/05, EU:T:2010:202, sentenza della Corte di giustizia, *P-FSL e a.*, C-469/15 P, EU:C:2017:308, sentenza della Corte di giustizia del 10 luglio 2019, *Commissione/Icap e a.*, C-39/18 P, EU:C:2019:584, in cui sono stati considerate significative interruzioni intervalli superiori rispettivamente a un anno, cinque mesi e addirittura un giorno, e sottolinea come nel caso di specie vi siano numerose interruzioni superiori ai tre mesi. Cividale (DOC. 641, parr. 224 e segg.) rileva che ove mai l'Autorità ritenesse che la partecipazione di ZML agli eventi Assofond nel periodo intercorrente tra l'8 febbraio 2010 e il 5 ottobre 2011 (unico intervallo di tempo, oltre al post-2021, per cui, secondo la parte, esiste evidenza di una partecipazione di ZML in Assofond più assidua) costituisca una violazione delle norme di concorrenza, tali comportamenti sarebbero in ogni caso prescritti.

⁸⁵⁹ DOC. 639, parr. 196 e segg. Nello stesso senso, Zanardi (DOC. 643, pag. 46), osserva che tutte le condotte antecedenti al quinquennio dalla notifica dell'avvio dovrebbero essere ritenute prescritte posto che non è stata dimostrata la continuità delle stesse né vi sono elementi probatori sufficientemente ravvicinati per presumere la durata ininterrotta dell'infrazione.

⁸⁶⁰ Ariotti (DOC. 621, pagg. 9-11); FMG (DOC. 633, pagg. 46 e segg.); Zanardi (DOC. 643, sez. 4.2.1); Cividale/ZML (DOC. 641, par. 183), C2MAC (DOC. 629, sez. V).

⁸⁶¹ Assofond (DOC. 639, parr. 334 e segg.), Ironcastings (DOC. 627, parr. 159 e segg.), Ariotti (DOC. 621, pagg. 22 e segg.), Cividale/ZML (DOC. 641, par. 236), Zardo (DOC. 635, par. 24), Zanardi (DOC. 643, sez. 7.3 e pag. 63), Glisenti e Lead Time (DOC. 638, parr. 179 e segg.), De Riccardis (DOC. 645, pagg. 21 e segg.), VDP (DOC. 634, parr. 9 e 97).

⁸⁶² Ironcastings (DOC. 627, parr. 159 e segg.), FMG (DOC. 633, pagg. 47 e 48), Ariotti (DOC. 621, pagg. 22 e segg.), Cividale/ZML (DOC. 641, par. 236), De Riccardis (DOC. 645, pag. 21).

l'esponente, tutte le imprese sue associate, nonostante non siano state coinvolte nel procedimento⁸⁶³.

394. Ironcastings ritiene che la sua episodica partecipazione alle condotte contestate, ove mai fosse considerata illecita, risulterebbe in ogni caso assai meno grave rispetto al complesso e articolato cartello tratteggiato nella CRI. Quanto all'attuazione, Ironcastings si è limitata ad utilizzare, del tutto legittimamente, il solo QEMP in quanto tale indicatore è coerente con il mix di carica che contraddistingue il proprio processo produttivo e non ha attuato le 'indicazioni' di Assofond, non avendo applicato l'IDT (tantomeno il TET) ed avendo generalmente cercato di adeguare i listini con frequenza trimestrale. La durata dell'intesa sarebbe inoltre più ridotta, non potendo individuarsi né il momento iniziale nell'email interna del 2018, né il momento finale nella interruzione della pubblicazione degli indicatori da parte di Assofond, in quanto attività estranea alla Società. Laddove si volessero inopinatamente considerare gli scambi bilaterali, questi si collocano entro un breve periodo di durata sostanzialmente annuale, a partire dal 15 febbraio 2021 fino al più tardi al 7 marzo 2022. Ironcastings ritiene, infine, che le dovrebbe essere applicata la circostanza attenuante che tiene conto della marginalità della sua partecipazione all'infrazione⁸⁶⁴.

395. FMG, nel ribadire che non si possa muovere alcun addebito nei suoi confronti, osserva che in caso di eventuale sanzione la durata dovrebbe essere calcolata considerando che la data iniziale individuata nella CRI per Fonderia F.lli Mora prima e poi per FMG non appare applicabile posto che per i successivi 20 anni la società ha partecipato a non più di 5 incontri istituzionali, privi di effetto anticoncorrenziale, e non ha avuto alcun rappresentante in Assofond. Parimenti, la data finale non può rinvenirsi nell'interruzione della pubblicazione degli indici, stante la loro legittimità.

396. Cividale/ZML ritiene che nel comminare una eventuale sanzione nei confronti della società si debba considerare, tra le altre cose, l'assenza di attuazione da parte di ZML, la sua partecipazione del tutto marginale e la collaborazione offerta da Cividale/ZML nel corso del procedimento (comprese le ispezioni)⁸⁶⁵.

397. Zardo, in relazione all'eventuale ammenda, rileva che non vi è malafede ma al più colposa superficialità, che le fonderie coinvolte nel procedimento rappresentano una parte marginale del contesto di mercato più ampio e che la diffusione a livello europeo degli indici contestati deve essere considerata un'attenuante. Per quanto riguarda la durata, Zardo ribadisce che la Società ha fatto riferimento agli indici Assofond solo dal 2012 e solo in relazione al QEMP⁸⁶⁶.

398. C2MAC ritiene che, ai fini del calcolo dell'eventuale ammenda, debba in ogni caso essere valorizzato il suo ruolo del tutto marginale nell'ambito della contestata intesa, tenendo conto del ruolo defilato in Assofond, del mancato contributo nella definizione degli indicatori e della non applicazione di IDT e TET, nonché dell'autonomia nelle modalità di restituzione del credito d'imposta. Rispetto al valore delle vendite C2MAC ritiene che non debba essere considerato il fatturato realizzato dalle controllate Perrucchini, Scaranello e Gandry, né le vendite destinate a settori diversi dall'agricoltura e dall'oleodinamica⁸⁶⁷. La durata dell'intesa dovrebbe essere

⁸⁶³ DOC. 639, parr. 334 e segg.

⁸⁶⁴ DOC. 627, parr. 159 e segg.

⁸⁶⁵ DOC. 641, parr. 231 e segg.

⁸⁶⁶ DOC 635, pag. 20.

⁸⁶⁷ DOC. 629, pagg. 45 e segg. Le controllate Perrucchini e Scaranello non sarebbero in alcun modo state coinvolte nei contatti oggetto di contestazione e il loro processo produttivo sarebbe del tutto diverso da quello delle fonderie di Montorso e di Crevalcore così come i loro getti. Inoltre, le evidenze a fascicolo non riguardano settori diversi da agricoltura e oleodinamica, settori in cui si concentra in maniera pressoché esclusiva il fatturato della maggior parte delle fonderie coinvolte nel procedimento.

circoscritta al solo periodo 2021-settembre 2023 in quanto per il periodo precedente e per quello successivo si riscontrerebbe l'assoluta mancanza di indizi probatori sufficienti⁸⁶⁸. La società, infine, richiama la necessità di differenziare il trattamento sanzionatorio per le imprese coinvolte nel procedimento nel rispetto dei principi di personalità e proporzionalità dell'ammenda, ritenendo non accettabile che l'importo delle sanzioni risultasse per tutte pari al massimo edittale, considerate le marcate differenze in termini di durata e grado di intensità della partecipazione delle parti alla contestata intesa⁸⁶⁹.

399. Zanardi chiede che il fatturato per la ghisa austemperata – tenuto conto delle sue particolari caratteristiche che ne determinano la sostituibilità con l'acciaio – sia escluso dal perimetro delle contestazioni, ossia dai prodotti che si pretendono cartellizzati nel caso di riferimento e conseguentemente dagli eventuali calcoli per l'importo base della sanzione⁸⁷⁰. La Società richiama poi l'applicabilità nei suoi confronti delle attenuanti generiche di cui al punto 19 delle Linee Guida connesse all'adozione del programma di compliance, al suo comportamento collaborativo o proattivo volto a garantire il rispetto delle regole antitrust, nonché al numero più limitato di elementi probatori che riguardano la Società rispetto ad altri soggetti, tenuto conto anche della inutilizzabilità della documentazione che sarebbe stata acquisita nel corso delle ispezioni presso Zanardi⁸⁷¹.

400. Glisenti e Lead Time ritengono che occorra un supplemento di indagine con cui analizzare l'utilizzo di QEMP da parte delle fonderie estere o di indicatori simili a livello europeo per evitare un "*esiziale trattamento discriminatorio a danno solo delle fonderie italiane*" e, in ogni caso, chiede la chiusura del caso senza accertamento dell'infrazione. Nella denegata ipotesi in cui l'Autorità intenda comminare una sanzione, la severità della stessa comprometterebbe la capacità di investimento della società e la sua competitività⁸⁷².

401. EF Group/Pilenga lamenta che nella CRI non sia stata inserita una concreta quantificazione della proposta sanzionatoria individuale e per le singole Parti del procedimento, privando in tal modo le esponenti della possibilità di confutare la quantificazione in violazione del diritto al contraddittorio⁸⁷³. Le società ritengono altresì che nel caso in cui le venisse irrogata una sanzione, il fatturato su cui basare il calcolo dovrebbe essere quello di Pilenga, in quanto diretta responsabile, così anche il limite edittale dovrebbe essere limitato al 10% del fatturato della controllata. Inoltre, il valore delle vendite dovrebbe essere proporzionato al fatto che gli addebiti riguardano un illecito solo su una parte del prezzo (l'adeguamento tramite QEMP) e non sulla totalità dello stesso. Per

⁸⁶⁸ **DOC. 629**, pagg. 35 e segg. C2MAC, con riferimento al periodo successivo all'avvio del procedimento, indica che nessuna delle evidenze riportate nella CRI la riguarderebbe direttamente o indirettamente. Al contrario, vi sarebbero numerose evidenze che dimostrano che a seguito dell'avvio la Società si è astenuta da qualsivoglia contatto con i propri concorrenti, adottato un programma di compliance antitrust e cambiato il proprio management. In via meramente prudenziale, la Società ha interrotto immediatamente: (i) l'utilizzo dell'indice QEMP, fatti salvi i casi in cui era lo stesso cliente a imporne l'utilizzo e (ii) la partecipazione a tutti gli incontri Assofond, disdettando poi nel corso del 2024 l'iscrizione all'associazione, con decorrenza 1° gennaio 2025. Si evidenzia, inoltre, come C2MAC non facesse più parte della Giunta Assofond già da almeno luglio 2023, in concomitanza con l'uscita dalla Società del Sig. [S.D.]. Tutti i predetti comportamenti devono dunque essere interpretati, se non come (ulteriore) evidenza dell'impossibilità di ascrivere alla Società la partecipazione alla contestata intesa, quantomeno come un'espressa dissociazione dalla stessa, con la conseguenza che nessun addebito post-settembre 2023 può essere ascritto a C2MAC.

⁸⁶⁹ **DOC. 629**, pagg. 51 e segg. La società richiama in particolare le sentenze rese dal Consiglio di Stato nei giudizi di impugnazione del provv. AGCM n. 27849 del 17 luglio 2019, relativo al procedimento I805 – Prezzi del cartone ondulato (cfr., *ex multis*, Consiglio di Stato, Sez. VI, n. 941/2023).

⁸⁷⁰ **DOC. 643**, sez. 7.1.

⁸⁷¹ **DOC. 643**, sez. 7.3 e pag. 63.

⁸⁷² **DOC. 638**, par. 186.

⁸⁷³ **DOC. 640**, parr. 208 e segg. Viene messo in evidenza che ciò risulterebbe in violazione della CEDU e in antitesi con la prassi di Consob, IVASS e Banca d'Italia.

Pilenga, peraltro, tale adeguamento per il 2023 è stato nullo. Quanto alla durata, questa non può essere fatta partire prima del 2016, posto che fino ad allora i presunti comportamenti illeciti della società dovrebbero essere imputati alla Famiglia Pilenga che gestiva l'azienda. EF/Pilenga chiede, infine, il riconoscimento dell'attenuante per aver avuto un ruolo marginale, tenuto conto che la partecipazione di [E.F.] agli incontri di Assofond devono essere imputati al suo ruolo istituzionale⁸⁷⁴.

402. Considerazioni relative alla necessità di rispettare il principio della proporzionalità della pena sono state formulate da De Riccardis⁸⁷⁵ e Ariotti⁸⁷⁶.

403. Corrà in via meramente subordinata, nella negata ipotesi di ritenuta responsabilità, richiede di applicare una sanzione meramente simbolica ai sensi dell'art. X delle Linee Guida⁸⁷⁷.

404. VDP, richiamando l'insieme delle argomentazioni esposte in memoria e l'assenza di dolo, ritiene che qualsiasi ammenda fosse irrogata alla società e alle altre fonderie dovrebbe essere meramente simbolica, anche alla luce dell'insidiosissima concorrenza straniera (segnatamente asiatica), che trarrebbe giovamento, ben più dei consumatori, da nuovi ostacoli posti sul difficile cammino industriale e finanziario di VDP e delle altre imprese⁸⁷⁸.

405. Diverse parti hanno, infine, evidenziato che il settore delle fonderie di ghisa è afflitto da una crisi drammatica, che perdura ormai da diversi anni. Basti pensare che il numero di imprese operanti nella fonderia di ghisa in Italia si è ridotto dell'80% per il periodo 1980-2023, del 51% per il periodo 2000-2023 e del 27,8% considerando il periodo 2008-2023. Assofond evidenzia che le fonderie associate sono passate da 138 nel 2000 alle 76 attuali (- 45%)⁸⁷⁹.

406. In particolare, il 2024 è stato caratterizzato da un significativo rallentamento che ha colpito sia la produzione di getti che il fatturato, dovuto anche al significativo calo della domanda. Si evidenzia, in proposito, che il settore *automotive*, mercato di sbocco di molte fonderie, starebbe attraversando una rilevante crisi, così come quello della componentistica. In tale contesto, la produzione di getti in ghisa, nel 2024 pari a 807.800 tonnellate, rappresenta il dato più basso degli ultimi 40 anni della serie storica disponibile, posizionandosi al di sotto anche dei livelli registrati durante le gravi crisi economiche del 2009 e della pandemia del 2020⁸⁸⁰. Il CAGR (tasso di crescita medio annuo) è stato negativo sia nel lungo periodo (1980-2024, -3,14%), sia negli ultimi dieci anni (2014-2024, -3,75%); esso indica che il settore non solo non ha mostrato segnali di recupero sostenibile, ma ha registrato una continua riduzione della produzione. Ad avviso dell'associazione, un accertamento e una sanzione dell'Autorità rappresenterebbe un "colpo di grazia" per il settore⁸⁸¹.

⁸⁷⁴ DOC. 640, parr. 227 e segg.

⁸⁷⁵ DOC. 645, pagg. 23 e segg.

⁸⁷⁶ DOC. 621, pagg. 22 e segg.

⁸⁷⁷ DOC. 636, pag. 23.

⁸⁷⁸ DOC. 634, parr. 94 e segg.

⁸⁷⁹ Assofond (DOC. 639), EF Group/Pilenga (DOC. 640, parr. 173-176). Ariotti, in questa prospettiva, ritiene che dovrà essere tenuto in considerazione l'andamento complessivo del settore, che è certamente caratterizzato da una profonda crisi e di continua riduzione dei margini delle fonderie e dalla contestuale necessità, per gli operatori stessi, di fare fronte alla sfida derivante dalla pressione concorrenziale degli operatori asiatici capaci di assicurare prezzi di fornitura estremamente ridotti (DOC. 621, pagg. 22 e segg.).

⁸⁸⁰ DOC. 641, parr. 257 e 258. Secondo EF Group/Pilenga (DOC. 261, par. 7) la forte diminuzione della marginalità, che interesserebbe la maggior parte delle fonderie di ghisa, è dovuta al crollo – per il quale non si prevede, al momento, un'inversione di *trend* – della domanda nei settori a valle. Sotto tale profilo viene specificato che il settore delle fonderie di ghisa è un settore "anticipatore" e che, oggi, gli effetti degli ultimi quattro anni di crisi – sia in termini di reperibilità delle materie prime sia in termini di aumenti dei prezzi delle stesse – stanno mettendo in difficoltà l'intera manifattura italiana. Anche De Riccardis (DOC. 645, pagg. 23-24).

⁸⁸¹ DOC. 639, parr. 5 e segg.

VI. VALUTAZIONI

VI.1. Premessa

407. L'insieme delle evidenze acquisite nel corso della complessiva istruttoria svolta restituisce un quadro di elementi gravi, precisi e concordanti idonei a comprovare, nei termini di seguito meglio precisati, la sussistenza di un'intesa segreta, unica, complessa e continuata, sotto forma di accordi, decisioni di associazione d'imprese e/o pratiche concordate, avente per oggetto il coordinamento delle politiche commerciali di prezzo e delle strategie commerciali tra le parti del procedimento, realizzata, anche in ambito associativo, quantomeno dal 2004.

408. Si ribadisce che l'Autorità non contesta il fatto che una fonderia abbia praticato aumenti dei prezzi ai propri clienti a fronte di aumenti del costo dei fattori produttivi, ma che tali decisioni sono state assunte a valle di un confronto con le altre fonderie parti del procedimento, e dunque in maniera coordinata e non autonoma. Così come l'Autorità non contesta il fatto che l'associazione abbia monitorato l'andamento dei costi dei fattori produttivi, e neppure che fossero previsti meccanismi di adeguamento dei prezzi ai costi dei fattori produttivi nei contratti di fornitura. Diversamente, oggetto di contestazione è la condivisione tra concorrenti di parametri di trasformazione dei costi di produzione in prezzi di vendita, realizzata in maniera concertata attraverso l'ideazione, l'aggiornamento e la divulgazione degli Indicatori Assofond.

409. Dalla documentazione in atti infatti emerge un quadro di diffusa e pervasiva concertazione occorso almeno tra il 5 febbraio 2004 e il 30 giugno 2024, ultimo giorno di pubblicazione degli Indicatori Assofond e oltre il quale non si hanno a fascicolo elementi probatori. In particolare, oggetto dell'intesa è stato il coordinamento delle politiche commerciali di prezzo e delle strategie commerciali da attuare nei confronti dei clienti, con l'obiettivo di sostenere le richieste di aumento dei prezzi, rafforzando il potere contrattuale nei confronti della domanda, e di preservare una certa marginalità, soprattutto nei periodi in cui la congiuntura economica è stata negativa, ossia a seguito degli *shock* esogeni verificatesi a partire dal 2001, dal 2007-2008 e dal 2020-2021.

410. Tale obiettivo è stato perseguito mediante uno scambio di informazioni sensibili, realizzato attraverso numerosissimi contatti bilaterali e multilaterali, anche in ambito associativo, ed elaborando congiuntamente meccanismi di indicizzazione dei prezzi, ponendosi così al riparo da reciproche spinte concorrenziali e, in ogni caso, frustrando il corretto esplicarsi delle dinamiche concorrenziali.

411. Al riguardo, si rileva che per l'intera durata dell'intesa le parti del procedimento – anche per il tramite dell'Associazione – hanno sistematicamente condiviso informazioni sensibili riducendo l'incertezza circa i propri comportamenti sul mercato e in merito alle scelte commerciali da adottare nei confronti dei clienti, agendo dunque in maniera coordinata e non autonoma. In modo analogo la creazione di un sistema unico di aggiornamento dei prezzi ha permesso di uniformare le condotte delle imprese e di eliminare l'incertezza circa le modalità di adeguamento dei prezzi ai mutamenti delle condizioni di mercato. Così facendo le parti hanno sostituito la collusione a scelte commerciali autonome.

412. L'unitarietà dell'intesa in esame emerge con evidenza avuto riguardo all'esistenza di un piano globale, perseguito dalle parti del procedimento in modo continuato, avente quale obiettivo quello di creare e mantenere un fronte comune per sostenere le richieste di aumenti dei prezzi ai clienti (rafforzando congiuntamente il potere negoziale nei confronti di questi) e preservare (o quantomeno non deteriorare eccessivamente) determinati margini di profitto con riferimento alla vendita di getti di ghisa in Italia, soprattutto nei periodi in cui la congiuntura economica è stata negativa (in particolare a seguito delle crisi economiche registrate a partire dal 2001, dal 2007 e dal 2020).

413. Le evidenze agli atti, pur non distribuendosi in misura omogenea per tutte le parti su tutto l'arco temporale interessato, danno conto del contributo all'obiettivo comune fornito da ciascuna parte e della consapevolezza circa l'illiceità, la dimensione e la pervasività del fenomeno collusivo, risultando estremamente significative in ragione della loro univocità, gravità e verificabilità fattuale.

414. Infatti, le fonderie parti del procedimento, che insieme ad Assofond hanno svolto un ruolo determinante nell'intesa, rappresentano i principali operatori del settore, a cui si riconduce il 53,8% del fatturato della produzione di ghisa in Italia destinata al mercato nazionale. Inoltre, i rappresentanti di alcune di esse hanno rivestito da sempre e rivestono tuttora specifici ruoli nell'ambito degli organi di vertice di Assofond (i.e. Presidenza, Comitato di Presidenza, Presidenza Assofond Ghisa): si tratta in particolare di [E.F.] (EF Group/Pilenga), [F.V.] (VDP), [R.A.] (Ariotti), [R.D.B.] (Glisenti), [D.C.] (LT), [Fr.Z.] (Zanardi), a cui subentra nel 2021 [F.Z.] (Zanardi) e [A.V.] (Cividale). Tutte le fonderie coinvolte hanno altresì partecipato attivamente e con continuità alla vita associativa e presenziato alle diverse iniziative promosse da Assofond (dalle riunioni associative ai tavoli di lavoro). Infine, va sottolineata la tendenziale continuità nella partecipazione da parte delle medesime persone fisiche coinvolte per conto delle imprese.

415. Fermo restando che Assofond offre diversi servizi per le associate, molti dei quali leciti, come già rilevato, la partecipazione di Assofond al coordinamento delle fonderie rileva sotto un duplice profilo, essendo al contempo facilitatore del coordinamento tra le imprese – nella misura in cui ha fornito l'occasione di frequenti riunioni in cui si parlava regolarmente di strategie commerciali – e coautrice del cartello – in ragione del ruolo attivo assunto nell'attività di predisposizione, aggiornamento e divulgazione degli Indicatori Assofond (a cui tutte le fonderie di ghisa associate fanno riferimento nella definizione dei prezzi da applicare ai clienti), di circolari, indicazioni e raccomandazioni rivolte alle associate, nonché di modelli di lettere che le fonderie hanno utilizzato nelle negoziazioni con i clienti.

VI.2. Questioni procedurali

VI.2.1. La garanzia del diritto di difesa e del contraddittorio

416. In relazione alle questioni procedurali sollevate dalle parti, in primo luogo, va trattata la supposta lesione del diritto di difesa lamentata in ragione del termine di chiusura dell'istruttoria fissato, ritenuto troppo breve.

417. Al riguardo, va evidenziato che per esercitare il diritto di difesa, scritto e orale, le parti hanno avuto a disposizione un termine ben superiore al termine minimo di 45 giorni previsto dall'art. 14, comma 2, d.P.R. n. 217/1998, anche considerando il mese di agosto (e fermo restando che non è prevista dalla legge alcuna sospensione feriale dei termini). La CRI, infatti, è stata inviata alle parti il 7 agosto 2025 e il termine di chiusura della fase istruttoria è stato fissato il 21 ottobre 2025, ossia 75 giorni dopo. Nel caso di specie, pertanto, lo spazio difensivo assicurato alle parti è stato ampio e del tutto idoneo a garantire l'effettivo esplicitarsi del contraddittorio e la possibilità di replicare alle contestazioni mosse nella CRI⁸⁸².

418. A ciò si aggiunga che, dopo l'invio della CRI, l'accesso al fascicolo istruttorio è stato reso disponibile a partire dal 12 agosto 2025⁸⁸³ e che nel corso del procedimento le parti hanno più volte esercitato tale diritto (cfr. par. 28). In particolare, la documentazione riguardante le condotte più

⁸⁸² Tale circostanza è valida anche per quei casi in cui, a seguito dell'invio della CRI sia stata integrata l'originaria procura speciale con la nomina di ulteriori difensori, posto che in tutti i casi si tratta di procure aggiuntive e non sostitutive delle originarie. In particolare, si vedano per Zanardi i **DOC. 528** e **DOC. 529** (per le altre parti del procedimento, cfr.: per Assofond, **DOC. 631**; per E.F. Group/Pilenga, **DOC. 640**, per Camozzi, **DOC. 656**).

⁸⁸³ **DOC. 506-DOC. 518.**

risalenti e le acquisizioni agli atti effettuate d'ufficio sono state rese accessibili al più tardi nel mese di giugno 2024, prima delle audizioni istruttorie (svolte con tutte le parti del procedimento nell'autunno del 2024), tanto che alcune parti hanno presentato memorie nel corso del procedimento. Alla luce di tali considerazioni, prive di pregio sono anche le doglianze mosse da C2MAC e De Riccardis secondo cui la proroga del termine di chiusura del procedimento, deliberata dopo il secondo provvedimento di estensione, sarebbe stata disposta a discapito del contraddittorio con le parti del procedimento.

419. Parimenti non condivisibile è la doglianza di Cividale e ZML per cui solo in concomitanza della CRI è stato fornito l'indice completo del fascicolo istruttorio, senza che sia stato consentito l'accesso alla totalità dei documenti istruttori. Premesso che l'indice completo del fascicolo istruttorio (comprensivo dell'indicazione della documentazione ispettiva) è stato sempre fornito in occasione di tutti gli accessi, la maggioranza della documentazione sottratta all'accesso al momento dell'invio della CRI (oltre 5000 documenti) è costituita da listini delle fonderie coinvolte nel procedimento (di cui oltre 3500 sono listini della sola C2MAC) per i quali è stata accolta l'istanza di riservatezza formulata da tutte le parti del procedimento.

VI.2.2. Sull'utilizzabilità della documentazione acquisita in ispezione

420. In secondo luogo, va analizzata la censura di inutilizzabilità della documentazione acquisita in ispezione anteriore al 2021, in quanto nel provvedimento di avvio il periodo oggetto d'indagine era individuato nei primi mesi del 2023.

421. A tal proposito deve rilevarsi che ai sensi dell'art. 14, comma 2-*quater*, legge n. 287/90, nell'ambito delle attività ispettive l'Autorità è vincolata alla ricerca di informazioni relative all'oggetto e allo scopo dell'accertamento, senza essere tenuta ad indicare tutti gli elementi dell'infrazione che contesta (anche considerando che lo svolgimento degli accertamenti ispettivi si giustifica proprio dalla necessità di acquisire informazioni che possano consentire di accertare un'eventuale infrazione, definendone i relativi aspetti all'esito dell'istruttoria a ciò dedicata). In particolare, pur essendo tenuta ad indicare, *“con la maggiore precisione possibile, ciò che si ricerca e gli elementi che devono essere oggetto dell'accertamento [...] non è però indispensabile che una decisione di accertamento contenga [...] l'indicazione del periodo durante il quale le infrazioni sarebbero state commesse”*⁸⁸⁴.

422. Ciò posto, e in ogni caso: (i) nel provvedimento di avvio l'Autorità ha indicato che la condotta *“sembra risalire almeno ai primi mesi del 2023”* indicando espressamente che non era possibile escludere che potesse esser stata posta in essere anche in un momento precedente; (ii) nel provvedimento del 3 aprile 2024 l'Autorità ha espressamente considerato la circostanza che il coordinamento contestato nel provvedimento di avvio *“si sarebbe innestato in un contesto competitivo già affievolito a causa dell'esistenza degli indicatori Assofond, elaborati a partire dal 2002 e alcuni anche in precedenza, a cui le fonderie hanno fatto riferimento anche per giustificare gli incrementi di prezzo oggetto dell'intesa contestata in avvio”*.

423. Né può essere condivisa la doglianza di Zanardi secondo cui sarebbe illegittimo il provvedimento ispettivo del 20 settembre 2023. Da un lato, la circostanza per cui l'ispezione presso Zanardi è stata condotta quando questi non era parte del procedimento non rende illegittimo l'accertamento ispettivo, la cui base giuridica – l'art. 14, comma 2-*quater*, legge n. 287/90 – non opera alcuna differenza tra gli accertamenti ispettivi svolti presso imprese parti o svolti presso imprese non parti del procedimento. Dall'altro lato, il provvedimento ispettivo reca ampia

⁸⁸⁴ Sentenza della Corte di giustizia del 25 giugno 2024, *Nexanse e Nexans France/Commissione*, C-37/13 P, EU:C:2014:2030, punto 36 e giurisprudenza ivi citata.

motivazione circa le ragioni dell'accertamento condotto, il suo scopo e le previsioni di legge applicabili in tale contesto. Né sono in alcun modo pertinenti l'evocato diritto a rimanere in silenzio o il richiamo al principio del *nemo tenetur se detegere* dal momento che le dichiarazioni rese nel corso delle attività ispettive presso Zanardi forniscono informazioni di mero contesto e non contengono elementi autoaccusatori di alcun tipo.

VI.2.3. Sulla competenza dell'Autorità

424. Secondo alcune parti la circostanza per cui l'utilizzo di indici di costo è diffuso in molti paesi europei e avrebbe dovuto indurre l'Autorità a investire del caso in questione la Commissione europea, al fine di evitare discriminazioni *in pejus* per le sole fonderie italiane e incertezza circa la liceità dell'utilizzo di altri indici.

425. In merito, fermo restando l'avvenuto adempimento da parte dell'Autorità di quanto prescritto dall'art. 11 del Regolamento (CE) 1/2003, va rilevato che le evidenze raccolte nel corso dell'istruttoria forniscono prove di un'intesa riguardante la vendita di getti di ghisa in Italia posta in essere da Assofond e da alcune fonderie sue associate, che sono pertanto parti del procedimento e destinatarie della presente decisione. Inoltre, anche ove vi fossero evidenze che l'intesa avesse un'ampiezza maggiore e non limitata al mercato italiano, non vi è alcuna norma che attribuisce in questo scenario la competenza alla Commissione europea e/o che priverebbe di competenza l'Autorità.

VI.2.4. Sulla legittimità dei provvedimenti di estensione oggettiva e soggettiva

426. Zanardi lamenta un'illegittimità dei provvedimenti di estensione oggettiva e soggettiva che l'Autorità avrebbe adottato non essendo riuscita a raccogliere prove di un'intesa nel corso delle attività ispettive condotte al momento dell'avvio dell'istruttoria. Tale argomentazione è errata in quanto l'ampio quadro probatorio che consente di accertare e sanzionare un'intesa unica complessa e continuata è composto in ampia parte da evidenze raccolte nel corso delle attività ispettive condotte al momento dell'avvio dell'istruttoria. Queste, dunque, hanno fornito indicazioni dell'esistenza di un'intesa anticoncorrenziale, più ampia di quella inizialmente ipotizzata da un punto di vista sia soggettivo che oggettivo, determinando così la decisione di adottare i provvedimenti di estensione oggettiva e soggettiva in questione, la cui lamentata illegittimità è dunque infondata.

VI.2.5. Sulla ragionevole durata della fase preistruttoria

427. Infine, va respinta la tesi di Zanardi, secondo cui l'Autorità avrebbe avviato tardivamente il procedimento istruttorio, non avendo rispettato il termine di 90 giorni previsto dall'art. 14 della legge n. 689/81. Al riguardo, si ricorda che la giurisprudenza della Corte di Giustizia⁸⁸⁵ ha chiarito l'incompatibilità con il diritto dell'UE della normativa che, nell'ambito di un procedimento diretto all'accertamento di una pratica anticoncorrenziale condotto da un'autorità nazionale della concorrenza, impone l'avvio del procedimento istruttorio entro un termine di 90 giorni decorrente dal momento in cui l'Autorità viene a conoscenza degli elementi essenziali dell'asserita violazione. Secondo la Corte di Giustizia, la complessità di un procedimento in materia di concorrenza può essere tale da giustificare il fatto che la fase preistruttoria si protragga per un lungo periodo, purché l'avvio del procedimento avvenga entro un termine ragionevole e non sia perpetuato uno stato di inattività durante la fase preistruttoria. Nel caso di specie, tali requisiti sono pienamente soddisfatti, considerato che la segnalazione è pervenuta il 3 aprile 2023 e il procedimento è stato avviato in data 20 settembre 2023, ossia entro un termine del tutto ragionevole; inoltre, nel corso dei mesi in cui si

⁸⁸⁵ Cfr. sentenza della Corte di giustizia del 30 gennaio 2025, *Caronte & Tourist S.p.A./AGCM*, C-511/23, EU:C:2025:42.

è svolta la preistruttoria numerose sono state le interlocuzioni con il segnalante volte ad acquisire elementi utili alla comprensione della segnalazione⁸⁸⁶. Pertanto, nel caso di specie non sarebbe neppure corretto far decorrere il *dies a quo* dal 3 aprile 2023.

VI.3. Il mercato rilevante

428. Secondo il costante orientamento giurisprudenziale, in presenza di un'intesa illecita la definizione del mercato rilevante è successiva rispetto all'individuazione dell'intesa poiché l'ampiezza e l'oggetto della medesima circoscrivono il mercato. La definizione del mercato rilevante, infatti, è essenzialmente volta a individuare le caratteristiche del contesto economico e giuridico nel quale si colloca l'illecito coordinamento delle condotte d'impresa, atteso che è proprio l'ambito di tale coordinamento a delineare e definire l'ambito stesso del mercato rilevante, e il suo grado di offensività⁸⁸⁷.

429. Inoltre, nel caso in cui l'intesa abbia per oggetto di impedire, restringere o falsare il gioco della concorrenza (come nel caso di un cartello), all'Autorità non è richiesto di procedere alla definizione del mercato in maniera precisa⁸⁸⁸, né di ricorrere a criteri economici ai fini della delimitazione del perimetro merceologico del mercato. Tale dimensione viene infatti determinata, secondo la giurisprudenza, dalle discussioni e dalle pratiche concordate degli stessi membri del cartello e dalle evidenze documentali di effettiva condotta anticoncorrenziale relativa a specifici prodotti⁸⁸⁹.

430. Ciò premesso, l'intesa posta in essere dalle società parti del procedimento e dalla loro associazione di categoria è volta a coordinare le strategie commerciali delle fonderie italiane e a sostenere la richiesta di aumenti dei prezzi dei getti di ghisa in Italia. Pertanto, il mercato interessato dalla concertazione è identificabile con la produzione e la commercializzazione, sul territorio nazionale, di getti di ghisa.

431. Per mera completezza, dunque, considerate anche le argomentazioni svolte dalle parti, si rappresenta quanto segue.

432. Le parti del procedimento contestano la definizione merceologica e geografica del mercato rilevante individuata dall'Autorità. Sotto il primo profilo, le parti sostengono che i getti di ghisa sono prodotti altamente differenziati, in particolar modo per il tipo di ghisa utilizzata e la dimensione della fusione, e che non tutte le fonderie coinvolte nel procedimento sono dotate di impianti che permettono di produrre l'intera gamma di getti richiesti dal mercato. Inoltre, le fonderie parti del procedimento sarebbero specializzate nella produzione di componenti destinate esclusivamente a

⁸⁸⁶ Cfr. **DOC. 1 - DOC. 7.**

⁸⁸⁷ Cfr., da ultimo, Consiglio di Stato, 31 ottobre 2023, n. 9380, I835 – Mercato dei contatori d'acqua “*Diversamente dai casi di concentrazioni e di accertamenti della posizione dominante, in cui la definizione del mercato rilevante è presupposto dell'illecito, in presenza di un'intesa illecita la definizione del mercato rilevante è successiva rispetto all'individuazione dell'intesa poiché l'ampiezza e l'oggetto dell'intesa medesima circoscrivono il mercato*”. In senso analogo, Consiglio di Stato, 21 giugno 2017, nn. 3057 e 3016, I782 – Gare per servizi di bonifica e smaltimento di materiali inquinanti e/o pericolosi presso gli arsenali di Taranto, La Spezia ed Augusta; Consiglio di Stato, 6 maggio 2021, nn. 3555 e 3556; 9 settembre 2021, n. 6239; 18 agosto 2021, n. 5920; 20 agosto 2021, n. 5972; 23 agosto 2021, n. 5992; tutte relative al caso I806 – Affidamento appalti per attività antincendio boschivo; Consiglio di Stato, 29 maggio 2018, n. 3197, I723 – Intesa nel mercato delle barriere stradali; Consiglio di Stato, 15 febbraio 2018, n. 1821, I776 – Mercato della produzione di poliuretano espanso.

⁸⁸⁸ Cfr. Comunicazione della Commissione sulla definizione di mercato rilevante ai fini dell'applicazione del diritto dell'Unione in materia di concorrenza, C/2024/1645, par. 9, lett. c). Si vedano anche la sentenza del Tribunale dell'8 luglio 2004, *Mannesmannröhren-Werke/Commissione*, T-44/00, EU:T:2004:218, punto 132, in cui si legge: “*Se l'oggetto stesso di un accordo è quello di restringere la concorrenza [...], non è necessario definire i mercati in questione in maniera precisa, dato che la concorrenza attuale o potenziale è stata necessariamente ristretta*”; nonché la sentenza del Tribunale del 28 giugno 2016, *Telefónica/Commissione*, T-216/13, EU:T:2016:369, punto 214.

⁸⁸⁹ Cfr., fra le altre, la sentenza del Tribunale del 29 settembre 2021, *Nippon Chemi-Con Corporation/Commissione*, T-363/18, EU:T:2021:638, punto 393; la sentenza del Tribunale del 29 settembre 2021, *Nichicon Corporation/Commissione*, T-342/18, EU:T:2021:635, punto 318, e giurisprudenza ivi citata.

determinati settori di domanda (*automotive*, riduttoristica, oleodinamica, ecc.) e, a causa di tale specializzazione, risulterebbe economicamente inefficiente produrre getti destinati ad altri settori. Il mercato risulterebbe, in altre parole, costituito da segmenti determinati principalmente in base alle caratteristiche del getto prodotto e ai settori di destinazione dello stesso. Di conseguenza, esisterebbe una pressione competitiva esclusivamente tra fonderie che hanno specializzazioni settoriali in comune e, in questo gruppo, esclusivamente tra quelle che sono in grado di produrre in maniera efficiente la stessa varietà di getti.

433. Tali argomentazioni devono essere respinte. In primo luogo, infatti, sono le stesse parti del procedimento a definirsi concorrenti⁸⁹⁰ e ad affermare la sussistenza, almeno in parte, di reciproci rapporti di concorrenza diretta attuale o potenziale⁸⁹¹. Inoltre, nelle analisi dei *competitor* elaborate dalle parti, acquisite in ispezione, sono solitamente presenti fonderie parti del presente procedimento istruttorio⁸⁹². Dalle evidenze istruttorie emerge altresì che, da un lato, la stragrande maggioranza delle fonderie coinvolte nell'intesa è attiva nella produzione sia di getti in ghisa grigia che sferoidale⁸⁹³ e, dall'altro, che gli intervalli di peso dei getti che ciascuna fonderia è in grado di produrre, considerato il tipo di impianti di cui sono dotate, sono in molti casi almeno parzialmente sovrapponibili⁸⁹⁴. Il fatto che le fonderie parti del procedimento possano produrre getti simili tra di loro è inoltre confermato da una fonderia parte del procedimento (*“non c'è nulla che sia insostituibile”*)⁸⁹⁵ e da un cliente, il quale ha rappresentato che le fonderie sue fornitrici (la quasi totalità delle parti del procedimento) *“producono [...] getti simili tra di loro”*⁸⁹⁶.

434. Per quanto concerne poi l'asserita specializzazione in diversi settori di domanda, le evidenze in atti indicano che il ventaglio di settori di domanda serviti dalle parti del procedimento è piuttosto ampio e, in diversi casi, almeno in parte coincidente. Inoltre, la selezione dei settori serviti da una fonderia non è immutabile, ma rappresenta una scelta industriale modificabile sulla base di valutazioni economiche e di evoluzione della domanda: ad esempio, ZML originariamente dedicata alla produzione di getti di ghisa per elettrodomestici (principalmente Zanussi/Electrolux⁸⁹⁷), oggi serve clienti attivi anche nei settori dell'*automotive* e della meccanica generale⁸⁹⁸.

435. Inoltre, è importante sottolineare come i getti di ghisa siano prodotti sostanzialmente omogenei dal punto di vista dei fattori produttivi utilizzati. Ciò è corroborato dal fatto che, di norma, i prezzi negoziati con i clienti sono quotati, quantomeno per alcune componenti del valore (ad esempio, la

⁸⁹⁰ Cfr. a titolo esemplificativo, **ISP. 28.40**.

⁸⁹¹ Cfr., ad esempio, De Riccardis (**DOC. 645**, p. 3); E.F. Group/Pilenga (**DOC. 261**, par. 11; **DOC. 640**, pagg. 21-22); Cividale/ZML (**DOC. 641**, par. 31); Zanardi (**DOC. 643**, pag. 35).

⁸⁹² Ad esempio, **ISP. 4.2**, **ISP. 24.1907**, **ISP. 24.2289**, **ISP. 24.3529**, **ISP. 46.5**, **ISP. 46.24**, **ISP. 46.27**, **ISP. 46.179**, **ISP. 56.2**, **ISP. 56.3**, **ISP. 76.2**.

⁸⁹³ Cfr. par. 39.

⁸⁹⁴ La parziale sovrapponibilità tra i *range* di peso prodotti dalle fonderie parti del procedimento emerge chiaramente da quanto dalle stesse dichiarato nel corso delle audizioni istruttorie e dalle ulteriori informazioni reperibili *online*. Cfr. par. 40.

⁸⁹⁵ **DOC. 246**, par. 12.

⁸⁹⁶ **DOC. 348**, par. 44.

⁸⁹⁷ Nel corso del procedimento, Cividale e ZML hanno evidenziato come nel periodo tra il 2001 e il 2006 ZML fosse *“sostanzialmente captive nei confronti di Electrolux”*, a riprova del disinteresse economico della società alle iniziative Assofond durante tale periodo (**DOC. 641**). Tale argomento, tuttavia, non può essere condiviso considerato che, come dichiarato dalle stesse società (**DOC. 274**, slide n. 7), dal 2002 al 2006 le vendite di ZML a favore di Electrolux erano pari al 56% della produzione della prima. A fronte di tali percentuali, pertanto, non è possibile qualificare ZML come produttore captive della Electrolux. In ogni caso, la partecipazione agli eventi associativi da parte della società risulta comprovata dalle evidenze agli atti.

⁸⁹⁸ Cfr. **DOC. 274**, parr. 4, 5, 11 e 12; **DOC. 641**, par. 258.

materia prima), in euro/tonnellata a prescindere dalle caratteristiche specifiche del getto. E infatti è la stessa Assofond che, pur a fronte della peculiarità ed eterogeneità dei getti di ghisa prodotti dalle sue associate, nella Guida agli Indicatori sottolinea l'applicabilità degli stessi a qualunque tipo di getto, sul presupposto che *“gli ingredienti che determinano il valore complessivo sono essenzialmente gli stessi sia che si tratti di un pezzo complesso sia che si tratti di un prodotto geometricamente semplice”*⁸⁹⁹. Tale circostanza riguarda anche la ghisa austemperata, considerato che, come chiarito dalla stessa Zanardi nella memoria finale, tale particolare tipologia di ghisa è prodotta utilizzando la ghisa sferoidale a cui viene applicato un particolare trattamento termico in bagno di sali (cd. *“austempering”*). E infatti, dalla documentazione agli atti emerge come anche per tale tipologia di ghisa venissero applicati gli Indicatori Assofond ai fini della determinazione del prezzo di listino⁹⁰⁰.

436. Di conseguenza, quand'anche una fonderia non fosse in diretta concorrenza con altri fornitori di uno specifico cliente per la produzione di un dato getto di ghisa, questa eserciterebbe in ogni caso una pressione competitiva rilevante su di essi proprio a causa della summenzionata omogeneità e della susseguente modalità di quotazione del prezzo. Infatti, la richiesta di un aumento di prezzo da parte di una fonderia in ragione dell'aumento del costo delle materie prime può essere agevolmente confrontata con quella di un'altra fonderia anche a prescindere dallo specifico getto venduto. In ciò risiede la motivazione sottesa al coordinamento nelle richieste di aumento, di cui vi è ampia prova nella documentazione agli atti, anche nei casi in cui le fonderie non producano lo stesso identico getto di ghisa, tenuto conto della circostanza che uno degli obiettivi dell'intesa è proprio quello di rafforzare congiuntamente il potere negoziale delle fonderie nei confronti dei clienti (cfr. *infra*).

437. Tale argomento priva di pregio anche le ulteriori censure mosse da alcune parti del procedimento (ad esempio, Ironcasting, Zardo, VDP e FMG) tese a sminuire il rilievo concorrenziale degli scambi diretti tra fonderie, asseritamente non concorrenti perché non fornitrici del medesimo getto, di comunicazioni riguardanti gli aumenti dei prezzi formulate nei confronti dei medesimi clienti ma per getti diversi.

438. Con riferimento all'ambito geografico, le parti del procedimento ritengono che esso debba essere esteso quantomeno alla cd. *“area europea”*, comprensiva della Turchia.

439. A tal riguardo, richiamati i sopracitati principi giurisprudenziali, si osserva, in primo luogo, che le numerose evidenze in atti mostrano come il coordinamento anticoncorrenziale abbia coinvolto solo le fonderie di ghisa italiane e la loro associazione di categoria.

440. Inoltre, le risultanze istruttorie attestano come l'attività delle fonderie estere non venga percepita come fonte di pressione concorrenziale né tantomeno indicata come elemento di criticità, attuale o potenziale, per le imprese. A tal riguardo si aggiunga che durante le svariate occasioni di incontro organizzate dall'Associazione (riunioni associative, tavoli settoriali, giri di tavolo) viene monitorato e discusso esclusivamente il comportamento delle fonderie presenti, tutte operanti sul territorio nazionale, e viene proposta alle stesse l'implementazione di strategie commerciali che non contemplano mai esplicitamente una possibile reazione da parte delle fonderie estere. In particolare, la presenza di concorrenti esteri non viene normalmente considerata nelle discussioni relative alle modalità con le quali trasferire gli aumenti dei costi sui clienti a valle.

441. In secondo luogo, vi sono dei limiti di natura qualitativa ed economica, alla sostituibilità tra getti prodotti in Italia e all'estero. Alcuni elementi agli atti suggeriscono infatti che i getti di ghisa prodotti all'estero non sempre vengono percepiti dai clienti come validi sostituti rispetto a quelli

⁸⁹⁹ ISP. 36.88.

⁹⁰⁰ Cfr. ISP. 31.116, Allegato; ISP. 31.118, Allegato; ISP. 31.120, Allegato; ISP. 31.122, Allegato; ISP. 31.123, Allegato 1.

prodotti dalle fonderie italiane. Non corrisponde al vero, pertanto, affermare che i clienti delle fonderie non hanno alcuna preferenza d'acquisto, seguendo esclusivamente l'aspetto della convenienza economica.

442. In particolare, dal punto di vista qualitativo, come anche affermato dalle parti del procedimento⁹⁰¹, i getti di ghisa prodotti dalle fonderie italiane sono migliori di quelli importati dai paesi dell'est Europa e asiatici, tanto da spingere alcuni clienti a rinunciare ad attivare forniture da tali paesi e, addirittura, ad avvalersi di forniture italiane per i propri stabilimenti negli Stati Uniti⁹⁰². Sotto il profilo della convenienza economica, le forniture da altri paesi, soprattutto extraeuropei, comportano per il cliente maggiori costi di trasporto oltre che l'assunzione di diversi rischi legati, ad esempio, alle procedure doganali da espletare e ai tempi di consegna, necessariamente più lunghi⁹⁰³. Inoltre, appare come la convenienza dei getti importati dall'estero dipenda in maniera cruciale dalle politiche governative del paese di provenienza (ad esempio presenza di sussidi e dazi, politica monetaria) che, in alcuni casi, possono ridurne l'appetibilità per i clienti⁹⁰⁴. Piuttosto, tali circostanze hanno spinto i clienti più grandi ad aprire stabilimenti direttamente presso tali paesi⁹⁰⁵.

443. Si aggiunga che la circostanza secondo cui anche le fonderie estere applicano gli Indicatori Assofond per le vendite in Italia (e, viceversa, che le fonderie italiane per le produzioni vendute all'estero applicassero gli indicatori locali) conferma la sussistenza di una compartimentazione del mercato a livello nazionale.

444. Né a sostegno di una dimensione geografica del mercato quantomeno europea può essere evocato il provvedimento dell'Autorità del 4 ottobre 2006⁹⁰⁶, posto che in quella sede l'Autorità non procedeva a "*un'esatta definizione dei mercati*", ritenendo di lasciare aperta la definizione degli stessi, in quanto non determinante ai fini della valutazione dell'operazione di concentrazione, tenuto conto dell'assenza di sovrapposizioni tra le attività svolte dalla società acquisita (ZML) e dalla società acquirente (Cividale).

445. Si consideri infine che, anche secondo i dati di Assofond, confermati dalle parti del procedimento, la domanda nazionale di getti di ghisa è soddisfatta per oltre il 60% da fonderie italiane. Rispetto a tale dato, si evidenzia il contributo maggioritario di Assofond, alla quale è associata una larga maggioranza delle fonderie di ghisa nazionali, tra cui tutte le parti del procedimento. Ciò suggerisce che le fonderie associate ad Assofond sono determinanti per il soddisfacimento della domanda italiana di getti di ghisa e, dunque, che la condotta in esame ha un sensibile impatto sulla concorrenza in tutto il territorio nazionale.

⁹⁰¹ Cfr. Memoria finale VDP, **DOC. 634**, par. 45.

⁹⁰² Cfr. par. 68 e **ISP. 41.46**.

⁹⁰³ Cfr. parr. 69 e 70.

⁹⁰⁴ Cfr. par. 67.

⁹⁰⁵ Cfr. par. 70.

⁹⁰⁶ C7976, cit.

VI.4. La qualificazione dell'intesa

VI.4.1. I principi

446. L'art. 101, par. 1, TFUE sancisce l'incompatibilità con il mercato interno di tutti gli accordi tra imprese⁹⁰⁷, le decisioni di associazioni di imprese⁹⁰⁸ e le pratiche concordate⁹⁰⁹ che possano pregiudicare il commercio tra Stati membri e che abbiano per oggetto o per effetto di impedire, restringere o falsare il gioco della concorrenza all'interno del mercato interno.

447. Il fatto che l'art. 101, par. 1, TFUE distingua tra accordi, pratiche concordate e decisioni di associazioni di imprese è dovuto all'intenzione di comprendere tra i comportamenti vietati qualsiasi forma di coordinamento dell'attività delle imprese a danno della concorrenza⁹¹⁰: tali nozioni, infatti, comprendono fra i comportamenti vietati forme di collusione aventi la medesima natura e che si distinguono unicamente per la loro intensità e per le forme in cui si manifestano⁹¹¹.

448. L'art. 101, par. 1, TFUE preclude rigorosamente qualsiasi contatto diretto o indiretto tra concorrenti avente lo scopo o l'effetto di influenzare il comportamento tenuto sul mercato da un concorrente attuale o potenziale o di rivelare a tale concorrente il comportamento che essi stessi hanno deciso o prevedono di tenere sul mercato⁹¹². Ciò in quanto alla base del divieto di cui all'art. 101 TFUE vi è il principio secondo cui affinché il mercato funzioni correttamente ciascun operatore

⁹⁰⁷ In particolare, esiste un accordo quando le parti manifestano la volontà comune di comportarsi sul mercato in una determinata maniera (sentenza del Tribunale del 20 aprile 1999, *LVM/Commissione*, cause riunite T-305/94, T-306/94, T-307/94, T-313/94, T-314/94, T-315/94, T-316/94, T-318/94, T-325/94, T-328/94, T-329/94 e T-335/94, EU:T:1999:80, punto 715) o la volontà di aderire a un piano che limita o è idoneo a limitare la loro autonomia sul mercato, determinando le loro linee di condotta.

⁹⁰⁸ Con la locuzione "decisioni di associazioni di imprese" si fa riferimento a tutte quelle forme di coordinamento che avvengono per il tramite, o con il concorso, di associazioni o di altre organizzazioni collettive. Si ricorda che consolidata giurisprudenza ha interpretato in modo ampio sia il concetto di associazione di imprese (sentenza della Corte di giustizia del 19 febbraio 2002, *Wouters*, C-309/99, EU:2002:98, punti 56 e 64) sia la nozione di "decisione", che comprende non solo le decisioni formali adottate dall'associazione ma anche le mere raccomandazioni formulate dall'associazione alle imprese in ordine alla condotta economica da tenere sul mercato (sentenza della Corte di giustizia del 27 gennaio 1987, *Verband der Sachversicherer/Commissione*, C-45/85, EU:C:1987:34, punto 32; sentenza della Corte di giustizia del 18 luglio 2013, *Consiglio nazionale dei Geologi/Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato*, C-136/12, EU:C:2013:489, punto 46).

⁹⁰⁹ La pratica concordata comprende tra i comportamenti vietati qualsiasi forma di coordinamento dell'attività delle imprese che, senza essere stata spinta fino al raggiungimento di un vero e proprio accordo, sostituisce consapevolmente una collaborazione pratica fra le stesse ai rischi della concorrenza (v. sentenza della Corte di giustizia del 4 giugno 2009, *T-Mobile Netherlands e a.*, C-8/08, EU:C:2009:343, punto 26 e giurisprudenza ivi citata; sentenza della Corte di giustizia del 31 marzo 1993, *Ahlström Osakeyhtiö e a./Commissione*, cause riunite C-89/85, C-104/85, C-114/85, C-116/85, C-117/85 e da C-125/85 a C-129/85, EU:C:1993:120, punto 63; nonché sentenza della Corte di giustizia del 16 dicembre 1975, *Suiker Unie e a./Commissione*, cause riunite da C-40/73 a 48/73, 50/73, da 54/73 a 56/73, 111/73, 113/73 e 114/73, EU:C:1975:174, punto 26; sentenza della Corte di giustizia del 14 luglio 1972, *Imperial Chemical Industries/Commissione*, C-48/69, EU:C:1972:70, punto 64). I criteri di coordinamento e cooperazione necessari per constatare l'esistenza di una pratica concordata non richiedono l'elaborazione di un vero e proprio piano, ma vanno intesi alla luce della *ratio* sottesa alle norme del Trattato in materia di concorrenza, secondo la quale ogni operatore economico deve determinare autonomamente la politica che intende seguire sul mercato e le condizioni che intende riservare alla propria clientela (v. sentenza della Corte di giustizia del 19 marzo 2015, *Dole Food e Dole Fresh Fruit Europe/Commissione*, C-286/13 P, EU:C:2015:184, punto 119 e giurisprudenza ivi citata; sentenza della Corte di giustizia del 28 maggio 1998, *Deere/Commissione*, C-7/95 P, EU:C:1998:256, punto 86 e giurisprudenza ivi citata).

⁹¹⁰ Sentenza della Corte di giustizia del 14 luglio 1972, *Imperial Chemical Industries Ltd./Commissione*, C-48/69, EU:C:1972:70, punto 64.

⁹¹¹ V. sentenza della Corte di giustizia del 4 giugno 2009, *T-Mobile Netherlands e a.*, C-8/08, EU:C:2009:343, punto 23 e giurisprudenza ivi citata; sentenza della Corte di giustizia dell'8 luglio 1999, *Commissione/Anic Partecipazioni*, C-49/92 P, EU:C:1999:356, punti 11 e 131.

⁹¹² Sentenza della Corte di giustizia del 12 gennaio 2023, *HSBC Holdings e a./Commissione*, C-883/19 P, EU:C:2023:11, punto 114; sentenza della Corte di giustizia dell'8 luglio 1999, *Commissione/Anic Partecipazioni*, C-49/92, EU:C:1999:356, punto 117; sentenza della Corte di giustizia del 16 dicembre 1975, *Suiker Unie e a./Commissione*, cause riunite da C-40/73 a 48/73, 50/73, da 54/73 a 56/73, 111/73, 113/73 e 114/73, EU:C:1975:174.

deve determinare autonomamente la politica che intende seguire sul mercato ed essere incerto rispetto al comportamento dei concorrenti sullo stesso mercato⁹¹³.

449. Per consolidata giurisprudenza, inoltre, nei casi di violazione unica complessa e continuata, che ha coinvolto numerosi produttori nel corso di molti anni, non è necessario qualificare esattamente la violazione, per ognuna delle imprese interessate in ogni dato momento, come accordo o pratica concordata, dal momento che in ogni caso l'una e l'altra forma di violazione sono previste dall'art. 101 TFUE⁹¹⁴. Ciò in quanto, nel caso di cartello di lunga durata, la violazione di tale articolo risulta non da un atto isolato, bensì da una serie di atti e da un comportamento continuato e tale interpretazione non può essere contestata sulla base del fatto che uno o più elementi di questa serie di atti o del comportamento continuato potrebbero altresì costituire di per sé una violazione della suddetta norma⁹¹⁵.

450. In particolare, secondo la giurisprudenza⁹¹⁶, per accertare la sussistenza di un'infrazione unica e continuata è necessario che siano soddisfatte tre condizioni: l'esistenza di un piano d'insieme che persegue un obiettivo comune, il contributo intenzionale dell'impresa a detto piano e il fatto che essa fosse a conoscenza (provata o presunta) dei comportamenti illeciti degli altri partecipanti.

451. Per poter qualificare un'intesa come infrazione unica e continuata occorre dunque che l'insieme dei comportamenti attuati dalle parti perseguano il medesimo fine economico volto a distorcere la concorrenza, fermo restando che nel corso del tempo i comportamenti anticoncorrenziali possono assumere forme diverse e i meccanismi collusivi essere modificati o rafforzati per adeguarsi all'evolversi degli eventi.

452. Viceversa, non è un presupposto per la qualificazione delle condotte anticoncorrenziali come infrazione unica e continuata né per l'imputazione di tale responsabilità l'esistenza di un rapporto di concorrenza tra le imprese interessate. Secondo la Corte di Giustizia⁹¹⁷, infatti, argomentare diversamente priverebbe la nozione di "infrazione unica e continuata" di una parte del suo significato, in quanto essa assolverebbe tali imprese da ogni responsabilità indiretta in ragione delle condotte delle imprese non concorrenti che contribuirebbero però, con il loro comportamento, alla realizzazione del piano d'insieme specifico per l'infrazione unica e continuata.

⁹¹³ Cfr. sentenza della Corte di giustizia del 29 luglio 2024, *Banco BPN*, C-298/22, EU:C:2024:638, punti 53-54, 57, 62-65, e giurisprudenza ivi citata. Cfr. anche Consiglio di Stato, 27 gennaio 2023, n. 941, 1805 - *Prezzi del cartone ondulato*, secondo cui in base alla disciplina antitrust, "ogni impresa deve determinare in via autonoma le proprie condotte sul mercato e vieta rigorosamente che tra gli operatori abbiano luogo contatti diretti o indiretti, allo scopo d'influire sul comportamento tenuto nel mercato da un concorrente attuale o potenziale, ovvero di rivelare ad un concorrente il comportamento che l'interessato ha deciso, o prevede di tenere sul mercato (cfr. così CGUE, 16 dicembre 1975, C-114/73 *Suiker Unie*)". Sempre secondo il Consiglio di Stato 16 luglio 2021, n. 5372 e n. 5373, 1816 - *Gara So.re.sa. Rifiuti sanitari in Campania*: "Se tali contatti fossero ammessi, infatti, si sostituirebbe "all'alea della concorrenza il vantaggio della concertazione" ed il consumatore sarebbe privato sistematicamente dei benefici che gli derivano dalla tendenza fisiologica di ogni impresa concorrente a conquistarsi fette di mercato offrendo condizioni più favorevoli rispetto ad altre imprese". Si vedano anche Tar Lazio, 18 maggio 2020, n. 5272, 1806 - *Affidamento appalti per attività antincendio boschivo*, confermata da Consiglio di Stato 6 maggio 2021, n. 3566; Consiglio di Stato, 21 marzo 2019, nn. 1900, 1551, 1160, 1883, 1793 - *Aumento prezzi Cemento* Consiglio di Stato, 13 febbraio 2019, n. 1025, 1771 - *Servizi di post-produzione di programmi televisivi RAI*; Consiglio di Stato, 31 dicembre 2018, n. 7320, 1793 - *Aumento prezzi cemento*.

⁹¹⁴ Sentenza del Tribunale del 20 aprile 1999, *Limburgse Vinyl Maatschappij N.V. e al./Commissione (PVC II)*, cause riunite da T-305/94, T-306/94, T-307/94, T-313/94 a T-316/94, T-318/94, T-325/94, T-328/94, T-329/94 e T-335/94, EU:T:1999:80, punto 696.

⁹¹⁵ Sentenza della Corte di giustizia dell'8 luglio 1999, *Commissione/Anic Partecipazioni*, C-49/92 P, EU:C:1999:356, punto 81.

⁹¹⁶ Cfr. *ex multis*, sentenza della Corte di giustizia del 1° febbraio 2024, *Scania e a./Commissione*, C-521/22 P, EU:C:2024:103, punti 94-95, e giurisprudenza ivi citata.

⁹¹⁷ Sentenza del Tribunale del 30 marzo 2022, *Japan Airlines Co. Ltd/Commissione*, T-340/17, EU:T:2022:181, punto 262 e giurisprudenza ivi citata.

VI.4.2. L'applicazione dei principi al caso di specie

453. Nel caso di specie, le numerose evidenze agli atti, consentono di contestare a tutte le parti del procedimento l'esistenza di una violazione dell'art. 101, par. 1, TFUE, *sub specie* di intesa segreta, unica, complessa e continuata, sotto forma di accordi, delibere di associazione d'impresa e/o pratiche concordate, restrittiva per oggetto.

454. I fatti descritti nelle risultanze istruttorie infatti attestano che almeno dal 5 febbraio 2004 al 30 giugno 2024 i destinatari del presente provvedimento hanno intenzionalmente aderito a un piano comune avente l'obiettivo economico anticoncorrenziale di sostenere le richieste di aumenti dei prezzi, rafforzando congiuntamente il potere contrattuale nei confronti dei clienti, e limitare la concorrenza all'interno del mercato italiano dei getti di ghisa. Mediante l'adesione a tale piano comune, le fonderie, soprattutto nei periodi in cui la congiuntura economica è stata negativa, sono riuscite a mantenere una certa stabilità della marginalità reddituale e comunque condizioni diverse da quelle che si sarebbero determinate come conseguenza del normale esplicarsi del gioco concorrenziale.

455. Prima di procedere alla valutazione, si evidenzia che il perimetro dell'intesa in esame è stato definito alla luce della copiosa documentazione a fascicolo, acquisita a seguito degli approfondimenti preistruttori e istruttori svolti utilizzando gli strumenti a disposizione: le ispezioni, le acquisizioni d'ufficio, le audizioni (tenute con tutte le parti del procedimento e con alcuni dei principali clienti delle parti) e le richieste di informazioni rivolte alle parti. Pertanto, del tutto irrilevanti si ritengono essere le contestazioni riguardanti la non corretta ricostruzione da parte del *whistleblower* delle condotte e del contesto in cui le stesse si sono inserite.

456. Con specifico riferimento alla documentazione acquisita agli atti, sempre in via preliminare, va evidenziato che non colgono nel segno le contestazioni dirette a sminuirne la rilevanza probatoria o l'attendibilità: in particolare con riferimento ai fogli presenza (perché privi di sottoscrizione) e ai resoconti degli incontri (in quanto recanti appunti interni alle società o "testimonianze dell'ordinaria vita aziendale"⁹¹⁸). Per costante giurisprudenza, per costituire prova di un'infrazione antitrust l'affidabilità di un documento deriva dalla sua provenienza, a prescindere dal fatto di essere firmato o meno⁹¹⁹; inoltre è ritenuto normale che i documenti utilizzati per provare un'infrazione *antitrust* manchino di data, oltre che di firma⁹²⁰. Piuttosto, e al di là dunque di aspetti meramente formali, secondo la giurisprudenza è da attribuire "*speciale valore*" ai documenti redatti "*in immediata concomitanza con i fatti*"⁹²¹ o "*da un testimone diretto degli stessi*"⁹²².

VI.4.2.1. Il piano globale finalizzato a perseguire un obiettivo economico anticoncorrenziale

457. L'unitarietà dell'intesa in esame emerge con evidenza avuto riguardo all'esistenza di un piano globale perseguito dalle parti del procedimento, in modo continuato almeno dal 2004. Durante

⁹¹⁸ Così in **DOC. 633**, pag. 15.

⁹¹⁹ Sentenza del Tribunale del 25 ottobre 2005, *Groupe Danone/Commissione*, T-38/02, EU:T:2005:367, punto 288: "*Sebbene il documento Heineken non sia firmato, il fatto che sia stato rinvenuto in un cassetto di un membro del consiglio di amministrazione della Heineken, ossia nell'ufficio di un alto dirigente di un'impresa terza, consente di concludere che il contenuto del documento è affidabile*". Più in generale, "*l'affidabilità e, pertanto, il valore probatorio di un documento dipendono dalla sua fonte, dalle circostanze in cui è stato redatto, dal suo destinatario e dalla ragionevolezza e attendibilità del suo contenuto*" (sentenza del Tribunale del 3 marzo 2011, *Siemens/Commissione*, T-110/07, EU:T:2011:68, punto 54).

⁹²⁰ Sentenza del Tribunale del 10 marzo 1992, *Shell/Commissione*, T-11/89, EU:T:1992:33, punto 86.

⁹²¹ Sentenza del Tribunale del 16 dicembre 2003, *DEP Nederlandse Federatieve Vereniging*, cause riunite T-5/00 e T-6/00, EU:T:2003:342, punto 181.

⁹²² V. sentenza del Tribunale del 3 marzo 2011, *Siemens/Commissione*, causa T-110/07, EU:T:2011:68, punto 54 e giurisprudenza ivi citata.

l'intero arco temporale considerato, i numerosi contatti bilaterali e multilaterali, che hanno avuto luogo anche nel contesto associativo, hanno consentito alle fonderie di coordinare le proprie condotte mediante un intenso scambio di informazioni sensibili (riguardanti i prezzi, i clienti, la capacità produttiva e le quantità prodotte) e la definizione in comune delle condotte da assumere nei confronti dei clienti (richieste di aumento dei prezzi, mancato riconoscimento di sconti o riduzioni dei prezzi di listino), compresa la creazione e il ricorso ai medesimi meccanismi di indicizzazione dei listini, gli indicatori Assofond.

458. Così facendo, dunque, le parti del procedimento hanno violato il principio posto alla base del divieto di intese restrittive della concorrenza secondo cui ciascun operatore deve determinare autonomamente la politica che intende seguire sul mercato ed essere incerto rispetto al comportamento dei concorrenti. In altre parole, le fonderie, riducendo significativamente l'incertezza circa i propri autonomi comportamenti sul mercato e in merito alle scelte commerciali da adottare nei confronti dei clienti, hanno sostituito la collusione a scelte commerciali autonome.

459. Il piano comune perseguito dalle parti emerge chiaramente già nel periodo più risalente, allorquando – per fronteggiare il peggioramento del quadro congiunturale, l'aumento dei costi delle materie prime e al fine di superare le resistenze riscontrate dai clienti alle richieste di aumento dei prezzi e quindi evitare “*un'ulteriore assottigliamento dei margini di profitto*”⁹²³ – le fonderie nel contesto associativo hanno deciso di introdurre una nuova classe di indicatori, per inflazionare una parte sempre maggiore del prezzo del getto, fino a ricomprendervi il margine operativo lordo.

460. In particolare: nel febbraio 2004 viene introdotto il QEMP, per l'aggiornamento dei prezzi di vendita in relazione all'andamento del costo delle materie prime; nel marzo 2006 viene creato l'IDT, al fine di indicizzare i prezzi di vendita anche al variare dei costi di trasformazione del getto; nel marzo 2011, a tali indicatori si affianca il TET che, unitamente al QEMP, permette alle fonderie di quantificare e aggiornare l'intero prezzo del getto, compreso il margine operativo lordo.

461. A partire dalla loro introduzione nel febbraio 2004 e fino al 30 giugno 2024, quindi per oltre un ventennio, tali indicatori sono stati mensilmente pubblicati da Assofond, che al contempo ha fornito specifiche indicazioni in merito alle modalità di applicazione degli stessi (anche al fine di mantenere una certa redditività, pari a un EBITDA del 10%), continui resoconti sul loro andamento, nonché aggiornamenti nelle modalità di definizione degli stessi.

462. Parallelamente all'attività di ideazione e applicazione degli indicatori, le evidenze agli atti danno conto che negli anni dal 2007 al 2019, nel contesto associativo, le fonderie concordano di ripristinare i gruppi di lavoro nell'ambito dei quali affrontare tematiche commerciali e proseguono le interlocuzioni volte a risolvere congiuntamente i problemi connessi all'ottenimento degli aumenti dei prezzi di vendita e all'eccesso di capacità produttiva al fine di evitare “*un'accesa competizione all'interno del settore stesso*”⁹²⁴.

463. La concertazione tra le parti si manifesta con particolare visibilità nel periodo compreso tra il 2020 e il 2024 per far fronte agli *shock* esogeni determinati dalle conseguenze della pandemia Covid-19 e della guerra in Ucraina, che avrebbero potuto mettere a rischio la redditività delle imprese. Se infatti nel periodo precedente i meccanismi di indicizzazione e i periodici incontri associativi (inclusi i tavoli di lavoro omogenei) potevano ritenersi sufficienti per garantire uniformità di condotte ed evitare che una concorrenza troppo vigorosa minasse una certa marginalità, a partire soprattutto dalla fine del 2020 il considerevole e repentino aumento dei costi delle materie prime e successivamente

⁹²³ Cfr. ISP. 41.35 e ISP. 41.38.

⁹²⁴ ISP. 41.62.

anche dell'energia ha richiesto un intensificarsi dei contatti tra le fonderie sia in ambito associativo sia al di fuori dello stesso.

464. In particolare, durante tale periodo, dalla documentazione agli atti emerge un continuo e costante confronto e coordinamento tra le fonderie parti del procedimento, realizzato mediante contatti bilaterali e multilaterali, anche al di fuori dell'ambito associativo, in merito: all'aumento dei prezzi di vendita (attuato ribaltando a valle i maggiori costi subiti e uniformando la tempistica di adeguamento dei listini); alle risposte da fornire ai clienti in caso di mancato riconoscimento degli aumenti richiesti anche attraverso la minaccia di interrompere la fornitura; al modo in cui reagire alle richieste dei clienti volte a ottenere riduzioni dei prezzi di listino a seguito della previsione del credito d'imposta; a caratteristiche sensibili dell'attività d'impresa quali la capacità produttiva, il carico di lavoro, i risultati economici e financo l'interruzione o meno delle attività produttive nel periodo di picco dei costi energetici (nel 2022).

465. Dal 2021 emerge nuovamente la centralità degli indicatori per le richieste di aumento dei prezzi. Infatti, vi sono evidenze di specifiche indicazioni da parte dell'Associazione volte a raccomandare, attraverso l'utilizzo degli indicatori, un più tempestivo (mensile) adeguamento dei prezzi di vendita al variare dei costi, al fine di evitare *“una sensibile riduzione dei margini di vendita”*⁹²⁵ (che si suggerisce nuovamente di mantenere al 10%). Inoltre, le fonderie in ambito associativo concordano di dare nuovo impulso agli indicatori quale strumento da utilizzare per chiedere aumenti ai clienti e trasferire i rincari a valle, con la predisposizione e la divulgazione della Guida Assofond in cui sono illustrati gli obiettivi e gli ambiti di applicazione degli stessi indicatori.

466. Ciò detto, nei paragrafi che seguono si fornirà una valutazione puntuale delle condotte in cui si è articolato il piano comune nei diversi periodi sopra individuati.

VI.4.2.1.1. Le prime evidenze sul piano comune: la nuova classe di indicatori per la revisione dei prezzi

467. L'attività istruttoria ha fatto emergere evidenze del coordinamento tra le fonderie a partire dall'inizio del 2004, nonostante si tratti di un periodo particolarmente risalente nel tempo, per il quale quindi la raccolta di elementi probatori risulta inevitabilmente difficile. Tali evidenze tuttavia sono univoche e concordanti nel delineare già a partire da tale periodo il piano comune perseguito dalle fonderie, anche per il tramite di Assofond, volto a conseguire un unico obiettivo economico anticoncorrenziale: ossia, l'ottenimento degli aumenti dei prezzi di vendita, attraverso il rafforzamento del potere negoziale nei confronti dei clienti, e avente quale fine ultimo quello di evitare il deterioramento dei margini reddituali.

468. Infatti, emerge chiaramente – dai resoconti, dai verbali e dalla documentazione a fascicolo – come la *ratio* sottesa alla nascita degli Indicatori Assofond sia stata la necessità di far fronte alle difficoltà legate alle richieste di aumento dei prezzi da parte delle fonderie nei confronti dei clienti, a seguito dell'aumento dei costi delle materie prime subiti a partire dalla fine del 2001, al fine di evitare il rischio della perdita di marginalità del settore. In tal senso è possibile riscontrare un legame evidente tra le discussioni svoltesi prima dell'inizio dell'infrazione⁹²⁶ e l'ideazione degli indicatori.

469. Segnatamente, a partire dal febbraio 2004, in ambito associativo, le fonderie concordano di creare i nuovi indicatori⁹²⁷, in quanto strumenti condivisi da utilizzare per l'aggiornamento di una

⁹²⁵ ISP. 36.80.

⁹²⁶ ISP. 41.98, ISP. 41.110, ISP. 41.52, ISP. 41.50 e ISP. 41.46.

⁹²⁷ Secondo quanto si legge nella Guida diffusa nel 2021, in particolare, a partire dall'anno 2002 il settore ha registrato un elevato livello di inflazionamento dei costi relativi al processo di fonderia causato principalmente dalla crescita dei prezzi delle materie prime metalliche e di quelle energetiche a livello mondiale (ISP. 36.88).

parte sempre maggiore del prezzo del getto (fino a ricomprendervi anche il margine operativo lordo) e per facilitare l'accettazione di richieste di aumento dei prezzi da parte dei clienti, a garanzia del mantenimento di una determinata marginalità⁹²⁸. Infatti, gli indicatori, pur partendo da rilevazioni dei costi di produzione, si tramutano, anche alla luce delle modalità di utilizzo condivise in sede associativa, in chiare istruzioni di prezzo del getto.

470. Al riguardo, appare utile chiarire, in via preliminare, che oggetto di censura non è, di per sé, la mera rilevazione dei costi di produzione da parte dell'Associazione, quanto la condivisione tra concorrenti dei parametri di trasformazione di tali costi in prezzi di vendita realizzata attraverso gli indicatori e le istruzioni, chiare e univoche, sulle modalità di applicazione degli stessi fornite dall'Associazione.

471. Che l'obiettivo comune delle fonderie fosse la volontà di creare strumenti da utilizzare per ribaltare interamente e in maniera uniforme le variazioni dei costi sui clienti emerge chiaramente dalle evidenze presenti nel fascicolo istruttorio.

472. Così nel comunicato stampa Assofond diffuso alle fonderie associate a valle dell'assemblea straordinaria di Fonderie di Metalli Ferrosi tenutasi il 5 febbraio 2004, ove si è deciso di introdurre il QEMP, si legge in modo inequivocabile come l'obiettivo condiviso fosse quello di *“sterilizzare i listini di vendita rispetto alla componente del costo delle materie prime ferrose”*⁹²⁹, indicando anche le modalità di implementazione della maggiorazione⁹³⁰. Nel corso dell'assemblea straordinaria, a cui hanno partecipato Ariotti, De Riccardis, Pilenga, Zanardi e ZML⁹³¹, l'azione di rivedere i prezzi di vendita viene ritenuta *“Immediat[a]. Non vi sono alternative al ricupero dei maggiori costi di produzione. Assofond consiglia di utilizzare gli indici della formazione indicativa che evidenziano gli aumenti dei costi per le varie tipologie di getto. Oppure, si consiglia di aggiungere ai prezzi di vendita una quota extra rappresentativa degli aumenti delle materie prime. Questo metodo eviterebbe le operazioni di revisione dei prezzi, che risultano spesso lunghe e dispendiose”*⁹³².

473. Il *“Recupero dei maggiori costi delle materie prime”* e le iniziative comuni da assumere per ottenere aumenti dei prezzi sono l'oggetto anche della riunione delle Fonderie produttrici di getti di ghisa per l'industria dei mezzi di trasporto tenutasi il 31 marzo 2004 e alla quale hanno partecipato De Riccardis, FMG, Glisenti, LT, Pilenga, VDP e Zanardi⁹³³. Anche in tale occasione, i partecipanti hanno concordato azioni comuni da assumere nel mercato *“per ottenere gli aumenti”*⁹³⁴, condividendo l'opportunità di contestare tempestivamente le lettere dei clienti restii a riconoscere le richieste delle fonderie, ricorrendo a tal fine a modelli di lettera predisposti e divulgati dall'Associazione.

474. L'indicazione di applicare il QEMP viene reiterata nel corso della riunione associativa del 15 luglio 2004 (a cui hanno partecipato Ariotti, De Riccardis, FMG, Glisenti, Pilenga, E.F. Group (all'epoca Torbole), VDP, Zanardi e Zardo⁹³⁵), in quanto ritenuta una delle *“strategie d'intervento*

⁹²⁸ Cfr., a titolo esemplificativo, ISP. 41.238 e ISP. 41.239.

⁹²⁹ ISP. 41.83.

⁹³⁰ ISP. 41.83, ISP. 41.84.

⁹³¹ ISP. 41.86.

⁹³² ISP. 41.87, enfasi in originale. Si vedano anche ISP. 41.238 e ISP. 41.239.

⁹³³ ISP. 41.101.

⁹³⁴ ISP. 41.96.

⁹³⁵ ISP. 41.36.

[...] *per evitare che un ulteriore assottigliamento dei margini di profitto decreti l'uscita dal mercato di altre aziende del settore*"⁹³⁶.

475. Si può dunque ritenere che le parti del procedimento che hanno contribuito a tale momento iniziale di creazione degli indici, oltre ad Assofond, sono: Ariotti, De Riccardis, E.F. Group (all'epoca Torbole)/Pilenga, ZML, FMG, Glisenti, LT, VDP, Zanardi e Zardo.

476. Le evidenze agli atti attestano come il QEMP – applicato da tutte le parti del procedimento e ampiamente diffuso e utilizzato dalla generalità delle fonderie – sia stato costantemente analizzato in sede associativa e pubblicato mensilmente fino alla sospensione degli indicatori avvenuta a partire dal 1° luglio 2024. L'associazione, infatti, ha proceduto all'aggiornamento del QEMP – il cui valore si ricorda è dato dalla media aritmetica di due quotazioni delle materie prime rilevate da una specifica CCIAA (i.e. quella di Milano Monza Brianza Lodi) – anche durante il periodo di sospensione delle rilevazioni dei prezzi da parte di tale CCIAA, ricorrendo a tal fine alle variazioni registrate dall'indice CAEF⁹³⁷.

477. Nella riunione del 31 marzo 2006, l'Associazione spiega come revisionare i prezzi di vendita utilizzando l'indicatore "*Costo di Trasformazione*", ossia il nuovo indicatore IDT, che rappresenta la rilevazione di un processo industriale e unitamente al QEMP serve per determinare la variazione complessiva del getto, compreso il valore della trasformazione (incluso il costo del lavoro e l'EBITDA), in caso di diverse ipotesi di efficientamento⁹³⁸. Durante tale riunione (alla quale hanno preso parte Corrà, De Riccardis, Glisenti, Pilenga, VDP, Zanardi e ZML⁹³⁹) viene dunque introdotto il secondo nuovo indicatore IDT.

478. A partire da questo momento l'Associazione fornirà costantemente l'indicazione di adeguare i prezzi di vendita applicando gli indicatori Assofond, mostrando anche come impostare i prezzi di listino al fine di mantenere una certa redditività – pari a un EBITDA del 10% – in diverse annualità⁹⁴⁰.

479. Al fine di agevolare l'uniformità delle condotte e rendere possibile l'inflazionamento del prezzo totale dei getti, nonché in ragione delle complessità di applicazione dell'IDT (non espresso in euro/tonnellata ma in numeri indice), a partire dal 2008 le fonderie iniziano a discutere circa l'introduzione di un nuovo indicatore, che poi verrà effettivamente introdotto nel corso del 2011. Si tratta del TET che, utilizzato insieme al QEMP, consente di quantificare e aggiornare l'intero valore del getto, ossia il prezzo, comprensivo del margine operativo lordo⁹⁴¹.

480. In particolare, durante la riunione di Assofond Ghisa del 30 novembre 2010, a cui hanno partecipato Glisenti, LT, E.F. Group (all'epoca Torbole), Zanardi e Zardo⁹⁴², è stata discussa "*l'opportunità di elaborare un nuovo indice sintetico misuratore dell'inflazionamento totale del valore del getto di fonderia*"⁹⁴³. La creazione dell'indice è stata poi comunicata dall'Associazione

⁹³⁶ Cfr. **ISP. 41.35** e **ISP. 41.38**.

⁹³⁷ **ISP. 41.29** e **DOC. 257**. Tale decisione è stata assunta nel corso dell'incontro di Assofond Ghisa del 13 dicembre 2017, cui hanno partecipato Ariotti, Corrà, FMG, Glisenti, E.F. Group (all'epoca Torbole), VDP, Zanardi e Zardo ("Elenco partecipanti 13 12 2017" in **DOC. 276**).

⁹³⁸ **ISP. 41.78**. Si vedano anche **ISP. 41.94** e **ISP. 41.6**, di contenuto analogo, e **ISP. 41.74**.

⁹³⁹ **ISP. 41.73**.

⁹⁴⁰ **ISP. 41.94**, **ISP. 41.71**, **ISP. 41.12**, **ISP. 41.95**, **ISP. 41.9**, *slide* 9-23, in cui, in particolare, Assofond mostra come impostare la variazione dei prezzi di listino in euro/tonnellata al fine di mantenere, a seguito dell'aumento del QEMP e a seconda di diverse assunzioni sulla quantità prodotta, la stessa redditività – espressa in termini di EBITDA su fatturato e pari al 10% – in diverse annualità.

⁹⁴¹ Cfr. paragrafi 133-140 e documenti ispettivi ivi citati.

⁹⁴² **ISP. 41.64**.

⁹⁴³ **ISP. 41.66**.

con un documento dell'ufficio studi del 23 marzo 2011, in cui si spiega che il nuovo TET è stato introdotto “[a] seguito delle numerose richieste pervenute” dalle associate, con la finalità di permettere “di effettuare direttamente il ribaltamento degli indicatori sul valore della tonnellata di getto prodotto”⁹⁴⁴.

481. Dal 2011, dunque, le fonderie dispongono di un ventaglio di strumenti che permettono di indicizzare, potenzialmente, l'intero valore del getto e, di conseguenza, il relativo prezzo di listino, utilizzando valori uniformi. Il sistema degli indicatori Assofond è infatti idoneo a incidere su una delle principali variabili concorrenziali, ossia il prezzo di vendita, sostituendosi all'autonoma individuazione da parte delle fonderie del sistema di revisione dei prezzi ritenuto più adeguato ed eliminando l'incertezza circa i comportamenti tenuti nel mercato dai concorrenti.

482. Segnatamente, l'implementazione del sistema degli Indicatori permette, per i getti di ghisa sferoidale, di valorizzare e aggiornare, utilizzando gli indicatori QEMP e IDT, la parte del prezzo collegata ai costi di produzione e, attraverso il TET, anche il margine operativo lordo realizzato sulla singola vendita. Per quanto concerne i getti di ghisa grigia, per i quali non è disponibile l'IDT, il QEMP permette in ogni caso di valorizzare e aggiornare almeno un terzo del prezzo di vendita del getto⁹⁴⁵.

483. Peraltro, per quanto riguarda il QEMP e il TET, indicatori espressi in euro/tonnellata, la loro pubblicazione fornisce alle fonderie non solo la variazione ma altresì un riferimento comune circa la quantificazione di tre componenti fondamentali del prezzo di vendita (materie prime, costi di trasformazione e attività, incluso il margine di vendita).

484. Inoltre, sin dall'introduzione degli indicatori, Assofond ha intrapreso una decisa attività di divulgazione rivolta alle fonderie associate e ha fornito in più occasioni indicazioni dettagliate sull'applicazione degli stessi⁹⁴⁶.

VI.4.2.1.2. Il continuo confronto volto al mantenimento del punto di orientamento comune

485. Parallelamente all'attività di creazione e utilizzo degli indicatori, le evidenze agli atti attestano come le fonderie parti del procedimento si siano costantemente confrontate in ambito associativo su temi sensibili, strettamente attinenti alla strategia commerciale delle imprese, la cui condivisione ha contribuito all'ulteriore riduzione della concorrenza, già attenuata dal ricorso agli indicatori stessi.

⁹⁴⁴ **ISP. 41.160.** Contestualmente, l'associazione fornisce una “Guida all'utilizzo delle nuove tabelle comprensiva di alcune esemplificazioni pratiche” in cui vengono illustrati cinque esempi di applicazione del nuovo indicatore, consistenti nel variare ciascuna componente dei costi di trasformazione e delle attività (tra cui il margine operativo lordo), v. **ISP. 41.158.**

⁹⁴⁵ **ISP. 41.323.**

⁹⁴⁶ Come descritto nella parte in fatto, dal 2011 numerose sono le riunioni in cui gli indicatori sono trattati nel corso delle riunioni associative. In particolare, degne di nota sono: (i) la riunione di Assofond Ghisa del 23 febbraio 2012, in cui Assofond ha annunciato la modifica dell'algoritmo di calcolo del sottoindice dell'IDT (**ISP. 41.56**); (ii) la riunione di Assofond Ghisa del 12 dicembre 2014, in cui si chiariscono nuovamente alle modalità di applicazione pratica del QEMP nella revisione dei prezzi di vendita (“in modo additivo rispetto al costo del prodotto in €/tonnellata”) (**ISP. 41.21**, **ISP. 41.22** e **ISP. 41.23**), a cui erano presenti Ariotti, C2MAC, Corrà, LT, Zanardi, Zardo e ZML (**ISP. 41.20**); (iii) gli incontri di Assofond Ghisa del 16 dicembre 2015 e del 14 dicembre 2016 in cui è stato presentato l'andamento storico degli indicatori Assofond e, in particolare, di QEMP e IDT (**ISP. 41.41**, **ISP. 41.42**, **ISP. 41.43**, **ISP. 41.44** e **ISP. 41.32**). I partecipanti a quest'ultimi due incontri sono stati rispettivamente: Ariotti, Corrà, FMG, Glisenti, LT, Zanardi, Zardo e ZML (**ISP. 41.40**); e Ariotti, C2MAC, De Riccardis, FMG, E.F. Group (all'epoca Torbole)/Pilenga, VDP, Zardo (**ISP. 41.31**). L'aggiornamento degli “Indici materie prime Assofond”, ossia del QEMP, è inoltre inserito nell'ordine del giorno delle riunioni della Giunta Assofond del 7 febbraio 2018, 16 maggio 2018, 12 settembre 2018 e del 6 febbraio 2019 (**DOC. 291**). A tali riunioni hanno partecipato: Ariotti, Corrà, Glisenti, E.F. Group (all'epoca Torbole), VDP, Zanardi e ZML (riunione del 7 febbraio 2018, cfr. file “ELENCO ADESIONI – GIUNTA 7 febbraio” in **DOC. 291**); Ariotti, E.F. Group (all'epoca Torbole), VDP e Zanardi (riunione del 16 maggio 2018, cfr. file “ELENCO ADESIONI – GIUNTA 16 maggio” in **DOC. 291**); Ariotti, E.F. Group (all'epoca Torbole), VDP e Zanardi (riunione del 12 settembre 2018, cfr. file “ELENCO ADESIONI – GIUNTA 12 settembre” in **DOC. 291**); Ariotti, Corrà, Glisenti, E.F. Group (all'epoca Torbole), VDP e Zanardi (riunione del 6 febbraio 2019, cfr. file “ELENCO ADESIONI – GIUNTA 6 febbraio” in **DOC. 291**).

486. Come riportato nella parte in fatto, anche a seguito della crisi economica e finanziaria del 2007-2008, e delle conseguenti ripercussioni sull'incremento dei costi di produzione, gli incontri associativi sono esplicitamente volti alla *“definizione di un punto di orientamento comune”*⁹⁴⁷ e considerati *“un momento di confronto per capire come cogliere le opportunità che nascono da situazioni di difficoltà”*⁹⁴⁸.

487. è in tale contesto che, nel corso della riunione del Comitato Esecutivo Assofond Ghisa del 12 febbraio 2008 (a cui hanno partecipato Corrà, Glisenti, LT, VDP e Zanardi⁹⁴⁹), viene assunta la decisione di *“ripristinare”* l'attività di gruppi di lavoro nell'ambito dei quali le fonderie potessero confrontarsi su tematiche di natura commerciale; decisione già prospettata nell'incontro di Assofond Ghisa del 30 ottobre 2007.

488. Dalle evidenze agli atti emerge come tali tavoli di lavoro: (i) siano stati organizzati per rafforzare il coordinamento in un momento di congiuntura economica particolarmente negativa per il settore; (ii) la partecipazione agli incontri è circoscritta soltanto ad alcune delle fonderie di ghisa associate (le fonderie fornitrici di getti per il medesimo settore di destinazione); (iii) le riunioni in questione non sono pubbliche e avvengono *a latere* degli incontri associativi ufficiali di Assofond Ghisa; (iv) nel corso delle riunioni sono affrontate tra concorrenti tematiche di carattere commerciale.

489. Con specifico riferimento alle tematiche oggetto di discussione nell'ambito di tali tavoli di lavoro, i documenti presenti nel fascicolo istruttorio consentono di smentire quanto affermato da alcune parti del procedimento⁹⁵⁰, secondo i quali tali gruppi di lavoro avrebbero avuto a oggetto mere questioni di carattere generale relative all'andamento del settore o a iniziative associative legate a tematiche di tipo ambientale, energetico e di responsabilità degli enti. Dalle evidenze agli atti emerge con evidente chiarezza non solamente come tali tavoli di confronto fossero *“improntati prevalentemente a tematiche di natura commerciale”*⁹⁵¹, ma anche l'importanza assegnata dalle fonderie all'organizzazione continuativa di tali incontri considerati gli argomenti affrontati (l'organizzazione dei tavoli di settore viene programmata *“rispondendo a numerose sollecitazioni”*)⁹⁵², in un momento di crisi economica.

490. Poiché tali riunioni si tenevano in concomitanza degli incontri ufficiali di Assofond Ghisa, ciò significa che tutte le fonderie di ghisa concorrenti produttrici di getti per un determinato settore della domanda (e quindi anche per i medesimi clienti) si ritrovavano in gruppi di lavoro organizzati al fine specifico di definire congiuntamente le strategie commerciali da adottare nei confronti dei propri clienti.

491. Tali tavoli di confronto hanno avuto luogo fino al 2014: in particolare, vi sono evidenze dei tavoli svolti nel corso delle riunioni di Assofond Ghisa dell'11 maggio 2009⁹⁵³, del 19 giugno

⁹⁴⁷ Così nella convocazione all'incontro di Assofond Ghisa del 9 maggio 2008 in **DOC. 276**, file “9 maggio 2008 + programma” in “Assofond Ghisa 2003-2023”.

⁹⁴⁸ **ISP. 41.16**, convocazione alla riunione di Assofond Ghisa del 12 dicembre 2008.

⁹⁴⁹ **ISP. 41.314**.

⁹⁵⁰ **DOC. 273** (verbale audizione Ariotti), **DOC. 246** (verbale audizione Glisenti e LT) e **DOC. 270** (verbale audizione VDP).

⁹⁵¹ **ISP. 41.66**, recante il report dell'incontro del 30 novembre 2010. Come emerge da **ISP. 41.64**, i partecipanti a tale riunione erano Meccanica, Lead Time, E.F. (ex Torbole), Zanardi e Zardo.

⁹⁵² **ISP. 41.13**, convocazione alla riunione di Assofond Ghisa dell'11 maggio 2009.

⁹⁵³ **ISP. 41.10**, **ISP. 41.11**. I partecipanti alla riunione di Assofond Ghisa dell'11 maggio 2009 sono stati Glisenti, E.F. Group (all'epoca Torbole), Pilenga, Corrà, De Riccardis, LT, VDP, Zanardi e Zardo. I tavoli di lavoro organizzati in tale occasione erano Meccanica, Veicoli industriali, Automotive, Edilizia e Grandi Getti. Hanno partecipato ai tavoli: E.F. Group (all'epoca Torbole), Corrà, De Riccardis, Glisenti, LT, Pilenga, VDP, Zanardi e Zardo.

2009⁹⁵⁴, del 30 novembre 2012 (riunione a partire dalla quale si ha evidenza dell'adesione al piano comune di C2MAC)⁹⁵⁵ e del 12 dicembre 2014⁹⁵⁶. L'attività più intesa sembra potersi riferire al 2009 in quanto, come affermato anche da VDP⁹⁵⁷ tali incontri sono poi confluiti nella Giunta Assofond (di cui infatti non vi è evidenza prima del 2010⁹⁵⁸ e che è considerato il luogo in cui è possibile confrontarsi sulle richieste di aumento dei prezzi⁹⁵⁹). Inoltre, come rilevato da Glisenti, all'epoca Presidente di Assofond Ghisa, i tavoli erano stati organizzati per ragionare sulle possibili risposte alla crisi che aveva portato nel 2009 a una consistente riduzione dei volumi prodotti dalle fonderie (emblematico è in tal senso il titolo di Assofond Ghisa dell'11 maggio 2009 **"Insieme per superare la crisi"**⁹⁶⁰).

492. Oltre all'attività dei gruppi di lavoro, nel corso del periodo in questione vi è evidenza di come le fonderie abbiano proseguito le interlocuzioni volte a risolvere congiuntamente i problemi connessi all'aggiornamento dei prezzi di vendita e all'eccesso di capacità produttiva (che *"potrebbe tradursi in politiche di offerta sempre più aggressive tra le imprese e quindi scaturire in un'accesa competizione all'interno del settore stesso"*⁹⁶¹) anche nell'ambito più generale delle riunioni di Assofond Ghisa e della Giunta. Tali argomenti, e le conseguenze da essi derivanti in termini di riduzione del margine delle vendite, infatti, sono stati oggetto di confronto e dibattito nel corso del giro di tavolo che ha animato l'incontro di Assofond Ghisa del 29 marzo 2010⁹⁶² e di Assofond Ghisa del 12 dicembre 2014⁹⁶³. Così come il confronto sul *"livello di produzione, prezzi di acquisto, vendita, ecc..."* o su questioni squisitamente attinenti ai rapporti tra le fonderie e i clienti (come ad esempio, il confronto sul livello di contrattazione per il settore delle fonderie e le condizioni di contratto nei contratti con i committenti) sono stati oggetto delle riunioni della Giunta Assofond rispettivamente del 4 maggio 2011⁹⁶⁴ e 8 aprile 2011⁹⁶⁵.

⁹⁵⁴ **ISP. 41.10.** I partecipanti alla riunione di Assofond Ghisa del 19 giugno 2009 sono stati Ariotti, Corrà, De Riccardis, Glisenti, VDP, Zanardi e Cividale. I tavoli di lavoro sono stati Grandi Getti, Macchine Agricole, Meccanica, Automotive + Veicoli industriali, Macchine Movimento Terra. Hanno partecipato ai tavoli: Ariotti, Corrà, De Riccardis, Glisenti, VDP, Zanardi e Cividale.

⁹⁵⁵ **ISP. 41.67.** I partecipanti alla riunione di Assofond Ghisa del 30 novembre 2012 sono stati Ariotti, C2MAC (all'epoca Montorso), De Riccardis, Glisenti, LT, VDP e Zanardi. I tavoli di lavoro organizzati in tale occasione sono stati Grandi Getti, Trattori-Macchine agricole e Movimento terra, Meccanica, Automotive. Hanno partecipato ai tavoli: Glisenti, LT, VDP e Zanardi.

⁹⁵⁶ **ISP. 41.20, ISP. 41.31, ISP. 41.40.** I partecipanti alla riunione di Assofond Ghisa del 12 dicembre 2014 sono stati Ariotti, Corrà, C2MAC (all'epoca Montorso), Lead Time, Zanardi, Zardo e ZML. I tavoli di lavoro organizzati sono stati Grandi Getti, Trattori-Macchine agricole e Movimento terra, Meccanica, Automotive. Hanno partecipato ai tavoli: Ariotti, LT, Zanardi, Zardo e ZML.

⁹⁵⁷ **DOC. 270** (verbale audizione VDP).

⁹⁵⁸ **DOC. 291.**

⁹⁵⁹ **ISP. 36.115, ISP. 36.116,** in cui il Direttore Generale scrive: *"stasera ho sentito [A.A.] che dice di aumenti dal 1 Gennaio per almeno 70/80 euro ton sul prezzo di vendita e l'ho invitato con tutte le premure antitrust (che non ha mai) di tornare a confrontarsi in Giunta"*.

⁹⁶⁰ **ISP. 41.13** (enfasi in originale). A tale riunione di Assofond Ghisa hanno partecipato Corrà, De Riccardis, Glisenti, LT, Pilenga, E.F. Group (all'epoca Torbole), VDP, Zanardi e Zardo (v. **ISP. 41.11**).

⁹⁶¹ **ISP. 41.62.**

⁹⁶² **ISP. 41.62 e ISP. 41.57.** I partecipanti all'incontro del 29 marzo 2010 sono: Glisenti, LT, Pilenga, E.F. Group (all'epoca Torbole), VDP e Zanardi (**ISP. 41.59**).

⁹⁶³ **ISP. 41.23, ISP. 41.21, ISP. 41.19.** I partecipanti all'incontro del 12 dicembre 2014 sono: C2MAC, Ariotti, Corrà, LT, Zanardi, Zardo e ZML (**ISP. 41.20**).

⁹⁶⁴ Così in Convocazione Giunta del 4 maggio 2011, in **DOC. 291.** I partecipanti sono: Ariotti, Corrà, E.F. Group (all'epoca Torbole), VDP, Zanardi e ZML (**ISP. 41.330** e file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 4 maggio" in **DOC. 291**).

⁹⁶⁵ Cfr. Convocazione Giunta dell'8 aprile 2011, in **DOC. 291.** I partecipanti sono: Ariotti, Glisenti, E.F. Group (all'epoca Torbole), VDP, Zanardi e ZML (**ISP. 41.330** e file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 8 aprile" in **DOC. 291**).

493. Ampio spazio al dibattito e al confronto tra le fonderie è inoltre assegnato nel corso delle numerose riunioni di Assofond Ghisa, della Giunta Assofond e delle Assemblee tenute nel periodo 2015-2019 e dei collegati pranzi di lavoro “*occasione come sempre per protrarre il confronto anche al di fuori degli schemi dell’ODG*” (cfr. sez. IV.3.2.). In particolare prezzi, capacità produttiva, prospettive future e portafoglio ordini sono l’argomento di discussione del giro di tavolo della riunione di Assofond Ghisa del 14 dicembre 2016⁹⁶⁶.

494. Durante tale periodo, e in particolare all’inizio del 2018, emergono contatti diretti tra Ironcastings, Zardo, De Riccardis e Zanardi al di fuori del contesto associativo, aventi a oggetto la condivisione circa le richieste di aumento da applicare ai clienti comuni⁹⁶⁷. A partire da tale momento, pertanto, è possibile ritenere che vi sia un’adesione al piano comune anche da parte di Ironcastings, considerato che il documento in questione attesta l’avvenuto scambio di informazioni con altre parti del procedimento già aderenti al piano globale, avente a oggetto la presentazione di richieste di aumento dei prezzi a un cliente comune.

VI.4.2.1.3. L’intensificarsi del coordinamento delle strategie commerciali dal 2020

495. Le risultanze istruttorie descritte nella parte in fatto riguardanti il periodo 2020-2024 permettono di rilevare un intensificarsi del coordinamento delle strategie commerciali tra le fonderie a seguito della crisi generata dapprima dalla Pandemia di Covid-19 (2020-2021) e successivamente dalla guerra in Ucraina (a partire dal 2022). Dalla documentazione agli atti, in particolare, emerge un continuo e costante confronto tra le fonderie parti del procedimento, realizzato mediante contatti bilaterali e multilaterali sia nell’ambito associativo sia al di fuori di tale contesto.

496. È innegabile che tali eventi abbiano determinato seri problemi in termini di approvvigionamento delle materie prime e di incremento dei costi delle stesse e delle fonti energetiche. Tuttavia, ancora una volta, la risposta delle fonderie non è stata quella di definire in autonomia le strategie commerciali da attuare nei confronti dei clienti, ma di far fronte comune coordinando i propri comportamenti nel mercato e le risposte da fornire ai clienti.

497. E invero, la contestazione mossa alle fonderie non riguarda la circostanza che a fronte dell’aumento dei costi delle materie prime e dei costi energetici queste abbiano chiesto ai propri clienti aumenti dei prezzi di listino, bensì il fatto che tale decisione – diversamente da quanto sostenuto dalle parti del procedimento – non sia stata l’esito di autonome scelte di mercato, ma sia stata definita congiuntamente dalle fonderie, grazie anche all’aiuto di Assofond, concordando e attuando strategie comuni di intervento volte a evitare l’erosione dei margini di profitto e l’uscita dal mercato di imprese.

498. Durante tale periodo, infatti, già nel corso del giro di tavolo intrattenuto durante la Giunta Assofond del 15 aprile 2020 (a cui hanno partecipato Ariotti, C2MAC, Corrà, De Riccardis, Glisenti/LT, E.F. Group/Pilenga, VDP e Zanardi), come emerge dal resoconto della riunione reperito presso VDP⁹⁶⁸, le fonderie hanno condiviso informazioni sensibili in merito al carico di lavoro, alla situazione dei pagamenti e alla situazione della domanda, financo condividendo informazioni in merito a specifici clienti che vengono esplicitamente nominati.

⁹⁶⁶ **ISP. 41.34.** I partecipanti all’incontro sono: Ariotti, C2MAC, De Riccardis, FMG, E.F. Group (all’epoca Torbole), VDP e Zardo (**ISP. 41.31**).

⁹⁶⁷ **ISP. 46.189**, recante una *email* interna a Ironcastings del 26 marzo 2018 in cui si legge: “Domattina subito, manda il listino a [...] e comunica che a causa dei nostri fornitori che continuano ad applicare aumenti siamo costretti ad applicare il listino dal 1 Aprile. Tale condizione si rende necessaria in quanto avendo subito gli aumenti e dovendone gestire altri non riusciamo più a gestire la situazione. Domattina sarà da loro De Riccardis e Zardo ha già dato l’ultimatum oltre a Zanardi. Fallo subito in modo che possa dire: “ma vi siete messi d’accordo?”.

⁹⁶⁸ **ISP. 81.805.**

499. Nel corso dei mesi successivi, le riunioni associative sono caratterizzate dai consueti giri di tavolo (così nel corso dell'Assemblea privata del 19 giugno 2020⁹⁶⁹ e dell'incontro di Assofond Ghisa del 26 novembre 2020⁹⁷⁰) e, a partire dal mese di luglio 2020, emergono anche contatti tra alcune parti del procedimento al di fuori del contesto associativo⁹⁷¹ (tra Ironcastings e Zardo⁹⁷², tra De Riccardis e Zardo⁹⁷³) e le prime richieste di aumento dei listini (da parte di ZML⁹⁷⁴, Ironcastings e De Riccardis).

500. Che tali richieste di aumento non siano frutto di autonome scelte imprenditoriali è evidente dal fatto che sono successivi a contatti tra le parti. Al riguardo, di rilievo appare una *email* interna a Ironcastings del 23 dicembre 2020, avente a oggetto *“aumenti materie prime”*, in cui il Presidente del C.d.A. della società scrive: *“tra ieri sera e questa mattina mi sono confrontato con alcuni colleghi e con Assofond. Il problema principale per il primo trimestre saranno le materie prime dove, IN SOLDONI, se non saremo rapidi potremmo lasciare in mano ai clienti anche 350/400 mila euro senza sapere quando recuperare”*⁹⁷⁵, a cui è seguita una richiesta di aumento ai clienti, trasmessa in copia a Zardo⁹⁷⁶.

501. Si noti come durante il triennio 2020-2023, le evidenze attestano l'esistenza di quella che per alcune delle parti del procedimento è una vera e propria prassi, ossia la condivisione tra concorrenti delle comunicazioni da inviare o inviate ai clienti, nonché contatti qualificati tra concorrenti.

502. Inoltre, dalle evidenze riferite a questo periodo emerge chiaramente anche come il contesto Associativo sia ritenuto un luogo “sicuro” dove poter affrontare liberamente certe tematiche di rilievo concorrenziale. Basti pensare agli inviti mossi dal Direttore Generale di Assofond di affrontare certe “posizioni” riguardanti gli aumenti dei prezzi in ambito Assofond (così all'inizio del 2021⁹⁷⁷ e del 2023⁹⁷⁸), ai numerosi resoconti delle riunioni a fascicolo, alla documentazione video riguardante l'evento di Assofond Ghisa del 7 luglio 2021 e le Assemblee private del 2021, 2022 e 2023⁹⁷⁹.

503. Il tema relativo al caro delle materie prime viene affrontato diverse volte anche in sede Associativa. Innanzitutto, il 15 gennaio 2021, Assofond adotta e invia una circolare *“Caro materie prime: aumenti record e il ruolo degli indici Assofond”* in cui viene raccomandato il ricorso regolare agli Indicatori Assofond e la periodicità mensile dell'adeguamento dei listini al fine di non intaccare i margini di vendita; ciò considerato che *“una non adeguata tempestività di trasferimento delle variazioni dei costi sui prezzi di vendita potrebbe tradursi, a consuntivo 2021, in una sensibile*

⁹⁶⁹ **ISP. 61.27.**

⁹⁷⁰ **DOC. 276**, “Mail invito Assofond Ghisa 26 11 2020”.

⁹⁷¹ Anche se, come detto, le evidenze più risalenti di contatti tra le fonderie al di fuori del contesto associativo tese a coordinare aumenti ai clienti sono del 2018 (**ISP. 46.189**).

⁹⁷² **ISP. 56.12**, **ISP. 56.17** e **ISP. 56.59**.

⁹⁷³ **ISP. 56.18**.

⁹⁷⁴ **ISP. 66.51**, **ISP. 66.53**.

⁹⁷⁵ **ISP. 46.204**.

⁹⁷⁶ **ISP. 56.12**.

⁹⁷⁷ **ISP. 61.50**, contenente una chat interna del comitato di presidenza Assofond in cui, il 18 gennaio 2021, il Direttore Generale scrive *“sono al tel con [A.A.] Ironcasting che mi ha chiamato su caro materie prime. Vi scrivo in diretta e vi ricordo invito che vi avevo fatto di affrontare sua “posizione” in ambito Assofond. Se, con chi, e quando credete”*.

⁹⁷⁸ **ISP. 36.115**, **ISP. 36.116**, in cui il Direttore Generale scrive: *“stasera ho sentito [A.A.] che dice di aumenti dal 1 Gennaio per almeno 70/80 euro ton sul prezzo di vendita e l'ho invitato con tutte le premure antitrust (che non ha mai) di tornare a confrontarsi in Giunta”*.

⁹⁷⁹ **DOC. 74**, **DOC. 75**, n. 2, **DOC. 22**, n. 89, **ISP. 36.1**.

riduzione dei margini di vendita che, oltre ad intaccare in modo significativo le condizioni reddituali, potrebbero nel breve periodo incrinare la solidità finanziaria del settore⁹⁸⁰.

504. Ancora, nel corso della riunione della Giunta del 27 gennaio 2021, convocata specificamente per un confronto sul caro materie prime⁹⁸¹, oggetto del dibattito sono state le richieste di aumento ai clienti per ribaltare su di loro tali maggiori costi, come è possibile desumere dal fatto che a valle della riunione sono state intraprese dall'Associazione sia iniziative interne per raccomandare il ricorso agli indicatori Assofond⁹⁸² sia campagne a mezzo stampa per spingere verso il *repricing*⁹⁸³.

505. Dalla documentazione agli atti emerge inoltre come le fonderie abbiano tenuto conto di quanto indicato nella circolare al fine di orientare le proprie condotte nel mercato⁹⁸⁴. Così, nei mesi di gennaio e febbraio 2021, C2MAC⁹⁸⁵, Zanardi⁹⁸⁶, Zardo⁹⁸⁷, FMG⁹⁸⁸, ZML⁹⁸⁹ e Pilenga⁹⁹⁰ hanno trasmesso ai propri clienti comunicazioni riguardanti aumenti dei prezzi di listino, giustificate dalla necessità di adeguare i prezzi agli aumenti dei costi delle materie prime, primarie e secondarie, dovuti anche alla crescente difficoltà di reperire le stesse. In tutte le richieste vi è un riferimento esplicito agli indicatori Assofond. Nello stesso periodo, inoltre, proseguono gli scambi di comunicazioni di aumento dei prezzi di listino tra di Ironcastings e Zardo⁹⁹¹, vi sono evidenze di contatti tra VDP e De Riccardis riguardanti gli aumenti di listino riconosciuti a specifici clienti⁹⁹², nonché emergono contatti in merito alla strategia da adottare per fronteggiare tale momento (così da una *email* interna al gruppo Camozzi/FMG si legge come alcune fonderie rallentano la produzione in attesa di sistemare i prezzi di vendita)⁹⁹³.

506. Nel corso dei mesi successivi vi sono diversi eventi associativi e soprattutto si tengono due riunioni ravvicinate di Assofond Ghisa: il 27 aprile 2021 (a cui hanno partecipato Ariotti, De Riccardis, Glisenti, LT, Ironcastings, FMG, Pilenga/E.F. Group, VDP, Zanardi e ZML⁹⁹⁴) e il 7 luglio 2021 (a cui hanno partecipato Ariotti, C2MAC, Glisenti, LT, E.F. Pilenga/E.F. Group, VDP, Zanardi, Zardo e ZML⁹⁹⁵).

⁹⁸⁰ **ISP. 36.80** enfasi in originale.

⁹⁸¹ **ISP. 41.341**.

⁹⁸² Si veda **ISP. 76.12**, contenente l'*email* avente a oggetto "*Detto tra noi, di [R.A.] [Ariotti, n.d.r.] | febbraio 2021*".

⁹⁸³ **ISP. 76.30**. Si veda anche **ISP. 76.9**.

⁹⁸⁴ Cividale, infatti, lo stesso 15 gennaio 2021 gira internamento la circolare e chiede la verifica che tutte le società del gruppo aggiornino i costi su base settimanale. Si vedano **ISP. 51.20** e **ISP. 66.28**.

⁹⁸⁵ **ISP. 24.2610**.

⁹⁸⁶ **ISP. 31.38**; **ISP. 31.77**.

⁹⁸⁷ **ISP. 56.24**.

⁹⁸⁸ **ISP. 76.24**. In tale caso, inoltre la Società comunica anche *pro futuro* l'adeguamento mensile dei listini. Si veda anche **ISP. 76.25**. Un riferimento esplicito alla circolare Assofond ai fini dell'aggiornamento mensile è contenuto in **ISP. 76.26** ("*Ogni mese (come da circolare "Aumento Materie Prime "già a Vs mani) vi verrà inviato un listino*").

⁹⁸⁹ V. file "210129_lettera clienti_ita" allegato a **ISP. 66.1**.

⁹⁹⁰ **ISP. 20.198**.

⁹⁹¹ **ISP. 56.24** e **ISP. 46.26**.

⁹⁹² **ISP. 81.795**.

⁹⁹³ **ISP. 76.43**. Al riguardo si rileva che l'informazione riguardante i concorrenti che viene veicolata nell'*email* non può essere considerata neutra da un punto di vista concorrenziale in quanto denota, ancora una volta, l'esistenza di un contesto di continui confronti con i concorrenti riguardo a tematiche sensibili (quantità prodotte e prezzi) e di come tali informazioni siano considerate rilevanti ai fini della definizione delle strategie commerciali interne che dovrebbero essere assunte in autonomia.

⁹⁹⁴ **ISP. 41.306**.

⁹⁹⁵ **ISP. 41.309**.

507. In particolare, nel corso della riunione di Assofond Ghisa del 7 luglio 2021, l'allora presidente di Assofond ([R.A.]) – pur premettendo che per motivi antitrust non avrebbe fornito indicazioni rispetto a politiche di prezzo – afferma che il tasso di rendimento a cui dovrebbe ambire un'impresa attiva nel settore delle fonderie di ghisa è pari al 10%. L'allora presidente fa poi ricorso a un espediente retorico riguardante il settore vinicolo per suggerire che, in presenza di *shock* esogeni, in caso di un basso tasso di rotazione del capitale investito (una caratteristica riscontrata nel settore delle fonderie), l'unica soluzione per mantenere un determinato rendimento è quella di aumentare i prezzi di vendita. Infine, [R.A.], facendo riferimento specificamente al settore delle fonderie di ghisa sottolinea, data la volatilità dei prezzi delle *commodity* utilizzate nel processo produttivo, la necessità di ridurre gli intervalli di revisione dei prezzi tramite l'utilizzo dei meccanismi di indicizzazione. Dal complesso dell'intervento emerge chiaramente, diversamente da quanto argomentato da Ariotti e Zanardi, come i ragionamenti svolti non rappresentino “*la semplice conclusione di un esempio matematico...scolastico*” e astratto⁹⁹⁶ ma forniscano delle chiare indicazioni alle fonderie presenti all'incontro volte a “*valorizzare complessivamente il benessere del settore presidiato dall'associazione di categoria*”, come anche affermato da Zanardi⁹⁹⁷.

508. Nel corso del medesimo incontro inoltre viene incentivata la “*prospettiva di fermata*” in caso di mancato riconoscimento degli incrementi dei prezzi a seguito degli aumenti dei costi. Tale tema è presente anche in alcune bozze di articoli di stampa del Presidente dell'Associazione⁹⁹⁸ e comunicati stampa dell'Associazione⁹⁹⁹. E infatti, dopo tali dichiarazioni, Ironcastings ragiona internamente sulla possibilità di sospendere la produzione in caso di mancato riconoscimento degli aumenti dei prezzi da parte dei clienti¹⁰⁰⁰.

509. A valle di tale riunione, nel corso dei mesi estivi del 2021, vi sono evidenze circa le richieste di aumento da parte ZML¹⁰⁰¹, FMG¹⁰⁰², Ironcastings¹⁰⁰³, Zardo¹⁰⁰⁴. Nello stesso periodo, Ironcastings e Zardo condividono informazioni in merito ai risultati ottenuti a seguito delle richieste di aumento e scambiano le comunicazioni relative agli stessi aumenti¹⁰⁰⁵. Vi sono inoltre contatti diretti tra VDP, Ariotti, Glisenti/LT e E.F. Group/Pilenga in merito agli aumenti ottenuti da specifici clienti (“*chat ieri con alcune fonderie*”¹⁰⁰⁶), nonché tra Ariotti e LT¹⁰⁰⁷ e tra Glisenti e C2MAC¹⁰⁰⁸ (ciò sebbene nel corso dell'audizione del 24 ottobre 2024 il Presidente del C.d.A. di Glisenti abbia dichiarato di non parlare mai con C2MAC).

510. Già dalle evidenze riferite alla prima parte di questo periodo ‘post-pandemico’ emerge con nitidezza come l'operato delle fonderie non possa considerarsi l'esito di autonome scelte di mercato, ma la documentazione agli atti è ancor più esplicita a partire dall'ultimo trimestre del 2021,

⁹⁹⁶ DOC. 621, p. 20.

⁹⁹⁷ DOC. 643, p. 9.

⁹⁹⁸ ISP. 61.28

⁹⁹⁹ ISP. 61.29.

¹⁰⁰⁰ ISP. 46.201.

¹⁰⁰¹ ISP. 66.46, ISP. 66.77, ISP. 66.45.

¹⁰⁰² ISP. 76.10, ISP. 76.28, ISP. 76.42, ISP. 76.32.

¹⁰⁰³ ISP. 56.22, ISP. 46.14.

¹⁰⁰⁴ ISP. 56.48, ISP. 56.51, ISP. 56.65.

¹⁰⁰⁵ ISP. 46.30, ISP. 56.22, ISP. 56.28, ISP. 56.100, ISP. 46.20.

¹⁰⁰⁶ ISP. 81.794.

¹⁰⁰⁷ ISP. 61.67.

¹⁰⁰⁸ ISP. 24.3760.

allorquando all'incremento dei costi delle materie prime si aggiunge l'incremento dei costi energetici, che raggiungerà il suo picco nel corso del 2022 a seguito delle conseguenze derivanti dalla guerra in Ucraina. Anche in tale caso, le evidenze agli atti confermano in modo univoco che vi sia stato un coordinamento tra le fonderie teso a concordare aumenti dei prezzi per i clienti e le condotte da assumere nei confronti dei clienti.

511. Così in una *email* interna a Camozzi/FMG del 6 ottobre 2021 viene riportato: “[h]o sentito colleghi tutto ieri ed Assofond stamattina; sono tutti in fibrillazione. Stiamo ragionando, come anticipato, sulla modalità di applicazione di incrementi ai clienti, ed entro oggi definiremo insieme come comportarci. Per i ns. clienti [di Camozzi-FMG n.d.r.] saranno richieste di aumento importanti”¹⁰⁰⁹. Le società hanno rappresentato come le locuzioni “stiamo ragionando” e “entro oggi definiamo insieme” si riferissero a una dialettica interna al gruppo ai fini della definizione della propria strategia comunicativa¹⁰¹⁰. In ogni caso, tale dialettica interna ai fini della definizione della strategia commerciale della fonderia è posta a valle di un confronto con i colleghi e Assofond, il che dimostra come le strategie di prezzo del gruppo (*i.e.* le richieste di aumento dei prezzi di vendita) sono assunte tenendo conto dalle interlocuzioni avute con i concorrenti e l’associazione di categoria.

512. Del resto, che il predetto coordinamento abbia avuto luogo è lapalissiano alla luce del comitato di presidenza del 18 ottobre 2021 (convocato per confrontarsi “sulla “linea” di argomentazione del “caro TUTTO””¹⁰¹¹ e del dibattito tenutosi nel corso dell’Assemblea privata del 22 ottobre 2021¹⁰¹², alla quale hanno partecipato tutte le parti del procedimento¹⁰¹³.

513. Come sopra ampiamente descritto (parr. 192-195) e risultante anche dai resoconti dell’incontro reperiti nel corso delle ispezioni¹⁰¹⁴, in particolare, nel corso del dibattito che ha avuto luogo durante l’Assemblea privata del 2021, le fonderie hanno rilevato la necessità di chiedere aumenti ai clienti per riequilibrare costi e ricavi e trasferire i rincari facendo ricorso agli Indicatori Assofond. Con riferimento agli Indicatori, a fronte dei dubbi in merito all’affidabilità degli stessi avanzati da alcuni clienti ai propri fornitori e riportati nel corso dell’Assemblea, viene concordato di promuoverne la diffusione attraverso il ricorso a specifici *webinar*, aperti anche ai clienti al fine di “educarli” (“Magari potremmo fare quel webinar semplice”¹⁰¹⁵, “per evitare la strumentalizzazione da parte dei clienti del fatto di dire “non mi fido perché sono indici di categoria” [...]. Quindi, oltre che un’educazione interna per gli associati, anche un’educazione per i clienti”¹⁰¹⁶).

514. Degne di nota sono alcune frasi che le fonderie pronunciano nel corso dell’Assemblea: “confrontarci insieme o one-to-one dopo per trovare un po’ il coraggio di fare quello che bisogna assolutamente fare”, “non possiamo aspettare momenti migliori”, “Se qualcuno vuole una fusione di ghisa, deve corrispondere il delta”, “Se non ora, quando?”, “è necessario ed è relativamente facile, perché è talmente ovvio”, “è l’unico momento in cui possiamo essere tutti tranquilli e quindi fare tutti gli aumenti”, “è talmente ovvio che se non lo facciamo siamo degli idioti”, “o si fa oggi o non si fa più”.

¹⁰⁰⁹ ISP. 76.33.

¹⁰¹⁰ DOC. 256 e DOC. 633, pagg. 14-15 e 45.

¹⁰¹¹ ISP. 61.56.

¹⁰¹² DOC. 75, n. 2.

¹⁰¹³ ISP. 41.292. Per LT, Pilenga e ZML hanno partecipato rispettivamente Glisenti, [E.F.] e [U.F.] e Cividale.

¹⁰¹⁴ ISP. 66.85, ISP. 28.6.

¹⁰¹⁵ DOC. 75, n. 2, h. 01:06:55.

¹⁰¹⁶ DOC. 75, n. 2, h. 1:08:05.

515. Parimenti degno di nota è il commento in merito che viene fatto, a valle dell'Assemblea, internamente al gruppo Cividale, ove si legge *“tanti stanno trasferendo i continui rincari attraverso i tanti meccanismi di indicizzazione messi a disposizione da ASSOFOND stessa, evidenziando di trovare oggi terreno fertile con i clienti nel fare accettare condizioni impensabili fino a qualche tempo fa (impegni sui volumi, prezzi indicizzati, condizioni generali di vendita, etc.). La preoccupazione emersa forse era più quella di “possibili” ritorsioni dei clienti una volta che il mercato si sarà riequilibrato. Ciò a dimostrazione che probabilmente in tanti stanno calcando la mano ai clienti come forse mai in passato”*¹⁰¹⁷.

516. Nei mesi successivi, quanto definito congiuntamente nel corso dell'Assemblea viene attuato.

517. Da un lato, agli atti vi sono evidenze delle richieste di aumenti formulate da Pilenga¹⁰¹⁸, Ariotti¹⁰¹⁹, ZML¹⁰²⁰, Zardo¹⁰²¹, Ironcastings¹⁰²², FMG¹⁰²³, VDP¹⁰²⁴, Corrà¹⁰²⁵, Zanardi¹⁰²⁶, e C2MAC¹⁰²⁷; della condivisione di informazioni in merito agli aumenti ottenuti dai concorrenti¹⁰²⁸, della condivisione di informazioni riguardanti le negoziazioni relative a specifici clienti¹⁰²⁹.

518. Tali argomenti sono stati affrontati da alcune parti del procedimento (VDP, Zardo e De Riccardis) anche nel corso del pranzo svoltosi il 23 novembre 2021 (parr. 201-203). Diversamente da quanto rappresentato dalle fonderie – secondo cui motivo dell'incontro sarebbero state le attività di *lobby* che l'Associazione stava conducendo con il Governo sulle tematiche energetiche – e nonostante De Riccardis abbia dichiarato di non aver partecipato a tale incontro, la documentazione a fascicolo è univoca: l'incontro è stato organizzato perché De Riccardis doveva visitare dei clienti nel nord Italia¹⁰³⁰ *“per parlare un po' di aumenti”*¹⁰³¹ prima di effettuare tali visite¹⁰³²; coinvolte nello scambio di *email* sono diverse fonderie concorrenti (VDP, EF Group/Pilenga, Glisenti, C2MAC e De Riccardis) e al fine di fare una riunione proficua vi è l'esplicito invito di essere tutti

¹⁰¹⁷ ISP. 66.85.

¹⁰¹⁸ ISP. 20.36, ISP. 20.183-ISP. 20.189, ISP. 20.190-ISP. 20.196. È importante evidenziare come una bozza della comunicazione è rinvenibile in una *email* interna a Pilenga del 17 settembre 2021 (ISP. 20.169). Nell'incipit dell'*email* da cui origina lo scambio si legge: *“ho preparato una nuova bozza da inviare ai cl[i]enti (ho preso spunto anche dalla mail di Ariotti)”* (ISP. 20.169, barrato nel documento originale). Al riguardo va rilevato che, diversamente da quanto sostenuto dalla parte, non è possibile considerare tale *email* come una mera *email* interna alla Fonderia priva di rilievo concorrenziale, tenuto conto che la stessa attesta come le strategie interne alla fonderia siano state condizionate dalle informazioni riguardanti le strategie commerciali scambiate con il concorrente.

¹⁰¹⁹ ISP. 61.130 e ISP. 61.131. Si veda anche ISP. 61.117.

¹⁰²⁰ ISP. 66.58, ISP. 66.9 file “1_Circolare ZML_BdO_IT”, ISP. 66.8, ISP. 66.75. Sulle finalità e il contenuto della circolare di aumento dei prezzi, v. ISP. 51.29. Si vedano anche ISP. 66.113, ISP. 66.182, ISP. 51.54. In ISP. 66.222 e ISP. 66.274 si fa anche riferimento alle istruzioni ricevute da Assofond. Si vedano anche ISP. 51.42, nonché ISP. 66.27, ISP. 66.63.

¹⁰²¹ Per una bozza della comunicazione ai clienti si veda ISP. 56.40. Si veda anche ISP. 56.77.

¹⁰²² ISP. 56.4, ISP. 56.44.

¹⁰²³ ISP. 76.32 file “Aumento Energia Elettrica”. In bozza in ISP. 76.31.

¹⁰²⁴ ISP. 81.872; ISP. 81.62.

¹⁰²⁵ ISP. 4.14, ISP. 4.19, ISP. 4.24.

¹⁰²⁶ ISP. 31.85, ISP. 31.86.

¹⁰²⁷ ISP. 24.3418.

¹⁰²⁸ ISP. 56.1, recante una *email* interna a Zardo del 4 novembre 2021 avente a oggetto “Aumenti altre fonderie”.

¹⁰²⁹ ISP. 24.3418 (da cui emergono contatti tra C2MAC e Pilenga, De Riccardis e Glisenti); ISP. 56.118 e ISP. 56.102 (da cui emergono contatti tra C2MAC e Zardo) e ISP. 46.8, ISP. 56.77, ISP. 56.4, ISP. 56.44 (da cui emergono contatti tra Ironcastings e Zardo).

¹⁰³⁰ ISP. 8.12.

¹⁰³¹ ISP. 56.13.

¹⁰³² ISP. 56.13.

presenti¹⁰³³, per De Riccardis è molto importante che l'incontro si tenga¹⁰³⁴, l'incontro si è effettivamente tenuto e gli argomenti trattati sono ben riportati nell'email che ne fornisce il resoconto (ossia aumenti dei prezzi richiesti ai clienti e aumenti dei prezzi che le parti intendono chiedere)¹⁰³⁵.

519. A sostegno di una diversa ricostruzione non appaiono cogliere nel segno gli argomenti svolti da Zardo¹⁰³⁶ e De Riccardis¹⁰³⁷ nelle memorie finali. In particolare, Zardo contesta di aver partecipato al pranzo considerato che nello scambio di *email* era coinvolto [P.Z.] (esponente di VDP e non di Zardo), mentre De Riccardis, a riprova dell'autonomia delle proprie condotte, tende a screditare quanto riportato nel resoconto da VDP, allegando a tal fine documenti in cui gli aumenti e i prezzi medi praticati sarebbero diversi da quelli indicati nel predetto resoconto. Al riguardo, da un lato, la partecipazione di Fonderia Zardo (così come quella di De Riccardis) al pranzo è testimoniata dal resoconto dell'incontro¹⁰³⁸; dall'altro, la documentazione prodotta da De Riccardis nulla prova in merito alla assenza di restrittività dell'incontro, in quanto durante lo stesso le parti hanno condiviso informazioni sensibili in merito alle tempistiche e all'entità degli aumenti richiesti e che le stesse intendevano chiedere a partire dal primo gennaio 2022. In ogni caso, il fatto che l'aumento effettivamente riconosciuto sia diverso dalla richiesta (come sembra nel caso di specie¹⁰³⁹) risponde alla logica di negoziazione tipica del settore in questione.

520. Le richieste di aumenti sono state anche l'argomento di discussione di un incontro tra Cividale/ZML e Zanardi in cui Zanardi ha anche illustrato alla concorrente i risultati ottenuti con le richieste di aumento dei prezzi (*"Ha confermato che hanno avuto un anno eccezionale, realizzando un fatturato che non vedevano da moltissimi anni. [...] (hanno aumentato i prezzi più degli aumenti ... con conseguente guadagno)"*)¹⁰⁴⁰ e a cui ha fatto seguito una richiesta di aumento da parte anche di ZML¹⁰⁴¹. Si noti che la posizione di Zanardi è condivisa anche da altre fonderie, come si evince dal resoconto del comitato di presidenza dell'8 febbraio 2022 (*"Le fonderie di ghisa presenti esprimono soddisfazione per i risultati 2021"*)¹⁰⁴².

521. Dall'altro lato, per quanto attiene agli indicatori, viene dato seguito a quanto stabilito dall'Assemblea del 22 ottobre 2021 per promuovere ulteriormente il ricorso a tale strumento al fine di giustificare gli aumenti dei prezzi. Infatti, alla fine del 2021 viene adottata la Guida Assofond e vengono svolti appositi *webinar* riservati alle fonderie associate in cui vengono chiaramente indicate le prassi di utilizzo degli indicatori nei rapporti con la parte acquirente¹⁰⁴³, nonché un *webinar*

¹⁰³³ **ISP. 8.12.** Si veda anche **ISP. 12.148**, in cui emerge come [R.D.B.] risponde di non essere disponibile per la data indicata ma di poter entrambi i due giorni successivi. Ciò nonostante nel corso dell'audizione del 24 ottobre 2024 abbia dichiarato di non avere mai contatti con De Riccardis e C2MAC (**DOC. 246**, par. 29).

¹⁰³⁴ **ISP. 12.129.**

¹⁰³⁵ **ISP. 81.801.**

¹⁰³⁶ **DOC. 635**, par. 104.

¹⁰³⁷ **DOC. 645**, pagg. 7-8.

¹⁰³⁸ **ISP. 81.801.**

¹⁰³⁹ De Riccardis allega alla memoria finale documentazione da cui emergono gli aumenti effettivamente riconosciuti nel periodo considerato, ma il resoconto riferisce di aumenti dei prezzi che De Riccardis pensava di chiedere in futuro (cfr. **ISP. 81.801**).

¹⁰⁴⁰ **ISP. 66.93.**

¹⁰⁴¹ **ISP. 66.149.**

¹⁰⁴² **ISP. 51.26, ISP. 66.69.**

¹⁰⁴³ **DOC. 75 n. 4 e ISP. 41.113.** Per il *webinar* del 9 novembre 2021, si veda **DOC 299**, file "20211109_Webinar_Guida alla lettura degli indici Assofond", in "Convegni", "2021". Un altro *webinar* sugli indicatori si è svolto il 21 gennaio 2022 in cui sono stati commentati anche i sondaggi riguardanti il trasferimento dei rincari ai clienti (si vedano le slide in **ISP. 41.320** e in particolare le slide 6 e 7 riguardanti la domanda *"Come valuti, in termini percentuali, la risposta dei clienti alle richieste di adeguamento dei prezzi effettuate fino a oggi come conseguenza di tutti gli aumenti?"*). I partecipanti al

dedicato ai clienti che, come detto, aveva come finalità di abituare il mercato alla revisione sistematica dei listini per permettere alle fonderie di *“trasferire al mercato senza tante discussioni [gli aumenti dei costi de] i propri input”*¹⁰⁴⁴.

522. Il trasferimento dei prezzi a valle è anche uno dei punti all’ordine del giorno della riunione di Assofond Ghisa del 15 dicembre 2021 (a cui hanno partecipato Ariotti, C2MAC, Corrà, De Riccardis, Glisenti, LT, Ironcastings, Pilenga/E.F. Group, VDP, Zanardi, Zardo e ZML¹⁰⁴⁵): *“trasferimento prezzi, unica soluzione in mano nostra (non possiamo basarci su misure o accadimenti esterni)”*¹⁰⁴⁶. A seguito di tale riunione, inoltre, l’associazione ha svolto anche un’*“enorme azione mediatica”* per supportare le richieste di aumenti inviate dalle fonderie, come emerge nell’email di convocazione della riunione del Comitato di Presidenza del 20 gennaio 2022 (in cui si fa riferimento alla *“enorme azione mediatica a partire dal 27 dicembre e tutto quanto fatto e che non cessa (tra quelli sentiti molti hanno sottolineato importanza del supporto che ha avuto per le loro azioni, tutto il sostegno mediatico)”*¹⁰⁴⁷).

523. E infatti anche in tale periodo vengono in evidenza le richieste di aumento inviate tra la fine 2021 e l’inizio del 2022, con decorrenza gennaio 2022 – da Corrà¹⁰⁴⁸, C2MAC¹⁰⁴⁹, ZML¹⁰⁵⁰, Zardo¹⁰⁵¹, VDP¹⁰⁵² e FMG¹⁰⁵³ – e febbraio 2022 – da C2MAC¹⁰⁵⁴, Ironcastings¹⁰⁵⁵; nonché gli scambi tra fonderie in merito alle richieste fatte (in particolare, tra Zardo e Ironcastings¹⁰⁵⁶) e alle negoziazioni con i clienti¹⁰⁵⁷.

524. A seguito dell’inizio della guerra in Ucraina, tuttavia, la crisi peggiora e numerose sono le evidenze che attestano i costanti contatti tra le fonderie riguardanti il reperimento delle materie prime e i costi delle materie prime e dell’energia, il carico di lavoro, i fermi produttivi, nonché l’aggiornamento dei prezzi per i clienti. Il coordinamento tra le fonderie ha luogo anche a seguito delle rimozioni mosse da alcuni clienti, al fine di uniformare il comportamento da assumere nei loro confronti¹⁰⁵⁸.

sondaggio sono in **ISP. 41.319**. I partecipanti al *webinar* in **ISP. 41.317**). In ordine alla rilevanza del *webinar* per le fonderie si veda **ISP. 76.8**.

¹⁰⁴⁴ **ISP. 31.37**.

¹⁰⁴⁵ V. **DOC. 276**, file “ELENCO PARTECIPANTI 2021-2020-2019” in “presenze”, “Assofond Ghisa 2003-2023”.

¹⁰⁴⁶ **ISP. 31.27**.

¹⁰⁴⁷ **ISP. 61.62**, **ISP. 71.19**. Con riferimento all’azione mediatica si veda ad esempio **ISP. 76.20**.

¹⁰⁴⁸ **ISP. 4.14**, **ISP. 4.19**, **ISP. 4.24**.

¹⁰⁴⁹ **ISP. 24.3417**, Si veda anche **ISP. 24.3418**.

¹⁰⁵⁰ **ISP. 51.40**, **ISP. 51.35**, **ISP. 51.5**, **ISP. 51.55**, **ISP. 66.188**, **ISP. 66.199**. In bozza in **ISP. 66.117** e **ISP. 66.118**. Si vedano anche **ISP. 51.28** e **ISP. 51.57**.

¹⁰⁵¹ **ISP. 46.192**.

¹⁰⁵² **ISP. 81.22**.

¹⁰⁵³ **ISP. 76.27**

¹⁰⁵⁴ In bozza in **ISP. 24.3452**.

¹⁰⁵⁵ **ISP. 46.207**.

¹⁰⁵⁶ **ISP. 46.4**. La lettera di aumento di Zardo viene poi inviata internamente ad Ironcastings come “[r]iservata ma utile per capire quanto sono “insolenti” i nostri clienti” (**ISP. 46.192**).

¹⁰⁵⁷ **ISP. 24.3418** da cui si evince che C2MAC è a conoscenza di quanto i concorrenti hanno ricevuto da un determinato cliente in relazione alle richieste di aumento.

¹⁰⁵⁸ **ISP. 24.3431**, che riporta una *email* interna a C2MAC ove si legge: *“Ho sentito altre fonderie e nessuno a ieri ha ricevuto la richiesta dei dettagli..... Stanno tutti litigando in quanto CNH non sta concedendo o solo in parte le ultime richieste. VDP ha portato avanti richieste come le ns e stanno litigando x i mensili. Glisenti ha preso gli aumenti ma ha concesso il trimestrale sia sulla energia che MP”*.

525. Nel corso del comitato di presidenza del 3 marzo 2022 i temi affrontati, infatti, sono le fiammate sui costi, il problema della reperibilità delle materie prime e le istanze degli associati che chiedono aiuto all'Associazione *“in modo da uniformare il più possibile le risposte”* da fornire ai committenti¹⁰⁵⁹. L'azione mediatica di Assofond è repentina e lo stesso giorno viene pubblicato un comunicato stampa per lanciare *“l'allarme: «Con il blocco delle forniture dell'est siamo a rischio fermo produttivo»”*¹⁰⁶⁰.

526. Nei primi giorni di marzo, proprio a partire dal 3 marzo, numerosi sono i contatti diretti tra le fonderie (*“anche ns. colleghi interpellati sono nella stessa condizione”*¹⁰⁶¹) con riferimento ai fermi produttivi che interessano in particolare Camozzi/FMG, Ironcastings, Glisenti/LT, VDP, Corrà, Zanardi, E.F. Group/Pilenga, ZML e C2MAC¹⁰⁶².

527. La risposta unitaria da fornire ai committenti, prospettata nel corso del Comitato di Presidenza del 3 marzo 2022 e diffusa al mercato attraverso il comunicato stampa dell'Associazione, trova concreto riscontro nelle lettere reperite in ispezione con cui le fonderie hanno chiesto contestualmente aumenti ai clienti tra il 7 e l'8 marzo 2022. In particolare, comunicazioni di analogo tenore sono state reperite da C2MAC¹⁰⁶³, FMG¹⁰⁶⁴, LT¹⁰⁶⁵, Pilenga (che invia la lettera a Zanardi con il commento *“anche nostra in linea”*)¹⁰⁶⁶, Zardo¹⁰⁶⁷ e Ironcastings (che si trasmettono reciprocamente le comunicazioni¹⁰⁶⁸), VDP e Zardo (che nel condividere le comunicazioni commenta *“siamo allineati sui valori[.] Noi per materia prima aspettiamo fine mese”*)¹⁰⁶⁹. Nella seconda parte del mese di marzo proseguono scambi di *email* riguardanti specifiche negoziazioni con singoli clienti¹⁰⁷⁰. Nel corso del medesimo periodo anche ZML ha chiesto aumenti¹⁰⁷¹.

528. Ancora, nel corso di un incontro straordinario Assofond del 10 marzo 2022, nonostante nella scaletta si afferma (beninteso, solo *“questa volta”*) di voler fare *“molta attenzione a toccare temi che rappresentino accordi o iniziative comuni per fermare attività”*¹⁰⁷², la realtà dei fatti è diversa, come attestato da un documento ispettivo reperito presso Camozzi¹⁰⁷³: *“In sintesi, un incontro parecchio agitato con pareri abbastanza unanimi; aumento prezzi senza remore”*, inoltre *“Per le note regole di antitrust non si è parlato direttamente di prezzi, ma “tra i denti” alcuni (come [R.D.B.] [Glisenti/LT, n.d.r.]) hanno dato qualche numero, allineato alle nostre cifre”*. Anche in tale caso, è evidente che non si tratta di un commento neutro sotto il profilo concorrenziale, come ritiene

¹⁰⁵⁹ ISP. 61.59.

¹⁰⁶⁰ Il comunicato stampa, anche in versione inglese, è allegato in ISP. 66.179.

¹⁰⁶¹ ISP. 28.40, *email* del 4 marzo 2022 interna al gruppo Camozzi.

¹⁰⁶² ISP. 28.61, ISP. 28.40, ISP. 24.3505 da cui emerge che C2MAC, oltre ai fermi produttivi dei concorrenti, è anche a conoscenza del fatto che Ariotti e Glisenti *“continuano a produrre ribaltando i costi sui clienti finali”*.

¹⁰⁶³ ISP. 24.1. Tale comunicazione è stata seguita da *email* specifiche indirizzate ai clienti, come emerge da ISP. 46.9, che attesta anche una condivisione con i concorrenti (Zardo e da questi a Ironcastings).

¹⁰⁶⁴ ISP. 28.148, ISP. 28.143, una bozza di tale lettera è contenuta in ISP. 28.146. Si veda anche ISP. 28.150.

¹⁰⁶⁵ ISP. 16.94.

¹⁰⁶⁶ ISP. 20.197.

¹⁰⁶⁷ ISP. 56.36, ISP. 56.37. Si veda anche ISP. 56.121 in cui si fa riferimento alle formule diffuse da Assofond.

¹⁰⁶⁸ ISP. 56.100, ISP. 56.114 e ISP. 56.115.

¹⁰⁶⁹ ISP. 56.23 e ISP. 56.8. Per la lettera di VDP si veda anche ISP. 81.783, ISP. 81.784.

¹⁰⁷⁰ Così in ISP. 81.798 e ISP. 81.799, da cui emerge come De Riccardis abbia condiviso le negoziazioni con un cliente comune con il concorrente VDP.

¹⁰⁷¹ ISP. 66.54, ISP. 66.144.

¹⁰⁷² ISP. 41.259, ISP. 41.260, ISP. 61.112, ISP. 81.853.

¹⁰⁷³ ISP. 76.7.

FMG¹⁰⁷⁴: dal documento infatti emerge chiaramente quale sia stato il tema affrontato nel corso della riunione in questione, ossia la condivisione della decisione, con pareri unanimi, di aumentare dei prezzi “senza remore”.

529. In tale periodo, l’uniformità delle condotte nel mercato da parte delle fonderie inizia a preoccupare anche alcuni settori della domanda. Così nel caso di ANIMA, l’Associazione della Meccanica Varia, che ha espresso “*grande preoccupazione e qualche cenno a richieste “troppo simili tra loro”*”, di cui si è discusso nel corso della riunione del Comitato di presidenza del 15 marzo 2022¹⁰⁷⁵. Nel corso dell’audizione del 15 ottobre 2024, Zanardi ha confermato che tale tematica è stata affrontata in ambito associativo, precisando che come fonderia decise ai tempi di fermare la produzione e essere trasparente con i clienti, avvisando che “*avvisando che la produzione sarebbe ripresa non appena trovato un nuovo accordo sui prezzi*”¹⁰⁷⁶. Tale affermazione trova riscontro nei fatti¹⁰⁷⁷, tuttavia, ciò che emerge dalle evidenze agli atti è che tale scelta non sia stata autonomamente assunta dalla società, ma l’esito di coordinamento con le altre fonderie¹⁰⁷⁸.

530. Ancora una volta, dunque, le evidenze agli atti dimostrano come le fonderie abbiano coordinato le proprie strategie commerciali per uniformare la risposta da dare al mercato in occasione dello *shock* esogeno determinato dalle conseguenze della guerra. Al riguardo, prive di pregio appaiono le osservazioni svolte da alcune delle parti nel tentativo di proporre una ricostruzione diversa dei contatti intercorsi: così, ad esempio, nel caso di E.F. Group/Pilenga e Zanardi che cercano di sminuire il rilievo concorrenziale della condivisione da parte di E.F. Group/Pilenga della comunicazione “*da inviare ai clienti*” in tema di fermi produttivi. In particolare Zanardi afferma l’esistenza di asserite prassi per cui le decisioni di impresa riguardanti la sospensione delle forniture, piuttosto che essere decise in autonomia e prima di essere affrontate dall’impresa con un avvocato, debbano essere condivise con il presidente dell’associazione; nonché afferma che gli scambi in questione non avevano influenza sulle decisioni autonome di ciascuna impresa, bensì erano finalizzati “*esclusivamente a uniformare la comunicazione verso i clienti*”. È tuttavia indubbio che lo scambio di lettere precedente all’invio ai clienti e la dichiarata finalità di uniformare le comunicazioni verso i clienti sono condotte restrittive della concorrenza.

531. Alla luce delle evidenze agli atti è possibile anche affermare come il coordinamento delle strategie commerciali abbia portato in tale periodo al conseguimento dell’obiettivo comune, considerato che anche nel primo trimestre 2022, così come accaduto nel 2021, la strategia di far fronte comune porta le fonderie nel Comitato di Presidenza del 29 marzo 2022 ad essere “*tutti contenti, tutti guadagnano*”; tanto che nel corso del predetto incontro viene affrontato anche il tema riguardante la preoccupazione che i clienti non sopportino più le richieste di aumento e si individua una possibile soluzione, ossia quella di chiedere anticipi agli ordini¹⁰⁷⁹.

¹⁰⁷⁴ **DOC. 633**, pag. 17 e pag.45.

¹⁰⁷⁵ **ISP. 31.29**.

¹⁰⁷⁶ **DOC. 244**.

¹⁰⁷⁷ Il 14 marzo 2022, Zanardi invia una comunicazione ai propri clienti per informarli di aver fermato le attività produttive principali a salvaguardia della sostenibilità finanziaria della società (**ISP. 31.89, ISP. 31.90**). Ad aprile ha chiesto ai clienti nuovi rincari. **ISP. 31.93**.

¹⁰⁷⁸ In **ISP. 76.7**, recante il resoconto dell’incontro del 10 marzo 2022, in tema di chiusure delle società si legge: “[F.Z.] **presidente Assofond** [...] *Le aziende ferme sono un motivo di attenzione; aziende che chiedono cassa integrazione fanno rumore e spingono ad interventi esterni di aiuto.*] [F.Z.] *conferma chiusura della sua fonderia anche per la prossima settimana (quindi due in totale)*” (enfasi in originale).

¹⁰⁷⁹ “**Ghisaioli**: *tutti contenti, tutti guadagnano. Il fatto di aver travasato tutti gli aumenti sul prezzo è dato per acquisito. Tutti hanno dichiarato che stanno guadagnando; la preoccupazione è che i clienti saltino, con prezzi così alti. Da qui la proposta di chiedere anticipi agli ordini*”. V. **ISP. 66.82, ISP. 51.21, ISP. 51.24** (grassetto in originale). Da tali documenti

532. A partire dal mese di maggio 2022, le fonderie iniziano a confrontarsi anche per coordinare le risposte da dare ai clienti a seguito dell'introduzione del credito d'imposta. Tale argomento è affrontato in uno scambio di *email* interno al Comitato di Presidenza Assofond (in cui si discute sull'opportunità o meno di far confluire il credito d'imposta nell'indicatore IDT)¹⁰⁸⁰ e nel corso dell'Assemblea del 24 giugno 2022¹⁰⁸¹.

533. Nel corso della parte privata dell'Assemblea 2022 (cfr. par. 244), a cui hanno partecipato tutte le fonderie parti del procedimento¹⁰⁸², in particolare, le fonderie discutono¹⁰⁸³: (i) del trasferimento a valle degli aumenti subiti e sul fatto di essere riusciti a trovare un accordo con la clientela sul punto, anche grazie al supporto di Assofond (*"Grazie al supporto che avete saputo darci, con la clientela c'è stato un accordo buono, in generale, da parte di tutti, credo, per cui siamo riusciti a trasferire a valle in maniera più o meno congrua gli incrementi"*); (ii) sul come gestire le richieste dei clienti che chiedono la restituzione di quanto pagato per gli incrementi energetici a seguito del riconoscimento del credito di imposta (*"Come facciamo a difenderci dall'assalto dei nostri clienti che reclamano la restituzione tal qual del credito d'imposta? [...] Io faccio fatica a trovare – cioè, le troviamo, naturalmente – le giustificazioni e le ragioni per dir di no. [...] Cioè vorrei capire se c'è qualcuno che ha qualche idea su come poter difenderci dall'assalto dei clienti su questo tema qua, ecco"*); (iii) della necessità di essere uniti, parlare a beneficio del settore (*"Quindi essere uniti, parlare insieme, essere al Congresso, essere qua, farci sentire [...] È veramente un appello ad esserci e solidarizzare [...] Quindi abbiamo bisogno di noi tutti insieme"*).

534. Con specifico riferimento al tema del credito d'imposta emerge dal dibattito assembleare una condivisa ritrosia circa il riconoscimento di sconti o riduzioni ai clienti. Ciò è confermato dalle evidenze agli atti successive all'Assemblea, come il resoconto della Giunta Assofond del 28 settembre 2022 (*"Sulla retrocessione del credito di imposta ai clienti, (punto sul quale erano tutti d'accordo)"*¹⁰⁸⁴) e il dibattito tenutosi durante l'assemblea del 23 giugno 2023, in cui il 2022 viene definito un anno eccezionale grazie al credito d'imposta che le fonderie (facendo fronte comune) sono riuscite a non riversare a valle (*"qualcuno ci ha dato una mano forte, noi l'abbiamo ovviamente capitalizzata. Siamo riusciti in parte, in buona parte a non restituire ai clienti, quindi, i vantaggi che abbiamo ricevuto non li abbiamo estesi ai clienti, e per questo abbiamo fatto dei bilanci notevoli"*¹⁰⁸⁵).

535. Se ne deduce che, diversamente da quanto sostenuto da diverse tra le parti del procedimento¹⁰⁸⁶, anche le decisioni in merito alle modalità di gestione di tali istanze non sono state frutto di autonome scelte imprenditoriali, bensì della strategia comune. Infatti, se è vero che il credito di imposta ha costituito una misura introdotta a sostegno di tutte le imprese energivore in un momento di repentini e considerevoli aumenti dei prezzi dell'energia, è altrettanto vero – in quanto

emerge inoltre chiaramente come le strategie interne al gruppo Cividale/ZML siano condizionate dalle informazioni riguardanti le strategie commerciali di prezzo scambiate coi i concorrenti nell'ambito del Comitato di Presidenza.

¹⁰⁸⁰ **ISP. 12.143.** Si veda anche **ISP. 41.122.**

¹⁰⁸¹ **DOC. 22, n. 89.**

¹⁰⁸² **ISP. 41.294, DOC. 276,** file "20220622_fondere presenti" e "20220622_registrazione_partecipanti" nella cartella "Assemblee 2005-2024 presenze parte privata".

¹⁰⁸³ **DOC. 22, n. 89.**

¹⁰⁸⁴ **ISP. 51.6.** Le fonderie partecipanti a tale incontro sono: Ariotti, C2MAC, Corrà, De Riccardis, Glisenti/LT, Ironcastings, E.F. Group/Pilenga, Zanardi e Cividale/ZML (**ISP. 41.358**).

¹⁰⁸⁵ **ISP. 36.1,** più ampiamente descritto al par. 279. Tutte le parti del procedimento hanno presenziato a tale Assemblea, ad eccezione di De Riccardis (**ISP. 41.295**).

¹⁰⁸⁶ Cfr., ad esempio, **DOC. 643,** pagg. 10-11 (memoria finale Zanardi), **DOC. 640,** parr. 140-143 (memoria finale E.F. Group/Pilenga), **DOC. 633,** pag. 18 (memoria finale FMG), **DOC. 246** (verbale di audizione Glisenti), **DOC. 270** (verbale di audizione VDP) e **DOC. 394** (memoria di Ironcastings).

risulta lampante dalle evidenze sopra riportate – che le fonderie hanno deciso congiuntamente di sfruttare (“capitalizzare”) tale aiuto per massimizzare i propri profitti attraverso la richiesta di aumenti dei prezzi ai clienti e il contestuale mancato riconoscimento di sconti e/o riduzioni dei prezzi di listino a seguito dell’introduzione della misura governativa di aiuto. Alla luce delle evidenze istruttorie, pertanto, risulta privo di rilievo il fatto che in alcuni casi, con alcuni clienti, le fonderie abbiano raggiunto un accordo diverso che prevedeva anche la riduzione dei prezzi di listino per trasferire a valle il beneficio ricevuto, considerato che sono state le stesse parti del procedimento a confermare nel corso delle audizioni istruttorie di aver resistito alle istanze dei clienti¹⁰⁸⁷.

536. Nel mese di giugno e nei mesi successivi all’Assemblea, le evidenze confermano continui aumenti dei prezzi di listino da parte di ZML¹⁰⁸⁸, Zardo¹⁰⁸⁹, FMG¹⁰⁹⁰ e Zanardi¹⁰⁹¹ (e le prime contestazioni da parte dei clienti, riguardanti nello specifico l’avvenuto riconoscimento del credito d’imposta¹⁰⁹²); nonché contatti tra le fonderie aventi a oggetto scambi di offerte per i clienti (tra VDP e Ironcastings¹⁰⁹³), le richieste di aumenti (tra VDP e Corrà¹⁰⁹⁴), l’energia, i fermi produttivi e i prezzi di vendita (tra Ariotti e FMG¹⁰⁹⁵, tra Cividale/ZML, Zanardi, E.F. Group/Pilenga, Ariotti e VDP ¹⁰⁹⁶). In merito agli aumenti, si segnala che, a seguito di Assofond Ghisa del 20 luglio 2022¹⁰⁹⁷, internamente a C2MAC ¹⁰⁹⁸ si commentano i temi affrontati (“*clienti, energia, prospettive future*”) e si condivide di aspettare il deposito dei bilanci da parte dei diretti concorrenti “*per provare magari a parlare con loro per eventuali ulteriori incrementi di prezzi*”. Tali scambi, al

¹⁰⁸⁷ V. Ariotti, che solo in un caso ha concesso uno sconto riconducibile al credito d’imposta (**DOC. 273**, par. 60); Zardo che ha affermato di aver gentilmente declinato le richieste dei clienti (**DOC. 268**, par. 38); Corrà, che tendenzialmente non ha riconosciuto riduzioni, precisando di aver trovato un accordo con alcuni clienti in cambio di maggiori ordinativi (**DOC. 260**, par. 43); De Riccardis ha affermato di aver trovato un accordo con quasi tutti i clienti a seguito di specifica negoziazione (**DOC. 264**, par. 40-41); Camozzi/ZML hanno dichiarato che a qualche cliente sono state concordate delle riduzioni dei prezzi di listino a seguito di negoziazione (**DOC. 256**, par. 41); Glisenti/LT hanno rappresentato di averlo trasferito i benefici solo ai clienti che avevano riconosciuto gli aumenti dei costi subiti dalle società (**DOC. 246**, par. 7 e 38); Zanardi ha mantenuto l’approccio di non retrocedere il credito d’imposta ai clienti (**DOC. 244**, par. 25). EF Group/Pilenga hanno affermato che il credito s’imposta è stato usato in modo compensativo in luogo degli aumenti (**DOC. 261**, par. 26); Ironcastings ha affermato di aver ricevuto solo una istanza al riguardo (**DOC. 394**, p. 5).

¹⁰⁸⁸ **ISP. 66.57** e **ISP. 66.124**

¹⁰⁸⁹ **ISP. 56.80**.

¹⁰⁹⁰ **ISP. 28.15**, **ISP. 28.46**, **ISP. 28.125**, **ISP. 28.130**, **ISP. 28.144**, **ISP. 28.145**, **ISP. 28.895**, **ISP. 28.894**, **ISP. 28.134**.

¹⁰⁹¹ **ISP. 31.100**.

¹⁰⁹² **ISP. 28.57**.

¹⁰⁹³ **ISP. 81.33**.

¹⁰⁹⁴ **ISP. 81.53**.

¹⁰⁹⁵ **ISP. 61.37**, **ISP. 61.10**.

¹⁰⁹⁶ **ISP. 51.41**. Al riguardo, si osserva che nell’articolo allegato a **ISP. 51.41**, riguardante l’impatto della Guerra in Ucraina sull’aumento dei costi energetici, le fonderie intervistate (Zanardi, VDP, E.F. Group/Pilenga e Ariotti) rappresentano la necessità di interventi governativi per evitare i fermi produttivi. Dall’articolo, tuttavia, nulla emerge in merito ai prezzi di vendita di cui invece viene fatta esplicita menzione nel testo dell’*email* interna a Cividale (“*tra le altre fonderie molte hanno il problema dell’erosione dei margini, ma i prezzi coprono ampiamente tutti i costi maggiorati*”). Non essendo tali informazioni riportate nel testo dell’articolo, né potendo essere desunte dallo stesso, in quanto di contenuto opposto al messaggio veicolato pubblicamente, è evidente come le stesse possano essere state acquisite solo in occasione di un contatto diretto tra le fonderie – tutte rappresentate nel Comitato di Presidenza –, come peraltro sembra confermato dall’incipit della stessa *email* (“*A conferma del feed back di [A.V.]*”).

Si veda anche **ISP. 81.12**, che dimostra altresì come la decisione di fermare l’attività produttiva da parte di VDP fosse già stata assunta dalla fonderia e scollegata dagli aumenti dei costi dell’energia.

¹⁰⁹⁷ A cui hanno partecipato C2MAC, Ironcastings, E.F. Group/Pilenga, VDP, Zanardi, Cividale/ZML (**ISP. 41.356**).

¹⁰⁹⁸ **ISP. 24.2355**.

pari di numerosi altri, non fanno che confermare come fosse consuetudine confrontarsi con i concorrenti al fine di concordare gli incrementi dei prezzi¹⁰⁹⁹.

537. Gli aumenti dei prezzi di listino proseguono anche nei mesi autunnali da parte di Glisenti-LT¹¹⁰⁰, Corrà¹¹⁰¹, ZML¹¹⁰², FMG¹¹⁰³, Pilenga¹¹⁰⁴, Zanardi¹¹⁰⁵, nonostante in tale periodo, le evidenze attestano anche un intensificarsi delle doglianze da parte dei clienti dovute alla mancata considerazione nelle richieste effettuate dei riconosciuti benefici legislativi.

538. Circa le richieste di aumento ai clienti, appare interessante uno scambio di *email* interno al gruppo Camozzi ove vengono riportati i commenti critici in merito all'articolo "*Fonderie Guido Glisenti: nel 2022 più fatturato e margini in tenuta*" pubblicato il 7 ottobre 2022 sulla rivista on line "Siderweb"¹¹⁰⁶ (par. 253). Nel corso dell'audizione del 7 novembre 2024 Camozzi/FMG hanno affermato che i commenti interni riguardavano le dichiarazioni fatte dal concorrente in merito al quadro dei costi di produzione rappresentato, ritenuto non corrispondente a quello di FMG¹¹⁰⁷; anche nella memoria finale FMG ha affermato che nel caso di specie si trattasse di una critica alle dichiarazioni del concorrente¹¹⁰⁸. Tuttavia, nell'articolo Glisenti non parla di una riduzione dei costi (anzi viene rappresentato: "*un tale aumento dei costi non si era mai visto nella storia della fonderia*"); in realtà, infatti, ciò che viene contestato da FMG è proprio quanto si legge nell'*email*, ossia il fatto che: "*così "si mette in piazza" il fatto che comunque gli aumenti sono stati scaricati tal quali sui clienti finali*"¹¹⁰⁹.

539. Sempre con riferimento al rapporto tra aumenti energetici, costi e ricavi, è interessante una *email* interna a Cividale/ZML in cui si legge: "*anche VDP dichiara che l'aumento dell'energia ha eroso metà del suo margine; tra le altre fonderie, molte hanno il problema dell'erosione dei margini, ma i prezzi coprono ampiamente tutti i costi maggiorati*"¹¹¹⁰. Da tale documento emerge chiaramente come, nonostante il considerevole aumento dei costi energetici abbia impattato i margini delle fonderie, la politica comune di aumenti dei prezzi abbia più che compensato l'aumento dei costi. Tale circostanza sembra emergere anche da un documento interno di Ariotti¹¹¹¹, nonché dalle dichiarazioni di Glisenti esternate nel sopracitato articolo.

540. Ancora circa i risultati ottenuti nel 2022 rilevano i resoconti fatti da Cividale/ZML dei giri di tavolo della riunione della Giunta Assofond del 28 settembre 2022¹¹¹² ("*Anche quest'anno le*

¹⁰⁹⁹ In senso analogo si veda anche la *email* interna a Camozzi/FMG da cui emerge la consapevolezza circa le decisioni assunte da alcuni concorrenti, **ISP. 76.45**: "*i clienti [...] insistono con la questione del credito di imposta (attualmente 25% e da ottobre 40%) per avere sconti e/o recuperi. Molte fonderie stanno riconoscendo questo e applicano sconti (Glisenti e VDP sicuri altri non so). Dobbiamo capire come comportarci perché adesso argomentiamo il nostro no dicendo che, quanto recuperato con il credito di imposta, copre solo in parte i reali aumenti subiti ma temo non sia sufficiente*".

¹¹⁰⁰ **ISP. 12.103, ISP. 12.110, ISP. 16.90.**

¹¹⁰¹ **ISP. 4.14, ISP. 4.19, ISP. 4.24.**

¹¹⁰² **ISP. 66.59.**

¹¹⁰³ **ISP. 28.54.**

¹¹⁰⁴ **ISP. 71.10.**

¹¹⁰⁵ **ISP. 31.11.**

¹¹⁰⁶ <https://www.siderweb.com/articoli/top/715291-fonderie-guido-glisenti-nel-2022-piu-fatturato-e-margini-in-tenuta>.

¹¹⁰⁷ **DOC. 256.**

¹¹⁰⁸ **DOC. 633**, pag. 21.

¹¹⁰⁹ **ISP. 28.41.** Si veda anche **ISP. 76.46.**

¹¹¹⁰ **ISP. 51.41.**

¹¹¹¹ **ISP. 61.2.**

¹¹¹² A cui hanno partecipato: Ariotti, C2MAC, Corrà, De Riccardis, Glisenti, Ironcastings, E.F. Group/Pilenga, Zanardi, Cividale/ZML (**ISP. 41.358**).

fonderie di ghisa evidenziano ottimi risultati; parlano di un'annata irripetibile e di grandi guadagni, (*"finalmente abbiamo capito come produrre meno e guadagnare di più"*)¹¹¹³ e della riunione del Comitato di Presidenza del 2 dicembre 2022 (*"Le fonderie presenti, (Torbole, VDP, Glisenti, ... circa quindici aziende), hanno parlato di anno memorabile, con i guadagni migliori della loro storia"*)¹¹¹⁴).

541. Tali resoconti sono confermati dal dibattito che ha animato l'Assemblea del 23 giugno 2023¹¹¹⁵ in cui il 2022 viene definito come un anno eccezionale¹¹¹⁶, che ha portato a fatturati in crescita, tanto che le fonderie hanno dovuto contenere le istanze dei clienti volte a ottenere la riduzione dei listini (*"alcuni di noi son preoccupati di quando i bilanci usciranno perché il risultato 2022 potrebbe essere di un'eccezionalità tale da portare i clienti a fare pressioni, chiedere sconti e dire che siamo ingordi e che dobbiamo restituire quello che indebitamente ci siamo presi [...]. Noi sicuramente non ci siamo comportati male, ma abbiamo fatto il nostro dovere. [...] Quindi se dovessero esserci dei dubbi, delle timidezze o delle paure su quello che è la spiegazione di dati meritatamente e finalmente positivi per il nostro settore, alziamo la testa e, ecco, ci sono tante cose di cui vergognarci non quella di guadagnare il giusto e fare andare avanti le nostre imprese e continuare a farle vivere per i prossimi decenni"*)¹¹¹⁷.

542. La documentazione agli atti, dunque, diversamente da quanto affermato dalle parti del procedimento – secondo cui la straordinaria situazione venutasi a creare del biennio 2021-2022 metteva a rischio la sopravvivenza delle imprese nel mercato – permette di affermare che proprio nel corso dei due anni più difficili della più recente crisi, le fonderie, grazie al coordinamento delle proprie strategie e politiche di prezzo, sono riuscite a ottenere comunque dei risultati economici più che soddisfacenti. Tale *trend* prosegue anche nel 2023, come rappresentato dalle stesse fonderie nel corso della citata Assemblea del 2023 ed è confermato anche dall'andamento dell'EBITDA relativo a un campione di fonderie (cfr. Figura 1).

543. Tra fine 2022 e l'inizio del 2023, Glisenti/LT¹¹¹⁸, C2MAC¹¹¹⁹, VDP¹¹²⁰, FMG¹¹²¹, Zardo¹¹²², Ironcastings¹¹²³, Corrà¹¹²⁴, continuano a chiedere aumenti ai propri clienti, nonostante numerose siano le contestazioni da parte dei clienti legate alle richieste già fatte negli anni precedenti, all'andamento decrescente di alcuni costi e al credito d'imposta, la cui misura è stata peraltro aumentata alla fine del 2022; proseguono inoltre i contatti tra le parti riguardanti la condivisione delle richieste di aumento ai clienti e gli importi effettivamente applicati a seguito della negoziazione con gli stessi o la condivisione di informazioni volte a chiedere ulteriori aumenti¹¹²⁵.

¹¹¹³ ISP. 51.6. Si veda anche ISP. 66.230.

¹¹¹⁴ ISP. 51.15, ISP. 66.229.

¹¹¹⁵ A cui hanno partecipato tutte le fonderie parti del procedimento tranne De Riccardis (ISP. 41.295).

¹¹¹⁶ Tale concetto è stato ulteriormente ribadito nel messaggio di auguri del Presidente Assofond inviato alla fine del 2023 (ISP. 56.99).

¹¹¹⁷ ISP. 36.1.

¹¹¹⁸ ISP. 12.108, ISP. 16.16, ISP. 16.42, ISP. 12.71, ISP. 12.72, ISP. 12.74, ISP. 12.76, ISP. 12.91, ISP. 12.97, ISP. 12.98, ISP. 12.121.

¹¹¹⁹ ISP. 24.3160, ISP. 24.2123, ISP. 24.2124, ISP. 24.3547, ISP. 24.2120, ISP. 24.3478, ISP. 24.3479.

¹¹²⁰ ISP. 81.890, ISP. 81.892.

¹¹²¹ ISP. 28.133, ISP. 28.57, ISP. 28.39 e 28.127.

¹¹²² ISP. 56.63.

¹¹²³ ISP. 46.84, ISP. 46.165, ISP. 46.166, ISP. 46.116. Si vedano anche ISP. 46.168 e ISP. 46.174.

¹¹²⁴ ISP. 4.14, ISP. 4.15. Dagli stessi documenti emergono lamentele dei clienti, seguite da specifica negoziazione.

¹¹²⁵ ISP. 24.3507, ISP. 24.3532, ISP. 24.3477.

544. In particolare, in alcune email di C2MAC si legge: “Al fine di dirigere le trattative nella maniera a noi più redditizia, avrei bisogno di sentire i seguenti concorrenti”¹¹²⁶; e ancora “La ns concorrenza ha portato a casa 90 €/T senza credito di imposta e senza vincoli dei volumi. Ritengono (il concorrente) questo aumento non congruo e quindi chiederanno incrementi ulteriori per arrivare almeno a 160 €/T Fissiamo appuntamento con Walvoit”¹¹²⁷. Nonostante le lamentele della clientela, dunque, la fonderia insiste (resta ferma) sulla richiesta di aumento, considerato che la stessa “trova analoga situazione e quindi pieno riscontro in tutto il comparto delle fonderie italiane”¹¹²⁸.

545. Vi sono inoltre evidenze di contatti tra le fonderie per contestare ad Assofond la pubblicazione di articoli di stampa in cui veniva rappresentata una diminuzione di alcuni costi; ciò in considerazione della circostanza che le fonderie interessate stavano continuando a chiedere aumenti ai propri clienti. La relativa documentazione agli atti (parr. 265-268) rileva sotto un duplice profilo: da un lato, infatti, ancora una volta testimonia l’esistenza di una prassi di contatti tra le fonderie con riferimento alla tematica degli aumenti dei prezzi di vendita (peraltro anche esplicitamente quantificati)¹¹²⁹; dall’altro, conferma come la Giunta Assofond venga considerato il luogo in cui è lecito confrontarsi su certe tematiche, come quelle relative appunto agli aumenti dei prezzi (“Direi che è bene se cerchiamo di considerare un riscontro da dare a questi e altri segnali che riceveremo nella stessa direzione. Inoltre avendo la GIUNTA il prossimo mercoledì darei per certo che ci sia qualche intervento in questa direzione, se non riscontriamo e mitigiamo prima la cosa”¹¹³⁰; “stasera ho sentito [A.A.] che dice di aumenti dal 1 Gennaio per almeno 70/80 euro ton sul prezzo di vendita e l’ho invitato con tutte le premure antitrust (che non ha mai) di tornare a confrontarsi in Giunta”¹¹³¹).

546. Nel corso del mese di marzo 2023, inoltre, viene organizzato un pranzo tra C2MAC, Glisenti-LT, De Riccardis, EF Group/Pilenga e VDP, come emerge dalle evidenze agli atti e confermato dalle parti del procedimento (cfr. parr. 271-272). Diversamente da quanto sostenuto nel corso delle audizioni, tuttavia è possibile affermare che anche nel corso di tale pranzo siano state affrontate tematiche legate agli aumenti dei prezzi, considerato che nei giorni successivi tre delle fonderie coinvolte nel pranzo (De Riccardis¹¹³², Pilenga¹¹³³ e Glisenti¹¹³⁴) hanno richiesto aumenti e internamente a C2MAC si discute sulle modalità di comunicazione di tali aumenti alla clientela, considerato che in alcuni casi, in tale periodo, tali richieste vengono anche effettuate verbalmente. Dalle risposte delle parti fornite nel corso delle audizioni e dalla documentazione agli atti emerge, inoltre, una certa contraddizione. Infatti, De Riccardis e VDP hanno affermato che oggetto dell’incontro fossero le tematiche energetiche, sebbene dagli atti emerga come in quel periodo i

¹¹²⁶ ISP. 24.3532.

¹¹²⁷ ISP. 24.3507.

¹¹²⁸ ISP. 24.2611.

¹¹²⁹ ISP. 46.19. La circostanza che FMG risponda affermativamente all’affermazione di Ironcastings “Io sto chiedendo aumenti come ti dicevo”, anche laddove fosse una “mera presa d’atto” (cfr. DOC. 633, pag. 20), non priva di rilievo anticoncorrenziale lo scambio di informazioni.

¹¹³⁰ ISP. 36.115.

¹¹³¹ ISP. 36.115, ISP. 36.116. Si veda anche ISP. 46.4, recante la chat WhatsApp tra [A.A.] (Ironcastings) e il Direttore Generale, in cui [A.A.] scrive: “Purtroppo non riesco a trovare queste diminuzioni [...] Tutto per almeno 70/80 euro ton sul prezzo di vendita. Per questo, come altri, sto chiedendo l’allineamento”; e il Direttore Generale risponde: “parliamone quando vuoi, bene sarebbe anche in giunta la prossima settimana”.

¹¹³² ISP. 8.15, ISP. 8.17, ISP. 8.13, ISP. 8.16, ISP. 8.3.

¹¹³³ ISP. 20.23. Si veda anche ISP. 20.19.

¹¹³⁴ DOC. 246, par. 38.

prezzi dell'energia fossero già in calo¹¹³⁵ (tanto che con il d.l. n. 34/2023, la percentuale riconosciuta per il credito d'imposta viene ridotta); Glisenti ha parlato di un pranzo di lavoro preliminare al Comitato di Presidenza, tuttavia al pranzo hanno partecipato anche fonderie che non siedono nel predetto Comitato e la partecipazione al pranzo di [R.D.B.] (Glisenti/LT) è confermata da VDP¹¹³⁶.

547. Il 31 marzo 2023, in effetti, si tiene un Comitato di Presidenza nell'ambito del quale, oltre ai temi relativi al credito d'imposta alle intenzioni di prezzo e ai risultati economici, viene affrontato un nuovo argomento, ossia quello del *trend* di riduzione degli ordini, ripreso nel corso dell'assemblea privata del 23 giugno 2023¹¹³⁷ e che proseguirà anche nel corso del 2024¹¹³⁸.

548. In vista della riunione di Assofond Ghisa del 19 aprile 2023¹¹³⁹, che si tiene in presenza presso la fonderia di Torbole, le fonderie sono più volte invitate a partecipare all'incontro, considerato che “[l]’occasione di tornare a incontrarci in presenza favorirà ulteriormente il consueto dibattito, parte integrante dell’incontro”¹¹⁴⁰. In tale occasione viene anche inviato alle fonderie un messaggio WhatsApp dal Direttore Generale (“ti mando questo *“invito diretto”* per ricordarti l'appuntamento di questo mercoledì 19 aprile alle ore 14.30 (ma bene riuscire ad arrivare anche alle 14 per qualche chiacchera con colleghi prima dell'inizio dei lavori), con *“Assofond Ghisa”* che torna, finalmente, a far incontrare le fonderie di ghisa in PRESENZA”¹¹⁴¹).

549. Al riguardo si evidenzia che non è condivisibile quanto rappresentato da Ironcastings¹¹⁴² che afferma di non essere stata invitata a partecipare ai momenti di confronto informale organizzati a margine degli eventi associativi, muovendo dal presupposto di non aver ricevuto il messaggio WhatsApp sopra riportato. Al riguardo si osserva che anche se il messaggio in questione è stato reperito in ispezione presso un'altra fonderia, ciò non implica che lo stesso non sia stato inviato a tutti i componenti di Assofond Ghisa, come sembra essere confermato da quanto riportato nella memoria di Corrà¹¹⁴³. In ogni caso, l'affermazione di Ironcastings risulta smentita dalle numerose occasioni di confronto informale promosse dall'Associazione agli atti del procedimento alle quali erano invitate e sollecitate a partecipare tutte le fonderie, compresa la predetta società (così ad esempio l'Assemblea privata del 23 giugno 2023, preceduta anch'essa da un momento di confronto informale esplicitato dal Direttore Generale: “*qui fino ad adesso si è tenuto un momento che fa parte della giornata che è quello del networking a cui diamo sempre molto spazio*”¹¹⁴⁴). E ciò fermo restando che, come ampiamente rappresentato, anche nel corso degli eventi associativi ufficiali vengono trattate tematiche commercialmente sensibili (si noti che è proprio a tale società che il Direttore Generale di Assofond muove l'invito di tornare a confrontarsi in Giunta con riferimento alle richieste di aumento dei prezzi).

¹¹³⁵ ISP. 24.2353.

¹¹³⁶ DOC. 270, p. 57.

¹¹³⁷ ISP. 36.1 e ISP. 76.1.

¹¹³⁸ ISP. 36.17, ISP. 36.119, ISP. 41.327. Maggiori dettagli dell'incontro sono contenuti in ISP. 81.806, ove sono comprese anche informazioni in merito a fonderie non parti del Comitato di Presidenza.

¹¹³⁹ A cui hanno partecipato: Ariotti, Corrà, De Riccardis, FMG, Glisenti/LT, Ironcastings, E.F. Group/Pilenga, VDP, Zanardi e Cividale/ZML (DOC. 276, file “Registro_presenze 19.4.2023” in “presenze”, “Assofond ghisa 2003-2023”).

¹¹⁴⁰ Si vedano ISP. 61.75 e DOC. 276, file “Promemoria | Assofond Ghisa (19 aprile 2023 ore 14:30 | Fonderia di Torbole, Torbole Casaglia-BS)” in “Assofond ghisa 2003-2023”, “Convocazioni”.

¹¹⁴¹ ISP. 28.120-28.122.

¹¹⁴² DOC. 394.

¹¹⁴³ Cfr. DOC. 636, pag. 14 e all. 4 alla memoria.

¹¹⁴⁴ ISP. 36.1.

550. Il 10 luglio 2023 si è tenuta una riunione del Comitato di Presidenza ristretto presso la fonderia di Torbole¹¹⁴⁵ in cui vengono valutate azioni e comunicazioni al fine di dare il messaggio alle associate di “*Non andare alla ricerca dei volumi ma della marginalità*”¹¹⁴⁶.

551. Nel corso dei mesi successivi, la documentazione ispettiva attesta come alcune fonderie abbiano continuato a fare richieste di aumenti (C2MAC¹¹⁴⁷, Ironcastings¹¹⁴⁸ e De Riccardis¹¹⁴⁹) o non abbiano proceduto all’adeguamento in riduzione dei listini (Pilenga¹¹⁵⁰, Zardo¹¹⁵¹ e FMG¹¹⁵²).

552. Il calo degli ordinativi e il conseguente impatto sulla redditività delle fonderie sono argomenti affrontati anche nel corso delle riunioni della Giunta Assofond dell’11 ottobre 2023¹¹⁵³ e del 13 dicembre 2023¹¹⁵⁴, nonché di contatti diretti tra VDP, Ariotti, Zanardi, Glisenti e Cividale/ZML¹¹⁵⁵. L’argomento è anche affrontato nell’ambito della chat WhatsApp del Comitato di presidenza il 22 gennaio 2024¹¹⁵⁶. In tutte le predette occasioni vengono condivise informazioni sensibili anche in merito alle quantità prodotte, alla capacità produttiva, nonché in merito alle richieste ricevute dai clienti e alle prospettive future.

553. In data 14 giugno 2024, Assofond ha comunicato la sospensione, a partire dal 1° luglio 2024, dell’aggiornamento e della pubblicazione degli indicatori (indici TET, IDT, QEMP) e delle Tabelle della formazione indicativa¹¹⁵⁷.

VI.4.2.1.4. Conclusioni sul piano globale e oggetto restrittivo della concorrenza

554. La corposa mole documentale sopra riportata attesta la sussistenza di un piano globale, avente un oggetto restrittivo della concorrenza, a cui hanno aderito e contribuito tutte le parti del procedimento (v. *infra*).

555. Al riguardo, si ricorda che, secondo la pacifica giurisprudenza¹¹⁵⁸, rientrano nel novero delle restrizioni per oggetto le forme di coordinamento tra imprese che, come i cartelli orizzontali di prezzo, possono essere considerate, per loro stessa natura, dannose per il buon funzionamento del

¹¹⁴⁵ ISP. 61.60.

¹¹⁴⁶ ISP. 36.118, enfasi in originale: “*Mercato: Parlarne andando oltre il “come va” a beneficio dei presenti, per avere una visione associativa e per poter valutare azioni, comunicazioni rivolte ad obbiettivi che possiamo avere (vedi il caso ultimo di [A.B.Z.], utilizzato “strumentalmente” per dare certi messaggi). Non andare alla ricerca dei volumi ma della marginalità (vedi [A.B.Z.]”*. V. anche ISP. 36.119 e ISP. 41.328.

¹¹⁴⁷ ISP. 24.2020, ISP. 24.2022, ISP. 24.3686.

¹¹⁴⁸ ISP. 46.169, ISP. 46.175.

¹¹⁴⁹ ISP. 8.3, ISP. 8.11, ISP. 8.14.

¹¹⁵⁰ ISP. 20.23, ISP. 20.24. Da alcuni documenti emerge come Pilenga riconosca ai propri clienti sconti o riduzioni alla luce del credito d’imposta, così ISP. 20.15, ISP. 20.19.

¹¹⁵¹ ISP. 56.69, ISP. 56.20.

¹¹⁵² ISP. 28.48, ISP. 76.47. Da una *email* interna emerge la proposta di applicare la riduzione ottenuta dagli aggiornamenti degli indici, considerato che “*la riduzione per il Q3, aggiornando la materia prima e TET, è piuttosto importante, mentre per i mensili è più contenuta*” e che “*Molti clienti si stanno lamentando per i prezzi alti rispetto alle altre fonderie*” (ISP. 28.17, ISP. 28.132).

¹¹⁵³ ISP. 81.14 e ISP. 81.871. A tale incontro hanno partecipato: Ariotti, Corrà, Glisenti/LT, Ironcastings, E.F. Group/Pilenga, VDP, Zanardi e Cividale/ZML (ISP. 41.367).

¹¹⁵⁴ ISP. 61.32. A tale incontro hanno partecipato: Ariotti, Corrà, Glisenti/LT, Ironcastings, E.F. Group/Pilenga, Zanardi e Cividale/ZML (ISP. 41.369).

¹¹⁵⁵ Cfr. l’*email* del 7 novembre 2023, avente a oggetto “*info su alcune fonderie*” ISP. 81.15 e ISP. 81.874; nonché l’*email* del 28 febbraio 2024 “*alcuni commenti di varie fonderie*” ISP. 81.11, ISP. 81.858.

¹¹⁵⁶ ISP. 61.36.

¹¹⁵⁷ DOC. 159.

¹¹⁵⁸ Cfr., *ex multis*, sentenza della Corte di giustizia del 29 luglio 2024, *Banco BPN*, C-298/22, EU:C:2024:638, punto 46.

normale gioco della concorrenza. Fermo restando che la fattispecie di fissazione dei prezzi può assumere diverse forme e comprendere tutti quei comportamenti collusivi che direttamente o indirettamente alterino la concorrenza di prezzo¹¹⁵⁹, in generale, si rileva che tali tipologie di comportamenti, determinando un aumento dei prezzi, rivelano un grado di dannosità tale per la concorrenza per cui non è necessario analizzarne gli effetti.

556. Nel caso di specie, si ritiene che l'intesa accertata nel presente provvedimento, comprovata dalle numerose (e univoche) risultanze istruttorie, alla luce dei termini della stessa, del contesto economico e giuridico in cui ha avuto luogo, e degli obiettivi perseguiti, costituisca una restrizione della concorrenza per oggetto di natura orizzontale.

557. Le condotte descritte infatti – lungi dal costituire un “*chiacchiericcio*” derivante dal senso di frustrazione delle fonderie o un innocuo scambio di opinioni sull'andamento del mercato da parte di imprenditori che si conoscono da decenni e sono diventati amici (come sostenuto da alcune delle parti del procedimento) – restituiscono un quadro molto chiaro di un complesso e articolato disegno collusivo, risalente almeno al 5 febbraio 2004 e attuato in modo continuato quantomeno fino al 30 giugno 2024, in violazione dell'art. 101, par. 1, TFUE.

558. In particolare, le numerose evidenze presenti a fascicolo attestano l'avvenuto coordinamento riguardante le richieste di aumento dei prezzi e le strategie commerciali volte a preservare una certa marginalità, anche attraverso il ricorso agli Indicatori Assofond (che, diversamente da quanto sostenuto, non costituiscono la mera condivisione di informazioni relative a variabili industriali e di costo, v. *infra*).

559. Eventuali motivazioni economiche addotte per giustificare gli aumenti, così come richiami alla razionalità o al buon senso, non mettono in discussione tale conclusione. Ciò in quanto la documentazione agli atti prova che le fonderie parti del procedimento nel corso dell'intero arco temporale considerato, attraverso i continui confronti e scambi di informazioni, hanno ridotto significativamente l'incertezza circa i propri autonomi comportamenti sul mercato e in merito alle scelte commerciali da adottare nei confronti dei clienti, in tal modo sostituendo la collusione a scelte imprenditoriali autonome.

560. Da tali considerazioni discende anche l'infondatezza dei rilievi mossi da alcune delle parti diretti a contestare la mancata dimostrazione di un parallelismo nella tempistica delle richieste di aumento dei prezzi e nell'entità dei prezzi finali praticati a valle dalle fonderie.

561. Inoltre, la medesima documentazione consente di affermare che l'insieme dei comportamenti posti in essere, nel corso del tempo, dalle parti del procedimento (dalla partecipazione agli incontri associativi ai contatti bilaterali e multilaterali svolti al di fuori di tale contesto, nonché al ricorso ai medesimi meccanismi di indicizzazione) sono collegati da un nesso di complementarità, in quanto tutti volti al conseguimento del medesimo disegno complessivo diretto a ottenere un unico obiettivo

¹¹⁵⁹ Cfr. Consiglio di Stato, 17 gennaio 2008, n. 102: “*Sono per conseguenza vietate non solo le intese tramite le quali le imprese fissano i prezzi a livelli esattamente determinati o stabiliscono esattamente prezzi minimi al di sotto dei quali esse si impegnano a non vendere, ma, più in generale, tutte le intese che mirino o abbiano ad effetto di cortocircuitare la libera determinazione individuale del prezzo e, quindi, la sua naturale flessibilità. Incorrono nel divieto, pertanto, non solo le pattuizioni esplicite sul prezzo finale da praticare o sul tetto minimo da rispettare, ma anche le forme di concertazione che permettono alle imprese di praticare prezzi che, pur differenziati per entità e per andamenti, sono comunque notevolmente e ingiustificatamente superiori rispetto a quelli che verrebbero praticati in assenza di condotte contestate*”.

Inoltre, per consolidata giurisprudenza, ricorrono gli estremi di un'intesa illecita quando vengono uniformati artificialmente elementi essenziali per la formazione dei prezzi, in modo che i prezzi di vendita vengono fissati a un livello diverso da quello che sarebbe stato determinato dal libero gioco della concorrenza (così TAR Lazio, 14 luglio 2007, n. 8951, in cui il giudice amministrativo ha confermato il provvedimento con cui l'Autorità ha ritenuto restrittivo della concorrenza l'uniformazione di una componente del prezzo – rappresentata dal *fuel surcharge* – che concorreva al computo della tariffa, pur in assenza di una perfetta uniformità del prezzo effettivo).

restrittivo della concorrenza, ossia il sostegno alle richieste di aumento dei prezzi a salvaguardia della redditività delle imprese.

562. Si osserva, infine, che, alcune parti hanno invocato l'applicazione del terzo paragrafo dell'art. 101 TFUE. Tale argomento non può essere accolto in quanto, nel caso di specie, le parti si sono limitate a richiamare in maniera generica l'art. 101, par. 3, TFUE senza fornire alcuna prova della sussistenza delle condizioni previste da tale norma, e in particolare dell'esistenza di presunte efficienze derivanti dalla collaborazione anticoncorrenziale. Inoltre, si osserva che la copiosa documentazione da cui emerge inequivocabilmente che obiettivo dell'intesa era quello di mantenere prezzi elevati mal si concilia con la condizione che richiede il trasferimento ai consumatori di una parte sostanziale dei benefici delle presunte efficienze.

563. In merito alla continuità temporale dell'intesa, vanno rigettate le argomentazioni delle parti volte a rilevare l'esistenza di periodi di tempo rispetto ai quali non vi sarebbero evidenze di partecipazione delle imprese all'intesa e a contestare la prescrizione delle condotte antecedenti al quinquennio dalla notifica dell'atto di avvio.

564. Secondo la consolidata giurisprudenza del Consiglio di Stato¹¹⁶⁰ e della Corte di Giustizia¹¹⁶¹, invero, il fatto che per alcuni periodi determinati non possa essere fornita prova dell'infrazione *“non impedisce di ritenere che l'infrazione abbia abbracciato un periodo complessivo più esteso di tali periodi, qualora una simile constatazione si basi su indizi obiettivi e concordanti. Nell'ambito di un'infrazione durata diversi anni, il fatto che le manifestazioni dell'intesa avvengano in periodi differenti, eventualmente separati da intervalli di tempo più o meno lunghi, resta ininfluyente ai fini dell'esistenza di tale intesa, purché le diverse azioni che compongono tale infrazione perseguano una sola finalità e rientrino nel contesto di un'infrazione a carattere unico e continuato (sentenza del 6 dicembre 2012, Commissione/Verhuizingen Coppens, T-441/11 P [C-441/11 P], EU:C:2012:778, punto 72 e giurisprudenza ivi citata)”*.

565. In ogni caso, anche qualora possa ritenersi sussistente un'interruzione nella partecipazione di un'impresa all'infrazione, l'infrazione può essere qualificata come ripetuta se l'impresa ha partecipato all'infrazione prima e dopo tale interruzione e se esiste un unico obiettivo perseguito in entrambi i momenti¹¹⁶².

566. Nel caso di specie, tenuto conto della complessiva durata e della natura di infrazione unica e continuata dell'intesa, le cui condotte sono complementari e hanno avuto quale obiettivo il coordinamento delle richieste di aumento dei prezzi a salvaguardia della marginalità delle fonderie, non emergono intervalli temporali tali da ritenere che sia venuta meno la continuità dell'intesa e dunque che le condotte più risalenti possano considerarsi prescritte¹¹⁶³. Inoltre, l'obiettivo unico del piano globale, le caratteristiche e le modalità di attuazione dell'infrazione depongono comunque

¹¹⁶⁰ Cfr. Consiglio di Stato, 23 giugno 2014, n. 3168, punti 8.4-8.7.

¹¹⁶¹ Cfr. sentenza della Corte di giustizia del 18 marzo 2021, *Pometon/Commissione*, C-440/19 P, EU:C:2021:214, punto 112; sentenza del Tribunale del 29 settembre 2021, *Nichicon Corporation/Commissione europea*, T-342/18, EU:T:2021:635, punti 363-373, confermata dalla sentenza della Corte di giustizia del 13 luglio 2023, *Nichicon Corporation/Commissione*, C-757/21 P, EU:C:2023:575, punti 142-149.

¹¹⁶² Cfr. sentenza del Tribunale del 17 maggio 2013, *Trelleborg Industrie SAS/Commissione*, T-147/09, EU:T:2013:259, punto 88; sentenza del Tribunale del 20 dicembre 2023, *Crédit agricole SA*, T-113/17, EU:T:2023:847, punto 443 e giurisprudenza ivi citata.

¹¹⁶³ Come indicato dall'art. 25, par. 2, del Regolamento 1/2003, nei casi di infrazioni continuate o ripetute, la prescrizione decorre dal giorno in cui è cessata l'infrazione. Ciò in quanto, come chiarito dalla giurisprudenza, *“non è consentito parcellizzare i comportamenti costitutivi dell'unitaria infrazione, assoggettandoli a termini di prescrizione distinti difatti [...] nel caso di illecito permanente, protraendosi la verifica dell'evento in ogni momento della condotta che lo produce, la prescrizione ricomincia a decorrere ogni giorno successivo a quello in cui la condotta illecita si è manifestata per la prima volta, fino alla cessazione dell'infrazione complessivamente considerata”* (cfr. Consiglio di Stato, 6 maggio 2021, n. 3555 e 3556, e giurisprudenza ivi citata; Consiglio di Stato).

a favore dell'esistenza di un'intesa ripetuta. Al riguardo, in particolare, va considerato che l'indice QEMP, ideato nel 2004 e applicato da tutte le fonderie¹¹⁶⁴, ha permesso l'adeguamento automatico dell'unica componente del prezzo che era soggetta alle principali variazioni fino al 2021 (momento a partire dal quale si sono registrate variazioni significative anche di altre componenti del prezzo, in particolare dell'energia)¹¹⁶⁵.

567. Per quanto riguarda specificamente la restrittività degli Indicatori Assofond, merita evidenziare, in via preliminare, che oggetto di censura non è la mera osservazione da parte dell'Associazione dei costi dei fattori produttivi né la previsione in sé nei contratti di lunga durata di meccanismi di adeguamento dei prezzi ai costi dei fattori produttivi.

568. Diversamente, oggetto di contestazione è la circostanza che attraverso l'ideazione, l'aggiornamento e la divulgazione degli Indicatori Assofond (e delle istruzioni univoche sulla loro applicazione) sia stata realizzata la condivisione tra concorrenti dei parametri di trasformazione dei costi di produzione in prezzi di vendita.

569. E infatti, l'ampio quadro probatorio a fascicolo dimostra inequivocabilmente come gli Indicatori non sono mere rilevazioni dei costi, ma sono stati creati con la principale, se non unica, finalità di fornire alle fonderie associate un *focal point* per la determinazione delle variazioni dei prezzi di vendita dei getti di ghisa nel corso del tempo. Prova ne è il fatto che al momento della sua introduzione il QEMP è stato veicolato alle associate non come monitoraggio dei costi di acquisto delle materie prime, bensì come strumento di "*Revisione Prezzi di vendita*"¹¹⁶⁶; analogamente, la Guida alla lettura definisce il sistema degli indicatori a partire dal concetto del "*Valore del getto*", che altro non è che il prezzo di vendita (essendo la somma dei costi di produzione e del margine di vendita)¹¹⁶⁷.

570. Che l'obiettivo comune delle fonderie fosse la volontà di creare strumenti da utilizzare per ribaltare interamente e in maniera uniforme le variazioni dei costi sui clienti, e non per andare incontro a esigenze dei clienti¹¹⁶⁸, emerge chiaramente già dalle evidenze più risalenti¹¹⁶⁹. Dal 2011, inoltre, Assofond ha messo a disposizione delle fonderie un ventaglio di strumenti che permettono di indicizzare, potenzialmente, l'intero valore del getto e, di conseguenza, il relativo prezzo di listino, utilizzando valori uniformi. Il sistema degli Indicatori Assofond, dunque, è idoneo a incidere su una delle principali variabili concorrenziali, ossia il prezzo di vendita, sostituendosi all'autonoma individuazione da parte delle fonderie del sistema di revisione dei prezzi ritenuto più adeguato ed eliminando l'incertezza circa i comportamenti tenuti nel mercato dai concorrenti.

571. Alla stessa conclusione si perviene avendo riguardo alle modalità di utilizzo degli indicatori suggerite da sempre da Assofond e ribadite nel corso del *webinar* del 9 novembre 2021¹¹⁷⁰ che

¹¹⁶⁴ Non risulta condivisibile quanto affermato da Ariotti, secondo cui l'introduzione dell'indice MEATZ testimonierebbe l'indipendenza dei propri comportamenti sul mercato, posto che tale indice utilizza per l'indicizzazione del prezzo della carica metallica, il QEMP Assofond per getti di ghisa sferoidale. Infatti, nelle proprie comunicazioni ai clienti, Ariotti spiega che l'MTZ corrisponde ad "*Assofond, rigo 7, getti di ghisa sferoidale*", aggiungendo che questo è "*il solito, fonte assofond*" (ISP. 61.132, ISP. 61.135, ISP. 61.136 e ISP. 61.154).

¹¹⁶⁵ Cfr. DOC. 270, par. 24.

¹¹⁶⁶ Cfr., a titolo esemplificativo, ISP. 41.84.

¹¹⁶⁷ ISP. 36.88.

¹¹⁶⁸ Come sostenuto da VDP (DOC. 634, par. 35)

¹¹⁶⁹ Nell'assemblea straordinaria delle Fonderie di Metalli Ferrosi, tenutasi il 5 febbraio 2004, ove si è deciso di introdurre il QEMP, emerge inequivocabilmente come l'obiettivo condiviso fosse quello di "*sterilizzare i listini di vendita rispetto alla componente del costo delle materie prime ferrose*", indicando anche le modalità di implementazione della maggiorazione. Cfr. ISP. 41.83, ISP. 41.84, ISP. 41.87.

¹¹⁷⁰ DOC. 75 n. 4, DOC. 299, file "20211109_Webinar_Guida alla lettura degli indici Assofond", in "Convegni", "2021".

spiegano come utilizzare gli indicatori per “variare il prezzo” “nel rapporto con la parte acquirente”¹¹⁷¹ (cfr. parr. 206-207).

572. Nel caso del QEMP è evidente come l'indice restituisca direttamente una parte del prezzo di vendita espressa in euro/tonnellata (corrispondente a circa il 30% del prezzo finale di vendita dei getti). Diversamente da quanto rilevato da alcune delle parti del procedimento – secondo cui l'effetto dell'indice sui prezzi non sarebbe uniforme in quanto il prezzo di vendita tra due periodi è aggiornato applicando la variazione percentuale dell'indicatore al costo della carica metallica sostenuto dalla fonderia per la produzione di un determinato getto nel periodo precedente – le evidenze agli atti (cfr. par. 120) attestano come sia la stessa Assofond a promuovere un'applicazione del QEMP in valore assoluto e non in percentuale (con un incremento uniforme del prezzo delle fusioni per unità di peso in euro/tonnellata)¹¹⁷² e come tale modalità di applicazione “additiva” della variazione del QEMP sul prezzo si riscontri per la generalità delle parti.

573. Parimenti l'IDT, se utilizzato seguendo le indicazioni fornite da Assofond (cfr. par. 207), permette di omogeneizzare, attraverso l'impiego di tabelle della formazione indicativa, la composizione percentuale della componente di prezzo relativa ai costi di trasformazione delle fonderie e, di conseguenza, della sua variazione percentuale tra due periodi. Infatti, nel caso in cui la fonderia decida di indicizzare tale componente di costo attraverso l'IDT, Assofond suggerisce di applicare al prezzo di un determinato getto gli indici di composizione percentuale del costo e poi di variare il prezzo di tale componente seguendo le variazioni dell'indice nel corso del tempo.

574. Con il TET, invece, viene data la possibilità alle fonderie non solo di omogeneizzare le variazioni dei costi di trasformazione in percentuale, ma anche in euro/tonnellata, fornendo un *benchmark* di riferimento per tale componente di prezzo. Rispetto all'IDT, il TET permette poi di valorizzare anche l'ultima componente del prezzo del getto, quella relativa alle attività (tra cui il margine operativo lordo) che la stessa Assofond ritiene esprimere “la vera politica di prezzo che ciascuna azienda valuterà adeguatamente ai propri obiettivi di business e determina la capacità competitiva della singola realtà produttiva” e in relazione alla quale affermava, proprio per tale motivo, di non fornire alcun supporto¹¹⁷³. Di conseguenza, quantomeno per i getti in ghisa sferoidale, la somma di QEMP e TET fornisce un *focal point* indicativo per il prezzo complessivo da applicare a una tonnellata di getto di ghisa, garantendo al contempo a tutte le fonderie che lo utilizzano di poterlo variare in maniera uniforme.

575. L'ampio quadro probatorio a fascicolo, dunque, dimostra come gli Indicatori Assofond non sono mere rilevazioni dei costi ma sono stati creati con la principale, se non unica, finalità di fornire alle fonderie associate un *focal point* per la determinazione delle variazioni dei prezzi di vendita dei getti di ghisa nel corso del tempo. In particolare, gli Indicatori Assofond forniscono alle fonderie associate un *benchmark* indicativo del prezzo complessivo di una tonnellata di ghisa (per i getti in ghisa sferoidale) o comunque della componente di prezzo relativa alla carica metallica, che rappresenta circa un terzo del prezzo totale del getto (per i getti in ghisa grigia).

576. Che gli Indicatori Assofond costituiscano un *benchmark*, del resto, sembra anche essere confermato dalle parti del procedimento (ad esempio, Corrà nella memoria finale rappresenta che la società “utilizza gli indici Assofond solo come parametro di riferimento, ma non ne fa applicazione pratica nella definizione del prezzo”¹¹⁷⁴).

¹¹⁷¹ DOC. 75 n. 4 e ISP. 41.113.

¹¹⁷² ISP. 41.38, ISP. 41.21, ISP. 41.133.

¹¹⁷³ ISP. 36.88, p. 6.

¹¹⁷⁴ Cfr. DOC. 636, p. 20.

577. Tale circostanza è idonea a superare anche il rilievo secondo cui gli Indicatori Assofond non svolgerebbero alcun ruolo al momento dell'acquisizione della commessa. Gli Indicatori, infatti, costituiscono un *focal point* già al momento della presentazione dell'offerta al cliente, tale da portare a una omogeneizzazione delle quotazioni presentate dalle diverse fonderie per la produzione di un determinato getto. Inoltre, come dichiarato da diverse parti del procedimento, gli accordi di fornitura riportano, oltre al prezzo base, anche le modalità (quotazioni di riferimento e tempistiche) di revisione dello stesso nel corso del tempo¹¹⁷⁵.

578. Al riguardo, peraltro, non può che evidenziarsi una certa contraddittorietà nelle difese svolte dalle parti del procedimento laddove viene affermato, da un lato, che il confronto concorrenziale si esaurirebbe nella fase di acquisizione della commessa e, dall'altro, che nel settore in questione è presente una dinamica concorrenziale che permetterebbe ai clienti di decidere in qualunque momento di cambiare fornitore senza sostenere particolari *switching cost*. In particolare, il secondo argomento si pone in contrasto con il primo nella misura in cui conferma come anche nel corso dell'intera durata contrattuale sia possibile ritenere le fonderie in concorrenza tra loro. In tale contesto il ricorso da parte di tutte le fonderie ai medesimi meccanismi di adeguamento dei prezzi costituisce, se non propriamente un disincentivo per il cliente di cambiare fornitore, comunque la privazione di una importante leva concorrenziale. Tale argomento è valido anche in ipotesi di *dual sourcing*, come confermato da un documento reperito presso Assofond¹¹⁷⁶.

579. Per quanto attiene all'applicazione in concreto degli Indicatori da parte delle fonderie, e in particolare il fatto che gli indici IDT e TET non erano applicati da tutte le fonderie, fermo restando che vi sono agli atti numerose evidenze da cui emerge come tali indici erano utilizzati o comunque presi come punto di riferimento dalle fonderie nelle negoziazioni con i clienti¹¹⁷⁷, si ricorda che: *“Una volta provata la sussistenza dell'intesa vietata in quanto tale e la sua partecipazione individuale, diviene poi irrilevante, ai fini dell'imputazione dell'illecito, la partecipazione più o meno attiva e 'parallela' da parte della singola impresa partecipe dell'accordo 'a monte' ai singoli comportamenti attuativi 'a valle', come quelli – che qui rilevano – volti a tradurre in pratica un'intesa orizzontale finalizzata al concordato incremento dei prezzi di vendita (in tal senso – ex multis –: C.G.C.E., sentenza del 7 gennaio 2004, causa C-204/00 Aalborg)”*¹¹⁷⁸. In ogni caso, tutte le fonderie applicano l'indice QEMP rappresentativo di circa il 30% del prezzo finale del getto.

580. La natura anticompetitiva degli Indicatori risulta esacerbata dalle assunzioni poste alla base della loro costruzione. Gli indicatori, infatti, sono progettati sulla base di panieri convenzionali, in cui il peso percentuale di ciascuna componente è assunto arbitrariamente e non necessariamente riflette il processo produttivo e, di conseguenza, la composizione dei costi di ogni singola fonderia, come confermato da Assofond e da diverse tra le parti del procedimento¹¹⁷⁹. Ciò è particolarmente

¹¹⁷⁵ DOC. 246, par. 43, DOC. 256, par. 24, DOC. 264, par. 28, DOC. 268, par. 22, DOC. 270, par. 26, DOC. 274, par. 33, e DOC. 277, par. 37.

¹¹⁷⁶ ISP. 41.79. Cfr. Più ampiamente quanto riportato al par. 121.

¹¹⁷⁷ Vi sono, ad esempio, scambi di *email* da cui emerge che C2MAC giustifica con il cliente l'aumento richiesto sulla base di una variazione di segno analogo dell'IDT (ISP. 24.3541). Inoltre, Corrà, De Riccardis e Zanardi utilizzano alcuni sottoindici dell'IDT (ISP. 4.24, ISP. 8.5, ISP. 31.74); mentre ZML (DOC. 274, par. 21, ISP. 66.143) e VDP (DOC. 270, par. 25, 32 e 34; ISP. 81.739) hanno applicato per un certo periodo l'IDT. Anche Zardo risulta tener conto dell'andamento dell'IDT (ISP. 56.64).

Per quanto attiene al TET, i risultati di un sondaggio svolto durante il *webinar* Assofond del 9 novembre 2021 indicano che il TET veniva utilizzato, ai tempi, da circa il 20% delle fonderie presenti (DOC 299, file “20211109_Webinar_Guida alla lettura degli indici Assofond”, in “Convegni”, “2021”, h. 01:49:30). Inoltre dalle evidenze agli atti risulta l'interessamento da parte di Ironcastings alle modalità di applicazione del TET (ISP. 46.21).

¹¹⁷⁸ Consiglio di Stato, 18 maggio 2015, n. 2514.

¹¹⁷⁹ DOC. 239, ISP. 36.88, ISP. 41.119 e ISP. 41.193.

evidente sia nel caso del QEMP – dal momento che il mix di carica risulta estremamente variabile tra una fonderia e l'altra¹¹⁸⁰ – e del TET, costruito sulla base di assunzioni relative anche alla valorizzazione della componente del prezzo relativa alle Attività.

581. Con riferimento a tale specifico aspetto si evidenzia che è la stessa Associazione a rilevare le predette criticità concorrenziali degli Indicatori nel documento recante la “Mappatura Indici assofond”¹¹⁸¹. In particolare, in tale documento la principale problematica legata a QEMP e IDT viene individuata nella predisposizione di panieri convenzionali con pesi predeterminati, tanto da spingere a valutare l'opportunità – non perseguita – di pubblicare solo le determinanti del paniere. Per quanto concerne il TET e le Tabelle della Formazione Indicativa, l'Associazione riconosce invece esplicitamente come la valorizzazione della componente di prezzo relativa alle attività rappresenti una criticità concorrenziale.

582. La natura restrittiva della concorrenza degli Indicatori Assofond non è scalfita dalla circostanza che in taluni casi fossero i singoli clienti a chiedere l'applicazione degli stessi. Sul piano fattuale, premesso che agli atti vi sono anche evidenze di contestazioni sul punto da parte dei clienti¹¹⁸², occorre rappresentare come, nel corso degli anni (e in particolar modo alla fine del 2021), sia stata la stessa Assofond, per conto e nell'interesse delle fonderie, ad “abituare” i clienti alla revisione sistematica dei listini attraverso gli indicatori e a promuoverne l'utilizzo anche attraverso specifici *webinar*¹¹⁸³.

583. Al riguardo, del resto, di rilievo appare quanto affermato da C2MAC nel corso dell'audizione dell'8 novembre 2024, secondo cui ai clienti non interessa l'utilizzo specifico degli Indicatori Assofond, bensì che vi sia un meccanismo di indicizzazione al fine di ridurre lo spazio di negoziazione con le fonderie. Tale impostazione sembra essere confermata anche da due clienti delle fonderie, auditi nel corso del procedimento, che hanno rappresentato di ritenere gli Indicatori Assofond “*elaborati dai fornitori*” e di preferire indicatori più imparziali¹¹⁸⁴, ma di accettare tale meccanismo di indicizzazione proposto dalle fonderie “*al fine di stemperare le tensioni*”¹¹⁸⁵.

584. Né infine rilevano le considerazioni a sostegno dei meccanismi di indicizzazione riportate nella memoria economica di C2MAC, secondo le quali l'evoluzione dell'indice dei prezzi alla produzione mostrerebbe negli ultimi anni una discesa più marcata in Italia rispetto alla media dei paesi UE, potendo tale disallineamento ricondursi ad una pluralità di altri fenomeni sul mercato non catturati dai meccanismi di indicizzazione, quali, ad esempio, politiche di sostegno differenziate tra i diversi paesi (come il credito di imposta per l'Italia).

VI.4.2.2. Contributo delle parti del procedimento all'obiettivo anticoncorrenziale e consapevolezza dell'illegittimità dei comportamenti

585. Per costante giurisprudenza della Corte di Giustizia, un'impresa che ha partecipato a un'infrazione unica e continuata (o a un'infrazione unica e complessa¹¹⁸⁶) con comportamenti suoi propri miranti a contribuire alla realizzazione dell'infrazione nel suo complesso può essere ritenuta

¹¹⁸⁰ DOC. 119, DOC. 273, par. 22 e 24, DOC. 258, par. 30, DOC. 260, par. 46, DOC. 270, par. 26, DOC. 244, par. 14, DOC. 268, par. 22 e 75, DOC. 274, par. 37.

¹¹⁸¹ ISP. 31.25.

¹¹⁸² Cfr. ISP. 12.159, nonché il dibattito svoltosi nel corso dell'Assemblea del 2021.

¹¹⁸³ ISP. 31.37, DOC. 75, n. 2, ISP. 51.5, ISP. 16.127.

¹¹⁸⁴ DOC. 352, par. 28.

¹¹⁸⁵ DOC. 346, par. 29.

¹¹⁸⁶ Sentenza della Corte di giustizia del 6 dicembre 2012, *Commissione/Verhuizingen Coppens*, C-441/11 P, EU:C:2012:778, punto 42.

responsabile di tutte le condotte poste in essere da altre imprese nell'ambito della medesima infrazione per tutto il periodo della sua partecipazione alla stessa. Ciò quando l'impresa intendeva contribuire con la propria condotta agli obiettivi comuni perseguiti da tutti i partecipanti all'infrazione ed era al corrente dei comportamenti illeciti previsti o attuati dalle altre imprese nel perseguire i medesimi obiettivi, oppure poteva ragionevolmente prevederli ed era pronta ad accettarne il rischio¹¹⁸⁷. Pertanto, la partecipazione di un'impresa ad un'infrazione unica e continuata non richiede la sua partecipazione diretta all'insieme dei comportamenti anticoncorrenziali che costituiscono detta infrazione¹¹⁸⁸.

586. Si ricorda che per infrazioni del tipo in questione, a differenza di quanto sostenuto dalle parti, tale conclusione non contraddice il principio della responsabilità personale¹¹⁸⁹, né una simile interpretazione equivale a trascurare l'analisi individuale delle prove a carico, in spregio alle norme applicabili in tema di prova, o a violare i diritti di difesa delle imprese coinvolte.

587. Affinché sia sufficientemente provata la partecipazione di una impresa a un'intesa anticoncorrenziale, basta dimostrare che l'impresa stessa abbia partecipato a riunioni di natura anticoncorrenziale senza essersi manifestamente opposta, senza che sia necessario provare l'intenzione di partecipare all'infrazione. Infatti, ove sia stata dimostrata la partecipazione a riunioni del genere, spetta all'impresa dedurre indizi atti a provare che la sua partecipazione a dette riunioni fosse priva di qualunque spirito anticoncorrenziale, dimostrando che essa aveva dichiarato alle sue concorrenti di partecipare a tali riunioni in un'ottica diversa dalla loro. Ciò in quanto si presume che le imprese partecipanti alla concertazione e che restano attive sul mercato tengano conto delle informazioni scambiate con i loro concorrenti per determinare il proprio comportamento su tale mercato¹¹⁹⁰.

588. Nel caso di specie, ciascuno dei destinatari del presente provvedimento è responsabile dell'intesa anticoncorrenziale sopra descritta. Le fonderie parti unitamente ad Assofond hanno concertato nel tempo una strategia finalizzata ad attenuare la concorrenza di prezzo, anche attraverso la predisposizione degli Indicatori quale strumento a cui ricorrere per richiedere in maniera uniforme aumenti dei prezzi ai clienti, in particolar modo in occasione di eventi esogeni che avrebbero potuto compromettere la stabilità reddituale delle fonderie.

589. E infatti, pur non distribuendosi in misura omogenea per tutte le parti e/o sull'arco temporale interessato¹¹⁹¹, le evidenze agli atti, diversamente da quanto sostenuto dalle parti del procedimento,

¹¹⁸⁷ Cfr., da ultimo, sentenza del Tribunale del 26 marzo 2025, *UBS Group e UBS/Commissione*, cause riunite T-441/21, T-449/21, T-453/21, T-455/21, T-456/21 e T-462/21, EU:T:2025:337, punti 333-335; sentenza del Tribunale del 6 novembre 2024, *Crédit agricole e Crédit agricole Corporate & Investment Bank/Commissione*, cause riunite T-386/21 e T-406/21, EU:T:2024:776, punti 148-149; sentenza della Corte di giustizia del 16 giugno 2022, *Sony Corporation e Sony Electronics/Commissione*, C-697/19 P, EU:C:2022:478, punti 62-63; sentenza della Corte di giustizia del 16 giugno 2022, *Sony Optiarc e Sony Optiarc America/Commissione*, C-698/19 P, EU:C:2022:480, punti 59-60; sentenza della Corte di giustizia del 16 giugno 2022, *Quanta Storage/Commissione*, C-699/19 P, EU:C:2022:483, punti 54-55; sentenza della Corte di giustizia del 16 giugno 2022, *Toshiba Samsung Storage Technology*, C-700/19 P, EU:C:2022:484, punti 72-73 e giurisprudenza ivi citata.

¹¹⁸⁸ Sentenza della Corte di giustizia del 16 giugno 2022, *Sony Corporation e Sony Electronics/Commissione*, C-697/19 P, EU:C:2022:478, punto 64; sentenza della Corte di giustizia del 16 giugno 2022, *Sony Optiarc e Sony Optiarc America/Commissione*, C-698/19 P, EU:C:2022:480, punto 61; sentenza della Corte di giustizia del 16 giugno 2022, *Quanta Storage/Commissione*, C-699/19 P, EU:C:2022:483, punto 56; sentenza della Corte di giustizia del 16 giugno 2022, *Toshiba Samsung Storage Technology*, C-700/19 P, EU:C:2022:484, punto 74 e giurisprudenza ivi citata.

¹¹⁸⁹ Sentenza della Corte di giustizia dell'8 luglio 1999, *Commissione/Anic Partecipazioni*, C-49/92 P, EU:C:1999:356, punti 84-85.

¹¹⁹⁰ Sentenza della Corte di giustizia del 1° febbraio 2024, *Scania e a./Commissione*, C-251/22 P, EU:C:2024:103, punti 99-101.

¹¹⁹¹ Si ricorda, in particolare, che il fatto che talune caratteristiche del cartello evolvano nel tempo, come l'inclusione di nuovi partecipanti, una riduzione del loro numero o l'espansione del cartello, non possono impedire di qualificare quel

delineano un quadro univoco e solido in ordine alle singole posizioni delle parti del procedimento e al contributo che le stesse hanno offerto con il proprio comportamento alla realizzazione del piano comune.

590. Assofond, De Riccardis, Glisenti/LT, E.F. Group/Pilenga, FMG, Zanardi, VDP, Ariotti, Zardo e ZML hanno tutte contribuito al momento iniziale di creazione e prima implementazione del QEMP. In particolare: (i) Ariotti, De Riccardis, Pilenga, Zanardi e ZML hanno partecipato alla riunione straordinaria Assofond del 5 febbraio 2004 in cui è stato concordato di introdurre il QEMP; (ii) De Riccardis, FMG, Glisenti, LT, Pilenga, VDP e Zanardi hanno partecipato alla riunione del 31 marzo 2004 in cui è stata reiterata l'indicazione di applicare il QEMP *“al fine di ottenere gli aumenti”*¹¹⁹² dei prezzi; (iii) Ariotti, De Riccardis, FMG, Glisenti, Pilenga, E.F. Group (all'epoca Torbole), VDP, Zanardi e Zardo hanno preso parte alla riunione associativa del 15 luglio 2004 in cui è stata il QEMP è stato nuovamente presentato come lo strumento *“per evitare che un ulteriore assottigliamento dei margini di profitto decreti l'uscita dal mercato di altre aziende del settore”*¹¹⁹³.

591. Corrà ha aderito al piano comune a decorrere dalla partecipazione alla riunione del 31 marzo 2006, in cui ai fini della *“Revisione prezzi di Vendita”* al QEMP viene affiancato l'indicatore IDT, riguardante l'aggiornamento dei prezzi degli input diretti della trasformazione).

592. C2MAC, ha aderito al piano comune a decorrere dalla riunione del 30 novembre 2012, momento a partire dal quale ha partecipato con regolarità e con sempre maggior frequenza agli incontri Assofond, oltre ad aver poi intrattenuto scambi diretti con le altre fonderie parti del procedimento.

593. Ironcastings, infine, ha preso parte al piano a decorrere dal 26 marzo 2018, data a partire dalla quale emergono evidenze di contatti tra la società e Zardo, De Riccardis e Zanardi e, più in generale, di adesione all'intesa.

594. A decorrere dalla loro adesione al piano comune tutte le fonderie coinvolte hanno presenziato e partecipato attivamente e con continuità alla vita associativa e presenziato alle diverse iniziative promosse da Assofond.

595. Inoltre, la documentazione istruttoria comprova, in genere, una continuità nella partecipazione da parte delle medesime persone fisiche coinvolte per conto delle imprese. A tal riguardo, si precisa che il fatto che per Cividale/ZML, nel corso del tempo, i partecipanti agli incontri siano mutati e che in alcuni casi si trattasse di dipendenti senza ruoli di rilievo all'interno della società¹¹⁹⁴ non può essere ritenuto dirimente ai fini di una esclusione della partecipazione di Cividale/ZML all'intesa. Per costante e consolidata giurisprudenza in materia di concorrenza, ai fini della prova della partecipazione alle riunioni nell'ambito dell'intesa, non è richiesto che il soggetto presente rivesta una carica formale all'interno dell'impresa. Laddove infatti si accedesse a tale tesi, sarebbe estremamente agevole per imprese coinvolte in intese vietate avvalersi di un soggetto poco rappresentativo, o cambiare rappresentante, al fine di accedere a un area di surrettizia impunità in relazione al diritto della concorrenza¹¹⁹⁵.

cartello come una infrazione unica e complessa, laddove lo scopo del cartello è rimasto il medesimo (sentenza del Tribunale del 12 luglio 2019, *Toshiba/Commissione*, T-8/16, EU:T:2019:522, punto 230, confermata sul punto dalla sentenza della Corte di giustizia del 16 giugno 2022, *Toshiba/Commissione*, C-700/19, EU:C:2022:484). Si veda anche sentenza del Tribunale del 30 marzo 2022, *Latam Airlines Group SA e al./Commissione*, T-344/17, EU:T:2022:185, punto 418.

¹¹⁹² ISP. 41.96.

¹¹⁹³ Cfr. ISP. 41.35 e ISP. 41.38.

¹¹⁹⁴ DOC. 641, par. 138.

¹¹⁹⁵ Cfr. da ultimo Consiglio di Stato, 27 gennaio 2023, n. 949.

596. Come sopra rilevato, i rappresentanti di alcune fonderie hanno altresì rivestito da sempre, e rivestono tuttora, specifici ruoli nell'ambito degli organi di vertice di Assofond (i.e. Presidenza, Comitato di Presidenza, Presidenza Assofond Ghisa): si tratta in particolare di [E.F.] (E.F. Group/Pilenga), [F.V.] (VDP), [R.A.] (Ariotti), [R.D.B.] (Glisenti), [D.C.] (LT) e [Fr.Z.] (Zanardi) a cui subentra nel 2021 [F.Z.] (Zanardi), nonché [A.V.].

597. Per tutte le fonderie coinvolte, inoltre, emergono contatti qualificati, aventi a oggetto le richieste di aumenti dei prezzi, anche al di fuori del contesto associativo, di cui vi è evidenza a partire dal 2018 e con modalità sempre più consistenti dopo la pandemia Covid-19.

598. Infine, va rilevato il ruolo determinante svolto da Assofond nel sostenere il piano comune delle fonderie. Segnatamente, la documentazione a fascicolo dimostra che:

- (i) in ambito associativo sono state numerose le riunioni in cui si è discusso di tematiche sensibili per la concorrenza (compresi i prezzi, le richieste di aumenti, la capacità produttiva, la clientela e le condizioni contrattuali da proporre) e si è condiviso l'approccio da tenere nei confronti dei clienti;
- (ii) sin dall'introduzione degli Indicatori Assofond l'Associazione ha predisposto, promosso e raccomandato l'utilizzo degli stessi per sostenere le fonderie nell'ottenimento degli incrementi dei prezzi di vendita dei getti;
- (iii) nel corso delle riunioni associative sono state spesso organizzate e incoraggiate occasioni informali di confronto tra le fonderie, a cui viene dato "*sempre molto spazio*"¹¹⁹⁶;
- (iv) durante le riunioni associative venivano commentati e discussi i sondaggi svolti dall'Associazione e che spesso hanno riguardato la soddisfazione delle fonderie in merito alle richieste di aumento.

599. L'Associazione, inoltre, ha sovente fornito alle fonderie indicazioni circa la necessità delle richieste di aumento dei prezzi di vendita o sulla periodicità di aggiornamento degli stessi, nel corso delle riunioni associative o per il tramite di comunicazioni, circolari e raccomandazioni, che sono state inviate a tutte le fonderie che ne hanno tenuto conto nella definizione delle proprie strategie commerciali, come dimostrato dalla documentazione istruttoria. L'associazione ha inoltre fornito alle fonderie strumenti, ulteriori agli Indicatori, volti ad agevolare le richieste di aumenti dei prezzi da parte delle fonderie, come ad esempio i modelli di lettera. Con riferimento ai modelli di lettera, va rilevato che, diversamente da quanto sostenuto da Assofond, gli stessi non possono essere considerati alla stregua di meri strumenti di semplificazione o di supporto tecnico alle fonderie associate, considerato il tenore letterale delle stesse, e comunque riguardando scelte che dovrebbero essere rimesse alle decisioni autonome delle imprese ed essendo chiaramente volti a uniformare le condotte delle stesse ai fini del raggiungimento dello obiettivo comune¹¹⁹⁷.

600. La partecipazione di Assofond al coordinamento delle fonderie rileva, dunque, sotto un duplice profilo, essendo al contempo facilitatore del coordinamento tra le imprese – nella misura in cui ha fornito l'occasione di frequenti riunioni in cui si parlava regolarmente di strategie commerciali – e coautrice del cartello – in ragione del ruolo attivo assunto nell'attività di predisposizione, aggiornamento e divulgazione degli Indicatori Assofond, a cui tutte le fonderie di ghisa associate fanno riferimento nella definizione dei prezzi da applicare ai clienti, nonché di circolari, indicazioni e raccomandazioni rivolte a orientare le decisioni delle associate¹¹⁹⁸, così come di modelli di lettere

¹¹⁹⁶ ISP. 36.1, h. 00:19:43.

¹¹⁹⁷ Cfr. ISP. 41.96. Tra i modelli di lettere che le fonderie possono adottare nelle negoziazioni con i clienti. In particolare, agli atti risultano: (i) il modello di lettera da inviare ai clienti per la richiesta di adeguamento dei prezzi (ISP. 41.310) e, in caso di diniego da parte del cliente, il modello di raccomandata con ricevuta di ritorno con la minaccia di interrompere la fornitura (ISP. 41.311); (ii) i modelli di lettere da inviare ai clienti per i casi di ritardi nelle consegne (ISP. 41.246) e di sospensione della produzione (ISP. 41.247) a seguito dell'inizio della guerra in Ucraina.

¹¹⁹⁸

che le fonderie hanno utilizzato¹¹⁹⁹ o in ogni caso avrebbero potuto utilizzare nelle negoziazioni con i clienti. Al riguardo si ricorda che non rileva la natura non vincolante delle indicazioni o delle raccomandazioni associative ai fini della qualificazione come anticoncorrenziale¹²⁰⁰.

601. Alla luce delle considerazioni sopra esposte, pertanto, si ritiene che tutte le parti del procedimento abbiano concorso alla realizzazione dell'unico obiettivo economico anticoncorrenziale volto ad attenuare la concorrenza di prezzo tra le stesse e aumentare il potere contrattuale nei confronti dei clienti, a sostegno della redditività del settore.

602. A riguardo, non si ritiene di poter condividere gli argomenti sostenuti dalle parti diretti a contestare la partecipazione agli incontri associativi, alle parti private delle Assemblee o ai confronti informali intrattenuti *a latere* degli stessi.

603. Ribadito quanto riportato al par. 456 circa la rilevanza e l'attendibilità probatoria dei *file* attestanti la presenza agli eventi associativi reperiti presso Assofond e/o trasmessi dalla stessa a seguito di specifica richiesta di informazioni, va evidenziato come le parti nella quasi totalità dei casi non abbiano prodotto alcun elemento probatorio concreto a sostegno della loro mancata partecipazione agli incontri, limitandosi semplicemente ad enunciare la loro assenza agli stessi¹²⁰¹. Nei casi in cui tali evidenze sono state prodotte, si tratta o di riunioni non ritenute di rilievo¹²⁰² o di documentazione inidonea a comprovare quanto affermato¹²⁰³.

604. Allo stesso modo, privi di fondamento sono i rilievi per cui la mancata assunzione di incarichi nell'associazione (e dunque la mancata partecipazione agli incontri riservati ai vertici associativi¹²⁰⁴) o una partecipazione non attiva o non assidua alle attività associative farebbe venire meno la partecipazione all'intesa. Infatti, per consolidata giurisprudenza è possibile trarre vantaggio da un'intesa illecita anche partecipandovi passivamente¹²⁰⁵ e, inoltre, la tacita approvazione dell'iniziativa illecita, senza distanziamento pubblico, ha l'effetto di incoraggiare la continuazione dell'infrazione e ne pregiudica la scoperta. Deve dunque considerarsi che *“l'infrazione, o la partecipazione di un'impresa all'infrazione, non si è interrotta, anche se [non si possiedono] prove dell'infrazione per taluni periodi determinati, qualora le diverse azioni che compongono tale infrazione perseguano una finalità unica e possano inserirsi nell'ambito di un'infrazione a carattere*

¹¹⁹⁹ Cfr., a titolo esemplificativo, **ISP. 61.114**.

¹²⁰⁰ Consiglio di Stato, 29 marzo 2018, n. 1998, n. 1999, n. 2001, n. 2002, n. 2005, n. 2006; Consiglio di Stato, 22 marzo 2016, n. 1164; Tar Lazio, I, 7 luglio 2021, n. 9524.

¹²⁰¹ Tale circostanza riguarda anche la supposta omonimia rilevata da E.F. Group/Pilenga (**DOC. 640**, par. 35).

¹²⁰² Così ad esempio nel caso di Cividale e ZML e la documentazione allegata alla memoria finale attestante la mancata partecipazione alla Giunta Assofond del 10 aprile 2024 (**DOC. 641**, par. 127).

¹²⁰³ Così ad esempio nel caso di Corrà che, a sostegno della tesi per cui non vi sarebbe evidenza a riprova della partecipazione della fonderia alla riunione di Assofond Ghisa del 19 aprile 2023, allega uno screenshot di una chat whatsapp con il Direttore Generale Assofond che riporta una data precedente a quella dell'evento (cfr. **DOC. 636**, pag. 14, e allegato 4 alla memoria).

¹²⁰⁴ La Commissione europea ha avuto modo di chiarire che: *“Quando un'associazione comprende numerosi membri, taluni organi, quali l'assemblea generale, sono ovviamente formati da tutti i membri mentre altri sono composti da un più ristretto numero di persone designate dall'assemblea generale. Questa diversa composizione degli organi non implica necessariamente che le decisioni e/o gli accordi concordati all'interno di un organo ristretto non siano applicati ai membri che non vi sono rappresentati. Viceversa il fatto importante è la designazione dei membri di tali organi da parte di tutti i membri dell'associazione e l'interesse delle imprese ai risultati delle discussioni tenute all'interno di tali organi. Queste decisioni e/o accordi valgono per tutti i membri dell'associazione”*. Cfr. Commissione europea, decisione del 30 novembre 1994, 94/815/CE, paragrafo 44, punto 4, in cui è anche evidenziato che: *“In generale, l'appartenenza ad un'associazione comporta l'accettazione delle sue regole e comportamenti con la consapevolezza che l'associazione e/o l'organizzazione agisce grazie anche all'apporto diretto o indiretto di ciascun membro e grazie al fatto che essa può contare sul suo consenso e sostegno. A meno che il membro si dissocia esplicitamente, quanto affermato vale non solamente per le attività previste dallo statuto dell'associazione, ma anche per le attività di fatto della stessa”*.

¹²⁰⁵ *Ex multis*, sentenza della Corte di giustizia del 6 dicembre 2012, *Commissione/Verhuizingen Coppens*, C-441/11 P, EU:C:2012:778, punto 74 nonché Cons. Stato, sez. VI, 20 gennaio 2023, n. 690.

*unico e continuato e qualora l'impresa interessata non abbia invocato indizi o elementi di prova che dimostrino che, al contrario, l'infrazione o la sua partecipazione ad essa non è proseguita durante tali periodi*¹²⁰⁶.

605. Sotto altro profilo, neppure è condivisibile la tesi di Zanardi, VDP, Ariotti, Glisenti/LT ed E.F. Group/Pilenga volta a contestare l'attribuzione della responsabilità alle fonderie di appartenenza per le condotte tenute nel contesto associativo dai rispettivi rappresentanti.

606. Come emerge dalla lettura delle evidenze (in particolare i resoconti reperiti presso le fonderie e i dibattiti svolti nel corso delle assemblee), infatti, i rappresentanti delle fonderie con incarichi associativi in Assofond nell'ambito dei giri di tavolo intrattenuti nel corso delle riunioni partecipavano e contribuivano agli scambi e alle discussioni anticoncorrenziali rappresentando il punto di vista e le politiche commerciali delle rispettive fonderie di appartenenza, tanto è vero che gli altri associati partecipanti consideravano gli interventi e i contributi di questi come rappresentativi della partecipazione della fonderia di appartenenza¹²⁰⁷. Al riguardo, del resto, risulta chiaramente dalle evidenze agli atti che durante i giri di tavolo non vi fosse un generico confronto sul quadro congiunturale in atto *"a livello di sentiment"*¹²⁰⁸, bensì lo specifico oggetto della discussione era quello di condividere informazioni su prezzi, capacità produttive e sul portafoglio ordini¹²⁰⁹.

607. Né può essere accolta la tesi secondo cui agli incontri Assofond vi erano anche altre fonderie, pure associate ad Assofond, nei confronti delle quali però il procedimento non è stato esteso.

608. Il perimetro soggettivo del procedimento è stato definito sulla base delle evidenze raccolte nel corso dell'istruttoria, dalle quali emerge che le fonderie parti del procedimento hanno partecipato senza interruzioni al piano comune anticoncorrenziale a partire dalla loro adesione ad esso e hanno intrattenuto scambi diretti tra di loro anche al di fuori dell'ambito associativo al fine di perseguire l'obiettivo delineato. Inoltre, le fonderie parti del procedimento rappresentano i principali operatori del settore, con una dimensione aziendale maggiore, in termini di fatturato complessivo, rispetto alla media del settore (in diversi casi, anche oltre dieci volte tale valore), a cui si riconduce il 53,8% del fatturato della produzione di ghisa in Italia destinata al mercato nazionale.

¹²⁰⁶ Sentenza della Corte del 18 marzo 2021, *Pometon/Commissione*, C-440/19 P, EU:C:2021:214, punto 114. In tale caso la ricorrente contestava che per un periodo di quasi due anni non vi fossero stati contatti (dal 18 novembre 2005 al mese di marzo 2007). Tuttavia alla luce delle caratteristiche del cartello accertato – *"vale a dire l'applicazione automatica della maggioranza dei rottami e l'assenza di organizzazione strutturata dei contatti tra i partecipanti per attuare il coordinamento relativo ai clienti individuali, con contatti sporadici che avvenivano unicamente in caso di disaccordo"* – secondo il Tribunale e la Corte di giustizia l'assenza di contatti tra le parti del procedimento nel periodo in questione *"non consentiva di ritenere che la Pometon avesse interrotto la sua partecipazione all'intesa"*, tenuto altresì conto del fatto che la Commissione *"aveva sufficientemente dimostrato i contatti collusivi che coinvolgevano la Pometon prima e dopo il periodo in questione"* (cfr. para 115-121).

Anche nel caso citato dalla Corte di giustizia (ossia la sentenza della Corte di Giustizia del 6 dicembre 2012, *Commissione/Verhuizingen Coppens*, C-441/11 P, EU:C:2012:778), la società aveva contestato l'assenza di prove di partecipazione all'infrazione per un periodo di due anni (1994-1995), la Corte di Giustizia ha affermato che in assenza di distanziamento pubblico dall'intesa e di numerose prove di partecipazione attiva *"legittimamente la Commissione ha potuto ritenere che tale società potesse essere considerata responsabile di avere partecipato ininterrottamente all'accordo per tutto il periodo compreso tra il 13 ottobre 1992 e il 29 luglio 2003"* (cfr. punto 75).

¹²⁰⁷ *Ex multis*, per quanto specificamente riguarda: (i) [E.F.], *"Semplice se siamo tutti uniti; non portiamoci via il lavoro, non abbocchiamo al gioco dei clienti"*, **ISP**, **28.6**; (ii) [R.A.], *"Se abbiamo un briciolo di forza di mercato adesso non possiamo aspettare momenti migliori. Il momento migliore per agire e riequilibrare i costi e i ricavi non può che essere...ieri, e se non l'abbiamo fatto ieri ci rimane oggi"*, **DOC**, **75**, **n. 2**; (iii) [R.D.B.], *"Come facciamo a difenderci dall'assalto dei nostri clienti che reclamano la restituzione tal qual del credito d'imposta? [...] Cioè vorrei capire se c'è qualcuno che ha qualche idea su come poter difenderci dall'assalto dei clienti su questo tema qua, ecco"* (**DOC**, **22**, **n. 89**); (iv) [Fr.Z.], *"abbiamo abituato il mercato alla revisione sistematica dei listini per ghisa e ferro, ma dobbiamo ancora abituarlo alle ferroleghie, materiali ausiliari, energie"* - **ISP**, **31.36**.

¹²⁰⁸ Cfr. **DOC**, **639**, par. 248.

¹²⁰⁹ Cfr., a titolo esemplificativo, **ISP**, **41.34**.

609. A tal proposito va ricordato che rientra nell'ambito delle facoltà discrezionali dell'Autorità valutare quali siano i soggetti da sottoporre a procedimento, purché tale decisione non appaia illogica e arbitraria, basandosi su criteri oggettivi di analisi¹²¹⁰. In ogni caso, le imprese sanzionate non possono dolersi della mancata punizione di altre imprese, poiché dalla loro condanna non conseguirebbero nessuna utilità, né di ordine morale né di ordine economico o pratico¹²¹¹. Rileva piuttosto la verifica dei presupposti e delle condizioni per l'esercizio del potere sanzionatorio nei confronti di una società: *“ciò è sufficiente a confermare la correttezza dell'esperito esercizio di tale potere. Al contrario (e anche ad ammettere per mera ipotesi che l'amministrazione abbia erroneamente mandato esenti da sanzione soggetti colpevoli di condotte assimilabili), non può ammettersi in via sistematica che il richiamo al divieto di disparità di trattamento possa paradossalmente rivolgersi in favore di un soggetto del tutto correttamente riconosciuto colpevole”*¹²¹². In ogni caso, *“anche se venisse dimostrato che alcuni membri diretti [dell'associazione di categoria] che non sono destinatari della decisione impugnata si trovavano in una posizione analoga a quella delle ricorrenti interessate, siffatto accertamento non inciderebbe sulla fondatezza dell'infrazione contestata in capo [alle stesse ricorrenti], dal momento che la detta infrazione è stata correttamente provata (sentenza Pasta di legno II, citata nel precedente punto 106, punto 146)”*¹²¹³.

610. Circa la consapevolezza dell'illiceità dei comportamenti, si ritiene che tutte le parti del procedimento fossero a conoscenza dei comportamenti illeciti perpetrati o che potessero ragionevolmente prevederli e fossero pronti ad accettarne i rischi.

611. Le evidenze sopra riportate attestano come tutte le parti del procedimento fossero a conoscenza del piano comune, dell'obiettivo anticoncorrenziale e della partecipazione delle altre parti del procedimento, avendo aderito alle numerose occasioni di incontro organizzate in ambito associativo e, almeno in parte, al di fuori di tale contesto.

612. Del resto, dalle evidenze emerge come le fonderie, nell'assumere le proprie decisioni commerciali, abbiano tenuto conto delle informazioni scambiate nelle numerose occasioni di incontro, avvenute anche – ma non solo – nel contesto associativo, in merito agli aumenti da chiedere ai clienti. A titolo esemplificativo, basti considerare che nel periodo post-pandemico, la frequenza delle richieste di aumento dei prezzi aumentava a seguito delle riunioni associative o dei contatti bilaterali e multilaterali tra le parti.

613. Per contro, diversamente da quanto sostenuto dalle parti del procedimento, non sono determinanti ai fini dell'applicazione dell'art. 101, paragrafo 1, TFUE il fatto che le imprese coinvolte abbiano agito senza avere, dal punto di vista soggettivo, l'intento di impedire, restringere o falsare la concorrenza e il fatto che esse abbiano perseguito taluni obiettivi legittimi¹²¹⁴.

¹²¹⁰ Consiglio di Stato, 6 maggio 2021, n. 3555 e n. 3566; Consiglio di Stato, 13 febbraio 2019, n. 1025, in cui il giudice amministrativo ha ritenuto corretta la scelta dell'Autorità di imputare l'illecito a una società, stante la prova della sussistenza di elementi comprovanti un effettivo contributo all'intesa da parte della stessa (in particolare, l'aver rivestito cariche sociali all'interno dell'associazione di categoria e l'aver partecipato alle riunioni associative). In senso analogo Consiglio di Stato 2 luglio 2018, n. 4010.

¹²¹¹ Secondo il Consiglio di Stato *“l'eventuale illegittimità posta in essere dall'Autorità a vantaggio di altri soggetti, non può essere dedotta come vizio di disparità di trattamento in relazione ad un provvedimento che incide legittimamente in maniera negativa nella sfera dei ricorrenti”*, v. Consiglio di Stato, 23 aprile 2002, n. 2199; Consiglio di Stato, 20 marzo 2001, n. 1671.

¹²¹² *Ex multis*, Consiglio di Stato, 23 giugno 2014, n. 3167; Consiglio di Stato, 3 giugno 2014, n. 2837.

¹²¹³ Sentenza del Tribunale del 15 marzo 2000, *Cimenteries CBR/Commissione*, cause riunite T-25/95 e altre, EU:T:2000:77, punto 1420.

¹²¹⁴ Sentenza della Corte di giustizia del 29 luglio 2024, *Banco BPN*, C-298/22, EU:C:2024:638, punto 49.

614. Per quanto attiene alla consapevolezza circa la natura illecita dei comportamenti¹²¹⁵, va rilevato che, sebbene nel 2017 l'Associazione abbia adottato un decalogo *antitrust*¹²¹⁶, tale decisione piuttosto che condurre a una vera e propria *compliance* ha di fatto semplicemente comportato una maggiore prudenza da parte dell'Associazione e delle fonderie volta a preservare la segretezza di alcuni contatti e celare la condotta anticoncorrenziale. A partire dalla fine del 2017, infatti, nel corso degli incontri Assofond è solito un richiamo alle regole *antitrust* o al fatto che l'Associazione non può fornire indicazioni specifiche, salvo poi tuttavia disattendere sistematicamente gli evocati principi concorrenziali¹²¹⁷. I fatti inoltre dimostrano una volontà di celare il contenuto specifico del dibattito nel corso dei giri di tavolo tra le fonderie¹²¹⁸, riservando peraltro ampio spazio al confronto tra le fonderie prima o dopo gli eventi ufficiali al fine di incentivare il *networking* tra le stesse e promuovere le relazioni tra fonditori al di fuori degli schemi degli ordini del giorno¹²¹⁹.

615. Al riguardo, si evidenzia infine che nessuna delle fonderie parti del procedimento e delle associate ad Assofond nel corso dell'intera durata dell'intesa si sia pubblicamente dissociata dalle condotte anticoncorrenziali.

VI.4.2.3. La consistenza dell'intesa

616. L'intesa ha avuto un impatto significativo tenuto conto che, come rappresentato, le fonderie parti del procedimento rappresentano oltre il 53,8% della produzione italiana di ghisa destinata al mercato nazionale (cfr. par. 64). Tale dato evidenzia la rilevanza delle fonderie parti del procedimento nel panorama delle fonderie italiane, posto che alle stesse è attribuibile oltre la metà della produzione nazionale destinata al mercato italiano.

617. Anche a voler includere nel calcolo di tale percentuale le importazioni, come sostenuto dalle parti, in base ai dati a fascicolo, il fatturato realizzato nel 2023 dalle fonderie parti del procedimento è pari al 32,8% della produzione di getti di ghisa destinata al territorio italiano. Pertanto non vi possono essere dubbi sull'idoneità dell'intesa a restringere la concorrenza in maniera significativa.

618. In ogni caso, la partecipazione all'intesa di Assofond, ossia di un soggetto rappresentativo degli interessi delle fonderie associate (che costituiscono circa il 70% delle fonderie di ghisa italiane) e a cui tutte le parti del procedimento sono associate, ha permesso di raggiungere un numero di imprese più ampio delle fonderie parti del procedimento, con l'obiettivo di uniformare anche il comportamento tenuto da quest'ultime.

VI.4.2.4. La redditività del settore

619. Per quanto riguarda la redditività del settore, la documentazione a fascicolo permette di rilevare come in gran parte del periodo considerato le fonderie siano state in grado di conseguire margini positivi anche a fronte di periodi di crisi. Ciò emerge dai dati sulla marginalità pubblicati sul sito

¹²¹⁵ Così ad esempio, **ISP. 41.323**, e per quanto riguarda gli Indicatori Assofond (v. **ISP. 31.25**, **ISP. 41.238** e **41.239**).

¹²¹⁶ **ISP. 41.29**, **ISP. 41.26**.

¹²¹⁷ Così ad esempio, nel corso della riunione di Assofond Ghisa del 7 luglio 2021 (par. 181); nel corso dell'Assemblea Assofond del 2021 in cui addirittura il Direttore Generale esprime apprezzamento per il "livello di chiarezza e schiettezza" del confronto avente ad oggetto l'aumento dei prezzi (par. 195); o nella riunione del 10 marzo 2022 (par. 234).

¹²¹⁸ Si vedano al riguardo gli inviti mossi alle fonderie dal Direttore Generale di confrontarsi in Giunta (**ISP. 36.115**, **ISP. 36.116**, **ISP. 46.4**) o in ambito Assofond (**ISP. 61.50**) su tematiche legate alle richieste di aumento dei prezzi di vendita; vieppiù ove si consideri che spesso tali riunioni non sono verbalizzate e quando lo sono i verbali risultano molto sintetici e volutamente reticenti (così per esempio nel verbale della Giunta Assofond del 14 aprile 2021 ove si legge che il dibattito ha avuto ad oggetto aspetti contingenti e previsionale, precisando che "la sintesi dell'incontro [...] non coglie e descrive altri elementi di confronto che restano patrimonio dei partecipanti").

¹²¹⁹ Cfr. a titolo esemplificativo parr. 161 e 267.

Assofond che mostrano come tra il 2007 e il 2023 l'indice EBITDA/Ricavi sia stato, tranne in sporadici casi, al di sopra dell'8% (valore minimo individuato dall'Associazione come "soddisfacente" per la marginalità delle aziende del settore) e, negli anni 2014-2018 e 2022-2023, pari o superiore al 10% (cfr. Figura 1).

620. A ciò si aggiunga che dall'analisi della comparazione delle serie storiche dell'andamento del QEMP rispetto agli altri principali indici europei, appare con evidenza come, al netto di limitati periodi, il QEMP esprima un valore in euro/tonnellata superiore rispetto agli altri indici presi come riferimento per la comparazione (cfr. par. 121). Da tale circostanza se ne deduce come le fonderie abbiano tratto un vantaggio economico dall'applicazione di tale indicatore.

621. Al riguardo, prive di pregio risultano le argomentazioni della parti circa l'incompatibilità dei risultati reddituali delle fonderie con l'ipotesi di una concertazione tra le stesse. Infatti, la circostanza che la redditività di un settore sia inferiore a quella dei propri settori committenti non permette *a priori* di escludere un'ipotesi di cartello, considerato che la redditività di un'impresa – in qualunque modo sia essa misurata – dipende da una molteplicità di fattori, molti dei quali non osservabili e che, in ogni caso, possono prescindere dall'accordo collusivo stesso. Risulta piuttosto dirimente, al fine di accertare l'esistenza dell'accordo illecito, la presenza di una dichiarata finalità collusiva – ampiamente documentata dalle evidenze presenti nel fascicolo istruttorio – rappresentata dal mantenimento di una determinata redditività al variare delle condizioni economiche, obiettivo del cartello a partire dal 2004 (cfr. *supra*).

622. Quanto appena illustrato rende irrilevante anche l'argomentazione delle parti secondo cui l'indice EBITDA/vendite non fornirebbe un'indicazione accurata della redditività delle fonderie. Ciò, fermo restando che le evidenze agli atti dimostrano come siano state le stesse parti del procedimento a fare costantemente ricorso, nel corso degli anni, all'indice EBITDA/vendite al fine di misurare la redditività del settore delle fonderie di ghisa¹²²⁰.

623. In ogni caso, i risultati reddituali positivi del settore delle fonderie di ghisa emergono chiaramente da altra documentazione agli atti, come l'intervento introduttivo all'Assemblea del 2021 dell'allora presidente di Assofond [R.A.], secondo il quale fino al 2019 la redditività delle fonderie è stata "*addirittura leggermente migliore di alcuni settori clienti e alcuni settori fornitori*"¹²²¹, nonché dal resoconto, interno al gruppo Cividale, della riunione del Comitato di Presidenza di Assofond del 2 dicembre 2022¹²²². Infine, si rileva che negli anni più recenti di maggiore crisi le parti hanno espresso, in diverse occasioni, la loro soddisfazione in relazione al livello di marginalità ottenuto e alla capacità di traslare a valle gli aumenti dei costi¹²²³.

VI.4.2.5. La natura difensiva dell'intesa

624. Non è idonea a eliminare né a ridurre il disvalore dell'intesa la circostanza per cui in alcune fasi dell'intesa il settore sia stato travolto da *shock* esogeni, che hanno portato all'impennata dei costi di produzione, a cui le imprese hanno dovuto reagire.

625. Il fatto che nel corso degli anni interessati dal presente accertamento, e soprattutto nel biennio 2021-2023, il settore abbia dovuto affrontare crisi economiche non rappresenta di per sé una

¹²²⁰ Cfr., ad esempio, ISP. 41.21, ISP. 41.71, ISP. 41.255 e ISP. 41.256, nonché articolo allegato a ISP. 51.41.

¹²²¹ DOC. 75, n. 2, h. 00:20:25.

¹²²² *Le fonderie presenti, (Torbole, VDP, Glisenti, ... circa quindici aziende), hanno parlato di anno memorabile, con i guadagni migliori della loro storia. Tutti faranno in modo di contenere in bilancio l'ebitda superiore al 20%, (alcuni hanno dichiarato il 30% reale. Torbole non depositerà il bilancio. Stanno retrocedendo il credito di imposta)*". (ISP. 51.15 e ISP. 66.229).

¹²²³ DOC. 22, n. 89, DOC. 36.1

giustificazione di condotte collusive, tantomeno invocabile *ex post*. Del resto, proprio a seguito della pandemia Covid-19, la Commissione europea ha rilevato come proprio in circostanze eccezionali “*sia quanto mai importante che le imprese e i consumatori beneficino di una tutela ai sensi del diritto della concorrenza*”¹²²⁴.

626. Ebbene, nel caso di specie, la corposa documentazione agli atti, sopra descritta, attesta chiaramente l’avvenuto coordinamento delle strategie commerciali da parte delle fonderie e come tale coordinamento si sia intensificato proprio in concomitanza degli *shock* esogeni verificatisi a partire dal 2001, dal 2007-2008 e dal 2020-2021.

627. Diversamente da quanto sostenuto dalle parti, dalle evidenze emerge come in sede associativa non vi sia stata una mera condivisione dei problemi del settore finalizzata esclusivamente all’individuazione di modalità lecite di sopravvivenza o allo svolgimento di attività di *lobbying*, bensì in quella sede è stata concertata una ben precisa strategia commerciale volta a sostenere le richieste di aumenti dei prezzi ai clienti e non deteriorare eccessivamente la redditività delle fonderie¹²²⁵. Parimenti può dirsi con riferimento agli scambi di informazioni riguardanti gli aumenti dei prezzi avvenuti al di fuori del contesto associativo.

628. In tale contesto, dunque, indipendentemente dall’esistenza di specifiche giustificazioni economiche, è evidente come le richieste di aumento dei prezzi dei listini, così come le resistenze al riconoscimento di sconti per i clienti a seguito dell’introduzione del credito d’imposta, lungi dal rappresentare l’esito di scelte autonome e indipendenti delle fonderie, rappresentino l’attuazione del piano globale e, in ogni caso, sono state adottate a seguito della condivisione di informazioni sensibili che hanno consentito di ridurre significativamente l’incertezza circa i rispettivi comportamenti sul mercato e in merito alle scelte commerciali da adottare nei confronti dei clienti. L’avvenuta concertazione circa le richieste di aumento dei prezzi rende inoltre inconferente la circostanza che le richieste avessero delle motivazioni diverse tra le fonderie parti del procedimento¹²²⁶.

629. Sul punto merita ricordare che, anche se nel corso di riunioni associative non è illecito far riferimento a informazioni di pubblico dominio, come ad esempio il fatto che il costo delle materie prime è in aumento, i concorrenti tuttavia “*non possono valutare pubblicamente la loro risposta individuale a tale aumento dei costi, in quanto farlo ridurrebbe l’incertezza circa il loro comportamento sul mercato*”¹²²⁷, ponendosi così in violazione dell’art. 101, par. 1, TFUE.

630. Allo stesso modo, non idonea a eliminare la restrittività dell’intesa è la presenza nel settore in esame di un potere di mercato da parte dei clienti e dei fornitori delle fonderie, come invece rappresentato dall’Associazione e da alcune parti del procedimento.

¹²²⁴ Comunicazione della Commissione recante “*Quadro temporaneo per la valutazione delle questioni in materia di antitrust relative alla cooperazione tra imprese volta a rispondere alle situazioni di emergenza causate dall’attuale pandemia di Covid-19*” (2020/C 116 I/02), adottata durante la pandemia di Covid-19, la Commissione sottolineava l’importanza di un attento monitoraggio del mercato per individuare e punire le condotte di imprese intenzionate ad approfittare della situazione di crisi “*servendosi come copertura per rapporti di collusione anticoncorrenziali*” per violare il diritto antitrust.

¹²²⁵ Basti pensare al tenore del dibattito che ha avuto luogo in occasione dell’Assemblea del 2021 (parr. 192-195 e 513-514), della riunione straordinaria del 10 marzo 2022 (parr. 234-235) e dell’Assemblea del 2022 (par. 244).

¹²²⁶ Cfr., a titolo esemplificativo, **DOC. 22, n. 89**: “*Come facciamo a difenderci dall’assalto dei nostri clienti che reclamano la restituzione tal qual del credito d’imposta? [...] Io faccio fatica a trovare – cioè, le troviamo, naturalmente – le giustificazioni e le ragioni per dir di no. [...] Cioè vorrei capire se c’è qualcuno che ha qualche idea su come poter difenderci dall’assalto dei clienti su questo tema qua, ecco*”.

¹²²⁷ V. Comunicazione della Commissione, “*Linee direttrici sull’applicabilità dell’art. 101 del trattato sul funzionamento dell’Unione europea agli accordi di cooperazione orizzontale*” - 2023/C 259/01, par. 398.

631. Tale affermazione, infatti, oltre a non eliminare il disvalore dell'intesa, non esime le fonderie dal rispetto delle norme poste a tutela della concorrenza e certamente non costituisce una giustificazione idonea a legittimare un'intesa restrittiva della concorrenza per oggetto.

632. Fermo restando che il fronte comune tra le parti era specificamente volto ad acquisire un maggiore potere contrattuale nei confronti dei clienti, nel caso di specie, in ogni caso, il presunto squilibrio contrattuale tra offerta e domanda non si è tradotto nei fatti in una relazione di subordinazione tale per cui le fonderie si sarebbero trovate ad adeguarsi completamente alle richieste dei clienti e non ha compromesso la stabilità dell'intesa e neppure i ricavi delle fonderie.

633. Numerose sono, piuttosto, le evidenze agli atti da cui emerge come le fonderie fossero in grado di fronteggiare la domanda, facendo valere le loro ragioni. Si veda, ad esempio, il resoconto dell'Assemblea del 2021, ove si legge: *“tanti stanno trasferendo i continui rincari attraverso i tanti meccanismi di indicizzazione messi a disposizione da ASSOFOND stessa, evidenziando di trovare oggi terreno fertile con i clienti nel fare accettare condizioni impensabili fino a qualche tempo fa (impegni sui volumi, prezzi indicizzati, condizioni generali di vendita, etc.). La preoccupazione emersa forse era più quella di “possibili” ritorsioni dei clienti una volta che il mercato si sarà riequilibrato. Ciò a dimostrazione che probabilmente in tanti stanno calcando la mano ai clienti come forse mai in passato”*¹²²⁸.

634. Allo stesso modo, la capacità delle fonderie di incidere sulle dinamiche di mercato alterando il normale gioco concorrenziale è testimoniata dal risultato raggiunto dalle parti del procedimento in relazione al riconoscimento del credito di imposta, che le fonderie sono riuscite a non riversare a valle pur a fronte delle richieste dei clienti (*“qualcuno ci ha dato una mano forte, noi l'abbiamo ovviamente capitalizzata. Siamo riusciti in parte, in buona parte a non restituire ai clienti, quindi, i vantaggi che abbiamo ricevuto non li abbiamo estesi ai clienti, e per questo abbiamo fatto dei bilanci notevoli”*¹²²⁹).

635. Inoltre, come confermato dalle parti stesse, anche nei casi in cui alcuni clienti (non tutti) hanno contestato le richieste di aumento dei prezzi dei getti di ghisa provenienti dalle fonderie, tali clienti non hanno avuto nei fatti la forza negoziale di opporsi del tutto alle richieste di aumento (sostenute anche con la minaccia di interrompere la fornitura), al limite riuscendo a negoziare aumenti meno consistenti di quelli richiesti in prima battuta dalle fonderie¹²³⁰. Ciò anche tenuto conto dell'importanza attribuita dai clienti alla continuità nell'approvvigionamento di getti, come confermato anche dalle parti del procedimento¹²³¹.

VI.4.2.6. La natura segreta dell'intesa

636. L'intesa si configura come segreta in considerazione del fatto che la stessa non era in alcun modo palesata e conoscibile al pubblico¹²³², posto che una parte significativa del supporto

¹²²⁸ ISP. 66.85.

¹²²⁹ ISP. 36.1, h 01:21:54.

¹²³⁰ Cfr. a titolo esemplificativo la seguente documentazione ispettiva, citata in CRI, riguardante le negoziazioni tra fonderie e clienti seguite alle richieste di aumento dei prezzi di listino: Corrà (ISP. 4.14, ISP. 4.15, ISP. 4.19, ISP. 4.24), Glisenti/LT (ISP.12.103, ISP. 12.108, ISP. 12.106, ISP. 12.110, ISP. 12.116, ISP. 12.133, ISP. 12.136, ISP. 12.149, ISP. 16.6, ISP. 16.8, ISP. 16.16, ISP. 16.42, ISP. 16.83, ISP. 16.90), C2MAC (ISP. 24.2611, ISP. 24.3507), FMG (ISP. 28.39, ISP. 28.46, ISP. 28.54, ISP. 28.57, ISP. 28.127, ISP. 28.133, ISP. 28.134, ISP. 28.895), Zanardi (ISP. 31.11), Ironcastings (ISP. 46.116, ISP. 46.165, ISP. 46.166, ISP. 46.168, ISP. 46.174), E.F. Group (ISP. 71.10), VDP (ISP. 81.890, ISP. 81.892).

¹²³¹ Cfr. memoria finale VDP (DOC. 634, par. 45), memoria finale Zardo (DOC. 635, par. 67).

¹²³² Cfr. Consiglio di Stato, 31 dicembre 2018, n. 7320, 1793 - *Aumento prezzi cemento*; Si veda anche Consiglio di Stato, 25 luglio 2023, n. 7270, 7271, 7272, 7273, 1820 - *Fatturazione mensile con rimodulazione tariffaria*, circa il fatto che

probatorio relativo al coordinamento delle condotte è costituito da scambi di *email*, resoconti, contatti e documenti non conoscibili al di fuori delle fonderie o del contesto associativo. Anche per quanto riguarda gli incontri associativi, le evidenze a fascicolo confermano che il coordinamento anticoncorrenziale ha avuto luogo nell'ambito riunioni in cui partecipavano esclusivamente le fonderie (compreso nel caso dell'Assemblea privata alla quale erano invitati a partecipare solo i rappresentanti delle fonderie). Come sopra rappresentato, inoltre, dalle evidenze istruttorie emergono le attenzioni messe in atto dalle fonderie per preservare la segretezza delle interlocuzioni sensibili dal punto di vista *antitrust*¹²³³.

637. Non idonea a modificare la natura segreta dell'intesa è la circostanza che gli indicatori e la Guida Assofond fossero pubblicati sul sito dell'Associazione e conosciuti dai clienti o che in talune circostanze Assofond provvedesse a diffondere comunicati stampa. Premesso che non è necessario che tutti gli aspetti del cartello siano segreti affinché sussista tale requisito¹²³⁴, nel caso di specie, in ogni caso, con riferimento agli indicatori certamente non conosciuti o conoscibili erano la logica sottostante l'utilizzo degli indicatori, ossia quella di facilitare le richieste di aumento ai clienti, rendendoli più accettabili per quest'ultimi. Peraltro, la parte del sito ove tali documenti sono pubblicati è accessibile solo agli utenti registrati e in particolare per i clienti soltanto a partire dal mese di giugno 2020¹²³⁵. Pertanto, è evidente che non si tratti di indici pubblici o equiparabili a una testata giornalistica¹²³⁶. Parimenti va rilevato per quanto riguarda i comunicati stampa: dalla documentazione istruttoria infatti risulta evidente come i comunicati stampa fossero uno strumento utilizzato dall'associazione per veicolare determinati messaggi al mercato che potessero poi essere utilizzati dalle fonderie a sostegno delle proprie richieste di aumento dei prezzi¹²³⁷.

VI.4.3. Imputazione delle condotte

638. Nel diritto della concorrenza la nozione di "impresa" comprende qualsiasi ente che eserciti un'attività economica, a prescindere dal suo *status* giuridico e dalle sue modalità di finanziamento, e si riferisce quindi a un'unità economica, anche nel caso in cui, sotto il profilo giuridico, tale unità economica sia costituita da più persone, fisiche o giuridiche¹²³⁸. Quando più soggetti sono ritenuti responsabili della partecipazione di un'impresa alla violazione del diritto della concorrenza è

un'intesa può essere considerata segreta anche in caso di ricorso a mezzi di comunicazione come la posta elettronica o le conference calls.

¹²³³ Cfr. **ISP. 36.115, ISP. 36.116, ISP. 41.339, ISP. 41.259, ISP. 76.7, ISP. 51.16 e ISP. 51.14, ISP. 28.41, 76.46.**

¹²³⁴ La Direttiva (UE) n. 2019/1 definisce "cartello segreto" un cartello di cui è celata, in tutto o in parte, l'esistenza (art. 2, par. 1, n. 12)). Al considerando 53 viene infatti specificato che "*Perché un cartello sia considerato un cartello segreto non è necessario che siano segreti tutti gli aspetti della condotta. In particolare, un cartello può essere considerato un cartello segreto quando non sono a conoscenza del pubblico, dei clienti o dei fornitori elementi del cartello che rendono più difficile da individuare la condotta nel suo complesso*". Cfr. anche Tar Lazio, 18 aprile 2018, n. 4268, 1792 – *Gare ossigenoterapia e ventiloterapia (Campania)*, confermata dal Consiglio di Stato, 23 novembre 2020, n. 7320.

¹²³⁵ Cfr. parr. 99 e 101.

¹²³⁶ Al riguardo non sembra superfluo richiamare il dibattito interno all'Associazione svoltosi in occasione della pubblicazione sul sito Assofond della Guida (**ISP. 31.32**).

¹²³⁷ Basti pensare alle campagne stampa condotte all'inizio del 2021 (**ISP. 76.30**: "*L'Assofond sta spingendo il repricing*"), a metà del 2021 (riguardanti la "*prospettiva di fermata*", in caso di mancato riconoscimento degli aumenti, cfr. parr. 184 e 508) e nel mese di marzo 2022 (dopo il comunicato stampa del 3 marzo 2022, volto a lanciare "*l'allarme: «Con il blocco delle forniture dell'est siamo a rischio fermo produttivo»*", **ISP. 66.179**; si vedano anche **ISP. 81.12**, "*perché noi vogliamo fare pressione sul governo e ci fa comodo dire ufficialmente così come associazione*", e **ISP. 51.41**), nel corso della riunione del 10 marzo 2022, in cui viene concordato di aumentare i prezzi "*senza remore*", viene anche veicolato il messaggio secondo cui: "*Le aziende ferme sono un motivo di attenzione; aziende che chiedono cassa integrazione fanno rumore e spingono ad interventi esterni di aiuto[.]*" (**ISP. 76.7**, enfasi in originale).

¹²³⁸ Cfr., *ex multis*, sentenza della Corte di giustizia del 6 ottobre 2021, *Sumal*, C-882/19, EU:C:2021:800, punto 41.

possibile considerare le persone giuridiche individualmente responsabili di un'infrazione appartenenti a una sola e unica impresa solidalmente responsabili tra loro¹²³⁹.

639. Nei casi di gruppi di imprese è imputabile alla società madre il comportamento anticoncorrenziale della società figlia ove la prima eserciti un'influenza determinante sulla seconda, e dunque ove queste costituiscano un'unica entità economica. L'influenza determinante può essere oggetto di una presunzione relativa¹²⁴⁰ se la controllante detiene “la totalità o la quasi totalità del capitale”¹²⁴¹ della controllata mentre, ove la prima non detenga la totalità o la quasi totalità del capitale della seconda, l'influenza determinante può essere accertata attraverso altri elementi di prova¹²⁴², tra cui gli eventuali poteri direttivi¹²⁴³, nonché attraverso una combinazione di tali elementi con la menzionata presunzione¹²⁴⁴. Nei casi di un'unica entità economica è possibile considerare “la società controllante solidalmente responsabile per il pagamento dell'ammenda inflitta alla propria controllata”¹²⁴⁵.

640. Inoltre, come chiarito dalla giurisprudenza, “non è incompatibile con il principio della responsabilità personale il fatto di imputare la responsabilità di un'infrazione a una società, nella sua qualità di società che ha assorbito quella che ha commesso l'infrazione quando quest'ultima ha cessato di esistere”¹²⁴⁶. In tali casi, l'acquirente è il successore economico dell'impresa che ha commesso l'infrazione e “subentra, come società che ha operato l'assorbimento, nelle posizioni attive e passive della società assorbita, e quindi anche nelle responsabilità ad essa incombenti a causa di una violazione del diritto dell'Unione”¹²⁴⁷.

641. Ciò premesso, in relazione alla partecipazione individuale al cartello e al profilo soggettivo dei vari destinatari si precisa quanto segue.

642. C2MAC è responsabile della sua partecipazione diretta all'intesa dal 30 novembre 2012 al 30 giugno 2024. Infatti, a partire dal 30 novembre 2012 la società ha partecipato a numerosi eventi associativi¹²⁴⁸, in particolare ad Assofond Ghisa e all'Assemblea Generale, e dal 15 aprile 2020 risulta anche componente della Giunta Assofond¹²⁴⁹. Numerosi, inoltre, sono i contatti tra C2MAC

¹²³⁹ Sentenza della Corte di giustizia del 25 novembre 2020, *GEA Group*, C-823/18 P, EU:C:2020:955, punto 59.

¹²⁴⁰ Sentenza della Corte di giustizia del 20 gennaio 2011, *General Química e a.*, C-90/09 P, EU:C:2011:21, punto 39.

¹²⁴¹ Sentenza della Corte di giustizia dell'11 luglio 2013, *Commissie/Stichting Administratiekantoor Portielje*, C-440/11 P, EU:C:2013:514, punto 41.

¹²⁴² Sentenza della Corte di giustizia del 27 gennaio 2021, *The Goldman Sachs Group Inc.*, C-595/18 P, EU:C:2021:73, punto 40.

¹²⁴³ Sentenza del Tribunale del 27 settembre 2006, *Avebe*, T-314/01, EU:T:2006:266, punto 136 e giurisprudenza ivi citata nonché sentenza della Corte di giustizia del 26 settembre 2013, *The Dow Chemical Company*, C-179/12 P, EU:C:2013:605, punto 67 e sentenza del Tribunale del 2 febbraio 2012, *The Dow Chemical Company*, T-77/08, EU:T:2012:47, punto 76.

¹²⁴⁴ Sentenza della Corte di giustizia del 27 gennaio 2021, *The Goldman Sachs Group Inc.*, C-595/18 P, EU:C:2021:73, punto 40.

¹²⁴⁵ “[A] meno che questa società controllante, sulla quale incombe l'onere di invertire tale presunzione, non fornisca elementi di prova sufficienti, idonei a dimostrare che la sua controllata tiene un comportamento autonomo nel mercato”, sentenza della Corte di giustizia del 20 gennaio 2011, *General Química e a.*, C-90/09 P, EU:C:2011:21, punto 40; sentenza della Corte di giustizia del 10 settembre 2009, *Akzo Nobel*, C-97/08, EU:C:2009:536, punto 61 nonché Cons. di Stato. Sez. VI, 20 marzo 2023, n. 2929, I805 – Prezzi del cartone ondulato, punto 6.1.

¹²⁴⁶ *Ex multis*, sentenza della Corte di giustizia del 14 marzo 2019, *Skanska Industrial Solutions e a.*, C-724/17, EU:C:2019:204, punto 39 e giurisprudenza ivi citata.

¹²⁴⁷ *Ibidem*, punto 40 e giurisprudenza ivi citata.

¹²⁴⁸ Si precisa che a partire dal 17 febbraio 2020 al 23 luglio 2023 per C2MAC partecipa alle riunioni Assofond il Sig. [S.D.] (DOC. 426).

¹²⁴⁹ In particolare, C2MAC ha partecipato alla riunione di Assofond Ghisa del 30 novembre 2012 (ISP. 41.67), di Assofond Ghisa del 12 dicembre 2014 (ISP. 41.20), di Assofond Ghisa del 14 dicembre 2016 (ISP. 41.31), della Giunta Assofond del 15 aprile 2020 (ISP. 81.805), della Giunta Assofond 27 gennaio 2021 (ISP. 41.342), della Giunta Assofond

e altri concorrenti (Zardo¹²⁵⁰, VDP¹²⁵¹, De Riccardis¹²⁵², E.F. Group/Pilenga¹²⁵³, Glisenti/LT¹²⁵⁴, Zanardi¹²⁵⁵ e Ariotti¹²⁵⁶) anche al di fuori delle riunioni associative. Non costituiscono un'esplicita dissociazione di C2MAC dall'intesa le condotte poste in essere da C2MAC dopo l'avvio del procedimento¹²⁵⁷, a fronte delle quali, d'altronde, non è fornita prova che *"i partecipanti all'intesa consideravano che la detta impresa avesse posto termine alla propria partecipazione"*¹²⁵⁸; pertanto C2MAC è responsabile della sua partecipazione diretta all'intesa fino al 30 giugno 2024.

643. Corrà è responsabile della sua partecipazione diretta all'intesa dal 31 marzo 2006 al 30 giugno 2024. La società ha infatti partecipato all'incontro di Fonderie di Metalli Ferrosi del 31 marzo 2006 in cui si è discusso sugli aggiornamenti ai prezzi di vendita. Corrà ha inoltre partecipato alle successive riunioni delle Fonderie di Metalli Ferrosi, del Comitato Esecutivo Ghisa, di Assofond Ghisa, della Giunta Assofond e alle assemblee a partire dal 31 marzo 2006, incusi i tavoli di lavoro per settori omogenei¹²⁵⁹. Inoltre, Corrà risulta aver intrattenuto rapporti diretti, al di fuori dell'ambito associativo, con FMG¹²⁶⁰ e VDP¹²⁶¹.

644. De Riccardis è responsabile della sua partecipazione diretta all'intesa dal 5 febbraio 2004, avendo partecipato da tale data alle riunioni associative, inclusi i tavoli di lavoro, al 30 giugno 2024. De Riccardis, inoltre, dal 1° marzo 2017 ha partecipato anche alla Giunta Assofond e, più in

del 14 aprile 2021 (**DOC. 291**, file "ELENCO ADESIONI – GIUNTA 14 aprile", in "Giunte 2021", "2021.04.14 - videocall"), di Assofond Ghisa del 7 luglio 2021 (**ISP. 41.309**), della Giunta Assofond del 21 luglio 2021 (**ISP. 41.345**), all'Assemblea generale del 22 ottobre 2021 (**ISP. 41.292**), alla riunione di Assofond Ghisa del 15 dicembre 2021 (**DOC. 276**, file "ELENCO PARTECIPANTI 2021-2020-2019" in "presenze", "Assofond Ghisa 2003-2023"), della Giunta Assofond del 13 aprile 2022 (**ISP. 41.354**), all'Assemblea generale del 24 giugno 2022 (**ISP. 41.294**), alla riunione della Giunta Assofond del 20 luglio 2022 (**ISP. 41.356**), della Giunta Assofond del 28 settembre 2022 (**ISP. 41.358**), della Giunta Assofond 15 febbraio 2023 (**ISP. 41.363**) e all'Assemblea Generale del 23 giugno 2023 (**ISP. 41.295**).

¹²⁵⁰ **ISP. 56.1**, **ISP. 56.118** e **ISP. 56.102**, **ISP. 24.3532**.

¹²⁵¹ **ISP. 24.3505**, **ISP. 24.3431**, **DOC. 270** (pranzo del 30 marzo 2023).

¹²⁵² **ISP. 24.3418**, **ISP. 8.18** (pranzo del 30 marzo 2023).

¹²⁵³ **ISP. 24.3418**, **ISP. 24.3505**, **ISP. 8.19** (pranzo del 30 marzo 2023).

¹²⁵⁴ **ISP. 24.3760**, **ISP. 24.3418**, **ISP. 24.3505**, **ISP. 24.3431**, **ISP. 12.132** (pranzo del 30 marzo 2023).

¹²⁵⁵ **ISP. 24.3505**.

¹²⁵⁶ **ISP. 24.3505**.

¹²⁵⁷ Consistenti nella sostituzione dell'amministratore delegato a partire da dicembre 2023, nell'interruzione dell'utilizzo dell'indice QEMP a seguito di tale nomina, nella mancata partecipazione alla Giunta Assofond a partire da luglio 2023.

nell'uscita da Assofond a decorre dal 1° gennaio 2025, e nell'adozione di un programma di *compliance* il 6 febbraio 2024,

¹²⁵⁸ Consiglio di Stato, 27 gennaio 2023, n. 938.

¹²⁵⁹ In particolare, Corrà ha partecipato alla riunione di Fonderie Metalli Ferrosi del 31 marzo 2006 (**ISP. 41.73**), del Comitato Esecutivo Ghisa 12 febbraio 2008 (**ISP. 41.314**), di Assofond Ghisa dell'11 maggio 2009 (**ISP. 41.11**), di Assofond Ghisa del 16 giugno 2009 (**ISP. 41.10**), della Giunta Assofond del 4 maggio 2011 (**ISP. 41.330** e file "ELENCO ADESIONI – GIUNTA 4 maggio" in **DOC. 291**), di Assofond Ghisa del 12 dicembre 2014 (**ISP. 41.20**), di Assofond Ghisa del 13 dicembre 2017 ("Elenco partecipanti 13 12 2017" in **DOC. 276**), della Giunta Assofond del 7 febbraio 2018 (file "ELENCO ADESIONI – GIUNTA 7 febbraio" in **DOC. 291**), della Giunta Assofond del 6 febbraio 2019 (file "ELENCO ADESIONI – GIUNTA 6 febbraio" in **DOC. 291**), della Giunta Assofond del 15 aprile 2020 (**ISP. 81.805**), all'assemblea Generale del 19 giugno 2020 (**ISP. 41.297**), all'Assemblea generale del 22 ottobre 2021 (**ISP. 41.292**), alla riunione di Assofond Ghisa del 15 dicembre 2021 (**DOC. 276**, file "ELENCO PARTECIPANTI 2021-2020-2019" in "presenze", "Assofond Ghisa 2003-2023"), della Giunta Assofond del 13 aprile 2022 (**ISP. 41.354**), all'Assemblea generale del 24 giugno 2022 (**ISP. 41.294**), della Giunta Assofond 15 febbraio 2023 (**ISP. 41.363**) di Assofond Ghisa del 19 aprile 2023 (**DOC. 276**, file "Registro_presenze 19.4.2023" in "presenze", "Assofond ghisa 2003-2023"), all'Assemblea Generale del 23 giugno 2023 (**ISP. 41.295**) e alla riunione della Giunta Assofond del 13 dicembre 2023 (**ISP. 41.369**).

della Giunta Assofond 15 febbraio 2023 (**ISP. 41.363**) di Assofond Ghisa del 19 aprile 2023 (**DOC. 276**, file "Registro_presenze 19.4.2023" in "presenze", "Assofond ghisa 2003-2023"), all'Assemblea Generale del 23 giugno 2023 (**ISP. 41.295**) e alla riunione della Giunta Assofond del 13 dicembre 2023 (**ISP. 41.369**).

¹²⁶⁰ **ISP. 28.61**.

¹²⁶¹ **ISP. 81.53**.

generale, ha partecipato a numerosi incontri associativi, inclusi i tavoli di lavoro per settori omogenei¹²⁶², nonché intrattenuto contatti anche al di fuori dell'ambito associativo con VDP¹²⁶³, C2MAC¹²⁶⁴, Zardo¹²⁶⁵, Ironcastings¹²⁶⁶, Glisenti/LT¹²⁶⁷ ed E.F. Group/Pilenga¹²⁶⁸.

645. Lead Time è responsabile della sua partecipazione diretta all'intesa dal 31 marzo 2004 al 30 giugno 2024. Infatti, Lead Time ha partecipato dal 31 marzo 2004 agli eventi associativi della trattoristica, al Comitato Esecutivo di Assofond Ghisa, all'Assemblea Generale e ai tavoli di confronto, oltre ad aver intrattenuto contatti multilaterali che hanno avuto luogo nell'ambito di tali eventi associativi¹²⁶⁹. Inoltre, e a dimostrazione del ruolo attivo svolto nella realizzazione dell'intesa, rileva il fatto che [D.C.] è stato dal 2014 al 2018 Presidente di Assofond Ghisa.

646. Glisenti è responsabile della sua partecipazione diretta all'intesa dal 31 marzo 2004 al 30 giugno 2024. La società ha infatti partecipato a tutti gli eventi associativi rilevanti, inclusi i tavoli di lavoro, a partire dal 31 marzo 2004, anche nell'interesse di LT a partire dal 18 giugno 2018¹²⁷⁰.

¹²⁶² In particolare, De Riccardis ha partecipato alla riunione delle Fonderie di Metalli Ferrosi del 5 febbraio 2004 (ISP. 41.86), delle Fonderie produttrici di getti per l'industria dei mezzi di trasporto del 31 marzo 2004 (ISP. 41.101), delle Fonderie di Metalli Ferrosi del 15 luglio 2004 (ISP. 41.36), di Fonderie Metalli Ferrosi del 31 marzo 2006 (ISP. 41.73), di Assofond Ghisa dell'11 maggio 2009 (ISP. 41.11), di Assofond Ghisa del 16 giugno 2009 (ISP. 41.10), di Assofond Ghisa del 30 novembre 2012 (ISP. 41.67), di Assofond Ghisa del 14 dicembre 2016 (ISP. 41.31), della Giunta Assofond del 15 aprile 2020 (ISP. 81.805), all'assemblea Generale del 19 giugno 2020 (ISP. 41.297), della Giunta Assofond 27 gennaio 2021 (ISP. 41.342), della Giunta Assofond del 14 aprile 2021 (DOC. 291, file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 14 aprile", in "Giunte 2021", "2021.04.14 - videocall"), di Assofond Ghisa del 27 aprile 2021 (ISP. 41.306), all'Assemblea generale del 22 ottobre 2021 (ISP. 41.292), alla riunione di Assofond Ghisa del 15 dicembre 2021 (DOC. 276, file "ELENCO PARTECIPANTI 2021-2020-2019" in "presenze", "Assofond Ghisa 2003-2023"), della Giunta Assofond del 13 aprile 2022 (ISP. 41.354), all'Assemblea generale del 24 giugno 2022 (ISP. 41.294), della Giunta Assofond del 28 settembre 2022 (ISP. 41.358), di Assofond Ghisa del 19 aprile 2023 (DOC. 276, file "Registro_presenze 19.4.2023" in "presenze", "Assofond ghisa 2003-2023").

¹²⁶³ ISP. 81.795, ISP. 81.796, ISP. 81.801, ISP. 81.798, ISP. 81.799, DOC. 270 (pranzo del 30 marzo 2023).

¹²⁶⁴ ISP. 24.3418, ISP. 24.3389 (pranzo del 30 marzo 2023).

¹²⁶⁵ ISP. 56.18, ISP. 81.801.

¹²⁶⁶ ISP. 46.189.

¹²⁶⁷ ISP. 12.132 e ISP. 8.18 (pranzo del 30 marzo 2023).

¹²⁶⁸ ISP. 8.19 (pranzo del 30 marzo 2023).

¹²⁶⁹ In particolare, Lead Time ha partecipato alla riunione delle Fonderie produttrici di getti per l'industria dei mezzi di trasporto del 31 marzo 2004 (ISP. 41.101), del Comitato Esecutivo Ghisa 12 febbraio 2008 (ISP. 41.314), di Assofond Ghisa dell'11 maggio 2009 (ISP. 41.11), di Assofond Ghisa 29 marzo 2010 (ISP. 41.59), di Assofond Ghisa del 30 novembre 2010 (ISP. 41.64), di Assofond Ghisa del 30 novembre 2012 (ISP. 41.67), di Assofond Ghisa del 12 dicembre 2014 (ISP. 41.20), all'assemblea Generale del 19 giugno 2020 (ISP. 41.297), di Assofond Ghisa del 27 aprile 2021 (ISP. 41.306), di Assofond Ghisa del 7 luglio 2021 (ISP. 41.309), alla riunione di Assofond Ghisa del 15 dicembre 2021 (DOC. 276, file "ELENCO PARTECIPANTI 2021-2020-2019" in "presenze", "Assofond Ghisa 2003-2023"), all'Assemblea generale del 24 giugno 2022 (ISP. 41.294) e di Assofond Ghisa del 19 aprile 2023 (DOC. 276, file "Registro_presenze 19.4.2023" in "presenze", "Assofond ghisa 2003-2023"). Si noti che Glisenti ha acquistato LT il 18 giugno 2018 e pertanto a partire da tale data le riunioni a cui ha partecipato Glisenti possono essere imputate anche a LT.

¹²⁷⁰ In particolare, Glisenti ha partecipato alla riunione delle Fonderie produttrici di getti per l'industria dei mezzi di trasporto del 31 marzo 2004 (ISP. 41.101), delle Fonderie di Metalli Ferrosi del 15 luglio 2004 (ISP. 41.36), di Fonderie Metalli Ferrosi del 31 marzo 2006 (ISP. 41.73), del Comitato Esecutivo Ghisa 12 febbraio 2008 (ISP. 41.314), di Assofond Ghisa dell'11 maggio 2009 (ISP. 41.11), di Assofond Ghisa del 16 giugno 2009 (ISP. 41.10), di Assofond Ghisa 29 marzo 2010 (ISP. 41.59), di Assofond Ghisa del 30 novembre 2010 (ISP. 41.64), della Giunta Assofond dell'8 aprile 2011 (ISP. 41.330 e file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 8 aprile" in DOC. 291), di Assofond Ghisa del 30 novembre 2012 (ISP. 41.67), di Assofond Ghisa del 13 dicembre 2017 ("Elenco partecipanti 13 12 2017" in DOC. 276), della Giunta Assofond del 7 febbraio 2018 (file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 7 febbraio" in DOC. 291), della Giunta Assofond del 6 febbraio 2019 (file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 6 febbraio" in DOC. 291), della Giunta Assofond del 15 aprile 2020 (ISP. 81.805), all'assemblea Generale del 19 giugno 2020 (ISP. 41.297), di Assofond Ghisa del 26 novembre 2020 (ISP. 41.305), della Giunta Assofond 27 gennaio 2021 (ISP. 41.342), della Giunta Assofond del 14 aprile 2021 (DOC. 291, file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 14 aprile", in "Giunte 2021", "2021.04.14 - videocall"), di Assofond Ghisa del 27 aprile 2021 (ISP. 41.306), di Assofond Ghisa del 7 luglio 2021 (ISP. 41.309), della Giunta Assofond del 21 luglio 2021 (ISP. 41.345), all'Assemblea generale del 22 ottobre 2021 (ISP. 41.292), alla riunione di Assofond Ghisa del 15 dicembre 2021 (DOC. 276, file "ELENCO PARTECIPANTI 2021-2020-2019" in "presenze", "Assofond Ghisa 2003-2023"), della Giunta Assofond del 13 aprile 2022 (ISP. 41.354), all'Assemblea generale del 24 giugno 2022 (ISP. 41.294), della Giunta Assofond del 28 settembre 2022 (ISP. 41.358), della Giunta Assofond 15 febbraio 2023 (ISP. 41.363), di Assofond Ghisa

Inoltre, e a dimostrazione del ruolo attivo svolto nella realizzazione dell'intesa, rileva il fatto che [R.D.B.] ha ricoperto incarichi apicali in Assofond e Assofond Ghisa¹²⁷¹. A tal riguardo, i contatti con i colleghi del Comitato di Presidenza intrattenuti anche al di fuori degli eventi associativi, lungi dal poter essere considerati interlocuzioni limitate alle attività istituzionali, forniscono evidenze di scambi aventi a oggetto tematiche di rilievo concorrenziale¹²⁷². Vi sono infine contatti con C2MAC¹²⁷³, De Riccardis¹²⁷⁴, E.F. Group/Pilenga¹²⁷⁵, VDP¹²⁷⁶ e FMG¹²⁷⁷ che forniscono ulteriori prove della partecipazione all'intesa nel periodo indicato.

647. Pilenga è responsabile della partecipazione all'intesa dal 5 febbraio 2004 al 30 giugno 2024 anche in quanto successore economico di Fonderie Pilenga Baldassarre & C. S.p.A. Infatti, Pilenga ha rilevato le attività di Fonderie Pilenga Baldassarre & C. S.p.A. nel 2016, sottoscrivendo con quest'ultima un contratto di affitto di ramo d'azienda¹²⁷⁸ e un contratto di cessione del medesimo pochi mesi dopo, mantenendo *“senza soluzione di continuità, la detenzione del ramo d'azienda in forza del contratto di affitto”*¹²⁷⁹; dunque, la dichiarazione di fallimento di Fonderie Pilenga Baldassarre & C. S.p.A. con sentenza del 19 febbraio 2016 non impedisce di riscontrare nel caso di specie la continuità economica ai fini dell'imputazione della responsabilità per condotte anticoncorrenziali¹²⁸⁰. Dal 5 febbraio 2004 la società ha partecipato a diversi eventi associativi rilevanti, inclusi i tavoli di lavoro e le Assemblee Generali¹²⁸¹.

648. E.F. Group è responsabile: (i) per la sua partecipazione diretta all'infrazione dal 15 luglio 2004 al 23 novembre 2018, quando ha trasferito il ramo d'azienda attivo nella produzione di getti di ghisa alla sua controllata Fonderia di Torbole S.r.l., (ii) in quanto controllante di quest'ultima, dal 24 novembre 2018 al 30 giugno 2024; e (iii) in quanto controllante di Pilenga, dall'11 gennaio 2016 al 30 giugno 2024.

649. Infatti, E.F. Group – fino al 29 giugno 2020 denominata Fonderia di Torbole S.p.A. – dal 15 luglio 2004 ha partecipato a tutti gli eventi associativi rilevanti, inclusi i tavoli di lavoro, dall'11 gennaio 2016 anche nell'interesse di Pilenga e dal 24 novembre 2018 anche nell'interesse di

del 19 aprile 2023 (**DOC. 276**, file “Registro_presenze 19.4.2023” in “presenze”, “Assofond ghisa 2003-2023”), all'Assemblea Generale del 23 giugno 2023 (**ISP. 41.295**) e alla riunione della Giunta Assofond del 13 dicembre 2023 (**ISP. 41.369**).

¹²⁷¹ Dal 2013 è Vice presidente di Assofond e dal 2008 al 2013 ha rivestito anche il ruolo di presidente di Assofond Ghisa.

¹²⁷² **ISP. 81.794**, **ISP. 61.36**.

¹²⁷³ **ISP. 24.3760**, **ISP. 24.3418**, **ISP. 24.3505**, **ISP. 24.3431**, **ISP. 24.3389** (pranzo del 30 marzo 2023).

¹²⁷⁴ **ISP. 8.18** (pranzo del 30 marzo 2023).

¹²⁷⁵ **ISP. 8.19** (pranzo del 30 marzo 2023).

¹²⁷⁶ **DOC. 270** (pranzo del 30 marzo 2023), **ISP. 81.15**, **ISP. 81.11**.

¹²⁷⁷ **ISP. 28.61**, **ISP. 76.45**.

¹²⁷⁸ Atto notarile di affitto di ramo d'azienda dell'11 gennaio 2016 - repertorio 2576, racc. 762, disponibile su banca dati Telemaco della Camera di Commercio.

¹²⁷⁹ Atto notarile di cessione del ramo d'azienda del 30 settembre 2016 - repertorio 54517, racc. 24792, disponibile su banca dati Telemaco della Camera di Commercio. In tale atto, tra le altre cose, Pilenga Baldassarre Foundry S.r.l. ha dichiarato *“di ben conoscere ed accettare [lo] stato di fatto e di diritto”* del ramo d'azienda.

¹²⁸⁰ V., *mutatis mutandis*, sentenza del Tribunale dell'11 marzo 1999, T-134/94, *NMH Stahlwerke/Commissione*, EU:T:1999:44, punto 133.

¹²⁸¹ In particolare, Pilenga ha partecipato alla riunione delle Fonderie di Metalli Ferrosi del 5 febbraio 2004 (**ISP. 41.86**), delle Fonderie produttrici di getti per l'industria dei mezzi di trasporto del 31 marzo 2004 (**ISP. 41.101**), delle Fonderie di Metalli Ferrosi del 15 luglio 2004 (**ISP. 41.36**), di Fonderie Metalli Ferrosi del 31 marzo 2006 (**ISP. 41.73**), di Assofond Ghisa dell'11 maggio 2009 (**ISP. 41.11**), di Assofond Ghisa 29 marzo 2010 (**ISP. 41.59**), all'assemblea Generale del 19 giugno 2020 (**ISP. 41.297**), all'Assemblea generale del 24 giugno 2022 (**ISP. 41.294**). Si noti che E.F. Group ha acquistato Pilenga l'11 gennaio 2016 e pertanto a partire da tale data le riunioni a cui ha partecipato E.F. Group possono essere imputate anche a Pilenga.

Fonderia di Torbole S.r.l.¹²⁸². Inoltre, e al di là delle attività associative Assofond, vi sono evidenze di contatti con i componenti del Comitato di Presidenza Assofond su tematiche di rilievo concorrenziale¹²⁸³, nonché contatti con Zanardi¹²⁸⁴ e Ariotti¹²⁸⁵ in merito alle lettere da inviare ai clienti. Vi sono anche evidenze di contatti diretti con C2MAC¹²⁸⁶, Glisenti/Lead Time¹²⁸⁷, De Riccardis¹²⁸⁸, VDP¹²⁸⁹ e FMG¹²⁹⁰. A dimostrazione dell'influenza determinante esercitata da E.F. Group sia nei confronti di Pilenga che di Fonderia di Torbole S.r.l. nonché del ruolo attivo svolto nella realizzazione dell'intesa, rileva il fatto che [E.F.], oltre ad essere presente nei consigli di amministrazione di E.F. Group, Fonderia di Torbole S.r.l. e Pilenga, ha ricoperto incarichi apicali in Assofond dal 2001 al 2021¹²⁹¹. Anche [U.F.] ricopre incarichi apicali nei consigli di amministrazione delle suddette le società del gruppo. Pertanto, E.F. Group esercita nei fatti un'influenza determinante sulle politiche commerciali di Fonderia di Torbole S.r.l. e Pilenga, senza che il richiamo della parte alla natura di *holding* finanziaria di partecipazioni sia idoneo a condurre a conclusioni diverse.

650. FMG è responsabile dell'intesa – in quanto successore economico di Fonderie Mora Gavardo S.p.A.¹²⁹², a sua volta successore economico di F.lli Mora di Giovanni S.p.A. in liquidazione¹²⁹³ – dal 31 marzo 2004 al 30 giugno 2024. Infatti, Fonderie Mora Gavardo S.p.A. ha prima affittato (contratto del 19 agosto 2009) e poi acquistato (il 3 febbraio 2012) F.lli Mora di Giovanni S.p.A. in liquidazione¹²⁹⁴. L'11 dicembre 2012 Camozzi Orizzonti S.r.l. ha incorporato per fusione Fonderie

¹²⁸² In particolare, E.F. Group (Torbole) ha partecipato alla riunione delle Fonderie di Metalli Ferrosi del 15 luglio 2004 (ISP. 41.36), di Assofond Ghisa dell'11 maggio 2009 (ISP. 41.11), di Assofond Ghisa 29 marzo 2010 (ISP. 41.59), di Assofond Ghisa del 30 novembre 2010 (ISP. 41.64), della Giunta Assofond dell'8 aprile 2011 (ISP. 41.330 e file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 8 aprile" in DOC. 291), della Giunta Assofond del 4 maggio 2011 (ISP. 41.330 e file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 4 maggio" in DOC. 291), di Assofond Ghisa del 14 dicembre 2016 (ISP. 41.31), di Assofond Ghisa del 13 dicembre 2017 ("Elenco partecipanti 13 12 2017" in DOC. 276), della Giunta Assofond del 7 febbraio 2018 (file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 7 febbraio" in DOC. 291), della Giunta Assofond del 16 maggio 2018 (file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 16 maggio" in DOC. 291), della Giunta Assofond del 12 settembre 2018 (file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 12 settembre" in DOC. 291), della Giunta Assofond del 6 febbraio 2019 (file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 6 febbraio" in DOC. 291), della Giunta Assofond del 15 aprile 2020 (ISP. 81.805), all'assemblea Generale del 19 giugno 2020 (ISP. 41.297), di Assofond Ghisa del 26 novembre 2020 (ISP. 41.305), della Giunta Assofond 27 gennaio 2021 (ISP. 41.342), della Giunta Assofond del 14 aprile 2021 (DOC. 291, file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 14 aprile", in "Giunte 2021", "2021.04.14 - videocall"), di Assofond Ghisa del 27 aprile 2021 (ISP. 41.306), di Assofond Ghisa del 7 luglio 2021 (ISP. 41.309), della Giunta Assofond del 21 luglio 2021 (ISP. 41.345), all'Assemblea generale del 22 ottobre 2021 (ISP. 41.292), alla riunione di Assofond Ghisa del 15 dicembre 2021 (DOC. 276, file "ELENCO PARTECIPANTI 2021-2020-2019" in "presenze", "Assofond Ghisa 2003-2023"), della Giunta Assofond del 13 aprile 2022 (ISP. 41.354), all'Assemblea generale del 24 giugno 2022 (ISP. 41.294), alla riunione della Giunta Assofond del 20 luglio 2022 (ISP. 41.356), della Giunta Assofond del 28 settembre 2022 (ISP. 41.358), della Giunta Assofond 15 febbraio 2023 (ISP. 41.363), di Assofond Ghisa del 19 aprile 2023 (DOC. 276, file "Registro-presenze 19.4.2023" in "presenze", "Assofond ghisa 2003-2023"), all'Assemblea Generale del 23 giugno 2023 (ISP. 41.295) e alla riunione della Giunta Assofond del 13 dicembre 2023 (ISP. 41.369).

¹²⁸³ ISP. 81.794, ISP.12.143, ISP. 41.122, ISP. 51.41, ISP. 36.17, ISP. 81.806, ISP. 61.36.

¹²⁸⁴ ISP. 20.197.

¹²⁸⁵ ISP. 20.169.

¹²⁸⁶ ISP. 24.3418, ISP. 24.3505, ISP. 24.3389 (pranzo del 30 marzo 2023).

¹²⁸⁷ ISP. 12.132 (pranzo del 30 marzo 2023).

¹²⁸⁸ ISP. 8.18 e ISP. 8.19 (pranzo del 30 marzo 2023).

¹²⁸⁹ DOC. 270 (pranzo del 30 marzo 2023).

¹²⁹⁰ ISP. 28.40.

¹²⁹¹ È stato Presidente di Assofond dal 2007 al 2013 ed è stato Vice Presidente di Assofond dal 2001 al 2007 e dal 2013 al 2021.

¹²⁹² Cessata, e cancellata dal Registro delle Imprese il 19 aprile 2013.

¹²⁹³ Cessata, e cancellata dal Registro delle Imprese il 7 marzo 2019.

¹²⁹⁴ Atto repertorio 125142, racc. 29138, disponibile nella banca dati Telemaco della Camera di Commercio. Il contratto di cessione d'azienda ha ad oggetto "tutti gli elementi costituenti l'azienda di proprietà della Fonderia Mora" (pag. 4) e

Mora Gavardo S.p.A. Sebbene risulti provata una partecipazione della società alle riunioni del 31 marzo 2004 e del 15 luglio 2004, va rilevato che dopo tali incontri non risultano agli atti evidenze di un coinvolgimento di FMG nell'intesa fino al 14 dicembre 2016 (data di un incontro di Assofond Ghisa), momento a partire dal quale la società ha partecipato a numerosi eventi associativi Assofond¹²⁹⁵ e ha, inoltre, intrattenuto rapporti al di fuori del contesto associativo con Ironcastings¹²⁹⁶, Glisenti/Lead Time¹²⁹⁷, VDP¹²⁹⁸, Corrà¹²⁹⁹, Zanardi¹³⁰⁰, E.F. Group/Pilenga¹³⁰¹, Zardo¹³⁰², Ariotti¹³⁰³.

651. Camozzi Group è responsabile della partecipazione all'infrazione in quanto controllante di FMG, e dunque a partire dall'11 dicembre 2012 e fino al 30 giugno 2024. A tal proposito è opportuno osservare come, secondo giurisprudenza consolidata, richiamata peraltro dalla stessa Camozzi Group: (i) essere una *holding* finanziaria non impedisce di imputare ad essa la responsabilità per le condotte di una controllata, ove vi sia l'esercizio di un'influenza determinante su di essa; (ii) che l'esercizio di tale influenza può essere presunto nel caso in cui la controllante detenga la totalità o quasi totalità del capitale sociale della controllata; (iii) oppure può essere provato da elementi fattuali quali, a titolo esemplificativo, l'identità dell'amministratore/degli amministratori e/o dei soci tra controllante e controllata, la condivisione della sede legale e/o operativa tra di esse, il fatto che la controllata sia soggetta ad attività di direzione e coordinamento *ex art. 2497 c.c.*¹³⁰⁴ da parte della controllante. Camozzi Group, oltre a detenere l'intero capitale sociale di FMG, condivide con essa la sede legale¹³⁰⁵, esercita attività di direzione e coordinamento *ex art. 2497 c.c.* su FMG¹³⁰⁶. Inoltre [L.C.], Presidente del Consiglio di Amministrazione di Camozzi Group, è stato consigliere delegato di FMG fino al 2025¹³⁰⁷. Ancora, le evidenze agli atti attestano come Camozzi partecipasse alla gestione commerciale di FMG¹³⁰⁸. Emerge quindi con chiarezza che Camozzi ha esercitato ed esercita un'influenza determinante sulla politica commerciale di FMG.

Fonderie Mora Gavardo S.p.A. ha in quella sede dichiarato *“di aver gestito, e quindi di ben conoscere, l'Azienda in tutte le sue parti e problematiche”* (pag. 25).

¹²⁹⁵ In particolare, Zanardi ha partecipato alla riunione di Assofond Ghisa del 14 dicembre 2016 (**ISP. 41.31**), di Assofond Ghisa del 13 dicembre 2017 (“Elenco partecipanti 13 12 2017” in **DOC. 276**), all'assemblea Generale del 19 giugno 2020 (**ISP. 41.297**), alla riunione di Assofond Ghisa del 27 aprile 2021 (**ISP. 41.306**), all'Assemblea generale del 22 ottobre 2021 (**ISP. 41.292**), all'Assemblea generale del 24 giugno 2022 (**ISP. 41.294**), di Assofond Ghisa del 19 aprile 2023 (**DOC. 276**, file “Registro presenze 19.4.2023” in “presenze”, “Assofond ghisa 2003-2023”), all'Assemblea Generale del 23 giugno 2023 (**ISP. 41.295**).

¹²⁹⁶ **ISP. 28.61, ISP. 28.2, ISP. 46.19.**

¹²⁹⁷ **ISP. 28.61, ISP.76.45.**

¹²⁹⁸ **ISP. 28.61, ISP. 28.40, ISP.76.45.**

¹²⁹⁹ **ISP. 28.61.**

¹³⁰⁰ **ISP. 28.40.**

¹³⁰¹ **ISP. 28.40.**

¹³⁰² **ISP. 28.2.**

¹³⁰³ **ISP. 61.37 e ISP. 61.10.**

¹³⁰⁴ *“Un indice ulteriore della compenetrazione aziendale tra l'ente operativo e quello finanziario è dato dalla condivisione della medesima sede legale. I due elementi implicano necessariamente una forma intensa di commistione e ingerenza della controllante nella gestione e nelle scelte strategiche della controllata, corroborando (unitamente alla partecipazione quasi totalitaria del capitale sociale) la prova dell'unicità del centro decisionale”* - Cons. Stato, Sez. VI, n. 3570/2022, punto 15.4.

¹³⁰⁵ Come risulta dalle visure delle società disponibili nella banca dati Telemaco della Camera di Commercio aggiornate al 10 luglio 2025.

¹³⁰⁶ V. Bilancio ordinario d'esercizio di Fonderie Mora Gavardo S.r.l. aggiornato al 31 dicembre 2024 (fonte: banca dati Telemaco della Camera di Commercio), pag. 21.

¹³⁰⁷ Più precisamente, fino all'assemblea del 3 giugno 2025. La cessazione della carica è stata iscritta nel registro delle imprese in data 8 ottobre 2025 ed è anche stata comunicata dalla parte in data 13 ottobre 2025 (cfr. **DOC. 642**, All. 2).

¹³⁰⁸ A titolo esemplificativo, **ISP. 76.10, ISP. 76.36 e ISP. 76.45.**

652. Zanardi è responsabile della sua partecipazione diretta all'intesa dal 5 febbraio 2004 al 30 giugno 2024. La società ha infatti partecipato a tutti gli eventi associativi rilevanti, inclusi i tavoli di lavoro, a partire dal 5 febbraio 2004¹³⁰⁹. Inoltre, e a dimostrazione del ruolo attivo svolto nella realizzazione dell'intesa, rileva il fatto che dal 2007 [*Fr.Z.*] e [*F.Z.*] hanno ricoperto incarichi di vertice all'interno del Comitato di Presidenza di Assofond. Ancora, e al di là delle attività istituzionali di Assofond, vi sono evidenze di contatti diretti con E.F. Group/Pilenga¹³¹⁰ in merito alle lettere da inviare ai clienti, nonché, in diverse occasioni, con i componenti del Comitato di Presidenza su tematiche di rilievo concorrenziale¹³¹¹. Vi sono infine evidenze di contatti diretti, con C2MAC¹³¹², FMG¹³¹³, Cividale/ZML¹³¹⁴, VDP¹³¹⁵ e Ironcastings¹³¹⁶ che forniscono ulteriori prove della partecipazione all'intesa nel periodo indicato.

653. VDP è responsabile della sua partecipazione diretta all'intesa dal 31 marzo 2004 al 30 giugno 2024. La società ha infatti partecipato a tutti gli eventi associativi rilevanti, inclusi i tavoli di lavoro, a partire dal 31 marzo 2004¹³¹⁷. Inoltre, e a dimostrazione del ruolo attivo svolto nella realizzazione

¹³⁰⁹ In particolare, Zanardi ha partecipato alla riunione delle Fonderie di Metalli Ferrosi del 5 febbraio 2004 (**ISP. 41.86**), delle Fonderie produttrici di getti per l'industria dei mezzi di trasporto del 31 marzo 2004 (**ISP. 41.101**), delle Fonderie di Metalli Ferrosi del 15 luglio 2004 (**ISP. 41.36**), di Fonderie Metalli Ferrosi del 31 marzo 2006 (**ISP. 41.73**), del Comitato Esecutivo Ghisa 12 febbraio 2008 (**ISP. 41.314**), di Assofond Ghisa dell'11 maggio 2009 (**ISP. 41.11**), di Assofond Ghisa del 16 giugno 2009 (**ISP. 41.10**), di Assofond Ghisa 29 marzo 2010 (**ISP. 41.59**), di Assofond Ghisa del 30 novembre 2010 (**ISP. 41.64**), della Giunta Assofond dell'8 aprile 2011 (**ISP. 41.330** e file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 8 aprile" in **DOC. 291**), della Giunta Assofond del 4 maggio 2011 (**ISP. 41.330** e file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 4 maggio" in **DOC. 291**), di Assofond Ghisa del 30 novembre 2012 (**ISP. 41.67**), di Assofond Ghisa del 12 dicembre 2014 (**ISP. 41.20**), di Assofond Ghisa del 13 dicembre 2017 ("Elenco partecipanti 13 12 2017" in **DOC. 276**), della Giunta Assofond del 7 febbraio 2018 (file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 7 febbraio" in **DOC. 291**), della Giunta Assofond del 16 maggio 2018 (file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 16 maggio" in **DOC. 291**), della Giunta Assofond del 12 settembre 2018 (file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 12 settembre" in **DOC. 291**), della Giunta Assofond del 6 febbraio 2019 (file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 6 febbraio" in **DOC. 291**), della Giunta Assofond del 15 aprile 2020 (**ISP. 81.805**), all'assemblea Generale del 19 giugno 2020 (**ISP. 41.297**), di Assofond Ghisa del 26 novembre 2020 (**ISP. 41.305**), della Giunta Assofond 27 gennaio 2021 (**ISP. 41.342**), della Giunta Assofond del 14 aprile 2021 (**DOC. 291**, file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 14 aprile", in "Giunte 2021", "2021.04.14 - videocall"), di Assofond Ghisa del 27 aprile 2021 (**ISP. 41.306**), di Assofond Ghisa del 7 luglio 2021 (**ISP. 41.309**), della Giunta Assofond del 21 luglio 2021 (**ISP. 41.345**), all'Assemblea generale del 22 ottobre 2021 (**ISP. 41.292**), alla riunione di Assofond Ghisa del 15 dicembre 2021 (**DOC. 276**, file "ELENCO PARTECIPANTI 2021-2020-2019" in "presenze", "Assofond Ghisa 2003-2023"), della Giunta Assofond del 13 aprile 2022 (**ISP. 41.354**), all'Assemblea generale del 24 giugno 2022 (**ISP. 41.294**), alla riunione della Giunta Assofond del 20 luglio 2022 (**ISP. 41.356**), della Giunta Assofond del 28 settembre 2022 (**ISP. 41.358**), della Giunta Assofond 15 febbraio 2023 (**ISP. 41.363**), di Assofond Ghisa del 19 aprile 2023 (**DOC. 276**, file "Registro_presenze 19.4.2023" in "presenze", "Assofond ghisa 2003-2023"), all'Assemblea Generale del 23 giugno 2023 (**ISP. 41.295**) e alla riunione della Giunta Assofond del 13 dicembre 2023 (**ISP. 41.369**).

¹³¹⁰ **ISP. 20.197**.

¹³¹¹ **ISP.12.143, ISP. 41.122, ISP. 51.41, ISP. 36.17, ISP. 81.806, ISP. 61.36**.

¹³¹² **ISP. 24.3505**.

¹³¹³ **ISP. 28.40**.

¹³¹⁴ **ISP. 66.93**.

¹³¹⁵ **ISP. 81.15, ISP. 81.11**.

¹³¹⁶ **ISP. 46.189**.

¹³¹⁷ In particolare, VDP ha partecipato alla riunione delle Fonderie produttrici di getti per l'industria dei mezzi di trasporto del 31 marzo 2004 (**ISP. 41.101**), delle Fonderie di Metalli Ferrosi del 15 luglio 2004 (**ISP. 41.36**), di Fonderie Metalli Ferrosi del 31 marzo 2006 (**ISP. 41.73**), del Comitato Esecutivo Ghisa 12 febbraio 2008 (**ISP. 41.314**), di Assofond Ghisa dell'11 maggio 2009 (**ISP. 41.11**), di Assofond Ghisa del 16 giugno 2009 (**ISP. 41.10**), di Assofond Ghisa 29 marzo 2010 (**ISP. 41.59**), della Giunta Assofond dell'8 aprile 2011 (**ISP. 41.330** e file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 8 aprile" in **DOC. 291**), della Giunta Assofond del 4 maggio 2011 (**ISP. 41.330** e file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 4 maggio" in **DOC. 291**), di Assofond Ghisa del 30 novembre 2012 (**ISP. 41.67**), di Assofond Ghisa del 14 dicembre 2016 (**ISP. 41.31**), di Assofond Ghisa del 13 dicembre 2017 ("Elenco partecipanti 13 12 2017" in **DOC. 276**), della Giunta Assofond del 7 febbraio 2018 (file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 7 febbraio" in **DOC. 291**), della Giunta Assofond del 16 maggio 2018 (file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 16 maggio" in **DOC. 291**), della Giunta Assofond del 12 settembre 2018 (file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 12 settembre" in **DOC. 291**), della Giunta Assofond del 6 febbraio 2019 (file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 6 febbraio" in **DOC. 291**), della Giunta Assofond del 15 aprile 2020 (**ISP. 81.805**), all'assemblea Generale del 19 giugno 2020 (**ISP. 41.297**), della Giunta Assofond del 14 aprile 2021 (**DOC. 291**, file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 14 aprile", in "Giunte 2021", "2021.04.14 - videocall"), di Assofond Ghisa del 27

dell'intesa, rileva il fatto che [F.V.] è Vice Presidente di Assofond dal 2001 ad oggi. Ancora, e al di là delle attività istituzionali di Assofond, vi sono evidenze di contatti diretti con i componenti del Comitato di Presidenza su tematiche di rilievo concorrenziale¹³¹⁸. Vi sono poi evidenze di contatti diretti con Ariotti¹³¹⁹, De Riccardis¹³²⁰, Zardo¹³²¹, C2MAC¹³²², Ironcastings¹³²³, Corrà¹³²⁴, Glisenti/Lead Time¹³²⁵, E.F. Group/Pilenga¹³²⁶, Zanardi¹³²⁷, Cividale¹³²⁸ e FMG¹³²⁹ che forniscono ulteriori prove della partecipazione all'intesa nel periodo indicato.

654. Ariotti è responsabile della partecipazione all'intesa dal 5 febbraio 2004 al 30 giugno 2024. La società ha infatti partecipato agli incontri delle fonderie di metalli ferrosi del 2004, relativi all'introduzione della nuova classe di indicatori, oltre a tutti gli eventi associativi rilevanti a partire dal 5 febbraio 2004, inclusi i tavoli di lavoro¹³³⁰. Inoltre, e a dimostrazione del ruolo attivo svolto nella realizzazione dell'intesa, rileva il fatto che [R.A.] dal 2013 al 2021 è stato Presidente di Assofond e dal 2021 ad oggi è Vice Presidente. Inoltre, al di là delle attività istituzionali di Assofond, vi sono evidenze di contatti diretti con i componenti del Comitato di Presidenza su tematiche di

aprile 2021 (**ISP. 41.306**), di Assofond Ghisa del 7 luglio 2021 (**ISP. 41.309**), della Giunta Assofond del 21 luglio 2021 (**ISP. 41.345**), all'Assemblea generale del 22 ottobre 2021 (**ISP. 41.292**), alla riunione di Assofond Ghisa del 15 dicembre 2021 (**DOC. 276**, file "ELENCO PARTECIPANTI 2021-2020-2019" in "presenze", "Assofond Ghisa 2003-2023"), della Giunta Assofond del 13 aprile 2022 (**ISP. 41.354**), all'Assemblea generale del 24 giugno 2022 (**ISP. 41.294**), alla riunione della Giunta Assofond del 20 luglio 2022 (**ISP. 41.356**), della Giunta Assofond 15 febbraio 2023 (**ISP. 41.363**), di Assofond Ghisa del 19 aprile 2023 (**DOC. 276**, file "Registro_presenze 19.4.2023" in "presenze", "Assofond ghisa 2003-2023"), all'Assemblea Generale del 23 giugno 2023 (**ISP. 41.295**).

¹³¹⁸ **ISP. 81.794, ISP.12.143, ISP. 41.122, ISP. 51.41, ISP. 36.17, ISP. 81.806, ISP. 61.36.**

¹³¹⁹ **ISP. 81.12, ISP. 81.15.**

¹³²⁰ **ISP. 81.795, ISP. 81.796, ISP. 81.801, ISP. 81.798, ISP. 81.799, ISP. 8.18** (pranzo del 30 marzo 2023).

¹³²¹ **ISP. 56.1, ISP. 81.801, ISP.56.8, ISP. 56.23.**

¹³²² **ISP. 24.3505, ISP. 24.3431, ISP. 24.3389** (pranzo del 30 marzo 2023).

¹³²³ **ISP. 81.33.**

¹³²⁴ **ISP. 81.53.**

¹³²⁵ **ISP. 12.132** (pranzo del 30 marzo 2023), **ISP. 81.15, ISP. 81.11.**

¹³²⁶ **ISP. 8.19** (pranzo del 30 marzo 2023).

¹³²⁷ **ISP. 81.15, ISP. 81.11.**

¹³²⁸ **ISP. 81.11.**

¹³²⁹ **ISP. 28.61, ISP. 28.40, ISP.76.45.**

¹³³⁰ In particolare, Ariotti ha partecipato alla riunione delle Fonderie di Metalli Ferrosi del 5 febbraio 2004 (**ISP. 41.86**), delle Fonderie di Metalli Ferrosi del 15 luglio 2004 (**ISP. 41.36**), di Assofond Ghisa del 16 giugno 2009 (**ISP. 41.10**), della Giunta Assofond dell'8 aprile 2011 (**ISP. 41.330** e file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 8 aprile" in **DOC. 291**), della Giunta Assofond del 4 maggio 2011 (**ISP. 41.330** e file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 4 maggio" in **DOC. 291**), di Assofond Ghisa del 30 novembre 2012 (**ISP. 41.67**), di Assofond Ghisa del 12 dicembre 2014 (**ISP. 41.20**), di Assofond Ghisa del 14 dicembre 2016 (**ISP. 41.31**), di Assofond Ghisa del 13 dicembre 2017 ("Elenco partecipanti 13 12 2017" in **DOC. 276**), della Giunta Assofond del 7 febbraio 2018 (file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 7 febbraio" in **DOC. 291**), della Giunta Assofond del 16 maggio 2018 (file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 16 maggio" in **DOC. 291**), della Giunta Assofond del 12 settembre 2018 (file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 12 settembre" in **DOC. 291**), della Giunta Assofond del 6 febbraio 2019 (file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 6 febbraio" in **DOC. 291**), della Giunta Assofond del 15 aprile 2020 (**ISP. 81.805**), all'assemblea Generale del 19 giugno 2020 (**ISP. 41.297**), di Assofond Ghisa del 26 novembre 2020 (**ISP. 41.305**), della Giunta Assofond 27 gennaio 2021 (**ISP. 41.342**), della Giunta Assofond del 14 aprile 2021 (**DOC. 291**, file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 14 aprile", in "Giunte 2021", "2021.04.14 - videocall"), di Assofond Ghisa del 27 aprile 2021 (**ISP. 41.306**), di Assofond Ghisa del 7 luglio 2021 (**ISP. 41.309**), della Giunta Assofond del 21 luglio 2021 (**ISP. 41.345**), all'Assemblea generale del 22 ottobre 2021 (**ISP. 41.292**), alla riunione di Assofond Ghisa del 15 dicembre 2021 (**DOC. 276**, file "ELENCO PARTECIPANTI 2021-2020-2019" in "presenze", "Assofond Ghisa 2003-2023"), della Giunta Assofond del 13 aprile 2022 (**ISP. 41.354**), all'Assemblea generale del 24 giugno 2022 (**ISP. 41.294**), della Giunta Assofond del 28 settembre 2022 (**ISP. 41.358**), di Assofond Ghisa del 19 aprile 2023 (**DOC. 276**, file "Registro_presenze 19.4.2023" in "presenze", "Assofond ghisa 2003-2023"), all'Assemblea Generale del 23 giugno 2023 (**ISP. 41.295**) e alla riunione della Giunta Assofond del 13 dicembre 2023 (**ISP. 41.369**).

rilevo concorrenziale¹³³¹; nonché contatti con altri concorrenti al di fuori degli eventi associativi, quali VDP¹³³², C2MAC¹³³³ e FMG¹³³⁴.

655. Ironcastings è responsabile della sua partecipazione all'intesa dal 26 marzo 2018 al 30 giugno 2024. La società, infatti, almeno dal 26 marzo 2018 ha avuto contatti diretti su questioni di natura commerciale con Zardo, De Riccardis e Zanardi, e a partire dal 26 novembre 2020 ha partecipato agli eventi associativi di Assofond Ghisa e dell'Assemblea¹³³⁵. Inoltre, Ironcastings ha intrattenuto numerosi scambi di informazioni commerciali con Zardo¹³³⁶, VDP¹³³⁷, De Riccardis¹³³⁸, Zanardi¹³³⁹ e FMG¹³⁴⁰.

656. Zardo è responsabile della sua partecipazione diretta all'intesa dal 15 luglio 2004 al 30 giugno 2024. La società, infatti, a partire dal 15 luglio 2004 ha partecipato alle riunioni di fonderie di metalli ferrosi, Assofond Ghisa, inclusi i tavoli di lavoro, alle Assemblee¹³⁴¹, nonché ha intrattenuto numerosi scambi di informazioni commerciali con Ironcastings¹³⁴², De Riccardis¹³⁴³, VDP¹³⁴⁴, C2MAC¹³⁴⁵, FMG¹³⁴⁶.

657. ZML, interamente controllata da Cividale dal 24 ottobre 2006, è responsabile della partecipazione diretta all'intesa dal 5 febbraio 2004 al 30 giugno 2024. In particolare, ZML ha partecipato alle riunioni di fonderie di metalli ferrosi, ai tavoli di confronto omogenei, agli incontri della Giunta Assofond, di Assofond Ghisa, e alle Assemblee¹³⁴⁷.

¹³³¹ ISP. 81.794, ISP. 12.143, ISP. 41.122, ISP. 51.41, ISP. 36.17, ISP. 81.806, ISP. 61.36, ISP. 20.169.

¹³³² ISP. 81.12, ISP. 81.15.

¹³³³ ISP. 24.3505.

¹³³⁴ ISP. 61.37 e ISP. 61.10.

¹³³⁵ In particolare, Ironcastings ha partecipato alla riunione di Assofond Ghisa del 26 novembre 2020 (ISP. 41.305), di Assofond Ghisa del 27 aprile 2021 (ISP. 41.306), della Giunta Assofond del 21 luglio 2021 (ISP. 41.345), all'Assemblea generale del 22 ottobre 2021 (ISP. 41.292), alla riunione di Assofond Ghisa del 15 dicembre 2021 (DOC. 276, file "ELENCO PARTECIPANTI 2021-2020-2019" in "presenze", "Assofond Ghisa 2003-2023"), della Giunta Assofond del 13 aprile 2022 (ISP. 41.354), all'Assemblea generale del 24 giugno 2022 (ISP. 41.294), alla riunione della Giunta Assofond del 20 luglio 2022 (ISP. 41.356), della Giunta Assofond del 28 settembre 2022 (ISP. 41.358), della Giunta Assofond 15 febbraio 2023 (ISP. 41.363), di Assofond Ghisa del 19 aprile 2023 (DOC. 276, file "Registro_presenze 19.4.2023" in "presenze", "Assofond ghisa 2003-2023"), all'Assemblea Generale del 23 giugno 2023 (ISP. 41.295) e alla riunione della Giunta Assofond del 13 dicembre 2023 (ISP. 41.369).

¹³³⁶ ISP. 56.12, ISP. 56.17, ISP. 56.24, ISP. 56.59, ISP. 46.26, ISP. 46.189, ISP. 46.30, ISP. 56.22, ISP. 56.28, ISP. 56.100, ISP. 46.20, ISP. 46.8, ISP. 56.77, ISP. 56.4, ISP. 56.44, ISP. 46.4, ISP. 56.114, ISP. 56.115, ISP. 46.189.

¹³³⁷ ISP. 81.33.

¹³³⁸ ISP. 46.189.

¹³³⁹ ISP. 46.189.

¹³⁴⁰ ISP. 28.61, ISP. 28.2, ISP. 46.19.

¹³⁴¹ In particolare, Zardo ha partecipato alla riunione delle Fonderie di Metalli Ferrosi del 15 luglio 2004 (ISP. 41.36), di Assofond Ghisa dell'11 maggio 2009 (ISP. 41.11), di Assofond Ghisa del 30 novembre 2010 (ISP. 41.64), di Assofond Ghisa del 12 dicembre 2014 (ISP. 41.20), di Assofond Ghisa del 14 dicembre 2016 (ISP. 41.31), di Assofond Ghisa del 13 dicembre 2017 ("Elenco partecipanti 13 12 2017" in DOC. 276), all'assemblea generale del 19 giugno 2020 (ISP. 41.297), alla riunione di Assofond Ghisa del 7 luglio 2021 (ISP. 41.309), all'assemblea generale del 22 ottobre 2021 (ISP. 41.292), alla riunione di Assofond Ghisa del 15 dicembre 2021 (DOC. 276, file "ELENCO PARTECIPANTI 2021-2020-2019" in "presenze", "Assofond Ghisa 2003-2023"), all'Assemblea generale del 24 giugno 2022 (ISP. 41.294) e del 23 giugno 2023 (ISP. 41.295).

¹³⁴² ISP. 56.12, ISP. 56.17, ISP. 56.24, ISP. 56.59, ISP. 46.26, ISP. 46.189, ISP. 46.30, ISP. 56.22, ISP. 56.28, ISP. 56.100, ISP. 46.20, ISP. 46.8, ISP. 56.77, ISP. 56.4, ISP. 56.44, ISP. 46.4, ISP. 56.114, ISP. 56.115, ISP. 46.189.

¹³⁴³ ISP. 56.18, ISP. 81.801.

¹³⁴⁴ ISP. 56.1, ISP. 81.801, ISP. 56.8, ISP. 56.23.

¹³⁴⁵ ISP. 56.1, ISP. 56.118, ISP. 56.102, ISP. 24.3532.

¹³⁴⁶ ISP. 28.2.

¹³⁴⁷ In particolare, ZML ha partecipato alla riunione ha partecipato alla riunione delle Fonderie di Metalli Ferrosi del 5 febbraio 2004 (ISP. 41.86), di Fonderie Metalli Ferrosi del 31 marzo 2006 (ISP. 41.73), della Giunta Assofond dell'8

658. Cividale è responsabile della partecipazione all'intesa in quanto controllante di ZML a partire dall'acquisizione di quest'ultima avvenuta il 24 ottobre 2006¹³⁴⁸ e fino al 30 giugno 2024. Cividale detiene l'intero capitale sociale di ZML ed esercita un'influenza determinante su di essa¹³⁴⁹. Oltre al fatto che [C.V.] è sia Presidente del Consiglio di Amministrazione di Cividale sia procuratrice speciale di ZML, con specifico riferimento ai fatti oggetto del presente provvedimento si rileva che Cividale ha partecipato, anche per ZML, agli eventi associativi di Assofond Ghisa a partire dal 19 giugno 2009, all'Assemblea Generale e dal 14 aprile 2021 anche alla Giunta Assofond¹³⁵⁰. A partire dall'8 febbraio 2022, inoltre, [A.V.] fa parte del Comitato di Presidenza di Assofond. Inoltre, al di là delle attività istituzionali di Assofond, vi sono evidenze di contatti diretti con i componenti del Comitato di Presidenza su tematiche di rilievo concorrenziale¹³⁵¹. Emergono infine evidenze di contatti diretti con Zanardi¹³⁵² e VDP¹³⁵³.

659. Assofond è responsabile della partecipazione all'intesa dal 5 febbraio 2004 al 30 giugno 2024, avendo svolto in tutto questo periodo un ruolo determinante nel sostenere il piano comune delle fonderie, sia fornendo l'occasione degli incontri dal contenuto anticoncorrenziale, sia predisponendo, aggiornando e divulgando gli Indicatori Assofond oltre a circolari, indicazioni, raccomandazioni e modelli di lettere alle associate.

VI.5. Conclusione sull'intesa

660. In conclusione, alla luce di quanto sin qui rappresentato, le parti del procedimento hanno posto in essere un'intesa segreta unica, complessa e continuata in violazione dell'art. 101, par. 1, TFUE, avente per oggetto il coordinamento delle politiche commerciali di prezzo e delle strategie commerciali da attuare nei confronti dei clienti, con l'obiettivo di sostenere le richieste di aumenti dei prezzi e preservare una certa marginalità.

661. Il complesso e articolato disegno collusivo descritto nelle sezioni che precedono, in ragione della sua natura e del contesto in cui si inserisce, si configura come una restrizione per oggetto della concorrenza di natura orizzontale.

662. L'unitarietà dell'intesa in esame emerge con evidenza avuto riguardo all'esistenza di un piano globale perseguito dalle parti del procedimento, in modo continuato dal 2004, avente quale obiettivo quello di fare fronte comune per sostenere le richieste di aumenti dei prezzi ai clienti e mantenere (o quantomeno non deteriorare eccessivamente) certi margini di profitto, soprattutto nei periodi in cui

aprile 2011 (**ISP. 41.330** e file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 8 aprile" in **DOC. 291**), della Giunta Assofond del 4 maggio 2011 (**ISP. 41.330** e file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 4 maggio" in **DOC. 291**), di Assofond Ghisa del 12 dicembre 2014 (**ISP. 41.20**), della Giunta Assofond del 7 febbraio 2018 (file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 7 febbraio" in **DOC. 291**), all'assemblea Generale del 19 giugno 2020 (**ISP. 41.297**), di Assofond Ghisa del 27 aprile 2021 (**ISP. 41.306**), di Assofond Ghisa del 7 luglio 2021 (**ISP. 41.309**), alla riunione di Assofond Ghisa del 15 dicembre 2021 (**DOC. 276**, file "ELENCO PARTECIPANTI 2021-2020-2019" in "presenze", "Assofond Ghisa 2003-2023").

¹³⁴⁸ Già prima dell'acquisto della totalità del capitale sociale, Cividale esercitava il controllo esclusivo su ZML, come indicato anche nel provv. C7976, cit.

¹³⁴⁹ **ISP. 66.182** e **ISP. 51.29**.

¹³⁵⁰ In particolare, Cividale ha partecipato alla riunione di Assofond Ghisa del 16 giugno 2009 (**ISP. 41.10**), della Giunta Assofond del 14 aprile 2021 (**DOC. 291**, file "ELENCO ADESIONI - GIUNTA 14 aprile", in "Giunte 2021", "2021.04.14 - videocall"), della Giunta Assofond del 21 luglio 2021 (**ISP. 41.345**), all'Assemblea generale del 22 ottobre 2021 (**ISP. 41.292**), alla riunione del 13 aprile 2022 (**ISP. 41.354**), all'Assemblea generale del 24 giugno 2022 (**ISP. 41.294**), alla riunione della Giunta Assofond del 20 luglio 2022 (**ISP. 41.356**), della Giunta Assofond del 28 settembre 2022 (**ISP. 41.358**), della Giunta Assofond 15 febbraio 2023 (**ISP. 41.363**), all'Assemblea Generale del 23 giugno 2023 (**ISP. 41.295**) e alla riunione della Giunta Assofond del 13 dicembre 2023 (**ISP. 41.369**).

¹³⁵¹ **ISP.12.143**, **ISP. 41.122**, **ISP. 51.41**, **ISP. 36.17**, **ISP. 81.806**, **ISP. 61.36**.

¹³⁵² **ISP. 66.93**.

¹³⁵³ **ISP. 81.11**.

la congiuntura è stata negativa. Va evidenziata altresì l'identità dei prodotti considerati (getti di ghisa) e dell'ambito di applicazione geografico.

663. Tutte le fonderie parti del procedimento e Assofond, avendo preso parte alle condotte illecite, hanno contribuito consapevolmente all'obiettivo comune di limitare la concorrenza e preservare la marginalità. La quantità e qualità delle evidenze riportate nel presente provvedimento, e in particolare i numerosi contatti bilaterali e multilaterali, denotano che le parti erano ben consapevoli della natura illecita delle condotte perpetrate, della dimensione e della pervasività del fenomeno.

664. Tutte le fonderie parti del procedimento (che rappresentano oltre il 53,8% del fatturato della produzione di ghisa in Italia destinata al mercato nazionale), infatti, nel corso dei numerosi contatti bilaterali e multilaterali, che hanno avuto luogo anche in ambito associativo, hanno coordinato le politiche commerciali e di prezzo attraverso un intenso scambio di informazioni sensibili e il ricorso ai medesimi meccanismi di indicizzazione dei listini, in tal modo riducendo significativamente l'incertezza circa i propri autonomi comportamenti sul mercato e in merito alle scelte commerciali da adottare nei confronti dei clienti, nonché ponendosi al riparo da reciproche spinte concorrenziali e, in ogni caso, frustrando il corretto esplicarsi delle dinamiche concorrenziali.

665. Circa l'imputabilità della condotta a tutte le parti del procedimento, va rilevato altresì la documentazione istruttoria permette di comprovare una tendenziale continuità nella partecipazione da parte delle medesime persone fisiche coinvolte per conto delle imprese. In merito, infine, si precisa che le evidenze agli atti, pur non distribuendosi in misura omogenea per tutte le parti e/o sull'arco temporale interessato, si ritengono estremamente significative in ragione della loro univocità, gravità e verificabilità fattuale.

666. La natura restrittiva della concorrenza dell'intesa non è scalfita dalla presenza nel settore in esame di un certo potere di mercato da parte della domanda; ciò in quanto tale circostanza – che peraltro nei fatti non ha compromesso la stabilità dell'intesa e neppure i ricavi delle fonderie – non esime le fonderie dal rispetto delle norme poste a tutela della concorrenza e certamente non può legittimare un'intesa restrittiva della concorrenza.

667. Allo stesso modo, non idonea a eliminare il disvalore dell'intesa è la circostanza che il settore nel periodo 2020-2023 sia stato travolto da *shock* esogeni che hanno portato all'impennata dei costi di produzione, considerato che il fatto che nel corso degli ultimi anni il settore abbia dovuto affrontare un'importante crisi non può costituire in modo assoluto una giustificazione per l'attuazione di comportamenti collusivi.

668. L'intesa, inoltre, ha avuto piena attuazione, come attestato dai numerosi documenti agli atti da cui risulta come le fonderie: (i) applichino, o hanno applicato, gli indicatori Assofond per giustificare gli aumenti dei prezzi; (ii) abbiano da sempre condiviso informazioni di natura commerciale sui prezzi e sulle quantità prodotte, anche con riferimento a specifici clienti; (iii) nell'assumere le proprie decisioni commerciali abbiano tenuto conto delle informazioni scambiate nei numerosissimi contatti bilaterali e multilaterali, tenutisi anche nel contesto associativo, in merito agli aumenti da chiedere ai clienti. Inoltre, nessuna delle fonderie parti del procedimento si è pubblicamente dissociata da comportamento anticoncorrenziale.

669. In particolare, risulta che fin dalla loro introduzione gli Indicatori Assofond siano stati applicati per giustificare gli aumenti dei prezzi. In particolare, tutte le parti del procedimento usano o hanno usato il QEMP¹³⁵⁴, che peraltro risulta essere utilizzato dalla generalità delle fonderie di ghisa; alcune delle parti del procedimento utilizzano l'IDT o alcuni dei sottoindici che lo compongono¹³⁵⁵;

¹³⁵⁴ Cfr. par. 120.

¹³⁵⁵ Cfr. par. 131.

il TET, sebbene meno utilizzato dalle parti del procedimento, risulta aver avuto una certa diffusione nel mercato¹³⁵⁶.

670. Infine, ferma restando la consolidata giurisprudenza sopra richiamata in virtù della quale in presenza di una restrizione per oggetto non è richiesto l'esame degli effetti, è possibile peraltro rilevare come in gran parte del periodo considerato le fonderie siano state in grado di conseguire margini sempre positivi anche a fronte di periodi di crisi. Ciò emerge dai dati sulla marginalità pubblicati sul sito Assofond che mostrano come tra il 2007 e il 2023 l'indice EBITDA/Ricavi sia stato, tranne in sporadici casi, al di sopra dell'8%, valore minimo individuato dall'Associazione come "*soddisfacente*" per la marginalità delle aziende del settore e, negli anni 2014-2018 e 2022-2023, pari o superiore al 10%.

671. A ciò si aggiunga che, come sopra rilevato, è possibile affermare che dall'applicazione degli indicatori le fonderie abbiano tratto un vantaggio economico, come confermato dall'analisi della comparazione delle serie storiche dell'andamento del QEMP rispetto agli altri principali indici europei.

VII. PREGIUDIZIO AL COMMERCIO TRA STATI MEMBRI

672. Secondo la Comunicazione della Commissione 2004/C 101/07, il concetto di pregiudizio al commercio intracomunitario deve essere interpretato tenendo conto dell'influenza diretta o indiretta, reale o potenziale, sui flussi commerciali tra gli Stati membri¹³⁵⁷. In particolare, "*gli accordi che si estendono a tutto il territorio di uno Stato membro hanno, per loro natura, l'effetto di consolidare la compartimentazione dei mercati a livello nazionale, ostacolando così l'integrazione economica voluta dal Trattato*"¹³⁵⁸.

673. Nel caso in esame, l'intesa contestata investe l'intero territorio nazionale, coinvolgendo i principali operatori del settore operanti su tutto il territorio nazionale e la loro associazione di categoria. Ne consegue che i comportamenti sopra descritti sono idonei a pregiudicare il commercio intracomunitario e integrano gli estremi per un'infrazione dell'art. 101 del TFUE.

VIII. GRAVITÀ E DURATA DELL'INFRAZIONE

674. L'art. 15, comma 1-bis, della legge n. 287/1990 prevede che l'Autorità, tenuto conto della gravità e della durata dell'infrazione, disponga l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria fino al 10% del fatturato realizzato da ciascuna impresa o associazione di imprese nell'ultimo esercizio chiuso anteriormente alla notifica della diffida adottata ad esito di un procedimento istruttorio. Se l'infrazione commessa da un'associazione di imprese riguarda le attività dei suoi membri, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione fino al 10% della somma dei fatturati totali a livello mondiale realizzati nell'ultimo esercizio chiuso anteriormente alla notificazione della diffida di ciascun membro operante sul mercato interessato dall'infrazione commessa dall'associazione.

675. Per valutare la gravità di un'infrazione si deve tenere conto di una molteplicità di fattori, il cui carattere e la cui importanza variano a seconda del tipo di infrazione e delle circostanze particolari del caso di specie. Tra tali fattori rilevano principalmente la natura della restrizione della

¹³⁵⁶ Cfr. par. 140.

¹³⁵⁷ Cfr. Comunicazione della Commissione 2004/C 101/07, Linee direttrici sulla nozione di pregiudizio al commercio tra Stati membri di cui agli articoli 81 e 82 del Trattato [ora artt. 101 e 102 del TFUE], GUCE C 101/81 del 27 aprile 2004.

¹³⁵⁸ *Ibidem*, punto 78.

concorrenza nonché il ruolo e la rappresentatività sul mercato delle imprese coinvolte (Linee Guida, punti 12-13).

676. Nel caso di specie è stato accertato che le parti del procedimento hanno posto in essere un'intesa anticoncorrenziale segreta, di tipo orizzontale, volta al coordinamento delle rispettive politiche commerciali anche, e in particolare, coordinando gli aumenti dei prezzi di vendita dei getti di ghisa e delle condizioni contrattuali applicate ai clienti. Tale intesa, inoltre, ha avuto piena e costante attuazione in tutto l'arco temporale individuato e ha coinvolto l'associazione di categoria e i maggiori *player* del mercato di riferimento, a cui si riconduce il 53,8% del fatturato della produzione di ghisa in Italia destinata al mercato nazionale.

677. Pertanto, l'infrazione descritta è da considerarsi tra le violazioni più gravi della normativa *antitrust* e appare idonea e destinata ad alterare il normale gioco della concorrenza.

678. Con riferimento alla durata, l'intesa ha avuto inizio quantomeno dal 5 febbraio 2004, data della riunione in cui è stato introdotto il QEMP, e si è protratta almeno fino al 30 giugno 2024, che corrisponde all'ultimo giorno in cui sono stati pubblicati gli Indicatori Assofond, oltre il quale non si hanno a fascicolo ulteriori evidenze di realizzazione dell'intesa.

679. Nel caso in cui all'infrazione abbiano preso parte più società appartenenti al medesimo gruppo – come nel caso in esame con riguardo alle società Glisenti e Lead Time, E.F. Group e Pilenga, Camozzi Group e FMG, Cividale e ZML – l'Autorità può irrogare la sanzione in solido a tali società (punto 32).

680. In dettaglio, ai fini del computo della sanzione, per ciascuna parte la data di inizio della durata dell'intesa viene fatta coincidere con la prima evidenza agli atti di partecipazione continuativa alle condotte e, nei casi in cui la responsabilità è imputata a titolo di controllante, dalla data in cui è stato acquisito il controllo, come sintetizzato nella seguente tabella.

Parte	Data inizio	Data fine
C2MAC Group S.p.A.	30 novembre 2012 ¹³⁵⁹	30 giugno 2024
Fonderia Corrà S.p.A.	31 marzo 2006 ¹³⁶⁰	30 giugno 2024
Fonderie Orazio e Fortunato De Riccardis S.r.l.	5 febbraio 2004 ¹³⁶¹	30 giugno 2024
Lead Time S.p.A.	31 marzo 2004 ¹³⁶²	30 giugno 2024
Fonderie Guido Glisenti S.p.A.	31 marzo 2004 ¹³⁶³ dal 18 giugno 2018 in solido con Lead Time S.p.A.	30 giugno 2024
Pilenga Baldassarre Foundry S.r.l.	5 febbraio 2004 ¹³⁶⁴	30 giugno 2024
E.F. Group S.p.A.	15 luglio 2004 ¹³⁶⁵ dall'11 gennaio 2016 in solido con Pilenga Baldassarre Foundry S.r.l.	30 giugno 2024
Fonderie Mora Gavardo S.r.l.	14 dicembre 2016 ¹³⁶⁶	30 giugno 2024
Camozzi Group S.p.A.	14 dicembre 2016 in solido con Fonderie Mora Gavardo S.r.l.	30 giugno 2024
Zanardi Fonderie S.p.A.	5 febbraio 2004 ¹³⁶⁷	30 giugno 2024
VDP Fonderia S.p.A.	31 marzo 2004 ¹³⁶⁸	30 giugno 2024
Fonderie Ariotti S.p.A.	5 febbraio 2004 ¹³⁶⁹	30 giugno 2024
Ironcastings S.p.A.	26 marzo 2018 ¹³⁷⁰	30 giugno 2024
Fonderia Zardo S.p.A.	15 luglio 2004 ¹³⁷¹	30 giugno 2024
ZML Industries S.p.A.	5 febbraio 2004 ¹³⁷²	30 giugno 2024
Cividale S.p.A.	24 ottobre 2006 in solido con ZML	30 giugno 2024
Assofond	5 febbraio 2004 ¹³⁷³	30 giugno 2024

¹³⁵⁹ ISP. 41.67.

¹³⁶⁰ ISP. 41.73.

¹³⁶¹ ISP. 41.86.

¹³⁶² ISP. 41.101.

¹³⁶³ ISP. 41.101.

¹³⁶⁴ ISP. 41.86.

¹³⁶⁵ ISP. 41.36.

¹³⁶⁶ ISP. 41.31.

¹³⁶⁷ ISP. 41.86.

¹³⁶⁸ ISP. 41.101.

¹³⁶⁹ ISP. 41.86.

¹³⁷⁰ ISP. 46.189.

¹³⁷¹ ISP. 41.36.

IX. CRITERI PER LA QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

681. Al fine di quantificare la sanzione occorre tenere presente quanto previsto dall'art. 11 della legge n. 689/1981, richiamato dall'art. 31 della legge n. 287/90 – secondo cui si deve avere riguardo, tra le altre cose, alla gravità della violazione – nonché i criteri indicati nelle Linee Guida.

682. Secondo i punti 7 e ss. delle Linee Guida, l'importo di base della sanzione si ottiene moltiplicando una percentuale del valore delle vendite, determinata in funzione del livello di gravità dell'infrazione, alla durata della partecipazione di ciascuna impresa all'infrazione.

IX.1. Il valore delle vendite

683. Il punto 8 delle Linee Guida specifica che per valore delle vendite si intende quello delle vendite dei beni o servizi oggetto, direttamente o indirettamente, dell'infrazione, realizzate dall'impresa nel mercato/i rilevante/i nell'ultimo anno intero di partecipazione alla stessa infrazione. Inoltre, il valore delle vendite – nei casi di infrazione da parte di un'associazione di imprese, ove l'infrazione dell'associazione riguardi le attività dei suoi membri – corrisponde alla somma dei valori delle vendite direttamente o indirettamente realizzate dagli stessi.

684. Il riferimento al valore delle vendite è ritenuto idoneo a riflettere *“l'importanza economica dell'infrazione e il peso relativo dell'impresa interessata nell'infrazione medesima. Conseguentemente, se la nozione di valore delle vendite [...] non può, certamente, estendersi sino a ricomprendere le vendite realizzate dall'impresa interessata non ricomprese, direttamente o indirettamente, nella sfera di applicazione dell'intesa contestata, l'obiettivo perseguito da tale disposizione risulterebbe tuttavia pregiudicato se tale nozione dovesse essere intesa nel senso che ricomprenda unicamente il fatturato realizzato con le sole vendite per le quali risulti accertata la loro effettiva connessione con l'intesa stessa”*¹³⁷⁴. Il valore delle vendite da prendere in considerazione deve includere anche il valore delle eventuali vendite di beni o servizi, ai quali l'infrazione direttamente o indirettamente si riferisce, realizzate attraverso società controllate¹³⁷⁵.

685. Nel caso di specie, per ciascuna delle fonderie parti del procedimento, il valore delle vendite da prendere in considerazione coincide con il fatturato realizzato nel 2023 per l'attività di produzione e vendita dei getti di ghisa in Italia, al netto delle attività accessorie.

686. Alla luce di quanto sin qui esposto, non sono meritevoli di accoglimento gli argomenti di: (i) Zanardi, volto a eliminare dal computo del fatturato specifico il valore delle vendite relative alla ghisa austemperata¹³⁷⁶, tenuto conto di quanto chiarito al par. 435; (ii) C2MAC, secondo cui il valore delle vendite da considerare per essa ai fini del calcolo della sanzione non dovrebbe includere i ricavi realizzati da due sue controllate non coinvolte direttamente negli scambi oggetto di contestazione (Perucchini S.p.A. e Fonderia Scaranello S.r.l.)¹³⁷⁷; e di (iii) E.F. Group/Pilenga,

¹³⁷² **ISP. 41.86.**

¹³⁷³ **ISP. 41.83, ISP. 41.86, ISP. 41.84 e ISP. 41.87.**

¹³⁷⁴ *Ex multis*, Cfr. sentenza della Corte di giustizia del 19 marzo 2015, C-286/13 P, Dole Food, EU:C:2015:184, punto 148.

¹³⁷⁵ Cfr. sentenza della Corte di giustizia del 19 marzo 2015, C-286/13 P, Dole Food, EU:C:2015:184, punto 150.

¹³⁷⁶ **DOC. 643**, pag. 60.

¹³⁷⁷ **DOC. 629**, pag. 46. Né incidono su tale conclusione le osservazioni secondo cui tali controllate: (i) sarebbero state acquisite nel 2020 e nel 2021; (ii) utilizzano, per la realizzazione dei getti di ghisa, processi produttivi diversi da quelli delle fonderie parti del procedimento; e (iii) realizzano ricavi per vendite dei getti di ghisa utilizzati in settori diversi dall'agricoltura e dall'oleodinamica, che sarebbero invece i settori cui *“la maggior parte delle fonderie coinvolte nel Procedimento realizza in maniera pressoché esclusiva il proprio fatturato”* (**DOC. 629**, pag. 47). Infatti, le differenze nel processo produttivo e nei settori a cui i getti di ghisa sono venduti non sono idonee a escludere questa parte della produzione delle controllate di C2MAC dal suo valore delle vendite. Inoltre, da un lato l'acquisizione di tali controllate è avvenuta nel corso dell'intesa contestata (in particolare nel 2020 e nel 2021), e dunque ben prima dell'ultimo anno intero di

secondo cui andrebbe considerato “solo il fatturato derivante dalla quota parte relativa all’applicazione dell’indice *QEMP*”¹³⁷⁸.

687. Si riporta, quindi, di seguito il valore delle vendite di ciascuna parte relativo all’anno 2023¹³⁷⁹.

Parte	Fatturato specifico 2023 (euro)
C2MAC Group S.p.A.	[100-582 milioni]
Fonderia Corrà S.p.A.	139.969.375,00
Fonderie Orazio e Fortunato De Riccardis S.r.l.	19.463.539,06
Fonderie Guido Glisenti S.p.A./Lead Time S.p.A.	81.529.730,00
E.F. Group S.p.A./Pilenga Baldassarre Foundry S.r.l.	67.810.000,00
Camozzi Group S.p.A./Fonderie Mora Gavardo S.r.l.	[10-35 milioni]
Zanardi Fonderie S.p.A.	[10-35 milioni]
VDP Fonderia S.p.A.	[35-100 milioni]
Fonderie Ariotti S.p.A.	16.243.061,00
Ironcastings S.p.A.	[10-35 milioni]
Fonderia Zardo S.p.A.	[10-35 milioni]
Cividale S.p.A./ZML Industries S.p.A.	[10-35 milioni]

IX.2. La percentuale individuata in funzione del livello di gravità

688. Ai fini della determinazione dell’importo base della sanzione, al valore delle vendite come sopra determinato dovrà essere applicata una specifica percentuale, individuata in funzione della gravità della violazione, per la quale si rinvia integralmente a quanto rappresentato ai paragrafi che precedono.

689. In particolare, la percentuale del valore delle vendite da determinarsi in ragione della gravità dell’infrazione – che comunque non deve essere superiore al 30% – nei casi di intese orizzontali segrete di fissazione dei prezzi, di ripartizione dei mercati e di limitazione della produzione non è inferiore al 15% (Linee Guida, punti 11 e 12).

690. Nel caso di infrazioni plurisoggettive, poi, l’Autorità può considerare, ai fini della valutazione di gravità, la quota di mercato aggregata detenuta dal complesso delle imprese che hanno partecipato all’infrazione (punto 13).

691. Ulteriori criteri di qualificazione della gravità, ai fini della determinazione della percentuale da applicare al valore delle vendite sono: (i) le condizioni di concorrenza nel mercato interessato (quali ad esempio, il livello di concentrazione, l’esistenza di barriere all’entrata ecc.); (ii) la natura dei

partecipazione all’infrazione (che è il periodo da considerare nell’individuare il valore delle vendite); dall’altro lato, tali acquisizioni e la conseguente presa in considerazione delle vendite realizzate da Perucchini S.p.A. e Fonderia Scaranello S.r.l. costituiscono un’approssimazione adeguata per rivelare l’importanza economica dell’infrazione e la rilevanza relativa di C2MAC in detta infrazione, anche rispetto alla durata complessiva della sua partecipazione (cfr. sentenza del Tribunale del 12 dicembre 2014, *H&R ChemPharm GmbH*, T-551/08, EU:T:2014:1081, punto 269).

¹³⁷⁸ **DOC. 640**, pag. 51.

¹³⁷⁹ **DOC. 426** e **DOC. 435** (C2MAC), **DOC. 382** e **DOC. 430** (Corrà), **DOC. 385** (De Riccardis), **DOC. 371** e **DOC. 418** (Glisenti/LT), **DOC. 376**, **DOC. 427** e **DOC. 443** (EF/Pilenga), **DOC. 383** e **DOC. 422** (Camozzi/FMG), **DOC. 380** e **DOC. 429** (Zanardi), **DOC. 379** e **DOC. 434** (VDP), **DOC. 381** e **DOC. 439** (Ariotti), **DOC. 386** e **DOC. 425** (Ironcastings), **DOC. 375** e **DOC. 432** (Zardo), **DOC. 378** e **DOC. 431** (Cividale/ZML).

prodotti o servizi, con particolare riferimento al pregiudizio all'innovazione; (iii) l'attuazione o meno della pratica illecita; (iv) la rilevanza dell'effettivo impatto economico o, più in generale, degli effetti pregiudizievoli sul mercato e/o sui consumatori, qualora l'Autorità disponga di elementi che consentano una stima attendibile degli stessi (punto 14).

692. Nel caso di specie, in considerazione della gravità dell'infrazione contestata – come declinata *supra*, avuto riguardo principalmente alla natura della restrizione della concorrenza e alla sua effettiva attuazione – ai fini del calcolo dell'importo base della sanzione è applicato un coefficiente di gravità del 15%.

IX.3. La durata della partecipazione di ciascuna impresa all'infrazione

693. Tale percentuale del valore delle vendite determinata in funzione del livello di gravità dell'infrazione deve essere poi moltiplicata per la durata della partecipazione di ciascuna impresa all'infrazione. Tale durata è espressa in numero di anni, mesi e giorni effettivi di partecipazione.

694. L'importo base della sanzione calcolato per ciascuna parte secondo i criteri appena esposti è, quindi, indicato di seguito:

Parte	Fatturato specifico 2023 (euro)	Coeff. di gravità	Durata			Totale	Importo base (euro)
			anni	mesi	giorni		
C2MAC Group S.p.A.	[100-582 milioni]	15%	11	7	0	11,58	[100-582 milioni]
Fonderia Corrà S.p.A.	139.969.375,00	15%	18	2	0	18,17	381.416.547
Fonderie Orazio e Fortunato De Riccardis S.r.l.	19.463.539,06	15%	20	4	25	20,40	59.566.539
Fonderie Guido Glisenti S.p.A./Lead Time S.p.A.	81.529.730,00	15%	20	2	0	20,17	246.627.433
E.F. Group S.p.A./Pilenga Baldassarre Foundry S.r.l.	67.810.000,00	15%	20	4	25	20,40	207.526.854
Camozzi Group S.p.A./Fonderie Mora Gavardo S.r.l.	[10-35 milioni]	15%	7	6	16	7,54	[10-35 milioni]
Zanardi Fonderie S.p.A.	[10-35 milioni]	15%	20	4	25	20,40	[35-100 milioni]
VDP Fonderia S.p.A.	[35-100 milioni]	15%	20	2	0	20,17	[100-582 milioni]
Fonderie Ariotti S.p.A.	16.243.061,00	15%	20	4	25	20,40	49.710.535
Ironcastings S.p.A.	[10-35 milioni]	15%	6	3	4	6,26	[10-35 milioni]
Fonderia Zardo S.p.A.	[10-35 milioni]	15%	19	11	15	19,96	[35-100 milioni]
Cividale S.p.A./ZML Industries S.p.A.	[10-35 milioni]	15%	20	4	25	20,40	[35-100 milioni]

IX.4. Le circostanze attenuanti

695. L'importo base della sanzione può essere incrementato per tener conto di specifiche circostanze che aggravano (circostanze aggravanti) o attenuano (circostanze attenuanti) la responsabilità dell'autore della violazione.

696. Possono essere valutate come circostanze attenuanti, tra le altre, la collaborazione efficace con l'Autorità nel corso del procedimento istruttorio al di là di quanto richiesto dagli obblighi di legge, la dimostrazione di aver svolto un ruolo marginale nella partecipazione dell'infrazione (provando altresì di non aver concretamente attuato la pratica illecita) o l'aver adottato e rispettato uno specifico programma di *compliance* rispondente ai criteri indicati nelle Linee Guida (punto 23) e nelle *Linee guida sulla compliance antitrust* deliberate il 25 settembre 2018, applicabili *ratione temporis* al caso di specie ("Linee Guida Compliance").

697. Al riguardo, si osserva che la collaborazione di Cividale/ZML e Zanardi nel corso del procedimento istruttorio non è andata al di là di quanto previsto dagli obblighi di legge e pertanto tale attenuante non può essere riconosciuta.

698. Nel caso di specie, inoltre, non si riscontrano i presupposti per riconoscere la circostanza attenuante relativa all'aver svolto un ruolo marginale nella partecipazione all'intesa, invocata da alcune parti del procedimento, posto che tutte le parti hanno concretamente dato attuazione all'intesa.

IX.4.1. L'adozione di programmi di compliance

699. Assofond, Cividale e ZML, C2MAC, De Riccardis, Zardo e Zanardi hanno invocato l'applicazione della circostanza attenuante per aver adottato programmi di *compliance* antitrust volti a prevenire il rischio di commettere violazioni alla disciplina della concorrenza.

700. Le Linee Guida *Compliance* chiariscono che l'Autorità ritiene meritevoli di considerazione sotto un profilo premiale esclusivamente i programmi di *compliance* adottati, attuati e trasmessi dalle parti del procedimento entro sei mesi dalla notifica dell'apertura dell'istruttoria (punto 21).

701. In relazione ai nuovi programmi adottati dopo l'avvio del procedimento, nelle Linee Guida *Compliance* è chiarito che: "*salvo casi eccezionali, non sarà possibile attribuire una riduzione, a titolo di circostanza attenuante, in misura superiore al 5%*" (punto 27) e che "[a]l fine di ottenere il beneficio dell'attenuante [...] è necessaria la fattiva e concreta attuazione dello stesso, in tempo utile perché la stessa sia valutata dall'Autorità nel corso del procedimento" (punto 28).

702. Assofond ha comunicato in data 3 ottobre 2024¹³⁸⁰ l'adozione di un programma di *compliance*, trasmettendo una cd. "Guida" e un cd. "Manuale operativo", e indicando che erano in corso di preparazione delle "*slide di formazione dei dipendenti e delle imprese che partecipano ai lavori associativi per fine anno*". In data 17 marzo 2025¹³⁸¹ Assofond ha fornito un aggiornamento, indicando: (i) la nomina di un Antitrust Compliance Officer in data 19 febbraio 2025; e (ii) le *slide* di un incontro di formazione svolto il 13 marzo 2025.

703. Cividale e ZML hanno comunicato in data 9 ottobre 2024¹³⁸² l'adozione di un nuovo programma di *compliance*, a livello di gruppo. Tale programma di *compliance*, adottato con delibera del consiglio di amministrazione di Cividale del 30 settembre 2024, si compone di diversi documenti, tra cui un'analisi del rischio *antitrust* e un manuale di *antitrust compliance*, e fornisce l'indicazione di aver svolto una sessione di formazione in data 2 ottobre 2024, di aver nominato un *antitrust compliance officer* e di aver previsto che il programma sia implementato in tutte le società del gruppo che, "*inclusa ZML Industries S.p.A., hanno deliberato anche in proprio l'adozione del programma*"¹³⁸³.

¹³⁸⁰ DOC. 238.

¹³⁸¹ DOC. 333.

¹³⁸² DOC. 241.

¹³⁸³ DOC. 263, All. 1, pag. 1.

704. C2MAC ha adottato un nuovo programma di *compliance* in data 6 febbraio 2024, informando l'Autorità dell'insieme delle iniziative intraprese in data 8 novembre 2024 nel corso di un'audizione infra-procedimentale¹³⁸⁴ e in data 23 dicembre 2024¹³⁸⁵. In particolare: C2MAC ha svolto un'attività di identificazione dei rischi antitrust, adottato un Manuale Antitrust, un Manuale Operativo e un Codice di Condotta, nominato un Compliance Antitrust Officer, e tra febbraio e marzo 2024 ha organizzato delle sessioni individuali di formazione. Infine, in data 18 ottobre 2024 C2MAC ha svolto un seminario di formazione antitrust rivolto ai propri dipendenti, ai quali è stato sottoposto in data 13 novembre 2024 un questionario volto a valutare il grado di comprensione delle tematiche affrontate, discusse poi in un incontro *online* del 16 dicembre successivo.

705. De Riccardis, nel corso dell'audizione del 21 novembre 2024, ha illustrato di aver adottato un programma di *compliance antitrust* in data 4 novembre 2024 fornendo, in allegato al verbale della suddetta audizione¹³⁸⁶, un documento denominato "Linee Guida *Antitrust*".

706. Zardo ha comunicato in data 14 aprile 2025¹³⁸⁷ l'adozione di un programma di *compliance*, "*a conferma delle intenzioni espresse in occasione dell'audizione tenutasi in data 28 novembre 2024*" (in cui dichiarava l'impegno ad adottare nei mesi seguenti un programma di *compliance antitrust*¹³⁸⁸) e ha trasmesso: (i) il verbale con cui il 18 marzo 2025 il Consiglio di Amministrazione della società ha approvato l'adozione del programma di *compliance*; (ii) la "*policy aziendale in materia antitrust*"; (iii) il "*vademecum per la compliance aziendale in tema di concorrenza*"; (iv) notizia dello svolgimento di due attività formative rivolte ai soggetti con ruoli aziendali sensibili per i temi *antitrust* in data 18 e 25 febbraio 2025.

707. Zanardi ha comunicato in data 6 giugno 2025¹³⁸⁹ di aver adottato e attuato un programma di *compliance* "*a far data dal 16 maggio 2025*", allegando una relazione illustrativa del rischio *antitrust* e diversi documenti che compongono il programma.

708. Rispetto alle tempistiche di adozione, attuazione e trasmissione dei programmi di *compliance* richiamate poc'anzi, deve rilevarsi che, ai fini dell'eventuale attribuzione di una circostanza attenuante nell'ambito della quantificazione della sanzione, è possibile valutare i programmi di *compliance* di Assofond¹³⁹⁰ e di Cividale e ZML¹³⁹¹, mentre non è possibile valutare i programmi di *compliance* di De Riccardis¹³⁹², Zardo¹³⁹³, Zanardi¹³⁹⁴ e di C2MAC¹³⁹⁵.

¹³⁸⁴ **DOC. 258.**

¹³⁸⁵ **DOC. 282.**

¹³⁸⁶ **DOC. 264.**

¹³⁸⁷ **DOC. 349.**

¹³⁸⁸ **DOC. 268**, p. 10.

¹³⁸⁹ **DOC. 388.**

¹³⁹⁰ Assofond - a cui l'apertura dell'istruttoria è stata notificata in data 10 aprile 2024 - ha trasmesso le informazioni in merito al proprio programma di *compliance* in data 3 ottobre 2024.

¹³⁹¹ Cividale e ZML - a cui l'apertura dell'istruttoria è stata notificata in data 10 aprile 2024 - hanno trasmesso le informazioni in merito al loro programma di *compliance* in data 8 ottobre 2024.

¹³⁹² De Riccardis - a cui l'apertura dell'istruttoria è stata notificata in data 20 settembre 2023 - ha trasmesso le informazioni in merito al proprio programma di *compliance* nel corso dell'audizione del 21 novembre 2024.

¹³⁹³ Zardo - a cui l'apertura dell'istruttoria è stata notificata in data 10 aprile 2024 - ha trasmesso le informazioni in merito al proprio programma di *compliance* in data 14 aprile 2025.

¹³⁹⁴ Zanardi - a cui l'apertura dell'istruttoria è stata notificata in data 10 aprile 2024 - ha trasmesso le informazioni in merito al proprio programma di *compliance* in data 6 giugno 2025.

¹³⁹⁵ C2MAC - a cui l'apertura dell'istruttoria è stata notificata in data 20 settembre 2023 - ha adottato il proprio programma di *compliance* in data 6 febbraio 2024 (con approvazione da parte del Consiglio di Amministrazione e comunicazione interna ai dipendenti circa l'entrata in vigore dello stesso in tale data), comunicando l'insieme delle iniziative intraprese in data 8 novembre 2024 e 23 dicembre 2024.

709. Il programma di *compliance* del Gruppo Cividale, come già indicato, si compone di un articolato *set* di documenti dai quali emerge l'adozione del programma a livello di gruppo nonché la predisposizione di alcune misure e presidi ispirati alle *best practice* in materia.

710. Inoltre, in data 30 settembre 2025 i consigli di amministrazione di ciascuna società del Gruppo Cividale sono stati aggiornati circa tutte le iniziative poste in essere e in data 8 ottobre 2025¹³⁹⁶ Cividale ha trasmesso all'Autorità una relazione sull'attività di *compliance* svolta tra ottobre 2024 e ottobre 2025 e il piano operativo per il periodo ottobre 2025-ottobre 2026 redatto dall'Antitrust *Compliance Officer*, con attenzione specifica alla partecipazione alle associazioni di categoria.

711. In considerazione di quel che precede, si ritiene che l'iniziativa del Gruppo Cividale sia in linea con quanto previsto al punto 23 delle Linee Guida e viene pertanto riconosciuta una circostanza attenuante nella misura del 5%.

712. La sanzione per ciascuna parte, derivante dall'applicazione dell'attenuante relativa alla *compliance* per Cividale/ZML, è di seguito indicata:

Parte	Importo base (euro)	Totale attenuanti	Sanzione (euro)
C2MAC Group S.p.A.	[100-582 milioni]	0%	[100-582 milioni]
Fonderia Corrà S.p.A.	381.416.547	0%	381.416.547
Fonderie Orazio e Fortunato De Riccardis S.r.l.	59.566.539	0%	59.566.539
Fonderie Guido Glisenti S.p.A./Lead Time S.p.A.	246.627.433	0%	246.627.433
E.F. Group S.p.A./Pilenga Baldassarre Foundry S.r.l.	207.526.854	0%	207.526.854
Camozzi Group S.p.A./Fonderie Mora Gavardo S.r.l.	[10-35 milioni]	0%	[10-35 milioni]
Zanardi Fonderie S.p.A.	[35-100 milioni]	0%	[35-100 milioni]
VDP Fonderia S.p.A.	[100-582 milioni]	0%	[100-582 milioni]
Fonderie Ariotti S.p.A.	49.710.535	0%	49.710.535
Ironcastings S.p.A.	[10-35 milioni]	0%	[10-35 milioni]
Fonderia Zardo S.p.A.	[35-100 milioni]	0%	[35-100 milioni]
Cividale S.p.A./ZML Industries S.p.A.	[35-100 milioni]	5%	[35-100 milioni]

713. Considerato che in alcuni casi le sanzioni come sopra determinate eccedono il limite massimo previsto dall'art. 15, comma 1-*bis*, della legge n. 287/1990, le stesse devono essere ricondotte entro tale limite, come indicato nella tabella che segue.

¹³⁹⁶ Trasmesso in data 13 ottobre 2025, cfr. **DOC. 641**, All. 12.

Parte	Sanzione (euro)	Fatturato totale 2024 (euro)	Sanzione ricondotta al limite edittale (euro)
C2MAC Group S.p.A.	[100-582 milioni]	127.160.964	12.716.096
Fonderia Corrà S.p.A.	381.416.547	100.076.364	10.007.636
Fonderie Orazio e Fortunato De Riccardis S.r.l.	59.566.539	[10-35 milioni]	[1-10 milioni]
Fonderie Guido Glisenti S.p.A./Lead Time S.p.A.	246.627.433	97.984.697	9.798.470
E.F. Group S.p.A./Pilenga Baldassarre Foundry S.r.l.	207.526.854	165.387.255	16.538.726
Camozzi Group S.p.A./Fonderie Mora Gavardo S.r.l.	[10-35 milioni]	[582-700 milioni]	[10-35 milioni]
Zanardi Fonderie S.p.A.	[35-100 milioni]	38.531.160	3.853.116
VDP Fonderia S.p.A.	[100-582 milioni]	82.856.168	8.285.617
Fonderie Ariotti S.p.A.	49.710.535	19.649.456	1.964.946
Ironcastings S.p.A.	[10-35 milioni]	32.079.921	3.207.992
Fonderia Zardo S.p.A.	[35-100 milioni]	46.175.770	4.617.577
Cividale S.p.A./ZML Industries S.p.A.	[35-100 milioni]	317.567.527	31.756.753

IX.5. Crisi del settore

714. Nel caso di specie, l'Autorità ritiene appropriato applicare il punto 34 delle Linee Guida, che consente di apprezzare le specifiche circostanze del caso concreto al fine di derogare all'applicazione delle Linee Guida stesse.

715. In particolare, fermo restando che lo stato di crisi in cui versa un settore non è sufficiente a escludere l'applicazione dell'art. 101 del TFUE¹³⁹⁷, l'Autorità ritiene che la sanzione finale sin qui calcolata, in via del tutto eccezionale, vada adeguata al fine di tenere conto della circostanza che nel corso degli ultimi due anni il settore della produzione dei getti di ghisa è stato interessato da una crisi dovuta alla significativa contrazione della domanda dei principali settori committenti.

716. Per tali ragioni, considerate le oggettive difficoltà in cui versano le fonderie parti del procedimento, si ritiene congruo ridurre l'importo della sanzione in misura pari al 50%.

IX.6. Le istanze di incapacità contributiva (cd. "inability to pay")

717. Nel corso del procedimento Corrà, Cividale e ZML, E.F. Group e Pilenga, Ironcastings e Zanardi hanno presentato istanze di riduzione della sanzione in considerazione del punto 31 delle Linee Guida.

718. Questo tipo di istanze sono meritevoli di accoglimento, nell'ottica di preservare l'efficacia deterrente della sanzione, solo in circostanze del tutto eccezionali, conformemente alla prassi applicativa della Commissione europea¹³⁹⁸. In particolare, l'eventuale riconoscimento di una riduzione, nonché la sua quantificazione, deve avere luogo esclusivamente nel caso in cui l'impresa fornisca evidenze complete, oggettive e attendibili da cui risulti inequivocabilmente l'esistenza di

¹³⁹⁷ Infatti, di norma, i cartelli nascono nel momento in cui un settore economico soffre talune difficoltà le quali, in linea di principio, non possono costituire una circostanza attenuante (CGUE C-694/19, para. 122).

¹³⁹⁸ Orientamenti per il calcolo delle ammende inflitte in applicazione dell'articolo 23, paragrafo 2, lettera a), del regolamento (CE) n. 1/2003 (2006/C 210/02).

un nesso di causalità tra l'irrogazione della sanzione e il rischio concreto di uscita dal mercato, con totale perdita del valore degli attivi (patrimonio netto). Inoltre, ai sensi del citato punto 31 delle Linee Guida, l'Autorità non prende in considerazione le istanze basate unicamente su perdite di bilancio registrate negli ultimi esercizi o su una crisi generalizzata del settore interessato.

719. Inoltre, la valutazione della capacità contributiva deve tener conto anche della situazione finanziaria dei soggetti che detengono partecipazioni nell'impresa interessata. Ciò vale, *in primis*, per le società madri e mira ad appurare la loro idoneità a supportare economicamente la società figlia nel pagamento dell'eventuale sanzione. Ove necessario, la valutazione viene estesa anche agli azionisti di minoranza.

720. La valutazione in merito alle istanze presentate dalle parti del procedimento, alla luce di tali premesse, è di seguito riportata. Si anticipa che, sulla base dei dati forniti dalle imprese e di quelli disponibili presso le banche dati di documentazione societaria e di bilancio, nessuna delle società richiedenti ha titolo per ottenere una riduzione della sanzione finale per cd. "*inability to pay*".

721. Corrà ha presentato un'istanza di riduzione della sanzione per incapacità contributiva con comunicazione del 13 ottobre 2025¹³⁹⁹, sostenendo che, già dal gennaio 2025, la società ha aderito al contratto di solidarietà con le sigle sindacali, registrando un rilevante esubero di dipendenti¹⁴⁰⁰, e che l'imposizione di una sanzione parametrata al fatturato del 2023 porterebbe a una perdita di concorrenzialità e redditività e, di conseguenza, alla plausibile chiusura della società.

722. L'analisi dei dati del bilancio 2024 di Corrà mostra, con riguardo agli indicatori di solvibilità, che il patrimonio netto risulta positivo anche a esito dell'applicazione della sanzione. Anche i rapporti tra mezzi propri e passività totali, totale attivo e debiti totali non assumono valori critici a seguito della comminazione dell'ammenda. Di contro, il rapporto tra indebitamento ed EBITDA risulta estremamente elevato sia prima che a seguito dell'applicazione della sanzione, evidenziando quindi l'assenza di un nesso di causalità con l'irrogazione della stessa. Si ritiene dunque che l'irrogazione della sanzione non comporti un peggioramento complessivo della solvibilità di Corrà. Alla medesima conclusione si perviene analizzando il capitale circolante netto e gli indici di liquidità della società – i.e. *current ratio*, *cash ratio* e *quick ratio* – che risultano soddisfacenti anche a seguito dell'imposizione della sanzione. Di conseguenza, l'istanza di incapacità contributiva di Corrà non può essere accolta.

723. Cividale e ZML hanno presentato un'istanza di riduzione della sanzione per incapacità contributiva con la memoria pervenuta il 13 ottobre 2025¹⁴⁰¹. A supporto della loro istanza, le società hanno evidenziato come *[omissis]*¹⁴⁰². Le società evidenziano altresì una situazione particolarmente negativa – sia di ZML che di Cividale – sul piano della Posizione Finanziaria Netta (di seguito, "PFN") già nel 2024, *[omissis]*¹⁴⁰³. Secondo le società, di conseguenza, l'imposizione di una sanzione avrebbe un effetto dirompente sul bilancio e sulla situazione finanziaria tanto di ZML quanto di Cividale.

724. Dall'esame dei dati del bilancio consolidato di Cividale del 2024 emerge tuttavia, con riguardo ai profili di solvibilità, che il patrimonio netto risulta largamente positivo anche a esito dell'applicazione della sanzione. Similmente, gli ulteriori indici di solvibilità analizzati – tranne il rapporto tra debiti netti ed EBITDA, già decisamente elevato prima dell'applicazione della sanzione

¹³⁹⁹ DOC. 636.

¹⁴⁰⁰ DOC. 636, all. 11 e 12.

¹⁴⁰¹ DOC. 641.

¹⁴⁰² DOC. 641 e DOC. 641, all.6.

¹⁴⁰³ DOC. 641 e DOC. 641, all.20.

– non presentano profili di problematicità. Inoltre, l'applicazione dell'ammenda non è idonea a determinare un impatto significativamente negativo sulla liquidità di Cividale, i cui relativi indicatori (capitale circolante netto, *current ratio*, *cash ratio* e *quick ratio*) confermano il permanere di una situazione di sostanziale equilibrio. Alla luce di tali elementi, non emergono presupposti idonei a giustificare l'accoglimento dell'istanza di riconoscimento dell'incapacità contributiva.

725. Ironcastings ha presentato istanza per il riconoscimento di incapacità contributiva nella memoria del 10 ottobre 2025¹⁴⁰⁴, motivandola sulla base della “*drammatica crisi di settore*”, della perdita d'esercizio del 2024, nonché della contrazione dei ricavi (-30%) tra gli esercizi 2023 e 2024¹⁴⁰⁵.

726. Come già rappresentato in precedenza, in considerazione del punto 31 delle citate Linee Guida, la mera esistenza di perdite di bilancio o una situazione di crisi del settore di appartenenza non rappresentano circostanze sufficienti per la concessione del beneficio.

727. In ogni caso, si rileva che, sotto il profilo della solvibilità, il patrimonio netto rimane positivo anche a seguito dell'applicazione della sanzione. Inoltre, i rapporti mezzi propri/attivo, mezzi propri/debiti totali e mezzi propri/passività totali continuano a non essere problematici. Infine, il rapporto tra debiti netti ed EBITDA risultava già elevato nel 2024, evidenziando dunque l'assenza di un nesso di casualità con l'irrogazione dell'ammenda. Per quanto concerne la liquidità, il capitale circolante netto permane positivo e il *current ratio* e il *quick ratio* risultano non problematici anche a seguito dell'irrogazione della sanzione. Infine, il *cash ratio* risultava critico nel 2024, dunque anche in assenza di applicazione della sanzione. Stante quanto sopra, si ritiene che non sussistano le condizioni per accogliere l'istanza presentata da Ironcastings.

728. Anche Pilenga ha presentato istanza di incapacità contributiva il 23 luglio 2025¹⁴⁰⁶, motivandola sulla base dell'andamento economico-patrimoniale negativo della società negli ultimi anni, causato dalla contrazione delle produzioni nonostante gli investimenti realizzati e l'efficientamento degli impianti. In particolare, Pilenga ha evidenziato, dopo un parziale recupero nel 2022, valori di EBIT e risultati d'esercizio negativi nel 2023 e 2024. Dal punto di vista patrimoniale, inoltre, la società ha sostenuto di non essere mai stata in grado, da quando è stata acquisita da E.F. Group, di generare flussi di cassa tali da ridurre il proprio indebitamento, e di aver dovuto fare ricorso, nel corso degli anni, a diversi versamenti e finanziamenti da parte della capogruppo. La situazione di crisi si sarebbe acuita negli ultimi anni e, in futuro, potrebbe portare a una riduzione della manodopera.

729. Nella memoria del 13 ottobre 2025¹⁴⁰⁷ Pilenga ed E.F. Group hanno integrato la loro istanza sostenendo che, ove E.F. Group venisse considerata responsabile in solido, la sanzione comporterebbe ripercussioni negative sull'intero gruppo. In particolare, [omissis] e una Posizione Finanziaria Netta (PFN) negativa per 22,2 milioni di euro. [Omissis]. Il pagamento della sanzione prospettata, quindi, da un lato aumenterebbe l'esposizione bancaria negativa del gruppo e, dall'altro, non permetterebbe al gruppo di effettuare gli investimenti necessari per mantenere una posizione di competitività nel mercato.

730. Dall'analisi dei dati presenti nel bilancio consolidato relativo al 2024 emerge che il patrimonio netto di E.F. Group rimarrebbe ampiamente positivo anche ad esito della sanzione e che gli ulteriori indicatori di solvibilità, che esprimono il rapporto mezzi propri/totale dell'attivo, mezzi

¹⁴⁰⁴ **DOC. 627.**

¹⁴⁰⁵ **DOC. 627**, all. 2.

¹⁴⁰⁶ **DOC. 453** e all. 1.

¹⁴⁰⁷ **DOC. 640.**

propri/passività nette e mezzi propri/debiti totali, continuerebbero ad assumere valori non critici. Il rapporto indebitamento netto/EBITDA, di contro, si configurava non ottimale già prima dell'imposizione della sanzione, con conseguente assenza di nesso di causalità con l'irrogazione della stessa. Relativamente agli indici di liquidità, il valore del capitale circolante netto risulta positivo nell'intero triennio 2022-2024 e non viene pregiudicato dall'ammenda. Anche gli indici di liquidità *current ratio*, *quick ratio* e *cash ratio* evidenziano uno stato di equilibrio sia prima che a seguito dell'imposizione della sanzione. Per tali motivi, non si ritiene di accogliere l'istanza di incapacità contributiva presentata da E.F. Group e Pilenga.

731. Infine, anche Zanardi ha presentato un'istanza di riduzione della sanzione per incapacità contributiva il 13 ottobre 2025¹⁴⁰⁸. Nella propria istanza, in particolare, la società ha evidenziato *[omissis]*¹⁴⁰⁹.

732. Dall'analisi dei dati di bilancio emerge che il grado di solvibilità di Zanardi, misurato dai rapporti mezzi propri/totale dell'attivo, mezzi propri/passività nette e mezzi propri/debiti totali, rimarrebbe non critico anche a seguito dell'applicazione della sanzione, mentre il rapporto tra debiti netti ed EBITDA risultava già problematico nel 2024 in assenza della sanzione (l'EBITDA è stato addirittura negativo), evidenziando quindi l'assenza di un nesso di causalità. Per quanto concerne l'analisi degli indici di liquidità, il capitale circolante netto rimane positivo anche a seguito dell'applicazione della sanzione, mentre gli altri indici analizzati (*current ratio*, *quick ratio* e *cash ratio*) permangono in sostanziale equilibrio. Per tali motivazioni, non è dunque possibile accogliere l'istanza di incapacità contributiva presentata da Zanardi.

IX.7. La sanzione ad Assofond

733. Per quanto riguarda Assofond, l'Autorità ritiene di derogare all'applicazione delle Linee Guida, ai sensi del punto 34 delle stesse, e di imporre una sanzione forfettaria in considerazione delle specifiche circostanze del caso di specie e, in particolare, del fatto che si tratta del primo caso di applicazione a un'associazione di imprese della disposizione di cui all'art. 15, comma 1-bis, della legge n. 287/1990 e del punto 10 delle Linee Guida. Pertanto, tenendo in considerazione la gravità dell'infrazione, la durata della partecipazione di Assofond, il ruolo svolto dalla stessa e la necessità di assicurare che la sanzione abbia un effetto sufficientemente dissuasivo, nonché l'adozione da parte dell'associazione di un programma di *compliance* e la summenzionata crisi del settore, l'Autorità ritiene di quantificare la sanzione di Assofond in misura pari a 2 milioni di euro. L'importo forfettario così individuato corrisponde a circa lo 0,04% della somma dei fatturati totali a livello mondiale realizzati nel 2024 da ciascun membro operante sul mercato interessato dall'infrazione commessa dall'Associazione escluso il fatturato delle fonderie parti del procedimento, somma pari a 4.637.621.542 euro, ponendosi pertanto ben al di sotto del limite del 10% (circa un centesimo del massimo edittale).

IX.8. L'importo finale delle sanzioni

734. Alla luce delle considerazioni sopra esposte, nella tabella che segue, sono indicati gli importi finali delle sanzioni.

¹⁴⁰⁸ DOC. 643.

¹⁴⁰⁹ DOC. 643 e DOC. 643, all. 4.

Parte	Sanzione ricondotta al limite edittale (euro)	Riduzione ex punto 34 Linee Guida	Sanzione finale (euro)	Sanzione finale rispetto al fatturato complessivo 2024
C2MAC Group S.p.A.	12.716.096	50%	6.358.048	5%
Fonderia Corrà S.p.A.	10.007.636	50%	5.003.818	5%
Fonderie Orazio e Fortunato De Riccardis S.r.l.	[1-10 milioni]	50%	[inferiore a 1 milione]	5%
Fonderie Guido Glisenti S.p.A. / Lead Time S.p.A.	9.798.470	50%	4.899.235	5%
E.F. Group S.p.A. / Pilenga Baldassarre Foundry S.r.l.	16.538.726	50%	8.269.363	5%
Camozzi Group S.p.A. / Fonderie Mora Gavardo S.r.l.	[10-35 milioni]	50%	[10-35 milioni]	2,77%
Zanardi Fonderie S.p.A.	3.853.116	50%	1.926.558	5%
VDP Fonderia S.p.A.	8.285.617	50%	4.142.808	5%
Fonderie Ariotti S.p.A.	1.964.946	50%	982.473	5%
Ironcastings S.p.A.	3.207.992	50%	1.603.996	5%
Fonderia Zardo S.p.A.	4.617.577	50%	2.308.789	5%
Cividale S.p.A. / ZML Industries S.p.A.	31.756.753	50%	15.878.376	5%
Assofond			2.000.000	0,04%

RITENUTO, pertanto, che C2MAC Group S.p.A., Fonderia Corrà S.p.A., Fonderie Orazio e Fortunato De Riccardis S.r.l., Fonderie Guido Glisenti S.p.A., Lead Time S.p.A., E.F. Group S.p.A., Pilenga Baldassarre Foundry S.r.l., Camozzi Group S.p.A., Fonderie Mora Gavardo S.r.l., Zanardi Fonderie S.p.A., VDP Fonderia S.p.A., Fonderie Ariotti S.p.A., Ironcastings S.p.A., Fonderia Zardo S.p.A., Cividale S.p.A., ZML Industries S.p.A. e l'associazione di categoria Assofond hanno posto in essere un'intesa restrittiva della concorrenza in violazione dell'art. 101, paragrafo 1, del Trattato sul funzionamento dell'Unione europea avente per oggetto il coordinamento delle politiche commerciali di prezzo e delle strategie commerciali da attuare nei confronti dei clienti, con l'obiettivo di sostenere le richieste di aumenti dei prezzi e preservare una certa marginalità;

Tutto ciò premesso e considerato;

DELIBERA

a) che le società C2MAC Group S.p.A., Fonderia Corrà S.p.A., Fonderie Orazio e Fortunato De Riccardis S.r.l., Fonderie Guido Glisenti S.p.A., Lead Time S.p.A., E.F. Group S.p.A., Pilenga Baldassarre Foundry S.r.l., Camozzi Group S.p.A., Fonderie Mora Gavardo S.r.l., Zanardi Fonderie S.p.A., VDP Fonderia S.p.A., Fonderie Ariotti S.p.A., Ironcastings S.p.A., Fonderia Zardo S.p.A., Cividale S.p.A., ZML Industries S.p.A. e l'associazione di categoria Assofond hanno posto in essere un'intesa restrittiva della concorrenza in violazione dell'articolo 101, paragrafo 1, del Trattato sul Funzionamento dell'Unione europea avente per oggetto il coordinamento delle politiche

commerciali di prezzo e delle strategie commerciali da attuare nei confronti dei clienti, con l'obiettivo di sostenere le richieste di aumenti dei prezzi e preservare una certa marginalità;

b) che C2MAC Group S.p.A., Fonderia Corrà S.p.A., Fonderie Orazio e Fortunato De Riccardis S.r.l., Fonderie Guido Glisenti S.p.A., Lead Time S.p.A., E.F. Group S.p.A., Pilenga Baldassarre Foundry S.r.l., Camozzi Group S.p.A., Fonderie Mora Gavardo S.r.l., Zanardi Fonderie S.p.A., VDP Fonderia S.p.A., Fonderie Ariotti S.p.A., Ironcastings S.p.A., Fonderia Zardo S.p.A., Cividale S.p.A., ZML Industries S.p.A. e l'associazione di categoria Assofond si astengano in futuro dal porre in essere comportamenti analoghi a quelli oggetto dell'infrazione accertata di cui al punto a);

c) che, in ragione della gravità e durata dell'infrazione di cui al punto a) alle società e all'Associazione riportate nella tabella che segue siano applicate le sanzioni amministrative pecuniarie rispettivamente e complessivamente pari a quanto indicato nella seguente tabella:

Parte	Sanzione (euro)
C2MAC Group S.p.A.	6.358.048
Fonderia Corrà S.p.A.	5.003.818
Fonderie Orazio e Fortunato De Riccardis S.r.l.	[inferiore a 1 milione]
Fonderie Guido Glisenti S.p.A. / Lead Time S.p.A.	4.899.235
E.F. Group S.p.A. / Pilenga Baldassarre Foundry S.r.l.	8.269.363
Camozzi Group S.p.A. / Fonderie Mora Gavardo S.r.l.	[10-35 milioni]
Zanardi Fonderie S.p.A.	1.926.558
VDP Fonderia S.p.A.	4.142.808
Fonderie Ariotti S.p.A.	982.473
Ironcastings S.p.A.	1.603.996
Fonderia Zardo S.p.A.	2.308.789
Cividale S.p.A. / ZML Industries S.p.A.	15.878.376
Assofond	2.000.000

Le sanzioni amministrative di cui alla precedente lettera c) devono essere pagate entro il termine di novanta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando i codici tributo indicati nell'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo 9 luglio 1997, n. 241.

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

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

alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo. Degli avvenuti pagamenti deve essere data immediata comunicazione all'Autorità, attraverso l'invio di copia del modello attestante il versamento effettuato. Ai sensi dell'articolo 26 della medesima legge, le imprese che si trovano in condizioni economiche disagiate possono richiedere il pagamento rateale della sanzione.

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato 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

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

C12778 - AZIMUT INVESTMENTS-FASI FONDO ASSISTENZA SANITARIA INTEGRATIVA-FEIDOS/TERME & SPA ITALIA

Provvedimento n. 31781

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 16 dicembre 2025;

SENTITO il Relatore, Saverio Valentino;

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

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione di Azimut Investments S.A. e FASI - Fondo Assistenza Sanitaria Integrativa per i dirigenti di aziende produttrici di beni e servizi, pervenuta in data 25 novembre 2025;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Azimut Investments S.A. (di seguito, "Azimut Investments") è una società di diritto lussemburghese, che ha per oggetto la gestione di organismi di investimento collettivo in valori mobiliari, nonché la gestione di altri organismi di investimento collettivo e di fondi di investimento alternativi. In particolare, Azimut Investments è specializzata nella gestione di SICAV e prodotti multi-comparto, tra i quali l'European *Long-Term Investment Funds*, che include il comparto "Azimut ELTIF - Infrastructure & Real Assets ESG" (di seguito, "Fondo") in delega di gestione ad Azimut Libera Impresa Società di Gestione del Risparmio S.p.A. (di seguito, "Azimut"; CF: 06566950967), società specializzata nella gestione e distribuzione di prodotti italiani.

Azimut Investments e Azimut sono entrambe controllate da Azimut Holding S.p.A. (CF: 03315240964), società quotata alla Borsa di Milano a capo del gruppo finanziario Azimut (di seguito, "Gruppo Azimut"), il cui azionariato è in gran parte flottante, mentre il 21% circa è detenuto da Timone Fiduciaria S.r.l., che riunisce gli azionisti aderenti al patto di sindacato sulla società.

Il Gruppo Azimut, nel 2024, ha realizzato in Italia un fatturato pari a circa [1-2]* miliardi di euro.

2. FASI - Fondo Assistenza Sanitaria Integrativa per i dirigenti di aziende produttrici di beni e servizi (di seguito, "FASI"; CF: 0400950582) è un fondo di assistenza sanitaria il cui scopo è quello di erogare ai dirigenti e ai loro familiari prestazioni integrative di assistenza sanitaria. Gli associati del FASI sono Confindustria e la Federazione Nazionale Dirigenti Aziende Industriali.

FASI, nel 2024, ha realizzato in Italia un fatturato pari a circa [100-582] milioni di euro.

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

3. Feidos S.p.A (di seguito “Feidos”; CF: 08874471009) è una *holding* operativa, controllata da una persona fisica, la cui attività principale consiste nell’acquisizione, gestione e cessione di partecipazioni al capitale di altre imprese, nonché nel fornire servizi di consulenza e assistenza alle società controllate.

Feidos, nel 2024, ha realizzato in Italia un fatturato pari a circa [10-35] milioni di euro.

4. Terme & SPA Italia S.r.l. (di seguito “Tesi” o “*Target*”; CF: 15194451009) è una *sub-holding* operativa di un gruppo di società attive nel settore termale, sanitario e *wellness*, controllata da Feidos, che ne detiene una quota del [omissis] del capitale sociale.

Tesi, nel 2024, ha realizzato in Italia un fatturato pari a circa [10-35] milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL’OPERAZIONE

5. L’operazione comunicata (di seguito, “Operazione”) ha a oggetto l’acquisizione di una quota di minoranza di Tesi, da realizzarsi attraverso un aumento di capitale della *Target*, che sarà sottoscritto da parte di una società veicolo di nuova costituzione (di seguito, “*NewCo*”), partecipata da Azimut al 26,7%, tramite il Fondo, e dal FASI al 73,3%.

6. Sulla base delle previsioni del patto parasociale intercorso tra Azimut e FASI, la *NewCo* risulta soggetta a controllo congiunto, in quanto l’adozione delle principali decisioni strategiche e gestionali è subordinata al consenso di entrambi i soci. [omissis].

7. A esito dell’Operazione, [omissis]. L’Operazione è regolata attraverso un accordo d’investimento che, *inter alia*, attribuisce alla *NewCo* un insieme significativo di diritti di *governance* sulla *Target*, tra cui [omissis].

Pertanto, Azimut e FASI, tramite la *NewCo*, esercitando un’influenza significativa sull’indirizzo strategico e gestionale della *Target*, controlleranno Tesi congiuntamente con Feidos.

III. QUALIFICAZIONE DELL’OPERAZIONE

8. L’Operazione, in quanto comporta l’acquisizione del controllo congiunto di un’impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell’articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/1990. Essa rientra nell’ambito di applicazione della legge n. 287/1990, non ricorrendo le condizioni di cui all’articolo 1 del Regolamento (CE) n. 139/2004, ed è soggetta all’obbligo di comunicazione preventiva disposto dall’articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato, nell’ultimo esercizio a livello nazionale, dall’insieme delle imprese interessate è stato superiore a 582 milioni di euro e il fatturato totale realizzato, nell’ultimo esercizio a livello nazionale, individualmente da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 35 milioni di euro¹.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

9. In ragione delle attività svolte da Tesi, l’Operazione riguarda principalmente il mercato dei servizi termali, *wellness* e benessere, di dimensione presumibilmente nazionale. L’Operazione riguarda inoltre il mercato nazionale dei servizi turistici-ricettivi, in cui Tesi è solo marginalmente attiva.

10. A ogni modo, nel caso di specie, l’esatta delimitazione merceologica e geografica dei suddetti mercati può essere lasciata aperta, in quanto qualsiasi sia la definizione adottata, l’Operazione non appare suscettibile di produrre modifiche della struttura concorrenziale di tali mercati.

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

11. Infatti, secondo le informazioni fornite dalle Parti, il Gruppo Azimut e FASI non sono presenti nei suddetti mercati né in mercati verticalmente collegati, in quanto Azimut opera nel mercato della gestione collettiva del risparmio, e FASI nel mercato dei fondi sanitari integrativi.

12. Va peraltro osservato che, sulla base delle informazioni fornite dalle Parti con riferimento al settore termale, il mercato italiano è altamente frammentato, comprendendo oltre 300 strutture in funzione, riconducibili a circa 290 distinti proprietari. In tale mercato, nel 2024, Tesi aveva una quota di mercato inferiore al [1-5%].

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

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

C12782 - CAPITOLOTRENTADUE/PARKINGO GROUP*Provvedimento n. 31782*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNZANZA del 16 dicembre 2025;

SENTITO il Relatore, Saverio Valentino;

VISTO il Regolamento (CE) n. 139/2004 relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione della società Capitolotrentadue S.p.A., pervenuta il 28 novembre 2025;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Capitolotrentadue S.p.A. (C.F. 14221530968; di seguito “Capitolo32”) è una *holding* recentemente costituita in vista della realizzazione della presente operazione che ha per oggetto sociale l'acquisizione di piccole e medie imprese¹. Capitolo32 è controllata da 21 Invest SGR S.p.A., società di gestione del risparmio autorizzata dalla Banca d'Italia, a sua volta interamente controllata da 21 Invest S.p.A., impresa attiva nel settore del *private equity* e controllante del Gruppo 21 Invest². 21 Invest S.p.A. opera attraverso le controllate operative 21 Invest (società attiva nella prestazione del servizio di gestione collettiva del risparmio attraverso l'istituzione, la promozione e l'organizzazione di fondi comuni di investimento mobiliare di tipo chiuso, operanti prevalentemente nel mercato italiano) e 21 Invest France S.A.S., società francese di *private equity*, che opera prevalentemente in Francia.

Il Gruppo 21 Invest ha realizzato, nel 2024 e a livello mondiale, un fatturato complessivo di circa [1-2] miliardi di euro*, di cui circa [1-2] miliardi di euro nell'Unione europea e circa [517-700] milioni di euro in Italia.

2. ParkinGO Group S.p.A. (C.F. 09276010965; di seguito, “ParkinGO” o “Gruppo Target”) è la società *holding* del gruppo ParkinGO attivo, tramite le proprie controllate, in diversi comparti del settore della gestione di servizi di mobilità integrata. In particolare, il Gruppo Target è attivo nel mercato del noleggio di autoveicoli e veicoli commerciali leggeri a breve termine (per il tramite di RentSmart24 S.r.l.) e a lungo termine (per il tramite di Gocar Italia S.r.l.) presso numerosi aeroporti italiani, nonché in porti e stazioni sul territorio nazionale³. Inoltre, il Gruppo Target svolge attività di gestione delle strutture di parcheggio e dei servizi ancillari (per il tramite di ParkinGO,

¹ In particolare, sulla base di quanto comunicato, Capitolo32 è stata costituita il 15 maggio 2025 e il suo oggetto sociale prevede l'attività di assunzione ed eventuale dismissione di partecipazioni, il finanziamento e il coordinamento delle società partecipate e la prestazione di servizi alle stesse. Allo stato non risulta disponibile alcun bilancio di esercizio relativo a tale società.

² Il capitale di 21 Invest S.p.A. è a sua così ripartito: [omissis].

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

³ L'attività di noleggio a breve termine del Gruppo Target è svolta presso gli aeroporti di Alghero, Bergamo Orio Al Serio, Bologna, Cagliari, Catania, Firenze, Milano Linate, Milano Malpensa, Napoli Capodichino, Olbia, Palermo, Pisa, Roma Fiumicino, Roma Ciampino, Torino Caselle, Treviso, Venezia e Verona; presso il porto di Taranto; presso la stazione di Padova Centrale.

Parcheggiare S.r.l. e B&C Car Consulting S.r.l.) presso numerosi aeroporti, porti e stazioni⁴. Il Gruppo Target è, infine, attivo nel mercato della fornitura di spazi di parcheggio mediante la stipula di contratti di locazione o sublocazione con società di autonoleggio terze. ParkinGO controlla altresì la società ParkinLab SAGL, che svolge attività di ricerca e sviluppo esclusivamente *in house*.

Il capitale sociale di ParkinGO è detenuto: per il 55,7% da Home S.r.l. (di seguito, “Home”), integralmente controllata da una persona fisica; per il 20% da Egipark S.r.l. (di seguito, “Egipark”); per l’8,4% da un’altra persona fisica, per l’8,4% da ParkinGO International SA (di seguito, “ParkinGo International”) e per il restante 7,5% da Ri.Bel. S.r.l. (di seguito, “Ri.Bel.”). Pertanto, ParkinGO è soggetto al controllo esclusivo della persona fisica che controlla il socio di maggioranza Home.

ParkinGO ha realizzato, nel 2024 e a livello mondiale, un fatturato complessivo di oltre [35-100] milioni di euro, di cui circa [35-100] milioni di euro nell’Unione europea e circa [35-100] milioni di euro in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL’OPERAZIONE

3. L’operazione comunicata (di seguito, “Operazione”) riguarda l’acquisizione da parte di Capitolo32 del controllo esclusivo di ParkinGO e delle società da essa controllate. Secondo quanto comunicato, in vista della realizzazione dell’Operazione, [omissis]

4. In forza dell’Accordo di investimento e parasociale relativo all’Operazione, Capitolo32 avrà il potere di designare la maggioranza dei membri del Consiglio di Amministrazione delle società sopra citate, mentre ai soci di minoranza [omissis] saranno riconosciuti diritti limitati, tipicamente concessi agli azionisti di minoranza per proteggere i loro interessi finanziari di investitori, senza che questi diritti comportino il controllo congiunto ai fini *antitrust*. I diritti di veto concessi dall’accordo di investimento e parasociale, difatti, non sono tali da consentire a tali soggetti di bloccare decisioni essenziali per determinare gli indirizzi strategici dell’attività delle società sopra citate.

5. L’Operazione prevede un patto di non concorrenza e di non sollecitazione, della durata di [omissis] anni dalla data del *closing*, consistente nell’obbligo per i venditori ad astenersi da: i) [omissis]; (ii) [omissis]; (iii) [omissis]; (v) [omissis].

6. Il perfezionamento dell’Operazione è, altresì, subordinato ad alcune condizioni sospensive, tra cui l’ottenimento dell’autorizzazione *antitrust*⁵.

III. QUALIFICAZIONE DELL’OPERAZIONE

7. L’Operazione costituisce una concentrazione ai sensi dell’articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/1990, in quanto comporta l’acquisizione del controllo esclusivo di una impresa. Essa rientra nell’ambito di applicazione della legge n. 287/1990, non ricorrendo le condizioni di cui all’articolo 1 del Regolamento (CE) n. 139/2004, ed è soggetta all’obbligo di comunicazione preventiva disposto dall’articolo 16, comma 1, della medesima legge in quanto il fatturato totale realizzato, nell’ultimo esercizio a livello nazionale, dall’insieme delle imprese interessate è stato

⁴ L’attività di gestione delle strutture di parcheggio viene svolta dal Gruppo Target presso gli aeroporti di Alghero, Bari, Bergamo Orio al Serio, Bologna, Brindisi, Cagliari, Catania, Firenze, Genova, Lamezia Terme, Milano Linate, Milano Malpensa (T1 e T2), Napoli Capodichino, Olbia, Palermo, Pisa, Roma Fiumicino, Roma Ciampino, Salerno, Torino, Treviso, Venezia e Verona. Inoltre, il Gruppo ParkinGO svolge tale attività anche presso i porti di Taranto, Formia, Terracina, Civitavecchia e presso le stazioni di Milano Centrale e Reggio Emilia.

⁵ Sulla base di quanto comunicato, oltre all’ottenimento dell’autorizzazione *antitrust*, il perfezionamento dell’Operazione è subordinato [omissis].

superiore a 582 milioni di euro e il fatturato totale realizzato individualmente, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 35 milioni di euro.

8. Il patto di non concorrenza e l'obbligo di non sollecitazione sopra descritti possono essere ritenuti direttamente connessi e necessari alla realizzazione dell'Operazione, in quanto funzionali alla salvaguardia del valore dell'impresa acquisita e al trasferimento di *know-how*, solo a condizione che essi siano limitati merceologicamente ai servizi oggetto dell'impresa acquisita, geograficamente a ciascuna delle aree geografiche in cui il gruppo acquisito svolge le proprie attività, temporalmente a un periodo di tre anni, e non impediscano al venditore di acquistare o detenere azioni a soli fini di investimento finanziario⁶.

IV. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE

a) I mercati rilevanti

9. L'acquirente non opera nei mercati in cui è attivo il Gruppo Target, né a monte o a valle di esso. Sulla base delle informazioni comunicate, possono essere individuati i quattro mercati rilevanti di seguito illustrati, in cui è attivo il Gruppo Target: i) il mercato del noleggio a breve termine di autoveicoli e veicoli commerciali leggeri; ii) il mercato del noleggio a lungo termine di autoveicoli e veicoli commerciali leggeri; iii) il mercato della gestione dei servizi di parcheggio; iv) il mercato della fornitura di spazi di parcheggio.

10. Secondo il consolidato orientamento della Commissione europea e dell'Autorità⁷, il noleggio di veicoli a breve termine di automobili e veicoli commerciali leggeri si distingue dal noleggio a lungo termine in quanto le relative prestazioni si differenziano sia in termini di durata e prezzo dei servizi, sia in termini di utenza, dal momento che tale tipologia di noleggio ha una durata contenuta ed è abitualmente destinato a persone fisiche. L'attività di noleggio a breve termine di automobili e veicoli commerciali leggeri, anche in base a precedenti casi europei e nazionali, presenta una dimensione geografica nazionale, avuto riguardo alle caratteristiche della domanda e dell'organizzazione delle imprese titolari di reti di agenzia distribuite a livello capillare sul territorio. La Commissione europea ha recentemente valutato la possibilità di segmentare ulteriormente il mercato in questione dal punto di vista merceologico e di definirlo geograficamente sia come avente dimensione nazionale, che locale⁸. Tuttavia, in considerazione del fatto che l'Operazione non dà luogo a sovrapposizioni orizzontali, né a relazioni verticali, ai fini della presente valutazione la definizione merceologica e geografica del mercato può essere lasciata aperta.

11. Il noleggio a lungo termine di veicoli consiste nella locazione, per un periodo superiore all'anno, del veicolo e nell'erogazione di una serie di servizi tecnici e gestionali accessori di carattere assicurativo e non assicurativo, quali l'assistenza su tutto il territorio nazionale, la manutenzione ordinaria e straordinaria, sostituzione pneumatici, il pagamento del bollo, le coperture assicurative obbligatorie (RCA) e facoltative (furto/incendio, kasko, cristalli ecc.). Il contratto di locazione prevede i termini di utilizzo del veicolo (km percorribili, durata), i corrispettivi (anticipo, rata mensile) e i termini di pagamento. Al termine del contratto il veicolo è restituito al locatore

⁶ Cfr. "Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (2005/C 56/03)", in G.U.U.E. n. 56/24 del 5 marzo 2005.

⁷ Cfr. C12187 - *Leasys/Win Rent*, provvedimento n. 27309 del 5 settembre 2018, , in Bollettino n. 35/218; I791 - *Mercato del noleggio autoveicoli a lungo termine*, provvedimento n. 26519 del 30 marzo 2017, , in Bollettino n. 14/2017 e C11400 - *VW Leasing/Euromobil Autovermietung*, provvedimento n. 23179 del 21 dicembre 2011, , in Bollettino n. 51/2011.

⁸ Cfr. Decisioni della Commissione europea M.8569 - *Europcar/Goldcar* del 5 dicembre 2017 ed M10565 - *Volkswagen/Trinity/Europcar* del 25 maggio 2022.

proprietario⁹, che può procedere a un nuovo noleggio oppure, qualora il veicolo abbia raggiunto limiti di usura prefissati, può vendere il veicolo sul mercato dell'usato¹⁰. All'interno del mercato del noleggio a lungo termine, l'Autorità ha individuato mercati rilevanti distinti per il noleggio di autovetture e veicoli commerciali leggeri e per il noleggio di veicoli commerciali medi e pesanti¹¹. Ai fini dell'Operazione, rileva il mercato del noleggio a lungo termine di autovetture e veicoli commerciali leggeri, posto che il Gruppo Target non noleggia veicoli commerciali medi e pesanti. Dal punto di vista geografico, le caratteristiche della domanda e l'organizzazione dell'offerta, prevalentemente formata da imprese operanti su tutto il territorio nazionale anche attraverso capillari reti agenziali, i mercati del noleggio a lungo termine hanno dimensione in prima approssimazione nazionale, pur non potendosi escludere una dimensione locale per i segmenti dei privati con C.F. o p. IVA¹². Nel caso in esame è possibile lasciare aperta la definizione geografica dei mercati, in quanto una definizione più precisa non muterebbe la valutazione dell'Operazione.

12. All'interno del settore della gestione dei servizi di parcheggio è possibile distinguere, secondo la consolidata prassi europea e nazionale, la gestione dei servizi di parcheggio pubblici e privati¹³. La gestione dei servizi di parcheggio pubblici consiste nell'offerta di un parcheggio al pubblico, gratuitamente o dietro pagamento di una tariffa. La gestione dei servizi di parcheggio privati consiste nell'offerta di servizi di parcheggio a un gruppo specifico di utenti. Sulla base della localizzazione delle aree destinate a parcheggio, è poi possibile distinguere i parcheggi su strada e quelli fuori strada. Atteso che l'Operazione non dà luogo a sovrapposizioni orizzontali, né a relazioni verticali, ai fini della presente valutazione la definizione merceologica e geografica del mercato può essere lasciata aperta.

Dal punto di vista geografico, in considerazione delle caratteristiche della domanda, prevalentemente formata da consumatori alla ricerca di un parcheggio situato nelle vicinanze dell'area di destinazione, il mercato della gestione dei servizi di parcheggio ha una dimensione locale, che può essere in prima approssimazione circoscritta alla singola città¹⁴, pur non potendosi escludere la possibilità di individuare, in particolare nelle città più grandi, mercati di dimensione *sub-cittadina*. Nel caso in esame, è possibile lasciare aperta la definizione geografica dei mercati, in quanto una definizione più precisa non muterebbe la valutazione dell'Operazione.

13. La Commissione europea ha ritenuto che la gestione dei servizi di parcheggio debba essere tenuta distinta dalla fornitura di spazi di parcheggio, attività che, sulla base di quanto comunicato, risulta essere svolta da ParkinGO che concede tali spazi in locazione a favore delle società di autonoleggio. Queste ultime, presentano esigenze specifiche, diverse da quelle degli utenti generici, in quanto necessitano di spazi in località strategiche come gli aeroporti e stipulano contratti a lungo termine o a tempo indeterminato, sia con le autorità aeroportuali sia con i gestori delle strutture. In considerazione delle peculiarità della domanda e della rilevanza della localizzazione, la Commissione ha, pertanto, ritenuto plausibile configurare un mercato distinto per la locazione di

⁹ Il contratto di noleggio a lungo termine si configura quindi come una tipologia di leasing operativo, intendendo con questo termine un contratto con il quale un soggetto (locatore) mette a disposizione di un altro soggetto (locatario) un bene per un determinato periodo di tempo a fronte di un corrispettivo periodico e dove, alla chiusura del contratto, il bene rientra nel possesso pieno del proprietario (locatore).

¹⁰ Cfr. C12540 - *Unipol Assicurazioni/Società italiana flotte aziendali*, provvedimento n. 30669 del 13 giugno 2023, in Bollettino n. 25/2023.

¹¹ Cfr. *ibidem*.

¹² Cfr. *ibidem*.

¹³ Cfr. C12728 - *Interparking/Saba Infraestructuras*, provvedimento n. 31589 del 24 giugno 2025, in Bollettino n. 27/2025.

¹⁴ Cfr. decisione della Commissione europea M.9367 - *Mirova/Predica/Indigo*, del 26 agosto 2019.

spazi di parcheggio negli aeroporti a favore delle società di autonoleggio¹⁵. La dimensione geografica del mercato della fornitura di spazi di parcheggio è stata considerata come locale e, in particolare, coincidente con il singolo aeroporto. tenuto conto del fatto che, dal lato della domanda, l'ubicazione dello spazio di parcheggio è il fattore più importante da tenere in considerazione. Atteso che l'Operazione non dà luogo a sovrapposizioni orizzontali, né a relazioni verticali, ai fini della presente valutazione la definizione merceologica e geografica del mercato può essere lasciata aperta.

b) Gli effetti dell'Operazione

14. L'Operazione non dà luogo a sovrapposizioni orizzontali tra le attività delle parti in quanto nessuna delle società facenti parte del portafoglio del Gruppo 21 Invest è attiva nei mercati sopra individuati, in cui operano ParkinGO e le società da questa controllate, né su mercati posti a monte o a valle rispetto a quelli in cui è attivo il Gruppo Target. L'Operazione comporta, quindi, la mera sostituzione di un operatore con un non implicando sovrapposizioni orizzontali e/o relazioni verticali tra le parti.

15. A ogni modo, la posizione di ParkinGO nei mercati considerati non è comunque significativa. Infatti, secondo le stime fornite dalle parti, la quota di mercato detenuta dal Gruppo Target sui mercati del noleggio a breve termine e a lungo termine di autoveicoli e veicoli commerciali è inferiore all'1%. Sul mercato della gestione dei servizi di parcheggio ParkinGO è presente in diversi aeroporti con quote che superano il [25-30%] solo a Cagliari e a Roma Ciampino, mentre presso gli altri scali aeroportuali le quote si attestano tra il [5-10%] e il [25-30%] circa. Anche con riguardo alla fornitura di spazi di parcheggio, ParkinGO detiene una presenza marginale, essendo tale attività svolta in via del tutto residuale.

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

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

RITENUTO, altresì, che il patto di non concorrenza e il patto di non sollecitazione sono accessori all'Operazione nei soli limiti sopra indicati e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove ne sussistano i presupposti, i suddetti patti ove si realizzino oltre tali limiti;

DELIBERA

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

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

¹⁵ Cfr. decisione della Commissione europea M.4613 - *Eurazeo SA/Apcoa Parking Holdings GmbH*, del 20 aprile 2007.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Guido Stazi

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

INDAGINI CONOSCITIVE

IC56 - ALGORITMI DI PREZZO NEL TRASPORTO AEREO PASSEGGERI SULLE ROTTE NAZIONALI DA E PER LA SICILIA E LA SARDEGNA

Provvedimento n. 31789

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 16 dicembre 2025;

SENTITO il Relatore, Saverio Valentino;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO, in particolare, l'articolo 12, comma 2, della legge 10 ottobre 1990, n. 287, ai sensi del quale l'Autorità può procedere a indagini conoscitive di natura generale nei settori economici nei quali l'evoluzione degli scambi, il comportamento dei prezzi o altre circostanze facciano presumere che la concorrenza sia impedita, ristretta o falsata;

VISTO il decreto-legge 10 agosto 2023, n. 104, convertito con modificazioni dalla legge 9 ottobre 2023, n. 136, recante disposizioni urgenti a tutela degli utenti, in materia di attività economiche e finanziarie e investimenti strategici;

VISTO il D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217, e, in particolare, l'articolo 17, relativo alle indagini conoscitive di natura generale;

VISTA la Comunicazione relativa all'applicazione dell'articolo 1, comma 5, del decreto-legge 10 agosto 2023, n. 104, convertito con modificazioni dalla legge 9 ottobre 2023, n. 136, adottata dall'Autorità il 7 maggio 2024;

VISTO il proprio provvedimento del 14 novembre 2023, con il quale l'Autorità ha deliberato l'avvio, ai sensi dell'articolo 12, comma 2, della legge 10 ottobre 1990, n. 287, di un'indagine conoscitiva sugli algoritmi in uso nel settore aereo per la determinazione dei prezzi dei servizi di trasporto passeggeri in ambito nazionale da e per la Sicilia e la Sardegna;

VISTO il proprio provvedimento del 26 novembre 2024, con il quale l'Autorità ha deliberato di prorogare al 31 dicembre 2025 il termine di conclusione del procedimento;

VISTO il proprio provvedimento del 26 novembre 2024, con il quale l'Autorità ha deliberato di pubblicare nel sito Internet dell'Autorità il Rapporto Preliminare relativo all'indagine conoscitiva;

VISTO il proprio provvedimento del 17 dicembre 2024, con il quale l'Autorità ha deliberato di prorogare al 31 gennaio 2025 il termine per le osservazioni al Rapporto Preliminare da parte dei soggetti interessati;

VISTI gli atti del procedimento;

VISTO l'allegato al presente provvedimento, contenente il testo conclusivo dell'indagine conoscitiva riguardante gli algoritmi di prezzo nel trasporto aereo passeggeri sulle rotte nazionali da e per la Sicilia e la Sardegna;

DELIBERA

di procedere alla chiusura dell'indagine conoscitiva.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Guido Stazi

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

AS2130 - AATO3 MARCHE - GESTORE UNICO DEL SERVIZIO IDRICO INTEGRATO

Roma, 18 dicembre 2025

AATO 3
Assemblea di Ambito Territoriale Ottimale
n. 3 Marche Centro Macerata

Comune di Pieve Torina

Comune di Loreto

Comune di Castelfidardo

Comune di Montecassiano

Comune di Osimo

Comune di Potenza Picena

Comune di Cingoli

Comune di Numana

Comune di Porto Recanati

Comune di Recanati

Comune di Filottrano

Comune di Montefano

Comune di Montelupone

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella sua adunanza del 16 dicembre 2025, ha deliberato di formulare alcune osservazioni ai sensi dell'articolo 21 della legge n. 287/1990, con riferimento alle criticità concorrenziali connesse all'attuale gestione operativa del Servizio Idrico Integrato (di seguito, anche "SII") e al futuro affidamento *in house* da parte dell'Assemblea di Ambito Territoriale Ottimale n. 3 Marche Centro Macerata (nel seguito, anche "Ente d'ambito" o "AATO 3") in favore di una società consortile quale gestore unico d'ambito, che dovrebbe avere una durata pari a 30 anni per un importo di circa 1-1,5 miliardi di euro.

Si osserva preliminarmente che l'attuale gestione del servizio¹, prorogata uniformemente fino al 31 dicembre 2025² dall'Ente d'ambito competente, appare particolarmente frammentata³: escludendo le tre gestioni in economia⁴ e il Comune di Ussita con regime di salvaguardia, il servizio idrico nell'ambito interessato è complessivamente affidato a ben 11 società *in house*. Sono 3 le *holding in house* (SI Marche⁵, Unidra⁶ e CMA⁷) le quali, tuttavia, non si occupano della gestione operativa, che risulta affidata ad altre 8 società (APM⁸, ATAC, ASSM⁹, ASSEM, Valli Varanensi¹⁰, Astea¹¹, Acquambiente Marche¹², SAN).

A partire dal 21 ottobre 2025 i Comuni interessati dall'operazione di costituzione della nuova società consortile hanno trasmesso all'Autorità le delibere consiliari previste dall'articolo 5 del d.lgs. 175/2016 (nel seguito, anche "TUSPP").

Le delibere in esame, concernenti un processo di aggregazione tramite fusioni societarie e aumenti di capitale, oltre all'approvazione dello Statuto societario del gestore unico, delineano un processo di integrazione, concordato con l'Ente d'ambito, caratterizzato dalle seguenti fasi¹³:

a. la creazione di un gestore unitario parziale tramite fusione per incorporazione di Unidra in SI Marche con riduzione del numero di concessionari da tre a due. Con tale operazione parteciperanno al gestore unico sia i Comuni che detengono quote di SI Marche e di Unidra, ma anche le *multiutility* APM, ATAC, ASSM, ASSEM e Valli Varanensi;

¹ Cfr. Delibera AATO 3 n. 6/2003.

² L'Ente d'ambito competente AATO 3 Marche Centro - Assemblea di Ambito Territoriale Ottimale n. 3, con Delibera di Assemblea n. 9/AATO del 30/04/2025 ha approvato "di allineare il termine di scadenza della Convenzione per la gestione del S.I.I. con la società Centro Marche Acque S.r.l. (rep. n. 10/2005 e n. 250/2019), fissato al 30 giugno 2025, al termine di scadenza delle Convenzioni con le altre due società affidatarie, fissato al 31 dicembre 2025, per le ragioni esposte nella parte istruttoria".

³ Tre Comuni gestiscono il servizio in autonomia; il Comune di Ussita beneficia del regime di salvaguardia (art. 147, comma 2-bis del d.lgs. n. 152/2006). In aggiunta, 10 Comuni hanno affidato la gestione alla *in house* S.I. Marche S.c.r.l. (nel seguito, anche "SI Marche"), che tuttavia si avvale a livello operativo di due ulteriori *multiutility* (sempre *in house*): la A.P.M.-Azienda Pluriservizi Macerata S.p.a. (nel seguito, anche "APM") e la ATAC Civitanova S.p.a. (nel seguito, anche "ATAC"). Altri 22 Comuni hanno affidato il servizio alla *in house* Unidra - Unione aziende idriche S.c.r.l. (nel seguito, anche "Unidra"); anche in questo caso, la gestione operativa risulta in capo a ulteriori tre *multiutility* (sempre *in house*): la A.S.S.E.M.-Azienda San Severino Marche S.p.a. (nel seguito, anche "ASSEM"), la A.S.S.M.-Azienda specializzata settore multiservizi S.p.a. (nel seguito, anche "ASSM") e la Valli Varanensi S.r.l. (nel seguito, anche "Valli Varanensi"), che si occupa solo di SII. Ulteriori 12 Comuni hanno affidato il servizio alla *in house* C.M.A. - Centro Marche Acque S.r.l. (nel seguito, anche "CMA") che, tuttavia, lo eroga tramite le società operative (anch'esse *multiutility in house*) Astea S.p.a. (nel seguito, anche "Astea") e Acquambiente Marche S.r.l. (nel seguito, anche "Acquambiente"). Infine, la Società per l'Acquedotto del Nera S.p.a. (nel seguito, anche "SAN"), anch'essa *in house*, svolge captazione e prelevamento per 22 Comuni dell'ATO.

⁴ Gestioni in economia: Comuni di Bolognola, Poggio San Vicino, Sefro.

⁵ SI Marche: Comuni di Macerata, Castelfidardo, Corridonia, Treia, Morrovalle, Pollenza, Montecosaro, Appignano, Civitanova Marche.

⁶ Unidra: Comuni di Tolentino, San Severino Marche, Camerino, Castelraimondo, Visso, Serravalle del Chienti, Fiumata, Pieve Torina, Castelsantangelo sul Nera, Caldarola, Fiastra, Valfornace, Ussita, Serrapetrona, Belforte del Chienti, Pioraco, Muccia, Cassapalombo, Monte Cavallo, Gaglione, Camporotondo di Fiatsrone, Apiro.

⁷ CMA: Comuni di Cingoli, Filottrano, Loreto, Montecassiano, Montefano, Montelupone, Numana, Osimo, Porto Recanati, Potenza Picena, Recanati, Sirolo.

⁸ APM Multiservizi: Comuni di Macerata, Castelfidardo, Corridonia, Treia, Morrovalle, Pollenza, Montecosaro, Appignano.

⁹ ASSM: Comuni di Tolentino, Caldarola, Belforte di Chienti, Serrapetrona, Camporotondo di Fiastrone, Camerino, Cassapalombo, Valfornace, Castelsantangelo sul Nera.

¹⁰ Valli Varanensi: Comuni di Pieve Torina, Filastra, Serravalle di Chienti, Monte Cavallo, Visso, Muccia.

¹¹ Astea: Comuni di Recanati, Montecassiano, Montelupone, Loreto, Porto Recanati, Potenza Picena, Osimo, Montefano.

¹² Acquambiente Marche: Comuni di Cingoli, Filottrano, Numana e Sirolo.

¹³ Per quanto concerne le attuali gestioni in economia, Bolognola, Poggio San Vicino e Sefro confluiranno nella gestione unitaria e Ussita manterrà il regime di salvaguardia (articolo 147, comma 2-bis del d.lgs. n. 152/2006, nel seguito, anche "TUA").

b. a seguito della sottoscrizione dell'aumento di capitale deliberato dalla società risultante dalla fusione tra Unidra e SI Marche, si verificherà il successivo ingresso nel capitale del nuovo gestore da parte di CMA, con apporto della terza concessione;

c. sempre a seguito della sottoscrizione dell'aumento di capitale si procederà al contestuale ingresso nel capitale sociale degli ulteriori due gestori esistenti nell'ambito Acquambiente e SAN e al completamento dell'assetto consortile previsto coerente con la fusione dei due concessionari consortili (SI Marche ed Unidra).

A conclusione delle tre fasi descritte, la nuova società consortile sarà caratterizzata da un modello "dualistico" che, nella prospettiva del futuro affidamento *in house*, garantirà la presenza concomitante in qualità di soci di tutti i Comuni appartenenti all'ambito territoriale, ma anche di tutte le società operative che oggi svolgono il servizio allo scopo "di raggiungere la massima rappresentatività degli stakeholder coinvolti nell'aggregazione".

Secondo quanto riportato nelle delibere consiliari, "[...] solo il sistema dualistico avrebbe consentito una netta separazione tra il ruolo dei comuni in quanto soci e quello dei gestori, realizzando una distinzione tra ruolo operativo gestionale – assegnato ai secondi – e ruolo di controllo – assegnato ai primi"¹⁴. Tale impostazione trova riscontro nello Statuto della nuova società consortile/gestore unico che distingue tra "Soci Enti Locali" e "Soci gestori" (articolo 5 dello schema di Statuto societario).

A tale riguardo, si ricorda che l'Autorità, nel corso del 2024, ha già inviato all'Ente d'Ambito una lettera di monito relativa alle criticità riscontrate nella ricognizione sull'andamento del SII adottata dall'Ente per l'anno 2023, nonché un parere ai sensi dell'articolo 22 della legge n. 287/1990 (AS2039¹⁵). Tale parere, oltre a ricordare gli adempimenti previsti dal d.lgs. n. 201/2022 (in particolare gli obblighi di cui agli articoli 14 e 17) nonché quelli stabiliti per gli affidamenti *in house* (articolo 16 del TUSPP), riscontrava le seguenti criticità rispetto agli affidamenti in essere: la presenza di capitali privati nella società *in house* operativa Astea, nonché dubbi circa il rispetto del requisito dell'attività prevalente per CMA¹⁶. Tuttavia, dalle informazioni successivamente raccolte è emerso che AATO 3 non si è adoperato per superare le osservazioni mosse dall'Autorità, ma ha preannunciato il complesso *iter* di aggregazione societaria descritto.

Pertanto, esaminate le delibere consiliari trasmesse dai Comuni in indirizzo e tenuto conto di quanto rappresentato dall'Ente d'ambito, l'Autorità ha riscontrato le criticità concorrenziali di seguito descritte.

i) *Mancata adozione della ricognizione ex articolo 30 d.lgs. n. 201/2022*

Non è stata predisposta da parte di AATO 3 la relazione sull'andamento della gestione del servizio relativamente al 2024 (articolo 30 del d.lgs. n. 201/2022). Su esplicita richiesta dell'Autorità, l'Ente d'Ambito ha affermato di non essere in grado di riscontrare le numerose osservazioni formulate dall'Autorità e, in ogni caso, che non sono emerse modifiche rispetto alla gestione dell'anno precedente¹⁷.

¹⁴ Ad esempio, Delibera Consiglio Comunale di Pieve Torina, pag. 9.

¹⁵ AS2039 – ATO Marche Centro Macerata 3 – Affidamento del servizio idrico Integrato, in *Bollettino* n. 44/2024.

¹⁶ Astea è partecipata dal Consorzio GPO con quote di capitale detenute dalla società privata IRETI. Come da bilancio consolidato di CMA (2023), il fatturato derivante dall'attività relativa al SII nel 2023 ammonta a circa il 41% del fatturato del gruppo, mentre il restante fatturato si riferisce alle attività di distribuzione energia elettrica (29%), ciclo integrato dei rifiuti (17%), produzione di energia elettrica e termica (6%) e distribuzione del gas (6%).

¹⁷ Nello specifico, nella lettera di monito del febbraio 2024, l'Autorità aveva rilevato:

- la scarsa chiarezza in merito al rispetto dei requisiti previsti per le società *in house* affidatarie del SII;
- la presenza di capitali privati in Astea;
- carenze informative nella relazione sull'andamento della gestione rispetto ai costi del servizio, al valore delle tariffe applicate, al valore complessivo degli affidamenti, al livello di efficienza del servizio;

ii) *Mancata adozione della relazione di affidamento ex articolo 14 d.lgs. n. 201/2022*

I Comuni stanno procedendo alla creazione della società consortile/gestore unico senza che l'AATO 3 abbia adottato la relazione sulla scelta della modalità di gestione (articolo 14, commi 2 e 3, del d.lgs. n. 201/2022). Si ricorda che tale relazione deve analizzare anche la sussistenza dei requisiti previsti dal diritto dell'Unione europea per la forma di gestione prescelta, nel caso di specie l'affidamento *in house*. In aggiunta, la scelta della modalità gestione deve basarsi su un'analisi dei risultati delle precedenti gestioni anche confrontando gli *outcome* attesi da modalità di gestione alternative.

iii) *Carenza della motivazione analitica ex articolo 5 del TUSPP*

Nelle delibere comunali concernenti l'ingresso nel capitale nella nuova società consortile risulta carente la "motivazione analitica"¹⁸ prevista dall'articolo 5 del TUSPP, per la quale gli Enti sostanzialmente rinviando alla preventiva verifica della sostenibilità finanziaria da parte dell'Ente d'ambito. Tuttavia, non essendo stata approvata da parte di AATO 3 la relazione sulla scelta della modalità di gestione (punto *sub ii*)), tale motivazione non risulta neanche riscontrabile *per relationem*;

iv) *Mancata risoluzione delle criticità sui requisiti dell'affidamento in house*

Non è possibile individuare alcun riscontro risolutivo della presenza di capitali privati nella società Astea, nonché del rispetto del requisito dell'attività prevalente per la *holding* CMA¹⁹.

Consultando i bilanci delle diverse società operative (Soci Gestori) presenti nel capitale del futuro gestore unico, è possibile rilevare come, oltre al SII, queste siano complessivamente attive, su diversi territori, in numerosi settori²⁰.

Peraltro, oltre a quanto già evidenziato per CMA/Astea, le società che erogheranno il SII a livello operativo sono per la gran parte *multiutility* che prestano varie tipologie di servizi, tra cui produzione di energia elettrica, distribuzione del gas, distribuzione e vendita del calore. Non risulta chiaro se

- criticità nella gestione operativa del servizio da parte delle società operative Valli Varanensi, ASSEM e ASSM.

¹⁸ Le Delibere consiliari trasmesse dai Comuni forniscono scarse motivazioni generali e non circostanziate ai sensi dell'articolo 5 del TUSPP.

¹⁹ La Delibera del Comune di Recanati, che partecipa a CMA e ad Astea, con riferimento a tali società prevede esclusivamente tale richiamo formale: "[...] dare atto che la società Centro Marche Acque, preliminarmente all'affidamento in house da parte dell'Ente di Ambito, adotterà i necessari provvedimenti finalizzati a far sì che sarà in grado di gestire il servizio idrico integrato direttamente o attraverso soggetto posseduto interamente dalla medesima società Centro Marche Acque".

²⁰ 1) APM Pluriservizi Macerata: SII (Macerata, Castelfidardo, Corridonia, Treia, Morrovalle, Pollenza, Montecosaro, Appignano), TPL (Macerata); Farmacie Comunali (Macerata); Lampade votive (Macerata); Parcheggi (Macerata).

2) ATAC Civitanova (Civitanova Marche): TPL; SII; Distribuzione gas; Illuminazione pubblica; Gestione del calore; Pubblicità su pensiline, ecc; Servizi cimiteriali; Farmacie.

3) ASSEM (San Severino Marche): Distribuzione elettricità; Illuminazione pubblica; Lampade votive cimiteri; Produzione energia elettrica; SII (nel bilancio 2024, pag 11 relazione sulla gestione si parla di proroga al 2027); Distribuzione del gas.

4) ASSM (Tolentino, Caldarola, Belforte di Chienti, Serrapetrona, Camporotondo di Fiastone, Camerino, Cassapalombo, Valfornace, Castelsantangelo sul Nera): Elettricità (produzione-idroelettrico e fotovoltaico); Illuminazione pubblica; Lampade votive; Distribuzione gas; Gestione del calore; SII; TPL; Parcheggi; Piscina comunale; Terme; Altro.

5) Astea: Distribuzione gas naturale; SII; Produzione energia elettrica e termica; Luci perpetue; Distribuzione e vendita di calore a mezzo di reti; Gestione rifiuti.

Astea Controlla diverse società: Nova Energia Srl, Distribuzione Elettrica Adriatica (DEA), Osimo Illumina, ASP Soresina servizi, En Ergon.

La società DEA è attiva in diverse Regioni: Marche, Abruzzo (Ortona, San Vito Chietino, Liguria (Sanremo), Lombardia (Soresina Servizi).

6) Valli Varanensi: Gestisce il SII nei Comuni di Pieve Torina, Filastra, Serravalle di Chienti, Monte Cavallo, Visso, Muccia.

7) Acquambiente (Cingoli, Filottrano, Numana e Sirolo): SII; Distribuzione Gas; Verde Pubblico; Altro.

8) SAN (Appignano, Belforte del Chienti, Caldarola, Civitanova Marche, Corridonia, Macerata, Montecassiano, Montecosaro, Montefano, Montelupone, Morrovalle, Pollenza, Porto Recanati, Potenza Picena, Recanati, San Severino Marche, Tolentino, Treia, Castelfidardo, Loreto, Numana, Osimo): si occupa del SII.

tali attività siano compatibili con il requisito dell'attività prevalente richiesto per gli affidamenti *in house*.

v) *Tempistica eccessivamente lunga per il concreto subentro del nuovo gestore*

Un ulteriore elemento di perplessità concerne le tempistiche relative al concreto subentro del nuovo gestore unico. La scadenza delle concessioni vigenti è stata già allineata al 31 dicembre 2025. Notizie di stampa²¹ e il bilancio della società ASSEM²² danno conto dell'intenzione di prorogare gli attuali Contratti di servizio al 31 dicembre 2027, in considerazione della complessità legate all'operazione di unificazione societaria. A livello generale, si deve osservare che le tempistiche normalmente necessarie per procedere con un affidamento *in house* dovrebbero essere più celeri rispetto a quelle connesse all'espletamento di una più complessa procedura di gara.

Pertanto, è possibile ritenere che le tempistiche previste per la costituzione di un'unica società consortile destinataria dell'affidamento *in house* siano eccessivamente lunghe, potendo rendere necessaria una proroga di ulteriori 2 anni delle attuali concessioni. La complessità dell'operazione di aggregazione societaria sembra erodere uno dei vantaggi tipici degli affidamenti *in house*, ossia la celerità della procedura di affidamento. Le tempistiche concretamente richieste per procedere alla creazione del gestore unico e al relativo affidamento *in house* non appaiono particolarmente dissimili rispetto ai tempi necessari per altre modalità di gestione (gara, società mista).

vi) *Processo di aggregazione delle gestioni meramente formale*

Con specifico riferimento al processo di aggregazione individuato da AATO 3, l'Autorità ritiene opportuno rammentare che il principio dell'unicità della gestione previsto dal d.lgs. n. 152/2006 è finalizzato al superamento della frammentazione della gestione delle risorse idriche, consentendo la razionalizzazione del mercato per una più efficiente fornitura del servizio. Esso è, perciò, sostanzialmente diretto a garantire maggiore concorrenzialità nella fase di scelta del gestore, migliori *performance* ed economie di scala/scopo nella fase gestionale, sempre che la selezione sia improntata a criteri di pubblicità, trasparenza, massima partecipazione e *par condicio*, proprio al fine di garantire l'individuazione dell'operatore maggiormente efficiente (concorrenza *per* il mercato)²³. Nello specifico, la definizione degli ambiti territoriali ottimali e l'affidamento al gestore unico rispondono alla necessità che il SII venga erogato da società in grado di beneficiare, dal punto di vista operativo, di economie di scala e di scopo idonee a generare efficienze a beneficio dei cittadini, attraverso una migliore qualità del servizio (investimenti) e dei ritorni in tariffa (minori costi). Ciò implica che l'unicità gestionale del servizio prevista dalla normativa di riferimento va declinata non solo a livello giuridico ma anche a livello economico-gestionale.

In questa prospettiva, la lettura delle delibere comunali trasmesse all'Autorità, dello Statuto della nuova società consortile ma anche del Piano d'ambito provvisorio (approvato il 30 giugno 2025) rendono evidente che il processo di integrazione societaria attualmente definito da AATO 3 concerne esclusivamente le attuali *holding* SI Marche, Unidra e CMA, mentre le società operative che attualmente erogano il servizio parteciperanno anch'esse al capitale del nuovo gestore unico rappresentando i c.d. "Soci Gestori", controllati dai vari Enti Locali, e continuando a svolgere il proprio servizio nel territorio di rispettiva competenza. Questo è il modello "dualistico" scelto per tale operazione di aggregazione²⁴.

²¹ Watergas.it, "AATO 3 Macerata, accordo per gestione *in house* servizio idrico", del 17 marzo 2025.

²² Cfr. Bilancio d'esercizio al 31/12/2024, Relazione sulla gestione, pag. 11.

²³ Cfr. Segnalazione AS2057 - ATO 3 Messina - Affidamento del servizio idrico integrato, in *Bollettino* n. 6/2025.

²⁴ Al riguardo appare chiaro lo Statuto che, con riferimento ai Soci Gestori, prevede l'obbligo di mettere a disposizione del nuovo gestore la propria struttura, le infrastrutture, i servizi, e il *know-how*, sulla base di appositi atti di regolazione coerenti con il contratto di servizio (art. 6 dello Statuto).

Conseguentemente, se oggi il SII nell'ambito territoriale è erogato da undici società (tre *holding* e otto società operative), il processo di aggregazione comporterà la creazione di un'unica società (aggregando SI Marche, Unidra e CMA) sotto l'indirizzo dei Soci Enti Locali. Tuttavia, il servizio continuerà ad essere erogato dagli otto Soci Gestori: Acquambiente, APM, ASSEM, ASSM, ATAC, CMA/Astea, SAN, Valli Varanensi.

In aggiunta, i bilanci societari (*supra*, nota a piè pagina n. 20) elencano i vari servizi in cui sono attivi i Soci Gestori, ossia le *multiutility in house* che gestiranno il SII nell'ambito. Si evince in modo chiaro che tali società sono attive su territori diversi erogando servizi eterogenei: SII, TPL, farmacie comunali, lampade votive, parcheggi, distribuzione gas, illuminazione pubblica, gestione del calore, pubblicità su pensiline TPL, servizi cimiteriali, distribuzione elettricità, produzione energia elettrica (idroelettrica e fotovoltaico), gestione rifiuti, verde pubblico.

L'integrazione di tali società appare complessa alla luce dei diversi servizi erogati su parti di territorio altrettanto differenti. Ciò implica che, escludendo la possibilità di procedere a complesse scissioni di rami d'azienda – attualmente non previste dalla documentazione disponibile – la gestione operativa del SII manterrà lo stesso grado di frammentazione attualmente presente.

Pertanto, in virtù di quanto illustrato, si può concludere che il processo di integrazione finalizzato alla creazione del gestore unico riguarderà esclusivamente l'integrazione di SI Marche, Unidra e CMA (unicità giuridica). La gestione operativa del SII risulterà comunque frammentata essendo affidata ai Soci Gestori, ossia le attuali *in house* operative (Acquambiente, APM, ASSEM, ASSM, ATAC, CMA/Astea, SAN, Valli Varanensi).

Inoltre, attualmente non risulta prevista una concreta integrazione operativa tra i Soci Gestori che, tra l'altro, appare di difficile realizzazione in quanto si tratta di *multiutility* attive nell'erogazione di servizi eterogenei in Comuni diversi. Ne discende che il processo di creazione del gestore unico non sembra idoneo a generare le auspicabili economie di scale (sinergie di costo) collegate all'unicità economica della gestione nei singoli ambiti ottimali.

vii) Struttura dei costi degli attuali gestori complessivamente incompatibile con gli obiettivi del Piano d'ambito provvisorio

Quanto argomentato trova una conferma fattuale esaminando altresì il Piano d'ambito provvisorio approvato a giugno 2025²⁵ e, in particolare, il PEF-Piano economico finanziario (pag. 37). Allo stato, i costi operativi endogeni (ossia soggetti a possibili efficientamenti gestionali²⁶) degli attuali gestori, che rappresenteranno i Soci Gestori nel futuro affidamento, sono nettamente superiori rispetto ai medesimi costi ammissibili in tariffa dalla regolazione ARERA (MTI-4). In particolare, i costi di natura endogena quantificati e ammessi a copertura tariffaria ammontano complessivamente a 26,27 milioni di euro. Al contrario, la somma dei costi operativi endogeni effettivamente sostenuti dagli attuali gestori, con riferimento all'ultimo bilancio disponibile, risulta significativamente superiore, ossia pari a un totale di circa 33 milioni di euro.

Complessivamente gli attuali gestori hanno dei costi operativi (endogeni) superiori del 26% rispetto a quelli ammissibili. La società meno critiche sono APM e Astea (rispettivamente +15% e +18%) mentre ASSEM (+74%) e ASSM (+40%), entrambe attualmente riconducibili alla *holding* Unidra – che raggruppa il numero più elevato di Comuni (ventisette) – sono quelle maggiormente inefficienti.

²⁵ Delibera Assemblea n. 15/AATO del 30/06/2025 - Approvazione del Piano d'Ambito provvisorio per la gestione del S.I.I. nell'ATO 3 in pendenza della procedura di VAS.

²⁶ I costi operativi endogeni (OPEXend) sono le spese che un'azienda sostiene per le attività ordinarie e che possono essere soggette a cambiamenti sistemici. Si distinguono da quelli "esogeni" (che derivano da fattori esterni) e sono considerati efficientabili e recuperabili nel calcolo delle tariffe, se la gestione è efficiente.

Al riguardo, lo stesso Piano d'ambito precisa: *“La gestione unificata potrà/dovrà beneficiare di maggiore efficienza, funzionalità ed economicità gestionale, derivanti dalla specializzazione del servizio e dall'accentramento delle risorse, oltre che di efficienza tecnico-gestionale di impianti e servizi in applicazione delle best practices, perseguendo con maggior beneficio efficienze riferibili a controlli ed aspetti manutentivi ordinari e straordinari, tali da consentire, nel breve periodo, l'allineamento e/o la riduzione dei costi operativi effettivi rispetto a quelli ammissibili in tariffa”* (pag. 38).

Alla luce di tali informazioni è possibile rilevare che la struttura dei costi (operativi endogeni) degli attuali gestori risulta complessivamente incompatibile con gli obiettivi del Piano d'ambito provvisorio. Anche in considerazione della criticità descritte *sub vi)* non appare allo stato credibile che la gestione unica possa generare efficienze tali da ricondurre all'equilibrio economico-finanziario.

In conclusione, l'Autorità auspica che codesta Assemblea di Ambito e i Comuni in indirizzo tengano in massima considerazione le indicazioni sopra riportate e che gli stessi si adoperino per affrontare in modo risolutivo le diverse criticità illustrate che risultano idonee a impattare sull'attuale gestione del servizio idrico integrato e, in particolare, anche sul futuro affidamento trentennale.

Pertanto, si invitano i Comuni, per il tramite dell'Assemblea di Ambito AATO 3 a cui partecipano, a comunicare, entro il termine di trenta giorni dalla ricezione della presente segnalazione, le iniziative adottate per rimuovere le violazioni della concorrenza sopra esposte.

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

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

PS12942 - DEEPSEEK/INFORMATIVA SU "ALLUCINAZIONI"

Provvedimento n. 31784

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 16 dicembre 2025;

SENTITA la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

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

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

VISTA la comunicazione del 2 aprile 2025, con cui è stato avviato il procedimento istruttorio PS12942 nei confronti delle società Hangzhou DeepSeek Artificial Intelligence Co., Ltd. e Beijing DeepSeek Artificial Intelligence Co., Ltd.;

VISTA la comunicazione con la quale le società Hangzhou DeepSeek Artificial Intelligence Co., Ltd. e Beijing DeepSeek Artificial Intelligence Co., Ltd. hanno presentato impegni ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell'articolo 10 del Regolamento, pervenuta in data 15 settembre 2025 e successivamente integrata in data 22 settembre 2025 e in data 21 novembre 2025;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Hangzhou DeepSeek Artificial Intelligence Co., Ltd. in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lett. b), del Codice del consumo. La società è specializzata nello sviluppo di servizi basati sull'intelligenza artificiale.

2. Beijing DeepSeek Artificial Intelligence Co., Ltd., in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lett. b), del Codice del consumo. La società, controllata da Hangzhou DeepSeek Artificial Intelligence Co., Ltd., è il fornitore tecnico dell'app, offre gli algoritmi di base per il *large language model* e il supporto architetturale complessivo.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

3. Nella comunicazione di avvio del procedimento¹ si contestava a Hangzhou DeepSeek Artificial Intelligence Co., Ltd. e Beijing DeepSeek Artificial Intelligence Co., Ltd. (di seguito, congiuntamente 'DeepSeek') l'insufficiente informativa all'utenza dei propri modelli di IA circa la possibilità che gli stessi incorrano in quelle che in gergo tecnico prendono il nome di "allucinazioni" (situazioni cioè in cui, a fronte di un dato input inserito da un utente, il modello di IA genera uno o più output contenenti informazioni inesatte, fuorvianti o inventate).

¹ Cfr. Prot. 0024223 del 02/04/2025.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

III.1 L'iter del procedimento

4. Sulla base di informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del consumo, in data 2 aprile 2025 è stato avviato nei confronti del Professionista il procedimento istruttorio PS12942, ai sensi degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del consumo. La comunicazione di avvio è stata pubblicata nel Bollettino n. 23/2025 del 16 giugno 2025.
5. In data 27 agosto 2025 DeepSeek ha formulato istanza di accesso agli atti del fascicolo istruttorio² che è stata evasa in data 3 settembre 2025³.
6. Il 16 settembre 2025 DeepSeek è stata sentita in audizione⁴.
7. DeepSeek ha presentato una proposta di impegni il 15 settembre 2025⁵, integrata in data 22 settembre 2025⁶ e 21 novembre 2025⁷, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell'articolo 10 del Regolamento.
8. DeepSeek ha trasmesso una memoria in data 22 settembre 2025 e ha risposto in pari data alla richiesta di informazioni formulata in sede di avvio del procedimento⁸.
9. In data 9 ottobre 2025 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 17, comma 1, del Regolamento⁹.
10. Il 9 ottobre 2025 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del consumo¹⁰, che è pervenuto in data 14 novembre 2025¹¹.

III.2 Gli elementi acquisiti

11. DeepSeek è un'impresa stabilita in Cina che non possiede sedi o stabilimenti altrove¹² e che eroga due servizi di IA rivolti a un'utenza non professionale: la pagina web *DeepSeek Chat* accessibile dal 2 novembre 2023 anche dall'Italia e l'App *DeepSeek* resa disponibile a livello globale dal 15 gennaio 2025 e da DeepSeek volontariamente rimossa dagli *store* italiani dopo il 29 gennaio 2025¹³.
12. DeepSeek offre i propri servizi di IA in forma gratuita e *open-source* e senza ricorrere, in Italia, all'utilizzo di campagne promozionali o altre attività pubblicitarie commerciali diverse e ulteriori dalla mera pubblicazione di notizie sui propri canali ufficiali sulle piattaforme *Twitter (X)*, *Discord* e *LinkedIn*¹⁴.
13. Il professionista ha rappresentato che il fenomeno delle allucinazioni dei modelli di IA rappresenta, a livello mondiale, una sfida oggettiva e ineliminabile per tutti gli operatori del settore,

² Cfr. Prot. 0070041 del 27/08/2025.

³ Cfr. Prot. 0071763 del 03/09/2025.

⁴ Cfr. Prot. 0077197 del 19/09/2025.

⁵ Cfr. Prot. 0075281 del 15/09/2025.

⁶ Cfr. Prot. 0077557 del 22/09/2025.

⁷ Cfr. Prot. 0097754 del 21/11/2025.

⁸ Cfr. Prot. 0077557 del 22/09/2025.

⁹ Cfr. Prot. 0083697 del 09/10/2025.

¹⁰ Cfr. Prot. 0083776 del 09/10/2025.

¹¹ Cfr. Prot. 0095594 del 14/11/2025.

¹² Cfr. Prot. 0077557 del 22/09/2025.

¹³ Cfr. Prot. 0077557 del 22/09/2025.

¹⁴ Cfr. Prot. 0077557 del 22/09/2025.

in quanto nessun *AI provider* ha trovato un metodo per risolvere *in toto* detto fenomeno, che può soltanto essere mitigato¹⁵.

14. In tale ottica, DeepSeek ha affermato di assolvere i propri doveri di diligenza migliorando continuamente la qualità dei dati di addestramento dei propri modelli di IA e di implementare misure tecniche per ridurre il rischio di allucinazioni. In tal senso, riferisce il professionista che per l'addestramento dei suoi modelli vengono utilizzati più dataset (pubblicamente disponibili *online*), anziché un'unica fonte, e viene impiegata la tecnologia c.d. *Retrieval-Augmented Generation* (RAG), che permette ai modelli di IA la consultazione rapida e precisa di fonti informative diversificate nel rispondere alle richieste degli utenti. Tali accorgimenti tecnici avrebbero lo scopo di migliorare l'accuratezza e la ricchezza dei contenuti generati e al contempo ridurre il rischio di allucinazioni¹⁶.

15. DeepSeek ha inoltre sostenuto che prima dell'avvio del procedimento la propria utenza fosse già sufficientemente informata circa le limitazioni dei propri modelli di IA e fosse invitata a prestare attenzione all'accuratezza dei risultati da questi generati. In tal senso, DeepSeek ha richiamato gli avvisi informativi che già mostrava all'utenza, sia sull'interfaccia utente del servizio *DeepSeek Chat* - al di sotto del box per l'input dei *prompt* -, sia all'interno dell'output generato a fronte di *query* relative a tematiche sensibili (e.g., medico, legali o finanziarie). Come riportato anche nell'avvio istruttorio, il primo di tali avvisi reca "*Generated by AI, for reference only*"¹⁷; mentre il secondo reca "*This response is AI generated, for reference only*"¹⁸ all'interno del singolo *output*.

III.3 Gli impegni del Professionista

16. In data 15 settembre 2025 DeepSeek ha presentato una prima proposta di impegni¹⁹, poi integrata in data 22 settembre 2025²⁰ e 21 novembre 2025²¹.

17. Gli impegni consistono in un pacchetto di misure volto a migliorare l'informativa sul rischio di allucinazioni, nonché a mitigarne l'effettiva ricorrenza anche da un punto di vista sostanziale. In dettaglio, il pacchetto di misure presentato da DeepSeek si compone di quattro linee di intervento.

18. In primo luogo, DeepSeek si impegna a inserire un "*banner informativo permanente - in lingua italiana*"²² al di sotto del box presente nella *chat* per l'input dei *prompt* (cioè la finestra di dialogo). Tale banner sarà visibile agli utenti in maniera costante durante l'utilizzo del servizio, e conterrà un messaggio esplicito del seguente tenore: "*Contenuto generato da IA. Verifica sempre l'accuratezza delle risposte, che possono contenere inesattezze*"²³. Detto messaggio permanente apparirà automaticamente in lingua italiana nel caso in cui l'utenza inserisca *input* in italiano; inoltre esso conterrà un hyperlink ai T&C in lingua italiana, attivabile tramite clic sul banner stesso.

19. Inoltre, DeepSeek si impegna a implementare un ulteriore banner informativo permanente in lingua italiana, dal contenuto analogo al precedente, anche nella pagina di *sign-up* (cioè primo accesso al servizio), dove sarà collocato prima del pulsante blu "*Registrati*". Tale *disclaimer* informativo avrà il seguente tenore: "*Iscrivendoti, accetti i Termini di utilizzo e l'Informativa sulla*

¹⁵ Cfr. Prot. 0077557 del 22/09/2025.

¹⁶ Cfr. Prot. 0077557 del 22/09/2025.

¹⁷ Cfr. Prot. 0077557 del 22/09/2025.

¹⁸ Cfr. Prot. 0077557 del 22/09/2025.

¹⁹ Cfr. Prot. 0075281 del 15/09/2025.

²⁰ Cfr. Prot. 0077557 del 22/09/2025.

²¹ Cfr. Prot. 0097754 del 21/11/2025.

²² Cfr. Prot. 0097754 del 21/11/2025.

²³ Cfr. Prot. 0097754 del 21/11/2025.

privacy di DeepSeek. Contenuto generato da IA. Verificare sempre l'accuratezza delle risposte, che possono contenere inesattezze"²⁴, laddove sia i "Termini di utilizzo" che l'"Informativa sulla privacy" saranno cliccabili.

20. In secondo luogo, DeepSeek si impegna a rafforzare l'informativa circa i rischi connessi alle allucinazioni dell'IA mediante l'inserimento di un ulteriore banner informativo in lingua italiana direttamente *in chat*, all'interno delle risposte generate a valle di *query* su tematiche ritenute di particolare sensibilità (es. ambito medico, legale, finanziario), che avrà il seguente tenore: "Questa risposta è generata da IA. Controllarne l'accuratezza". Tale *banner*, che si andrà ad aggiungere ai già descritti *banner* presenti nella pagina di registrazione e sotto il box per l'input dei *prompt*, avrà lo scopo di rafforzare, *ad abundantiam*, l'informazione circa la natura automatica, probabilistica e non definitiva dei contenuti generati, promuovendo un uso consapevole, critico e responsabile del servizio in casi particolarmente delicati. Anche tale *banner*, così come quello presente sotto il box nella finestra di dialogo, apparirà in lingua italiana nel caso in cui l'utenza inserisca *input* in italiano.

21. In terzo luogo, DeepSeek si impegna a tradurre integralmente in lingua italiana le "condizioni generali"/"termini di utilizzo" del servizio ("T&C"), inclusa la parte relativa ai rischi di allucinazione, attualmente disponibili soltanto in lingua inglese. I T&C in lingua italiana saranno in futuro mostrati di *default* ogni qualvolta DeepSeek individui indirizzi IP italiani degli utenti che fruiscono dei suoi servizi e saranno resi raggiungibili tramite collegamenti ipertestuali, presenti sia nella pagina di registrazione/*sign-up* che nel banner permanentemente presente in *chat* sotto il box per l'input dei *prompt* descritto *supra*.

22. Infine, DeepSeek assume anche l'impegno di migliorare i propri modelli di IA, focalizzandosi dettagliatamente sul problema delle allucinazioni, ivi incluse le (i) *search hallucinations*, (ii) *rewriting hallucinations*, (iii) *legal hallucinations* e altresì (iv) *behavioral hallucinations*, al fine di ridurne la quantità.

23. In dettaglio, la riduzione sostanziale delle allucinazioni prodotte dai modelli di IA sarà perseguita da Deepseek tramite una strategia strutturata in tre fasi: (i) fase di *pre-training*, in cui DeepSeek effettuerà un meticoloso filtraggio dei dati utilizzati per addestrare i propri modelli di IA, che porterebbe alla rimozione dei dati di bassa qualità; (ii) fase di *post-training*, durante la quale, attraverso "*coppie di domanda-risposta specializzate*" e processi di "*reinforcement learning*" verranno ridotte le istanze di *output* contenenti allucinazioni; (iii) fase di implementazione, in cui, attraverso l'accesso dei modelli di IA a informazioni esterne in tempo reale e una prioritizzazione delle fonti autorevoli, DeepSeek mira a garantire risposte ancorate a fatti più aggiornati e quindi più accurate e attendibili.

24. Quanto alle modalità di implementazione degli impegni presentati, DeepSeek si impegna a realizzare le misure sopra descritte nell'arco di 90 giorni dal provvedimento di accettazione della proposta di impegni. Gli impegni presentati, inoltre, ove accolti, avrebbero durata illimitata.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

25. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso la rete *internet*, in data 9 ottobre 2025 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCom), ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del consumo²⁵.

²⁴ Cfr. Prot. 0097754 del 21/11/2025.

²⁵ Cfr. Prot. 0083776 del 09/10/2025.

26. Con comunicazione pervenuta in data 14 novembre 2025²⁶, la suddetta Autorità ha trasmesso la propria delibera secondo la quale “*non sussistono i presupposti per esprimere il richiesto parere ai sensi del citato articolo 27, comma 6, del Codice (del consumo)*”, poiché il caso di specie concerne “*una ipotesi di violazione prevista dalla normativa e regolamentazione del settore, ossia dei servizi digitali, in cui è competente questa Autorità*”.

27. In particolare, secondo l’AGCom, spetta a essa, nella propria qualità di Coordinatore dei servizi digitali per l’Italia²⁷, “*vigilare sulle norme del DSA che prevedono in capo ai prestatori di servizi intermediari specifici obblighi in materia di dovere di diligenza per un ambiente online trasparente e sicuro, incluse quelle che, con riferimento al caso di specie, prevedono l’obbligo per i prestatori di servizi intermediari di fornire informazioni da includere nelle condizioni generali di servizio a tutela dei destinatari del servizio stesso, di comunicazione trasparente, il divieto di ingannare o manipolare i destinatari dei loro servizi o da materialmente falsare o compromettere altrimenti la capacità dei destinatari dei loro servizi di prendere decisioni libere e informate*”. Pertanto, l’AGCom “*si riserva, quale autorità competente, ogni iniziativa in merito ad eventuali violazioni del DSA riscontrate alla luce delle evidenze trasmesse da AGCM nel corso del procedimento istruttorio avviato*”.

V. VALUTAZIONI

V.1 Valutazione degli impegni

28. Gli impegni presentati da DeepSeek facilitano, rendono più trasparente, intellegibile e immediata l’informativa sul rischio di allucinazioni.

29. Il banner permanente che DeepSeek si impegna a inserire, in lingua italiana, nella finestra di dialogo (cioè nella *chat* contenente l’input dei *prompt*), costituisce una informativa efficace in ragione di una molteplicità di fattori: (i) contenuto testuale e lingua del *banner* informativo; (ii) evidenza grafica dello stesso (*color coding*, *font* e *font size*); (iii) inserimento nel *banner* di un *hyperlink* ai T&C.

30. Quanto specificamente al contenuto, mentre il *disclaimer* precedente all’avvio del procedimento si limitava genericamente a indicare che le risposte dell’IA dovessero essere utilizzate “*for reference only*” (peraltro in inglese anche laddove le *query* venissero inserite in lingua italiana da un utente con IP italiano), la frase che Deepseek si impegna a inserire contiene un invito più chiaro, immediato e in lingua italiana alla verifica delle risposte dell’IA. L’efficacia comunicativa del nuovo invito, inoltre, appare rafforzata dall’utilizzo dell’avverbio “*sempre*” e dall’espresso riferimento alla possibilità che il modello di IA incorra in “*inesattezze*”.

31. Tale informativa, poi, oltre che essere presente come *banner* permanente a piè di pagina nella finestra di dialogo/*chat*, verrà sistematicamente riproposta all’utenza, nel punto di primo contatto, cioè nella pagina di registrazione/*sign up*.

32. Infine, un analogo *disclaimer*, sempre in lingua italiana, sarà presente all’interno delle risposte generate alle *query* riguardanti tematiche ritenute di particolare sensibilità, quali quelle relative agli ambiti medico, legale e finanziario.

33. L’informativa sulle allucinazioni viene resa poi maggiormente esaustiva dal link che Deepseek si impegna a inserire alle condizioni generali di servizio (T&C) in cui la problematica

²⁶ Cfr. Prot. 0095594 del 14/11/2025.

²⁷ Ex articolo 15, c. 2, D.L. 15 settembre 2023, n. 123, convertito in legge 13 novembre 2023, n. 159 (c.d. Decreto Caivano).

delle allucinazioni è meglio dettagliata: tale link sarà presente nel *banner* posizionato sia nella pagina di registrazione, sia nella interfaccia di dialogo.

34. Infine, detti collegamenti ipertestuali ai T&C appaiono ancor più utili alla luce del fatto che DeepSeek si impegna altresì a garantirne una versione integrale in lingua italiana, che costituirebbe la prima customizzazione nazionale a livello mondiale del sito.

35. Se gli impegni sopra descritti sono già di per sé idonei a far fronte alla contestazione mossa in avvio, *a fortiori* apprezzabile è l'estensione di essi all'adozione di misure volte a fronteggiare *fattivamente* il problema delle allucinazioni: il professionista propone infatti di intraprendere un investimento tecnologico volto a mitigare e ridurre il problema alla radice, benché esso sia allo stato delle conoscenze e dello sviluppo tecnologico dei LLMs non del tutto eliminabile. Con ciò Deepseek si impegna a migliorare *sostanzialmente* il funzionamento intrinseco dei propri modelli di IA per ridurre la quantità di allucinazioni da essi prodotte in media in valore assoluto. Tale impegno assume pertanto sotto l'aspetto tecnologico particolare rilevanza, costituendo una sperimentazione per l'auto-correzione dei modelli di IA.

36. Alla luce di ciò, il complesso di misure proposte appare idoneo ad assicurare che pro-futuro i consumatori siano in grado di scegliere in maniera informata e consapevole se, quando e come utilizzare i servizi IA offerti dal professionista.

V.2 Valutazioni sulla posizione dell'AGCom

37. L'AGCom ha deliberato di non procedere al rilascio del parere richiesto ai sensi dell'articolo 27, comma 6 del Codice del consumo, affermando che si tratterebbe nel caso di specie *“di una ipotesi di violazione prevista dalla normativa e regolamentazione del settore, ossia dei servizi digitali, in cui è competente questa Autorità”*²⁸.

38. Anzitutto, AGCom nel parere presuppone che la condotta oggetto del presente procedimento integrerebbe una ipotesi di violazione del Regolamento UE n. 2022/2065 (c.d. *Digital Service Act* - DSA) ma si limita al proposito a considerare che DeepSeek soddisferebbe *“i criteri che, secondo il considerando 119 dell'AI Act, identificano i sistemi di IA che possono essere qualificati come servizi intermediari”*. Secondo AGCom, infatti, DeepSeek *“realizza, in termini funzionali, l'attività propria di un motore di ricerca fondato sull'Intelligenza Artificiale generativa”*, in quanto esso non si limiterebbe a *“generare testo”*, ma opera come servizio di intermediazione informativa, ossia come portale di accesso al sapere digitale, nel quale il sistema di IA si sostituisce progressivamente all'interfaccia tradizionale del motore di ricerca”. Sulla base di ciò l'AGCom ritiene che l'attività dello stesso *“rientra, pertanto, nel perimetro del Digital Services Act”*. Al proposito si osserva quanto segue.

39. In primo luogo, la qualificazione di DeepSeek come mero *“motore di ricerca”* compiuta dall'AGCom muove dalla constatazione che nella schermata della finestra di dialogo è presente un pulsante per la funzionalità denominata *“search”*.

40. In realtà, la presenza di tale funzionalità in basso a sinistra nelle finestre di dialogo attesta che l'attivazione della medesima è solo *eventuale* e si realizza soltanto quando essa viene *attivamente* selezionata dall'utente, tramite l'apposito *flag* del relativo pulsante. In assenza di tale attivazione, dalla stessa esperienza di utilizzo di Deepseek emerge la non riconducibilità dello stesso alla funzione di *“motore di ricerca”* online.

²⁸ Cfr. Prot. 0095594 del 14/11/2025.

41. A riprova di ciò, DeepSeek, a fronte di una *query* ‘relazionale’²⁹ non offre come *output* risultati tratti da diversi siti internet come farebbe un tradizionale motore di ricerca³⁰, ma risponde offrendo un *output* di testo che ‘empaticamente’ si relaziona con l’utente e non è frutto di ricerca alcuna³¹. Il chatbot basato su LLM ha infatti capacità di *interazione* avanzata. Peraltro, DeepSeek può essere consultato per questioni e/o tematiche che non attengono, né involgono alcuna funzione di *ricerca*, quali, *ex multis* e a titolo meramente esemplificativo, lo svolgimento di problemi matematici, la stesura di poesie, la scrittura e ottimizzazione di linee di codice, la formulazione di giochi/indovinelli, intrattenimento, etc.

42. Inoltre, anche quando la funzione “*search*” venga manualmente attivata dall’utenza, non è detto che DeepSeek operi *sempre* come un motore di ricerca. Ciò, invero, avverrà solo per le *query* che intrinsecamente richiedano una ricerca sul web. Infatti, se la funzione “*search*” viene attivata, ma DeepSeek viene consultato per funzioni diverse dalla ricerca³², lo stesso fornisce il proprio *output* senza svolgere una vera e propria ‘ricerca sul web’, ma semplicemente attingendo alla propria ‘*base-knowledge*’. Il modello, infatti, in via primaria e di *default*, offre un *output* basato *non* sulla consultazione ‘dinamica’ e in tempo reale del web, ma sulla conoscenza ‘statica’ previamente acquisita durante i processi di addestramento, attraverso una rielaborazione mnemonica di una ‘conoscenza’ previamente accumulata.

43. Fermo restando che il parere non contiene alcun riferimento alla verifica di tali elementi per giungere alla equiparazione di DeepSeek a un “motore di ricerca online”, a ciò si deve aggiungere che dalla medesima equiparazione, in ogni caso, non pare poter discendere *sic et simpliciter* l’ulteriore qualificazione di Deepseek quale “*servizio intermediario*”. Infatti, stante la definizione di “*motore di ricerca online*” contenuta nell’art. 3(1)(j) DSA, la qualificazione come “*servizio intermediario*” non ne è conseguenza, ma presupposto, in quanto condizione necessaria, seppur non sufficiente, affinché un servizio possa così essere qualificato.

44. Tuttavia, anche tale condizione non risulta dal parere essere stata oggetto di verifica, non essendo dimostrato che il servizio offerto da DeepSeek, se considerato *self-standing* (i.e., non integrato in altri servizi), possa essere riconducibile ad alcuno dei ‘servizi intermediari’ di cui all’articolo 3(1)(g) DSA (cioè i servizi di: (i) *mere conduit*, (ii) *caching* e (iii) *hosting*).

45. Del resto, anche il considerando 119, Regolamento UE 2024/1689 (c.d. ‘AI Act’), richiamato da AGCom, non afferma che un Large Language Model costituisca *in re ipsa* un “*servizio intermediario*” soggetto al DSA, ma si limita a prevedere che i “*sistemi di IA (...) possono essere forniti come servizi intermediari o parti di essi ai sensi del regolamento (UE) 2022/2065*” (enfasi aggiunta).

46. Infine, in ogni caso, e fermo restando che l’oggetto dell’istruttoria esula dalla normativa del DSA invocata da AGCom, si rammenta che è lo stesso DSA a non pregiudicare l’acquis in materia di tutela dei consumatori (cfr. articolo 2 e considerando 10 DSA) e che l’articolo 27, comma 1-*bis*, del Codice del consumo individua un criterio generale di ripartizione preventiva delle competenze tra AGCM e Autorità di Vigilanza in tutti i settori regolati, assegnando in via esclusiva all’AGCM

²⁹ Ad esempio, inserendo nella finestra di dialogo la domanda “come stai?”.

³⁰ Ad esempio, alla *query* “Ciao, come stai?” il motore di ricerca Google offre una serie di risultati relativi al brano “Ciao come stai” dell’artista Dalida (cfr. verbale di acquisizione del 10/12/2025).

³¹ Deepseek risponde infatti: “Ciao! Grazie per avermelo chiesto. Sto bene, sempre pronto a aiutare e a conversare! Come stai tu? C’è qualcosa in particolare di cui ti piacerebbe parlare o che posso fare per te? ☺” (cfr. verbale di acquisizione del 10/12/2025).

³² Ad esempio, funzione educativa derivante dalla *query* “mi spieghi il teorema di pitagora?” (cfr. verbale di acquisizione del 10/12/2025).

l'enforcement rispetto a tutte le condotte che danno luogo a una pratica commerciale scorretta, comprese quelle che potrebbero al contempo integrare la violazione di una norma di settore. La disciplina consumeristica non trova infatti applicazione *“unicamente quando disposizioni estranee a quest'ultima, disciplinanti aspetti specifici delle pratiche commerciali sleali, impongono ai professionisti, senza alcun margine di manovra, obblighi incompatibili con quelli stabiliti dalla direttiva 2005/29”*³³.

RITENUTO che gli impegni presentati dalle società Hangzhou DeepSeek Artificial Intelligence Co., Ltd. e Beijing DeepSeek Artificial Intelligence Co., Ltd., nei termini sopra esposti, siano idonei a far venir meno i possibili profili di scorrettezza delle pratiche commerciali oggetto di istruttoria;

RITENUTO di disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni nei confronti delle società Hangzhou DeepSeek Artificial Intelligence Co., Ltd. e Beijing DeepSeek Artificial Intelligence Co., Ltd.;

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

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti delle società Hangzhou DeepSeek Artificial Intelligence Co., Ltd. e Beijing DeepSeek Artificial Intelligence Co., Ltd., ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell'articolo 10, comma 2, lett. a), del Regolamento, gli impegni proposti (pervenuti in data 15 settembre 2025 e integrati in data 22 settembre 2025 e 21 novembre 2025), allegati al presente provvedimento, che ne costituiscono parte integrante;

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

c) che le società Hangzhou DeepSeek Artificial Intelligence Co., Ltd. e Beijing DeepSeek Artificial Intelligence Co., Ltd., entro 120 giorni dalla data di notifica della presente delibera, informino l'Autorità dell'avvenuta attuazione degli impegni;

Ai sensi dell'articolo 10, comma 3, del Regolamento, il procedimento potrà essere riaperto d'ufficio, laddove:

a) i Professionisti non diano attuazione agli impegni;

b) si modifichi la situazione di fatto rispetto ad uno o più elementi su cui si fonda la decisione;

c) la decisione di accettazione di impegni si fondi su informazioni trasmesse dalle Parti che siano incomplete, inesatte o fuorvianti.

Ai sensi dell'articolo 27, comma 12, del Codice del consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 10.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

³³ Corte di Giustizia UE, 13 settembre 2018, cause riunite C-54/17 e C-55/17. Tale principio ha trovato ampia conferma anche nella giurisprudenza amministrativa nazionale, cfr. Consiglio di Stato, 1° ottobre 2021, n. 6596; Consiglio di Stato, 27 dicembre 2021, n. 8620; Consiglio di Stato, 27 febbraio 2023, n. 1953.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Guido Stazi

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

PS12704 - POLTRONESOFÀ-APPLICAZIONE SCONTI

Provvedimento n. 31788

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 16 dicembre 2025;

SENTITA la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

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

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

VISTA la comunicazione del 28 gennaio 2025, con la quale è stato avviato il procedimento PS12704 nei confronti della società Poltronesofà S.p.A.;

VISTO il proprio provvedimento del 28 gennaio 2025, con il quale è stato disposto l'accertamento ispettivo, ai sensi dell'articolo 27, commi 2 e 3, del Codice del consumo, presso la sede della società Poltronesofà S.p.A.;

VISTA la propria decisione del 6 maggio 2025, con la quale, ai sensi dell'articolo 8, comma 4, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento al 24 ottobre 2025, a seguito della presentazione da parte della società Poltronesofà S.p.A. di una proposta di impegni;

VISTA la comunicazione del 24 giugno 2025, con la quale è stato esteso il procedimento PS12704 in riferimento alla indicazione dei prezzi pubblicizzati durante le campagne promozionali diffuse dalla società Poltronesofà S.p.A. già a partire da gennaio 2023;

VISTA la propria decisione del 25 giugno 2025, con la quale, ai sensi dell'articolo 8, comma 4, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento al 23 dicembre 2025, a seguito della estensione oggettiva del procedimento avvenuta in data 24 giugno 2025;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. La società Poltronesofà S.p.A. (C.F. 03613140403; di seguito, anche "Professionista", "Società" o "Poltronesofà"), in qualità di Professionista ai sensi dell'articolo 18, lettera b), del Codice del consumo è attiva nel commercio al dettaglio di divani, poltrone e complementi di arredo, sia in Italia che all'estero. Il fatturato realizzato dalla società Poltronesofà S.p.A., nell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2024, è stato pari a 539.064.835 euro, con un MOL di 77.038.409 euro e un utile di esercizio, al netto delle imposte, pari a 45.813.900 euro¹.

2. Altroconsumo, associazione di consumatori, in qualità di partecipante.

II. LA PRATICA COMMERCIALE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

3. Il procedimento concerne la pratica commerciale posta in essere dalla società Poltronesofà S.p.A. consistente nella indicazione, ingannevole e omissiva, di una asserita convenienza del prezzo

¹ Cfr. bilancio estratto dalla banca dati Telemaco.

praticato per i divani appartenenti alla “*Collezione Promo*”, pubblicizzato durante le campagne promozionali diffuse attraverso TV, radio, *social media* e *internet*.

4. Più nel dettaglio, Poltronesofà, a partire almeno dall’inizio di gennaio 2023, ha enfatizzato - attraverso campagne pubblicitarie per promuovere la vendita promozionale di divani appartenenti alla “*Collezione Promo*” - l’esistenza di un rilevante “sconto” rispetto a un prezzo assai superiore, indicato come “barrato”. In realtà, avuto riguardo anche alla frequenza della diffusione delle citate campagne, l’istruttoria ha dimostrato l’insussistenza della convenienza (enfaticizzata ingannevolmente) del prezzo pubblicizzato con i messaggi promozionali, considerato che i prodotti di tale collezione si caratterizzano di per sé per essere strategicamente destinati alla commercializzazione “*per un periodo più breve*”² e alla vendita, principalmente, “*a prezzi promozionali*”³.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L’iter del procedimento*

5. Sulla base delle informazioni acquisite ai fini dell’applicazione del Codice del consumo nonché sulla base di diverse segnalazioni pervenute da singoli consumatori⁴ e dall’associazione Altroconsumo⁵, in data 28 gennaio 2025, è stato avviato nei confronti di Poltronesofà un procedimento istruttorio, per accertare se la condotta commerciale posta in essere dal Professionista possa costituire una violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del consumo⁶.

6. In data 6 febbraio 2025, è stato svolto l’accertamento ispettivo presso la sede legale della Società⁷.

7. In data 24 febbraio 2025⁸, Poltronesofà ha presentato istanza di accesso agli atti, la quale è stata accolta in data 25 febbraio 2025⁹.

8. In data 14 marzo 2025¹⁰, la Società ha presentato istanza di proroga del termine per la presentazione di una proposta di impegni che è stata accolta con comunicazione del 19 marzo 2025¹¹.

9. In data 21 marzo 2025¹², è pervenuta un’istanza di partecipazione al procedimento da parte dell’associazione di consumatori Altroconsumo che è stata accolta con comunicazione del 9 aprile 2025¹³ dandone, altresì, informativa al Professionista¹⁴.

² Cfr. doc. n. 8 del fascicolo istruttorio.

³ Cfr. doc. n. 102 del fascicolo istruttorio.

⁴ Cfr. docc. nn. 1, 7, 9, 12, 15, 16, 35, 113 e 133 del fascicolo istruttorio

⁵ Cfr. doc. n. 73 del fascicolo istruttorio.

⁶ Cfr. doc. n. 50 del fascicolo istruttorio.

⁷ Cfr. doc. nn. 54 e 55 del fascicolo istruttorio.

⁸ Cfr. doc. n. 60 del fascicolo istruttorio.

⁹ Cfr. doc. n. 62, 63 e 64 del fascicolo istruttorio.

¹⁰ Cfr. doc. n. 70 del fascicolo istruttorio.

¹¹ Cfr. doc. n. 72 del fascicolo istruttorio.

¹² Cfr. doc. n. 73 del fascicolo istruttorio.

¹³ Cfr. doc. n. 78 del fascicolo istruttorio.

¹⁴ Cfr. doc. n. 79 del fascicolo istruttorio.

- 10.** In data 28 marzo 2025¹⁵, la Società ha dato riscontro alla richiesta di informazioni formulata in sede di avvio del procedimento e ha presentato una prima memoria difensiva¹⁶.
- 11.** In data 3 aprile 2025¹⁷, facendo seguito al riscontro alla richiesta di informazioni del 28 marzo 2025, è stata formulata alla Società una ulteriore richiesta di informazioni che il Professionista ha riscontrato il 16 maggio 2025¹⁸.
- 12.** In data 16 aprile 2025¹⁹, la Società ha presentato una proposta di impegni unitamente a una istanza di audizione.
- 13.** In data 6 maggio 2025²⁰ ai sensi dell'articolo 8, comma 4, del Regolamento è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, al fine di valutare la proposta di impegni presentata dalla Società in data 16 aprile 2025.
- 14.** In data 4 giugno 2025, in accoglimento dell'istanza depositata, si è svolta l'audizione di Poltronesofà, il cui verbale è stato trasmesso in data 10 giugno 2025²¹.
- 15.** In data 24 giugno 2025²², è stata trasmessa la comunicazione di integrazione oggettiva del procedimento nei confronti della società Poltronesofà S.p.A. con la quale, sulla base delle evidenze agli atti, l'oggetto dell'istruttoria è stato esteso alla scorretta determinazione/indicazione dei prezzi pubblicizzati dal Professionista durante le campagne pubblicitarie promozionali riguardanti la "*Collezione Promo*", diffuse a partire dal 1° gennaio 2023.
- 16.** In data 25 giugno 2025²³, ai sensi dell'articolo 8, comma 4, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, in considerazione della integrazione oggettiva del procedimento comunicata alla Società in data 24 giugno 2025.
- 17.** In data 26 giugno 2025²⁴, è stato comunicato al Professionista il rigetto della proposta di impegni.
- 18.** In data 15 luglio 2025²⁵, il Poltronesofà ha depositato una memoria difensiva in merito all'estensione oggettiva.
- 19.** In data 24 luglio 2025²⁶, la Società ha presentato istanza di accesso agli atti che è stata accolta in data 1° agosto 2025²⁷.
- 20.** In data 31 luglio 2025²⁸, è stata comunicata alle Parti la conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'articolo 17, comma 1 del Regolamento, attraverso la comunicazione di contestazione degli addebiti.

¹⁵ Cfr. doc. n. 76 del fascicolo istruttorio.

¹⁶ Cfr. doc. n. 75 del fascicolo istruttorio.

¹⁷ Cfr. doc. n. 77 del fascicolo istruttorio.

¹⁸ Cfr. doc. n. 97 del fascicolo istruttorio.

¹⁹ Cfr. doc. n. 85 del fascicolo istruttorio.

²⁰ Cfr. docc. nn. 92 e 93 del fascicolo istruttorio.

²¹ Cfr. doc. n. 102 del fascicolo istruttorio.

²² Cfr. doc. n. 103 del fascicolo istruttorio.

²³ Cfr. doc. n. 105 del fascicolo istruttorio.

²⁴ Cfr. doc. n. 106 del fascicolo istruttorio.

²⁵ Cfr. doc. n. 109 del fascicolo istruttorio.

²⁶ Cfr. doc. n. 111 del fascicolo istruttorio.

²⁷ Cfr. docc. nn. 116, 117, 118, 119, 120 e 121 del fascicolo istruttorio.

²⁸ Cfr. docc. nn. 114 e 115 del fascicolo istruttorio.

21. In data 19 agosto 2025²⁹, il Professionista ha depositato un'istanza di proroga del termine per la presentazione delle controdeduzioni in replica alla comunicazione di contestazione degli addebiti che è stata accolta dall'Autorità in data 3 settembre 2025³⁰, estendendo il relativo termine al 3 ottobre 2025.

22. In data 3 ottobre 2025³¹, il Professionista ha depositato le controdeduzioni scritte, rivolte al Collegio.

23. In data 8 ottobre 2025³², è stato richiesto il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 17, comma 2, del Regolamento, che è pervenuto in data 5 novembre 2025³³.

2) Le evidenze acquisite

24. Sulla base degli elementi fattuali e documentali acquisiti al fascicolo istruttorio, tra cui quelli rinvenuti nel corso dell'accertamento ispettivo nonché nel corso dell'attività preistruttoria, la società Poltronesofà S.p.A. risulta aver posto in essere una pratica commerciale scorretta consistente nell'ingannevole e omissiva rappresentazione di una asserita convenienza dei prezzi praticati per i divani appartenenti alla "Collezione Promo", pubblicizzati per mezzo di insistenti e continuative campagne promozionali diffuse, almeno a partire da gennaio 2023, attraverso TV, radio, social media e internet, in violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del consumo.

25. In primo luogo, nel corso dell'accertamento ispettivo, il sig. [omissis]*, Presidente del Consiglio di Amministrazione della Società (di seguito anche "Presidente"), ha dichiarato che Poltronesofà "produce una collezione fissa/di base (c.d. «collezione Poltronesofà») venduta a prezzo pieno [e] soggetta a promozioni solo occasionalmente" e che "a tale collezione si affianca la produzione di divani in promozione, solitamente 3-5 modelli per ogni campagna promozionale, realizzati specificamente per la vendita in sconto. Tali divani sono prodotti dagli stessi fornitori che realizzano la collezione base, ma si caratterizzano per una maggiore [omissis]" (sottolineatura aggiunta)³⁴. Sempre il sig. [omissis] ha aggiunto che "al fine di determinare il prezzo dei divani in promozione, partendo dal prezzo di costo, viene definito il prezzo pieno come se il prodotto rientrasse nella collezione base, applicando il margine di guadagno ordinario" e che "l'utilizzo di tali campagne promozionali, anche se comportano (in percentuale) la [omissis] sul singolo prodotto venduto rispetto agli altri, [omissis]" (sottolineatura aggiunta)³⁵.

26. In particolare, per quanto riguarda la "Collezione Promo", il rappresentante della Società ha dichiarato che "le promozioni sono continue, anche se di durata variabile (minimo 1 settimana e massimo 1 mese) e sono identificate in base alle settimane" e che "[i] prodotti destinati alla promozione (cosiddetti «promozionali») [...] vengono venduti a prezzo pieno solo 1 mese prima dell'inizio della promozione o 1 mese dopo la sua conclusione, proprio perché devono rientrare nelle campagne promozionali"³⁶.

²⁹ Cfr. doc. n. 123 del fascicolo istruttorio.

³⁰ Cfr. doc. n. 124 del fascicolo istruttorio.

³¹ Cfr. doc. n. 128 del fascicolo istruttorio.

³² Cfr. docc. nn. 129 e 130 del fascicolo istruttorio.

³³ Cfr. doc. n. 134 del fascicolo istruttorio.

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

³⁴ Cfr. doc. n. 55 del fascicolo istruttorio, verbale di accertamento ispettivo del 6 febbraio 2025.

³⁵ Cfr. *ibidem*.

³⁶ Cfr. *ibidem*.

27. Ciò che è emerso in sede ispettiva e confermato dalla Società, è che Poltronesofà realizza una “Collezione Promo”, costituita solitamente da 3-5 modelli di divani (*“realizzati specificamente per la vendita in sconto”*³⁷) per ogni campagna promozionale. I predetti modelli di divani della “Collezione Promo” hanno una “vita commerciale” limitata in quanto sono *“commercializzati per un periodo più breve [rispetto ai divani della “Collezione Poltronesofà” che sono “messi in produzione per un periodo non inferiore a [2 - 10] mesi”]*³⁸, sono ideati e realizzati, già *ab origine*, specificamente per le campagne promozionali e per essere *“venduti a prezzi più aggressivi, venduti a prezzi promozionali”*³⁹.

28. Inoltre, come pacificamente ammesso dalla Società, le campagne promozionali dei divani della “Collezione Promo” sono *“continue”* (*“le promozioni sono continue anche se di durata variabile (minimo 1 settimana-massimo 1 mese) e sono identificate in base alle settimane”*⁴⁰), in quanto strutturate sulla quasi totalità delle settimane dell’anno, e di durata variabile (minimo 1 settimana e massimo 1 mese), e riguardano modelli di divani sempre diversi (secondo le informazioni fornite dal Professionista⁴¹, nel periodo 1° gennaio 2023 al 16 febbraio 2025, n. [100 - 200] modelli di divani della “Collezione Promo” sono stati oggetto di promozioni basate su un prezzo “pieno” barrato, sul quale lo sconto era calcolato). Tali campagne promozionali, come confermato dal Presidente, *“[omissis]”*⁴².

29. Quanto al prezzo dei divani appartenenti alla “Collezione Promo”, dalla consultazione dei listini, acquisiti in sede ispettiva presso la Responsabile dei rapporti con i fornitori e i terzisti (la quale *“supporta altresì le funzioni aziendali nella definizione dei prezzi scontati”*, come indicato dallo stesso Professionista⁴³), emerge come il Professionista determini il prezzo di vendita (*i.e.* “PV” quale prezzo che verrà pubblicizzato al consumatore come già scontato) a partire dal prezzo di costo (*i.e.* “Totale costi”) al quale è aggiunto il margine (*i.e.* “margine” o “MG”), di volta in volta, ritenuto opportuno⁴⁴ (cfr. figura n. 1).

Figura n. 1 [omissis]⁴⁵.

30. Dalla tabella riportata nella figura n. 1, estratta dai listini dei divani promozionali acquisiti in ispezione, emerge testualmente che il prezzo di vendita del divano - che in sede pubblicitaria viene poi indicato come il prezzo ribassato/scontato rispetto a un più elevato prezzo “pieno”, barrato - risulta già comprensivo di un margine di guadagno (mediamente pari al [20-60] %, ultima colonna a destra della tabella) stabilito dal Professionista.

31. Dai listini dei divani promozionali acquisiti in ispezione risulta completamente assente ogni riferimento al più elevato prezzo “pieno” o “di listino” che, nelle campagne pubblicitarie, è rappresentato come barrato e sul quale viene applicata la percentuale di sconto⁴⁶.

³⁷ Cfr. *ibidem*.

³⁸ Cfr. doc. n. 8 del fascicolo istruttorio.

³⁹ Cfr. doc. n. 102 del fascicolo istruttorio.

⁴⁰ Cfr. doc. n. 55 del fascicolo istruttorio, verbale di accertamento ispettivo del 6 febbraio 2025.

⁴¹ Cfr. doc. n. 97 del fascicolo istruttorio, All. n. 1.

⁴² Cfr. doc. n. 55 del fascicolo istruttorio, verbale di accertamento ispettivo del 6 febbraio 2025.

⁴³ Cfr. doc. n. 128 del fascicolo istruttorio, pag.13.

⁴⁴ Cfr. docc. nn. da 289 a 302, 305 e 306 del fascicolo ispettivo.

⁴⁵ [omissis].

⁴⁶ Cfr. docc. nn. da 289 a 302, 305 e 306 del fascicolo ispettivo.

32. Quanto sopra indicato, si riscontra anche nei listini riferiti alle campagne promozionali denominate “*Black Venerdì*”, “*Doppi saldi, doppi risparmi*” e “*Affari d’oro*” diffuse a novembre 2024 e a gennaio 2025⁴⁷.

33. In particolare, dall’analisi del listino della campagna promozionale “*Black Venerdì*” (cfr. figura n. 2) emerge che il Professionista, in riferimento a quattro modelli di divani (i.e.: “Fiumetto”; “Polesine”; “Roncatello” e “Limbelli”), ne ha individuato il prezzo di vendita (“PV”, seconda colonna da destra) - che nella pubblicità figura come scontato/ribassato (cfr. figura n. 3) - calcolando un congruo margine (“MG”, prima colonna da destra), compreso tra il [10 - 60] %, rispetto al costo (“Totale Costi”, terza colonna da destra). Anche in questo caso, non è presente alcun riferimento al prezzo “pieno” o “di listino” (diversamente da quanto poi indicato nelle pubblicità in cui quest’ultimo prezzo è indicato come barrato; cfr. figura n. 3).

Figura n. 2 -⁴⁸ [omissis].

34. Proprio in riferimento a detta campagna promozionale “*Black Venerdì*”, il Professionista ha pubblicizzato uno sconto/ribasso del 60% - calcolato sul più elevato prezzo “pieno” - per i quattro divani in promozione. Come emerge dalla figura n. 3, i prezzi di vendita pubblicizzati dei quattro divani della promozione “*Black Venerdì*” - sui quali il Professionista ha già applicato un margine di guadagno - risultano essere gli stessi indicati nel listino preso in ispezione (cfr. figura n. 2). Nella pubblicità (cfr. figura n. 3) viene però indicato un più elevato prezzo “pieno” (barrato) sul quale il Professionista di fatto struttura la campagna promozionale pubblicizzando uno sconto del 60%.

Figura n. 3 - Campagna pubblicitaria promozionale diffusa dal 21 novembre 2024 denominata “Black Venerdì” [omissis]⁴⁹.

35. Si rappresenta, inoltre, che rispondendo a una richiesta di informazioni⁵⁰, il Professionista ha comunicato che, con riferimento alla campagna pubblicitaria promozionale “*Black Venerdì*” (cfr. figura 3), sono stati venduti:

- n. [200 - 400] divani “Fiumetto” in sconto (a 799€) e nessuno a prezzo “pieno” che risultava “barrato” (pari a 1.998€);
- n. [300 - 600] divani “Limbelli” in sconto (a 649€) e nessuno a prezzo “pieno” che risultava “barrato” (pari a 1.623€);
- n. [200 - 400] divani “Polesine” in sconto (a 599€) e nessuno a prezzo “pieno” che risultava “barrato” (pari a 1.498€);
- n. [300 - 600] divani “Roncatello” in sconto (a 998€) e nessuno a prezzo “pieno” che risultava “barrato” (pari a 2.495€).

36. Analogamente, dall’analisi del listino acquisito in ispezione, relativo ai divani promozionali di gennaio 2025 (cfr. figura n. 4) emerge che il Professionista, in riferimento ad alcuni divani (i.e.: “Dordone”; “Fiumicino”; “Villavara”; “Zappolino”; “Bonaghino”; “Cusignano”; “Venturina” e “Pianezzo”), ha individuato il prezzo di vendita (“PV”, seconda colonna da destra) dei predetti divani calcolando un congruo margine (“MG”, prima colonna da destra), compreso tra il [10 - 60]

⁴⁷ Cfr. docc. nn. 273 e 274 del fascicolo ispettivo.

⁴⁸ [omissis].

⁴⁹ [omissis].

⁵⁰ Cfr. doc. n. 76 del fascicolo istruttorio.

%, rispetto al prezzo di costo “Totale Costi”. Anche in questo caso, non è presente alcun riferimento a un più elevato prezzo “pieno”.

Figura n. 4 [omissis]⁵¹.

37. Con riferimento ad alcuni dei divani promozionali indicati nella tabella n. 4, il Professionista, nel mese di gennaio 2025, ha poi realizzato due campagne promozionali (denominate “*DOPPI SALDI, DOPPI RISPARMI*” e “*AFFARI D’ORO*”).

38. In particolare, nella campagna promozionale “*DOPPI SALDI, DOPPI RISPARMI*”, il Professionista ha pubblicizzato un doppio sconto - calcolato su due prezzi più elevati (barrati) - del 50%, più un ulteriore 20%, su quattro divani in promozione (*i.e.*: “Dordone”; “Cusignano”; “Fiumicino” e “Venturina”). Per tali divani, i prezzi di vendita scontati/ribassati pubblicizzati (cfr. figura n. 5) - sui quali il Professionista, come visto, ha già applicato un margine di guadagno - risultano essere gli stessi indicati nel listino acquisito in ispezione di cui alla figura n. 4. In aggiunta a ciò, per ciascun divano, nella pubblicità compaiono due prezzi “pieni” più elevati (barrati) sui quali il Professionista struttura la campagna promozionale pubblicizzando un “doppio sconto” del 50% più un ulteriore 20%. Anche in questo caso, detti prezzi “pieni” non figurano affatto nel listino acquisito in ispezione di cui alla figura n. 4.

⁵¹ [omissis].

Figura n. 5 - Campagna pubblicitaria promozionale diffusa dal 6 gennaio 2025 denominata “Doppi saldi, doppi risparmi”⁵²

Promozioni

1. Divano Dordone

L'innata **eleganza** di Dordone è dovuta all'assenza del superfluo. I **braccioli arrotondati** sdrammatizzano la quadratura dei cuscini e gli **alti piedini in legno** lo rendono ancora più leggero. La sua ampiezza è sinonimo di **comfort**.

DOPPI SALDI

~~€1.248~~ **-50%**

~~€624~~ **-20%**

€499

Scopri il modello

in tessuto Lilium Blu Notte

Vieni in negozio

2. Divano Cusignano

Cusignano si adatta a qualsiasi situazione. Bello e comodo di giorno, di notte si trasforma in un **vero letto** in pochi secondi per cospirare parenti e amici anche per periodi prolungati, senza rinunciare alla **praticità**. Non solo: veloce e facile da usare, permette di **risparmiare** tantissimo spazio.

DOPPI SALDI

~~€1.748~~ **-50%**

~~€874~~ **-20%**

€699

Scopri il modello

in tessuto Fiorancio Sabbia

Vieni in negozio

3. Divano Fiumicino

Fiumicino è un divano che si fa in tre. La sua composizione a taglio netto verticale crea una **triplice** e distinta zona di riposo che si sviluppa ogni volta in modo diverso: con **penisola** per una **posizione distesa**, con seduta classica per un comfort morbido e **funge** con **movimento relax elettrico** per trovare la propria inclinazione al **riposo**.

DOPPI SALDI

~~€1.024~~ **-50%**

~~€512~~ **-20%**

€849

Scopri il modello

in tessuto Camomilla Grigio Fendia

Vieni in negozio

4. Divano Venturina

Morbidissimo, avvolgente, in **vera pelle**: questo è ciò che Venturina mostra in una semplice fotografia. Quello che non si vede è l'infinita comodità dei suoi due **movimenti relax elettrici** che sollevano le gambe fino al livello di **comodità** desiderato. I suoi braccioli segmentati diventano un'ottima base di appoggio per il capo.

DOPPI SALDI

~~€2.498~~ **-50%**

~~€1.249~~ **-20%**

€999

Scopri il modello

in pelle Genesia Cacao

Vieni in negozio

Poltrona Celletta a 199€

Elegante, classica, morbidissima. La poltrona **Celletta** coniuga alla perfezione il **design** e la **comodità**: le sue linee tondeggianti e gli alti piedini in legno fanno da contrappeso alla **moderna struttura** monoblocco priva di cuscino seduta studiata per esaltarne il **comfort**.

PREZZO SPECIALE SALDI

€199

Scopri il modello

in tessuto Saffia Antracite

Vieni in negozio

⁵² Cfr. doc. n. 47 del fascicolo istruttorio.

39. Quanto al numero dei divani venduti, il Professionista ha comunicato⁵³ che per la campagna pubblicitaria promozionale “*DOPPI SALDI, DOPPI RISPARMI*” (cfr. figura n. 5), sono stati venduti:

- n. [200 - 400] divani “Dordone” in sconto (a 499€) e nessuno a prezzo pieno che risultava “barrato” (pari a a 1.248€ o 624€);
- n. [200 - 400] divani “Cusignano” in sconto (a 699€) e nessuno a prezzo pieno che risultava “barrato” (pari a 1.748€ o 874€);
- n. [400 - 600] divani “Fiumicino” in sconto (a 849€) e nessuno a prezzo pieno che risultava “barrato” (pari a 2.124€ o 1.062€);
- n. [400 - 600] divani “Venturina” in sconto (a 999€) e nessuno a prezzo pieno che risultava “barrato” (pari a 2.498€ o 1.249€).

40. Evidenze documentali del tutto identiche risultano per la campagna promozionale “*AFFARI D’ORO*”, anch’essa del gennaio 2025, per la quale il Professionista ha pubblicizzato uno sconto del 60% , calcolato su un più elevato prezzo “pieno” e barrato, per quattro divani in promozione (*i.e.*: “Zappolino”; “Pianezzo”; “Villavara” e “Bonaghino”). Per tali divani i prezzi di vendita scontati/ribassati pubblicizzati (cfr. figura n. 6) - sui quali il Professionista ha già applicato un margine di guadagno - risultano essere gli stessi indicati nel listino acquisito in ispezione di cui alla figura n. 4. In aggiunta a ciò, per ciascun divano, nella pubblicità compare un prezzo “pieno” più elevato (barrato) sul quale il Professionista struttura la campagna promozionale pubblicizzando uno sconto del 60%. Anche in questo caso, detti prezzi “pieni” non figurano affatto nel listino acquisito in ispezione di cui alla figura n. 4.

⁵³ Cfr. doc. n. 76 del fascicolo istruttorio.

Figura n. 6 - Campagna pubblicitaria promozionale diffusa dal 20 gennaio 2025 denominata “AFFARI D’ORO”⁵⁴

Promozioni

DA OGGI SI FANNO AFFARI D'ORO:
SCOPRI GLI SCONTI DEL 60%
SUI MODELLI DELLA COLLEZIONE PREZIOSA!

E IN PIÙ LA POLTRONA AIOLA È A UN PREZZO IMPERDIBILE!


1. Zappolino

Zappolino è un divano che mantiene le promesse. Basta guardarlo per capirne tutta la morbidezza e la comodità. Realizzato in **vera pelle**, conciata ad arte dai nostri Maestri, è come una carezza al primo tocco. La **sofficità** dei suoi cuscini seduti, degli schienali e dei poggiatesta è un invito a sedersi ... e a non alzarsi più.

-60%
~~€1.499~~ **€599**

Scopri il modello
*In pelle Genia Blu Scuro

VIENI IN NEGOZIO




2. Pianezzo

Pianezzo ha un solo obiettivo: regalare meravigliosi momenti di relax e di socialità con le persone che ami di più. La sua comodissima **penisola**, ideale per allungare le gambe, non è l'unico motivo per sceglierlo: i **poggiatesta** sono **regolabili** in più posizioni e i suoi braccioli sagomati possono diventare un'inviolabile base d'appoggio per il capo.

-60%
~~€1.748~~ **€699**

Scopri il modello
*In tessuto Cala Arancione Bruciato

VIENI IN NEGOZIO




3. Villavara

Per i cultori del **comfort** su misura: **due movimenti relax elettrici**, tramite comodo pultante, sollevano le gambe per raggiungere il proprio, personalissimo, livello di **comodità** ideale. Morbido e avvolgente, Villavara è un divano sul quale abbandonarsi per lunghi pomeriggi di assoluto riposo.

-60%
~~€1.998~~ **€799**

Scopri il modello
*In tessuto Cala Bordeaux

VIENI IN NEGOZIO




4. Bonaghino

Bonaghino è un divano intelligente, dotato di uno dei congegni più complessi tra quelli ideati dai nostri Maestri. Grazie a un meccanismo chiamato **"a compasso"**, gli schienali di seduta possono essere spinti all'indietro, per fruire di una seduta più profonda e allungare le gambe a piacere. Così facendo, le **chaise longue** diventano praticamente tre. Un bel modo di reinventare gli spazi!

-60%
~~€3.226~~ **€1.290**

Scopri il modello
*In tessuto Scia Ghiaccio

VIENI IN NEGOZIO




Aiola

Aiola è una poltrona elegante, moderna, comodissima: il suo **movimento relax elettrico** e l'alto schienale imbottito sono appositamente studiati per garantire il massimo del **comfort**.

-84%
~~€769~~ **€349**

Scopri il modello
*In tessuto Alzetta Verde Bottiglia

VIENI IN NEGOZIO



41. Quanto al numero dei divani venduti, il Professionista ha comunicato⁵⁵ che, con riferimento alla campagna pubblicitaria promozionale “*AFFARI D’ORO*” (cfr. figura n. 6), sono stati venduti:

- n. [200 - 400] divani “Zappolino” in sconto (a 599€) e nessuno a prezzo pieno che risultava “barrato” (pari a 1.498€);
- n. [200 - 400] divani “Pianezzo” in sconto (a 699€) e nessuno a prezzo pieno che risultava “barrato” (pari a 1.748€);
- n. [300 - 600] divani “Villavara” in sconto (a 799€) e nessuno a prezzo pieno che risultava “barrato” (pari a 1.998€);
- n. [300 - 600] divani “Bonaghino” in sconto (a 1290€) e nessuno a prezzo pieno che risultava “barrato” (pari a 3.226€).

42. Inoltre, a titolo esemplificativo, come indicato nell’integrazione oggettiva del procedimento⁵⁶ nonché nella documentazione fornita dalla Società in data 16 maggio 2025⁵⁷, richiamati nella comunicazione di contestazione degli addebiti⁵⁸, risulta che già a partire da gennaio 2023, il Professionista ha diffuso (con *spot* televisivi, via *internet*, ecc.) una massiccia campagna promozionale - denominata “*DOPPI SALDI, DOPPI RISPARMI - FINO A 500 EURO DI SCONTO IN PIÙ*” - incentrata con grande enfasi su uno sconto del 50%, più un ulteriore sconto variabile fino a 500 euro. In essa compare un prezzo “scontato” e un altro prezzo assai più elevato e “barrato”, in relazione a quattro divani selezionati (cfr. figura n. 7). In particolare, risulta che dei quattro modelli di divani proposti in promozione (*i.e.*: “Brento”, “Vivalle”, “Sabanelli” e “Fabriago”), nessun pezzo è stato venduto a “prezzo pieno”.

⁵⁴ Cfr. doc. n. 49 del fascicolo istruttorio.

⁵⁵ Cfr. doc. n. 76 del fascicolo istruttorio.

⁵⁶ Cfr. doc. n. 103 del fascicolo istruttorio.

⁵⁷ Cfr. doc. n. 97 del fascicolo istruttorio, All. nn. 1 (elenco dei prodotti della “Collezione Promo” venduti dal 1.1.2023 al 16.2.2025) e 5 (spot tv e schermate sito internet della “Collezione Promo” diffuse dal 1.1.2023 al 16.2.2025).

⁵⁸ Cfr. doc. n. 114 del fascicolo istruttorio, punti 3, 25, 26 e 27.

Figura n. 7 - Campagna promozionale diffusa dal 2 gennaio 2023 al 22 gennaio 2023

ITALIA

poltronesofà

Login Registrato

PERCHÉ SCEGLIERCI


I DIVANI

LE POLTRONE


LE PROMOZIONI

I NOSTRI NEGOZI

LAVORA CON NOI



In poltronesofà i **DOPPI SALDI** sono il momento migliore per cambiare il divano.
50% di sconto, e se porti con te un regalo che non ti è piaciuto a Natale...**fino a 500 euro di sconto in più!**
E fino a domenica, sul resto della collezione... **IL RITIRO DEL VOSTRO DIVANO USATO È GRATUITO!**



BRENT0

la praticità di un divano angolare con letto scorrevole

~~2580€~~

- 50% - 500€

790€


VIVALLE


la comodità e la convenienza di un divano a 3 posti

~~1340€~~

- 50% - 266€

399€





SABANELLI

tutto il piacere di due movimenti relax

~~2426€~~

- 50% - 364€

849€


FABRIAGO

la vera pelle con movimento relax

~~3280€~~

- 50% - 500€

1390€



43. Dai dati forniti dal Professionista⁵⁹, al termine della campagna promozionale di cui alla figura n. 7, ovvero nel periodo dal 23 gennaio 2023 al 29 ottobre 2023, risulta che n. [20 - 60] modelli⁶⁰ di divani della “Collezione Promo” siano stati oggetto di promozioni pubblicitarie basate su un prezzo “pieno” barrato, sul quale lo sconto era calcolato, o sui cd. “prezzi lancio”, venduti fin da subito ad un prezzo già scontato con l’indicazione di un prezzo pieno da applicarsi al termine della promozione. Di questi modelli, ad esclusione di sei modelli⁶¹ che mancano nell’elenco sulle vendite fornito dal Professionista, risultano n. [8.000 – 12.000] pezzi venduti a prezzo scontato e soltanto n. [80 - 120] pezzi venduti a prezzo “pieno”, con un’incidenza pari allo [0 – 5] %.

44. Analogamente, come indicato nell’integrazione oggettiva del procedimento⁶² nonché nella documentazione fornita dalla Società in data 16 maggio 2025⁶³, richiamati nella comunicazione di contestazione degli addebiti⁶⁴, risulta che a partire dal 30 ottobre 2023, il Professionista ha diffuso (attraverso *spot* televisivi, via *internet*, ecc.) una massiccia campagna promozionale denominata “Collezione 300” incentrata con grande enfasi su sconti del 60% in relazione a cinque divani selezionati (cfr. figura n. 8). In essa compare un prezzo “scontato” e un altro prezzo assai più elevato che sarà applicato al termine della promozione. Sulla base dei dati forniti dal Professionista, risulta che dei cinque modelli di divani proposti in promozione (i.e.: “Bagucci”, “Caliceto”, “Larzano”, “Montasico” e “Spagnano”), nessun pezzo è stato venduto a “prezzo pieno”.

⁵⁹ Cfr. doc. n. 97 del fascicolo istruttorio.

⁶⁰ Si tratta dei modelli: “ [omissis]”.

⁶¹ Si tratta dei modelli: “Bisano”; “Carviano”; “Cavarelli”; “Toggiano”; “Missano” e “Vetto”.

⁶² Cfr. doc. n. 103 del fascicolo istruttorio.

⁶³ Cfr. doc. n. 97 del fascicolo istruttorio, All. nn. 1 (elenco dei prodotti della “Collezione Promo” venduti dal 1.1.2023 al 16.2.2025) e 5 (*spot* tv e schermate sito *internet* della “Collezione Promo”, diffuse dal 1.1.2023 al 16.2.2025).

⁶⁴ Cfr. doc. n. 114 del fascicolo istruttorio, punti 3, 25, 26 e 27.

Figura n. 8 - Campagna promozionale diffusa dal 30 ottobre 2023 al 12 novembre 2023.

Abbiamo aperto il negozio **numero 300** in Europa!
A questo importante risultato abbiamo dedicato la nuova **Collezione 300**,
che si può avere con un **risparmio del 60%**
e la consegna è garantita **entro Natale**,
ma solo se ordini il tuo nuovo divano **entro domenica 5 novembre**.

Scopri i modelli della Collezione 300.



BAGUCCI

Divano con un vero letto,
un vero affare per il tuo riposo.

649 €

DAL 13/11/2023 A 1.623€

-60%

SCOPRI DI PIÙ SUL DIVANO BAGUCCI

CALICETO

Un divano lineare,
con una linea davvero speciale.

449 €

DAL 13/11/2023 A 1.123€

-60%

SCOPRI DI PIÙ SUL DIVANO CALICETO



LARZANO

Un tocco di stile per il tuo living.
E' basta un tocco per attivare il movimento relax.

898 €

DAL 13/11/2023 A 2.245 €

-60%

SCOPRI DI PIÙ SUL DIVANO LARZANO



MONTASICO

Un divano relax rivestito in pelle.
> qualcosa ci dice che anche tu non stai più nella pelle per provarlo.

998 €

Versione con un solo movimento relax
DAL 13/11/2023 A 2.495 €

-60%

SCOPRI DI PIÙ SUL DIVANO MONTASICO



SPAGNANO

Ci sarebbero 300 motivi per sceglierlo,
ma ti basterà provare il suo fantastico meccanismo scorrevole.

798 €

DAL 13/11/2023 A 1.995 €

-60%

SCOPRI DI PIÙ SUL DIVANO SPAGNANO



45. Dai dati forniti dal Professionista⁶⁵, al termine della campagna promozionale di cui alla figura n. 8, ovvero nel periodo dal 13 novembre 2023 al 31 dicembre 2023, risulta che n. [2 - 10] modelli⁶⁶ di divani della “Collezione Promo” sono stati oggetto di promozioni pubblicitarie basate sui cd. “prezzi lancio”, venduti fin da subito ad un prezzo già scontato con l’indicazione di un prezzo pieno da applicarsi al termine della promozione. Di questi modelli risultano n. [1.000 – 2.000] pezzi venduti a prezzo scontato e soltanto n. [2 - 10] pezzi venduti a prezzo “pieno”, con un’incidenza pari allo [0 – 5] %.

46. Come indicato nell’integrazione oggettiva del procedimento⁶⁷ nonché nella documentazione fornita dalla Società in data 16 maggio 2025⁶⁸, richiamati nella comunicazione di contestazione degli addebiti⁶⁹, risulta che anche nel 2024, il Professionista ha diffuso (attraverso *spot* televisivi, via *internet*, ecc.) una massiccia campagna promozionale denominata “DOPPI SALDI SULLA COLLEZIONE DUE” incentrata con grande enfasi su uno sconto del 50% più un ulteriore 20%, in relazione a cinque divani selezionati (cfr. figura n. 9). In essa compare un prezzo “scontato” e due altri prezzi assai più elevati e barrati. Sulla base dei dati forniti dal Professionista, dei cinque divani proposti in promozione:

- “Careno”, ne sono stati venduti n. [10 - 20] a “prezzo pieno” e n. [600 – 1.000] a prezzo scontato;
- “Balignano”, ne sono stati venduti n. [10 - 20] a “prezzo pieno” e n. [1.000 – 3.000] a prezzo scontato;

“Rezzano”, ne sono stati venduti n. [2 - 10] a “prezzo pieno” e n. [400 – 1.000] a prezzo scontato;

“Terenzo”, nessuno è stato venduto a “prezzo pieno” a fronte di n. [200 - 800] pezzi venduti a prezzo scontato;

“Medesano”, nessuno è stato venduto a “prezzo pieno” a fronte di n. [200 - 800] pezzi venduti a prezzo scontato.

⁶⁵ Cfr. doc. n. 97 del fascicolo istruttorio.

⁶⁶ Si tratta dei modelli [omissis].

⁶⁷ Cfr. doc. n. 103 del fascicolo istruttorio.

⁶⁸ Cfr. doc. n. 97 del fascicolo istruttorio, All. nn. 1 (elenco dei prodotti della “Collezione Promo” venduti dal 1.1.2023 al 16.2.2025) e 5 (*spot* tv e schermate sito *internet* della “Collezione Promo” diffuse dal 1.1.2023 al 16.2.2025).

⁶⁹ Cfr. doc. n. 114 del fascicolo istruttorio, punti 3, 25, 26 e 27.

47. Dai dati forniti dal Professionista⁷⁰, al termine della campagna promozionale di cui alla figura n. 9, ovvero nel periodo dal 22 gennaio 2024 al 17 novembre 2024, risulta che n. [20 - 60] modelli⁷¹ di divani della “Collezione Promo” sono stati oggetto di promozioni pubblicitarie basate su un prezzo “pieno” barrato, sul quale lo sconto era calcolato o sui c.d. “prezzi lancio”, venduti fin da subito a un prezzo già scontato con l’indicazione di un prezzo pieno da applicarsi al termine della promozione. Di questi modelli, risultano n. [10.000 – 20.000] pezzi venduti a prezzo scontato e soltanto n. [100 - 500] pezzi venduti a prezzo “pieno”, con un’incidenza pari allo [0 - 5] %.

48. Più in generale, in una risposta del 28 marzo 2025 a una richiesta di informazioni, il Professionista ha riferito quanto segue. In relazione a tutte le campagne promozionali relative alla “Collezione Promo” con indicazione di prezzi scontati rispetto a prezzi “pieni” più elevati e barrati, diffuse dal Professionista nel periodo dal 1° gennaio 2023 al 16 febbraio 2025, erano stati venduti a prezzo “pieno” solo lo [0 - 5] % del totale dei pezzi venduti.

49. A seguito di successiva richiesta di informazioni degli uffici, rilevata l’incompletezza delle informazioni fornite, il Professionista, in data 16 maggio 2025, ha rettificato le informazioni sulle campagne pubblicitarie promozionali relative alla “Collezione Promo” diffuse dal Professionista a partire dal 1° gennaio 2023 al 16 febbraio 2025 con indicazione di prezzi scontati rispetto a prezzi pieni più elevati e barrati. Il dato, così rettificato, è che, nel suddetto periodo, a fronte dei [20.000 – 80.000] pezzi venduti a prezzo scontato/ribassato (per un valore pari a [omissis] milioni di euro), solo [200 - 800]⁷² pezzi sono stati venduti a prezzo “pieno” (per un valore pari a [omissis] mila euro), con un’incidenza pari allo [0 - 10] % del totale dei pezzi venduti. Inoltre, su un totale di n. [100 - 200] modelli di divani della “Collezione Promo” oggetto di promozioni nel periodo 1° gennaio 2023 al 16 febbraio 2025, ben [100 - 200] non sono mai stati venduti dal Professionista a prezzo “pieno”⁷³. Quanto all’efficacia (c.d. “effetto aggancio”) della comunicazione pubblicitaria promozionale posta in essere dal Professionista, fondata sulla rappresentazione di elevati sconti, in sede ispettiva, sono stati acquisiti numerosi Report redatti dai responsabili dei negozi Poltronesofà presenti su tutto il territorio nazionale⁷⁴.

50. Più nel dettaglio, nel Report del 6 dicembre 2024, del sig. [omissis], responsabile dei negozi presenti in numerose città/località (tra cui, Biella, Ivrea, Aosta, Sanremo, Castagnito, Alessandria, Asti e Cuneo) alla domanda formulata da Poltronesofà su “Quali sono gli elementi ricorrenti che i nostri clienti ricordano della pubblicità?”, il responsabile risponde “Lo sconto / Il prezzo”. Così come alla domanda “Quale tipologia promozionale ha riscosso più interesse?” il responsabile, sig. [omissis], elenca le promozioni più efficaci, ovvero “Tanti divani a 699€, Sottocosto, Doppi Saldi, Affari D’oro, Modello Eroe, Poltrona a 49€, Svuotatutto, Collezione divani promo a sconto, Black Friday e Prezzi Lancio”. Inoltre, alla domanda “E’ ancora efficace il Termina domenica?” il sig. [omissis] risponde “Non ci credono più (50%), Sì (50%). Porta meno persone in funzione del fatto

⁷⁰ Cfr. doc. n. 97 del fascicolo istruttorio.

⁷¹ Si tratta dei modelli: “[omissis].

⁷² Si precisa che il dato indicato dal Professionista, pari a [200 - 400], è risultato errato, in quanto da una verifica delle relative fatture di vendita, risultano essere stati effettivamente venduti a prezzo “pieno” [200 – 800] pezzi. In particolare, con riferimento al modello “Allegara”, rispetto ai [10 - 40] pezzi indicati, dalle fatture, ne risultano venduti a prezzo “pieno” solo [10 - 40]; con riferimento al modello “Padulle” rispetto ai [2 - 10] pezzi indicati, dalle fatture, non ne risulta venduto nessuno a prezzo pieno; con riferimento al modello “Rivazzurra” rispetto a [2 - 10] pezzi indicati, dalle fatture, ne risultano venduti a prezzo pieno solo [2 - 10]; con riferimento al modello “Ticchiano” rispetto ai [10 - 20] pezzi indicati, dalle fatture, ne risultano venduti a prezzo pieno solo [5 - 15].

⁷³ Di seguito si riporta l’elenco delle denominazioni dei [100 - 200] modelli di divani della “Collezione Promo”, oggetto di promozioni nel periodo 1° gennaio 2023 al 16 febbraio 2025, mai venduti a prezzo pieno: [omissis] (cfr. doc. n. 97 del fascicolo istruttorio, all. 1).

⁷⁴ Cfr. docc. nn. 36, 37, 38, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 192, da 214 a 231, 248, 265 e 268 del fascicolo ispettivo.

che «termina domenica», a volte però possiamo giocarcelo come acceleratore di vendita. Oggi entrano meno persone in funzione di questo messaggio. Lo manterrei perché viviamo nell'era delle promozioni. Però io ti dico «termina domenica» e il preventivo è valido fino al mese dopo. Io lo dico, però è complicato poi»⁷⁵.

51. E ancora, nel *Report*, anch'esso del 6 dicembre 2024, del sig. [omissis], responsabile dei negozi presenti in altre, numerose città/località (tra cui, Forlì, Civitanova, Cesena, Ravenna, Rimini, Ancona, San Benedetto, Ascoli, Jesi, Pesaro e Vasto), viene confermato che “Lo sconto / Il prezzo” risulta essere l'elemento più ricorrente che i clienti ricordano della pubblicità. Inoltre, alla domanda “Quante persone fanno riferimento alla pubblicità entrando in negozio?”, il responsabile risponde “Molti, almeno 80%. «In pubblicità dicevate», «regalavate», «non è come avete detto in pubblicità»»⁷⁶.

52. Nei medesimi termini, nel *Report* dell'11 dicembre 2024, la sig.ra [omissis] - responsabile dei negozi presenti a Crotone, Corigliano C., Cosenza, Lamezia, Reggio Calabria, Gioia Tauro, Milazzo, Messina e Siracusa - conferma che “Lo sconto / Il prezzo” risulta essere l'elemento più ricorrente che i clienti ricordano della pubblicità. Inoltre, alla domanda “Quante persone fanno riferimento alla pubblicità entrando in negozio?” risponde che “dal 90% al 100%” delle persone ne fanno riferimento. Mentre, quanto allo slogan del “termina domenica” la stessa rappresenta che “funziona per fatturato, ma ai clienti suona menzognero”⁷⁷.

53. Più in generale, dalla totalità dei *Report* acquisiti in sede ispettiva, formulati dal Professionista e da esso sottoposti ai responsabili di negozi presenti su tutto il territorio nazionale è emerso che “Lo sconto / Il prezzo” risulta essere l'elemento più ricorrente che i clienti ricordano della pubblicità e la quasi totalità delle persone “fanno riferimento alla pubblicità entrando in negozio”.

54. Infine, quanto all'attualità della pratica in esame, come indicato nella comunicazione di contestazione degli addebiti⁷⁸, in data 21 luglio 2025⁷⁹, è stata acquisita agli atti la campagna promozionale denominata “AFFARI D'ORO” con sconti del 65%. Detta campagna promozionale, al pari delle altre relative alla “Collezione Promo”, pubblicizzava un rilevante sconto applicato su un più alto prezzo “pieno” e barrato.

III. LE ARGOMENTAZIONI DIFENSIVE DEL PROFESSIONISTA

55. Poltronesofà, nell'ambito delle proprie memorie difensive, ha rappresentato che “gli sconti offerti rispetto ai prodotti oggetto delle Promozioni - in linea con la prassi operativa normalmente tenuta - sono corrette e trasparenti, dal momento che gli sconti in questione vengono calcolati (e fedelmente rappresentati al pubblico) rispetto al prezzo più basso precedente, che è stato realmente offerto alla generalità dei consumatori nei trenta giorni precedenti all'applicazione della riduzione del prezzo”⁸⁰.

56. Inoltre, la Società ha aggiunto che “Il fatto che solo una piccola quota delle vendite dei prodotti della Collezione Promo (ma come visto non delle vendite complessive di Poltronesofà, che

⁷⁵ Cfr. doc. n. 248 del fascicolo ispettivo.

⁷⁶ Cfr. *ibidem*.

⁷⁷ Cfr. doc. n. 265 del fascicolo ispettivo.

⁷⁸ Cfr. doc. 114 del fascicolo istruttorio, punto 46.

⁷⁹ Cfr. doc. n. 110 del fascicolo istruttorio.

⁸⁰ Cfr. doc. n. 75 del fascicolo istruttorio.

nel periodo oggetto delle richieste di questa Autorità, ha realizzato circa [omissis] di euro di vendite a prezzo non scontato) sia stata venduta al prezzo di listino è [...] irrilevante”⁸¹.

57. Più nel dettaglio, il Professionista sostiene:

- “In primo luogo, [che] il citato art. 17-bis cod. cons. è inequivocabile nel prevedere che il prezzo precedente è quello più basso offerto dal professionista nei 30 giorni precedenti all’annuncio di riduzione del prezzo. Ciò che rileva è, dunque, se un dato prodotto sia stato offerto a un certo prezzo, non se esso sia stato in concreto comprato a quel prezzo, né da quanti consumatori lo sia stato. In tal senso, si veda il chiaro tenore letterale dell’art. 17-bis, comma 2, cod. cons., ai sensi del quale per «prezzo precedente» deve intendersi “il prezzo più basso applicato dal professionista alla generalità dei consumatori nei trenta giorni precedenti all’applicazione della riduzione del prezzo”⁸²;

- “In secondo luogo, il numero dei consumatori che abbiano in concreto acquistato prodotti nel periodo in cui gli stessi non erano offerti a prezzo scontato non potrebbe rilevare nel valutare la correttezza dell’operato di un professionista, posto che chiaramente si tratta di una circostanza che sfugge al controllo di quest’ultimo”⁸³;

- “In terzo luogo, non appare affatto sorprendente che le vendite dei prodotti della Collezione Promo avvengano [omissis]. Divani, poltrone e pouf sono notoriamente beni durevoli sicché le scelte di acquisto dei consumatori vengono ponderate con attenzione, non rispondendo di norma a esigenze impellenti e urgenti. Sicché è tutt’altro che singolare che i consumatori decidano di attendere le promozioni (e/o i periodi di saldi) per procedere al loro acquisto. Tale considerazione vale a maggior ragione in relazione ai prodotti della Collezione Promo che, come visto, si rivolgono alla clientela meno interessata alla possibilità di personalizzare il prodotto e presumibilmente più interessata a contenere la spesa degli acquisti”⁸⁴.

58. Quanto alla qualità dei prodotti commercializzati, il Professionista ha rappresentato di aver “correttamente promosso la convenienza delle Promozioni, rappresentando, con modalità trasparenti, lo sconto con esse offerto rispetto al prezzo precedente che era stato in concreto proposto ai consumatori. Ciò posto, si ribadisce che Poltronesofà organizza l’approvvigionamento dei propri prodotti in modo da garantirne, per quanto le è ragionevolmente possibile, la qualità, in un rapporto qualità/prezzo favorevole per i consumatori”⁸⁵.

59. In merito alla marginalità sui prezzi dei divani venduti, il Professionista ha rappresentato che “i prezzi dei prodotti Poltronesofà devono coprire i relativi costi di produzione (in primis, [omissis]) e tutti gli altri costi indiretti necessari, tra i quali ad esempio, [omissis] ecc.. Nel loro complesso, tali ulteriori voci di costo incidono per circa il [omissis]% sui ricavi di Poltronesofà”⁸⁶.

60. Inoltre, nell’ambito della memoria difensiva depositata a seguito dell’estensione oggettiva del procedimento, Poltronesofà ha eccepito che “l’oggetto del presente Procedimento, quale risultante a esito dell’Estensione, è sostanzialmente indefinito e generico in quanto muove le proprie contestazioni in generale in relazione alle campagne promozionali e relative pubblicità diffuse da Poltronesofà per un periodo molto lungo, di oltre due anni, in violazione di fondamentali principi, quali quelli di tipicità e determinatezza dell’illecito amministrativo, costringendo Poltronesofà a

⁸¹ Cfr. *ibidem*.

⁸² Cfr. *ibidem*.

⁸³ Cfr. *ibidem*.

⁸⁴ Cfr. *ibidem*.

⁸⁵ Cfr. *ibidem*.

⁸⁶ Cfr. *ibidem*.

*difendersi rispetto a contestazioni aventi a oggetto campagne pubblicitarie e relativi materiali pubblicitari non individuati*⁸⁷.

IV. CONTRODEDUZIONI DELLA PARTE ALLA COMUNICAZIONE DI CONTESTAZIONE DEGLI ADDEBITI

61. La Società, in data 3 ottobre 2025⁸⁸, ha depositato le controdeduzioni scritte in replica alla comunicazione di contestazione degli addebiti inviata in data 31 luglio 2025⁸⁹.

62. Poltronesofà, sul presupposto che la contestazione riguardi la modalità di determinazione dei prezzi, rappresenta che la metodologia *cost-plus*, utilizzata dal Professionista, *“rappresenta una prassi consolidata nella determinazione dei prezzi e non presenta alcun carattere di anomalia”* e che *“esula dai poteri di codesta Spett.le Autorità ai sensi della normativa a tutela dei consumatori qualsiasi valutazione sui criteri di pricing adottati da un’impresa, sulla marginalità da essa conseguita, sul livello dei prezzi da essa praticati, rientrando tali questioni nell’ambito della libertà di impresa costituzionalmente garantita”*.

63. Sul punto, Poltronesofà rileva che *“Gli Addebiti non muovono alcuna contestazione circa le modalità con le quali i prezzi pieni (barrati) e i prezzi scontati sono stati ostesi ai consumatori in occasione delle Promozioni, ma si sono limitati ad affermare che gli sconti sarebbero fasulli in quanto parametrati rispetto a prezzi pieni fittizi”*.

64. In riferimento, invece ai listini dei divani della *“Collezione Promo”*, Poltronesofà rappresenta che i listini acquisiti in sede ispettiva, nei quali è assente il riferimento al prezzo pieno, *“sono utilizzati [...] nel quadro del processo interno delle decisioni aziendali relative a tali prezzi scontati”* mentre *“la Società utilizza (ovviamente) anche listini per la formazione dei c.d. prezzi “pieni”*.

65. La Società rileva, inoltre, che *“è del tutto errata l’affermazione degli Addebiti secondo cui il «prezzo di costo» citato nei «listini dei divani promozionali» sarebbe «comprensivo di tutti i costi». Infatti, l’importo riportato sotto la voce “totale costi” indica solo la somma dei costi di produzione dei prodotti (ossia, [omissis]) e non include invece i costi indiretti (quali, ad esempio, [omissis]) che, come è evidente, devono essere presi in considerazione per valutare i risultati economici di qualsiasi iniziativa imprenditoriale”*.

66. In riferimento alla contestazione riguardante l’assenza delle vendite dei prodotti della *“Collezione Promo”* a prezzo *“pieno”*, il Professionista rileva che *“nel periodo cui fanno riferimento gli Addebiti ci sono state vendite di prodotti della Collezione Promo a prezzo di listino, il che conferma che Poltronesofà ha offerto in vendita i prodotti della Collezione Promo a prezzo pieno e li ha anche concretamente venduti a detti prezzi”* e che *“l’assenza di vendite a prezzo pieno fatta valere negli Addebiti si riferisce alle tre Promozioni (collocatesi nel periodo tra il 18.11.2024 e il 16.2.2025), ma viene poi generalizzata a tutte le campagne promozionali effettuate a partire dall’inizio del 2023, malgrado allargando lo sguardo ai prodotti oggetto di promozioni a partire dal 1.1.2023, sui quali gli Uffici hanno chiesto e acquisito informazioni, come detto, ci siano state vendite a prezzi pieni”*.

67. Sul punto, la Società evidenzia che *“il fatto che, rispetto ai prodotti oggetto delle Promozioni (ma non rispetto ai prodotti oggetto di altre campagne promozionali attuate da Poltronesofà dal 1.1.2023 in poi), non vi siano state vendite a prezzi pieni è irrilevante e non dimostra affatto che questi prezzi pieni, offerti alla generalità dei consumatori, fossero fittizi”*.

⁸⁷ Cfr. doc. n. 109 del fascicolo istruttorio.

⁸⁸ Cfr. doc. n. 128 del fascicolo istruttorio.

⁸⁹ Cfr. doc. n. 114 del fascicolo istruttorio.

68. Il Professionista richiama la recente sentenza del TAR Lazio, Sez. I, n. 15901/2025, (caso “Yoox”), che legittimerebbe la pratica oggetto del presente procedimento.

69. Quanto alle modalità di vendita dei divani della “Collezione Promo”, il Professionista rappresenta che *“i modelli della Collezione Promo vengono offerti alla clientela al prezzo di listino per un periodo di almeno 30 giorni. Trascorso tale periodo di tempo, i modelli della Collezione Promo vengono offerti con uno sconto sul precedente prezzo di listino, per la durata della promozione, che è, in genere, di due settimane, e successivamente tornano a essere disponibili al prezzo di listino”*.

70. La Società osserva, inoltre, che *“Fino a maggio 2024, i modelli dei prodotti della Collezione Promo sono stati esposti fisicamente presso i punti vendita sin dal momento in cui vengono offerti al prezzo di listino. Questa modalità espositiva è stata nuovamente adottata a partire da giugno 2025 [...] Tra giugno 2024 e maggio 2025, Poltronesofà aveva adottato sperimentalmente una diversa modalità espositiva dei prodotti di Collezione Promo: nel periodo in cui venivano offerti in vendita a prezzo di listino, detti modelli erano esposti presso i punti vendita tramite cartelloni di grandi dimensioni, disposti su appositi piedistalli”*.

71. Quanto alla consistenza delle vendite dei divani della “Collezione Promo”, la Società precisa, anzitutto, che: *“La Collezione Promo [...] rappresenta una parte [omissis] delle vendite di Poltronesofà”*. In particolare, la Società rappresenta che *“Nel periodo 1.1.2023-31.12.2024, le vendite riconducibili alla Collezione Promo, pari a [omissis], hanno rappresentato appena il [2 - 20] (in valore) del totale delle vendite realizzate da Poltronesofà. Di tali vendite € [omissis] sono state a prezzo pieno, il che evidentemente conferma che, anche nel periodo in questione, Poltronesofà ha realmente offerto in vendita i prodotti della Collezione Promo a prezzi pieni e li ha concretamente venduti ai consumatori interessati a detti prezzi”*.

72. Quanto alla determinazione del prezzo, Poltronesofà rappresenta che *“Il prezzo dei prodotti Poltronesofà viene determinato tenendo conto (i) dei costi diretti di produzione ([omissis]) [e] (ii) di tutti gli altri costi indiretti ([omissis] ecc.). In secondo luogo, il prezzo dei prodotti Poltronesofà tiene ovviamente conto della necessità di garantire alla Società un ragionevole margine di profitto”*.

73. Quanto alla durata e alla gravità della pratica contestata, Poltronesofà rappresenta che *“gli Addebiti esaminano e prendono in considerazione soltanto tre Promozioni, che sono state attuate rispettivamente dal 18.11.2024 al 1.12.2024, dal 4.1.2025 al 16.2.2025 e dal 20.1.2025 al 2.2.2025. Ne consegue che la durata della pratica (che non integra alcuna PCS) è di tre mesi (dal 18.11.2024 al 16.2.2025)”* e che *“la vendita di prodotti della Collezione Promo a prezzo scontato determina [omissis] profitto della Società in favore del consumatore. L'EBITDA sul totale delle vendite nel 2024 di prodotti della Collezione Promo in sconto è risultato, infatti, [omissis], pari al [omissis]. Poltronesofà non ha conseguito quindi alcun beneficio finanziario dalla condotta oggetto di contestazione”*.

V. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

74. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso TV, radio, social media e internet, in data 8 ottobre 2025⁹⁰ è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del consumo.

75. Con delibera n. 256/25/CONS del 28 ottobre 2025, pervenuta in data 5 novembre 2025⁹¹, la suddetta Autorità ha espresso il proprio parere, limitando le proprie valutazioni all'attitudine degli

⁹⁰ Cfr. docc. nn. 129 e 130 del fascicolo istruttorio.

⁹¹ Cfr. doc. n. 134 del fascicolo istruttorio.

specifici mezzi di comunicazione, utilizzati per diffondere la pratica commerciale, a incidere e amplificare l'eventuale ingannevolezza e/o scorrettezza della medesima pratica.

76. In particolare, la suddetta Autorità, considerato che *“i mezzi di comunicazione e acquisto utilizzati, in relazione al servizio offerto dalla Società, risultano idonei a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che, sulla base delle informazioni lette nei mezzi di comunicazione utilizzati dalla Società, potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità delle modalità di promozione e vendita utilizzate”*, ha ritenuto che *“nel caso di specie radio, tv e Internet siano strumenti di comunicazione idonei a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale rispetto alla quale è richiesto il parere a questa Autorità”*.

VI. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

VI.1. Premessa

77. La condotta sopra descritta risulta integrare una pratica commerciale scorretta, ai sensi degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare in misura apprezzabile la libertà di scelta dei consumatori inducendoli ad assumere, sul presupposto di una convenienza economica superiore rispetto a quella effettiva, una decisione di natura commerciale che non avrebbero altrimenti assunto.

VI.2. Questioni preliminari

78. Preliminarmente, va chiarito che il presente procedimento ha a oggetto l'ingannevole rappresentazione della asserita convenienza dei prezzi praticati per i divani appartenenti alla *“Collezione Promo”*, pubblicizzati da Poltronesofà durante le campagne promozionali diffuse a partire dal gennaio 2023.

79. Più nel dettaglio, Poltronesofà - oltre alla generale *“Collezione Poltronesofà”* che si contraddistingue per essere composta da divani realizzati per un lungo periodo (non inferiore a [2 - 10] mesi) - realizza anche un'altra linea di prodotti che compongono la *“Collezione Promo”* i cui modelli di divani - a prescindere dal fatto che possano talora essere commercializzati al prezzo pieno/di listino per un breve periodo - si caratterizzano per essere ideati e realizzati, già *ab origine*, per essere destinati alla vendita in promozione, per essere *“commercializzati per un periodo più breve”*⁹² e per essere *“venduti a prezzi più aggressivi, venduti a prezzi promozionali”*⁹³.

80. Pertanto, l'oggetto del presente procedimento riguarda, esclusivamente, la *“Collezione Promo”* e, in particolare, l'ingannevole rappresentazione della asserita convenienza dei prezzi praticati per i divani appartenenti a tale collezione, pubblicizzati durante le campagne promozionali diffuse a partire dal gennaio 2023.

81. Ne discende che è del tutto infondata la difesa del Professionista nella parte in cui eccepisce l'incompetenza dell'Autorità sull'errato presupposto che l'oggetto del presente procedimento riguardi la modalità di determinazione dei prezzi e della relativa marginalità.

82. Priva di fondamento è anche l'asserita genericità e indeterminatezza della contestazione. In vero, nella comunicazione di avvio del procedimento, la contestazione, come correttamente osserva lo stesso Professionista, era limitata, a tre campagne promozionali (*i.e.*: *“BLACK VENERDI”*; *“DOPPI SALDI, DOPPI RISPARMI - COLLEZIONE INFINITA”* e *“AFFARI D'ORO SULLA COLLEZIONE PREZIOSA”*). Successivamente, nella comunicazione di integrazione oggettiva del

⁹² Cfr. doc. n. 8 del fascicolo istruttorio.

⁹³ Cfr. doc. n. 102 del fascicolo istruttorio.

procedimento, trasmessa in data 24 giugno 2025, veniva chiaramente ed espressamente esteso il perimetro dell'oggetto dell'istruttoria alle campagne pubblicitarie promozionali riferite ai divani della "Collezione Promo" diffuse dal Professionista a partire dal 1° gennaio 2023, individuando, tra tutte, tre campagne promozionali. Peraltro, detta estensione oggettiva del procedimento si è resa necessaria, tra l'altro, proprio dall'analisi delle informazioni fornite dal Professionista stesso in data 16 maggio 2025.

VI.3. Valutazioni

83. Dalla documentazione acquisita nell'ambito del presente procedimento emerge che Poltronesofà ha posto in essere una pratica commerciale scorretta consistente nella indicazione, ingannevole e omissiva, dell'asserita convenienza dei prezzi praticati per i divani appartenenti alla "Collezione Promo" venduti in promozione, idonea a condizionare la libertà di scelta dei consumatori, determinando un c.d. "effetto aggancio" ingannevole.

84. In primo luogo, dall'istruttoria sono emersi indizi gravi, precisi e concordanti che Poltronesofà, attraverso la "Collezione Promo", realizza divani che sono ideati e realizzati, già *ab origine*, per essere venduti in promozione.

85. Tali divani, come affermato espressamente anche dallo stesso Professionista, sono "*realizzati specificamente per la vendita in sconto*"⁹⁴ e sono, altresì, "*commercializzati per un periodo più breve*"⁹⁵ [rispetto ai divani della "Collezione Poltronesofà" che sono "*messi in produzione per un periodo non inferiore a [2 - 10] mesi*"]⁹⁶.

86. Dalle evidenze agli atti, per lo più documentali, risulta che Poltronesofà, a partire almeno dall'inizio di gennaio 2023, attraverso campagne pubblicitarie – talune delle quali a termine (ad esempio, "*termina domenica*") – per la vendita promozionale di divani appartenenti alla "Collezione Promo", ha enfatizzato prezzi di vendita ribassati e l'esistenza di un rilevante "sconto" rispetto a un prezzo "pieno" assai superiore, indicato come "barrato".

87. L'utilizzo delle predette modalità di pubblicizzazione dei prezzi di vendita e degli sconti tramite le citate campagne promozionali - che come dichiarato dal Professionista "*sono continue anche se di durata variabile (minimo 1 settimana-massimo 1 mese) e sono identificate in base alle settimane*"⁹⁷ - sono in grado di generare un "*effetto aggancio*" nei confronti dei consumatori di natura ingannevole, in quanto basato sulla decettiva rappresentazione dell'asserito risparmio che si sarebbe ottenuto acquistando i prodotti al prezzo praticato al momento della promozione.

88. In realtà, i prodotti della "Collezione Promo" sono strategicamente destinati alla prevalente vendita in promozione, come emerso anche dalle dichiarazioni del Professionista acquisite in sede ispettiva. A riprova di ciò, un importante indice che corrobora ulteriormente tale valutazione si rinviene nel fatto che, a fronte di un numero molto consistente di divani venduti in promozione (ovvero a prezzi asseritamente "ridotti/scontati"), è risultato che per la stragrande maggioranza dei modelli "in promozione" non ci sono state vendite al prezzo "pieno" (barrato, sul quale lo sconto era calcolato), se non per una parte minima o marginale e relativa solo ad alcuni modelli di divani in promozione.

89. Come indicato in precedenza, a titolo esemplificativo, dei divani oggetto delle tre promozioni contestate nella comunicazione di avvio del procedimento (*i.e.*: "BLACK VENERDI"; "DOPPI SALDI, DOPPI RISPARMI" e "AFFARI D'ORO"), nessuno è stato venduto a prezzo pieno.

⁹⁴ Cfr. doc. n. 55 del fascicolo istruttorio, verbale di accertamento ispettivo del 6 febbraio 2025.

⁹⁵ Cfr. doc. n. 8 del fascicolo istruttorio.

⁹⁶ Cfr. doc. n. 8 del fascicolo istruttorio.

⁹⁷ Cfr. doc. n. 55 del fascicolo istruttorio, verbale di accertamento ispettivo del 6 febbraio 2025.

90. E ancora, quanto alle promozioni indicate nella estensione oggettiva del procedimento⁹⁸, rileva che per le campagne promozionali denominate “DOPPI SALDI, DOPPI RISPARMI – FINO A 500 EURO DI SCONTO IN PIU’” e “COLLEZIONE 300” nessun divano è stato venduto a prezzo “pieno”. Inoltre, quanto alla campagna promozionale denominata “DOPPI SALDI SULLA COLLEZIONE DUE”, due modelli di divano (i.e.: “Terenzo” e “Medesano”) non sono mai stati venduti a prezzo “pieno”, mentre dei restanti tre modelli pubblicizzati (i.e.: “Careno”, “Balignano” e “Rezzano”) ne è stata venduta a prezzo “pieno” una quota del tutto marginale, rispettivamente, pari a $[0 - 5]\%$ ($[1 - 20]$ su $[500 - 2.000]$), allo $[0 - 5]\%$ ($[1 - 20]$ su $[500 - 2.000]$) e allo $[0 - 5]\%$ ($[1 - 10]$ su $[500 - 2.000]$).

91. Più in generale, tra tutte le campagne promozionali diffuse dal Professionista nel periodo dal 1° gennaio 2023 al 16 febbraio 2025, relative alla “Collezione Promo” con indicazione di prezzi scontati rispetto a prezzi “pieni” più elevati e barrati, dai dati forniti dallo stesso Professionista⁹⁹, risulta quanto segue:

- a fronte dei n. $[20.000 - 80.000]$ pezzi venduti a prezzo scontato/ribassato (per un valore pari *[omissis]* milioni di euro), solo n. $[200 - 800]$ ¹⁰⁰ sono stati venduti a prezzo “pieno” (per un valore pari a *[omissis]* mila euro); pertanto, solo lo $[0 - 5]\%$ del totale dei divani venduti è stato effettivamente venduto a prezzo “pieno” (su cui è stato poi calcolato lo sconto, nelle pubblicità delle promozioni dei divani della “Collezione Promo”);

- inoltre, su un totale di n. $[100 - 200]$ modelli di divani della “Collezione Promo” oggetto di promozioni nel periodo 1° gennaio 2023 al 16 febbraio 2025, con indicazione di prezzi scontati rispetto a prezzi “pieni” più elevati e barrati, ben n. $[100 - 200]$ modelli non sono mai stati venduti dal Professionista a prezzo “pieno”¹⁰¹.

92. D’altra parte, seppur il Professionista asserisce che le vendite riconducibili alla “Collezione Promo” hanno rappresentato una quota *[omissis]* del totale delle vendite Poltronesofà (sul punto, peraltro, Poltronesofà fornisce dati contraddittori in quanto ha indicato, dapprima, una quota del “[2 - 20]% del totale”¹⁰² e, successivamente una quota del “[2 - 20]% del totale”¹⁰³ – circostanza, peraltro, irrilevante stante la natura di illecito di pericolo¹⁰⁴, propria delle pratiche commerciali

⁹⁸ Cfr. docc. nn. 103 e 114 (punti 3, da 25 a 27) del fascicolo istruttorio.

⁹⁹ Cfr. doc. n. 97 del fascicolo istruttorio, All. 1.

¹⁰⁰ Si precisa che il dato indicato dal Professionista, pari a $[200 - 800]$, è risultato errato, in quanto da una verifica delle relative fatture di vendita, risultano essere stati effettivamente venduti a prezzo “pieno” $[200 - 800]$ pezzi. In particolare, con riferimento al modello “Allegara”, rispetto ai $[10 - 40]$ pezzi indicati, dalle fatture, ne risultano venduti a prezzo “pieno” solo $[10 - 40]$; con riferimento al modello “Padulle” rispetto ai $[2 - 10]$ pezzi indicati, dalle fatture, non ne risulta venduto nessuno a prezzo pieno; con riferimento al modello “Rivazzurra” rispetto a $[2 - 10]$ pezzi indicati, dalle fatture, ne risultano venduti a prezzo pieno solo $[2 - 10]$; con riferimento al modello “Ticchiano” rispetto ai $[10 - 40]$ pezzi indicati, dalle fatture, ne risultano venduti a prezzo pieno solo $[2 - 10]$.

¹⁰¹ Cfr. doc. n. 97 del fascicolo istruttorio, all. 1.

¹⁰² Cfr. doc. n. 75 del fascicolo istruttorio.

¹⁰³ Cfr. doc. n. 128 del fascicolo istruttorio.

¹⁰⁴ Cons. di Stato, Sez. VI, n. 1953/2023. In Cons. di Stato, Sez. VI, 10 dicembre 2020, n. 7852, viene altresì precisato che “Le norme a tutela del consumo delineano una fattispecie di «pericolo», essendo preordinate a prevenire le possibili distorsioni delle iniziative commerciali nella fase pubblicitaria, prodromica a quella negoziale, sicché non è richiesto all’Autorità di dare contezza del maturarsi di un pregiudizio economico per i consumatori, essendo sufficiente la potenziale lesione della loro libera determinazione; inoltre, con specifico riferimento al punto dedotto, la stessa giurisprudenza europea ha evidenziato come una pratica commerciale ingannevole e aggressiva è tale anche quando non è reiterata e riguarda un singolo consumatore. In proposito, non è necessario, per garantire l’applicazione della direttiva n. 2005/29 sulle pratiche commerciali sleali delle imprese nei confronti dei consumatori, verificare la contrarietà alle regole di diligenza professionale, la presenza dell’intenzionalità o di un danno elevato”. E ciò anche laddove la condotta del professionista abbia interessato, in ipotesi, pochi consumatori, il che evidentemente non è nel caso di specie (cfr., *ex multis*, Consiglio di Stato, 7 ottobre 2022, n. 8614; Consiglio di Stato, VI, 27 febbraio 2020, n. 1428; Consiglio di Stato, 12 marzo

scorrette - vale, comunque, sottolineare che la falsa rappresentazione della convenienza economica del prezzo praticato per i divani della “Collezione Promo” ha riguardato la quasi totalità della pubblicità diffusa da Poltronesofà. Infatti, sostanzialmente tutte le campagne pubblicitarie diffuse da Poltronesofà, almeno a partire dal gennaio 2023, hanno un contenuto promozionale, basato sulla rappresentazione di prezzi ribassati e sconti, e riguardano prodotti della “Collezione Promo”.

93. La descritta strategia pubblicitaria dei divani della “Collezione Promo”, atta ad “agganciare” ingannevolmente i consumatori, risulta idonea non solo a condizionarne la libertà di scelta in riferimento alla effettiva convenienza economica dei prodotti venduti in promozione, ma a determinare un “effetto leva” per l’acquisto anche dei divani della “Collezione Poltronesofà” non in promozione.

94. Ciò viene confermato dai *Report*, acquisiti in ispezione, dei responsabili dei negozi Poltronesofà sul territorio in cui viene testualmente riportato che, dei clienti che giungono negli store, “almeno l’80% [...] fanno riferimento alla pubblicità entrando in negozio”¹⁰⁵; lo stesso Presidente del CdA della Società ha dichiarato, in sede ispettiva, che “l’utilizzo di tali campagne promozionali [...] *[omissis]*”¹⁰⁶. L’idoneità delle condotte a produrre un effetto “aggancio” è stato confermato anche in sede di audizione¹⁰⁷, nonché nella memoria del 28 marzo 2025 *[omissis]*”¹⁰⁸.

95. Le evidenze documentali acquisite e dianzi descritte – tra cui quelle relative al fatto che nella stragrande maggioranza delle campagne promozionali nessun divano è stato venduto a prezzo “pieno” – inducono a ritenere che lo sconto prospettato nelle campagne pubblicitarie sia, quindi, non veritiero (essendo calcolato su un prezzo “pieno”, barrato, che è idoneo a indurre ingannevolmente i consumatori a ritenere sussistente un vantaggio quanto al prezzo praticato al momento delle campagne pubblicitarie che, in concreto, è tuttavia fittizio, trattandosi di prodotti strategicamente destinati alla prevalente vendita in promozione). Peraltro, stante il predetto “effetto leva” delle campagne promozionali, la falsa rappresentazione di una notevole convenienza economica dell’offerta in promozione appare funzionale ad “agganciare” i consumatori e attirarli in negozio.

96. Nelle proprie difese, il Professionista sostiene, principalmente, che i divani della “Collezione Promo” sono, comunque, offerti in vendita a prezzo “pieno” e che l’esiguità dei divani effettivamente venduti a prezzo “pieno” sia un elemento da considerarsi irrilevante ed esogeno.

97. In realtà, dagli atti istruttori è emerso che Poltronesofà fa riferimento a una strategia commerciale formalmente conforme alla normativa sulla riduzione dei prezzi, così da ritenersi legittimata a presentare prezzi promozionali e sconti partendo dai prezzi “pieni”. In sede ispettiva, il Presidente del Consiglio di Amministrazione della Società ha affermato che i prodotti della “Collezione Promo” “vengono venduti a prezzo pieno solo 1 mese prima dell’inizio della promozione o 1 mese dopo la sua conclusione, proprio perché devono rientrare nelle campagne promozionali”.

98. A fronte di ciò, le modalità con cui Poltronesofà presenta i prezzi dei prodotti della “Collezione Promo” sono comunque idonee a indurre ingannevolmente i consumatori a ritenere sussistente una convenienza in realtà assente quanto al prezzo praticato da Poltronesofà al momento delle campagne pubblicitarie. In concreto, infatti, tale asserito vantaggio risulta fittizio e sostanzialmente inesistente, in quanto i “prezzi pieni”: i) si riferiscono a prodotti che, come detto, sono ideati e realizzati *ab origine* proprio per la vendita promozionale e “commercializzati per un

2020, n. 1751; Consiglio di Stato, 2 dicembre 2019, n. 8227, Corte di Giustizia dell’Unione europea 6 aprile 2015, causa C-388/13).

¹⁰⁵ Cfr. doc. n. 248 del fascicolo ispettivo.

¹⁰⁶ Cfr. doc. n. 55 del fascicolo istruttorio, verbale di accertamento ispettivo del 6 febbraio 2025.

¹⁰⁷ Cfr. doc. n. 102 del fascicolo istruttorio.

¹⁰⁸ Cfr. doc. n. 75 del fascicolo istruttorio.

*periodo più breve*¹⁰⁹ rispetto ai divani della “Collezione Poltronesofà”, che sono “*messi in produzione per un periodo non inferiore a [2 - 10] mesi*”¹¹⁰ e ii) sarebbero applicati per un periodo molto limitato (un mese prima o dopo) ovvero, per il periodo minimo per essere formalmente in linea con la normativa sulle riduzioni di prezzo (cfr. articolo 17-bis, Codice del consumo). Fattualmente, ciò ha comportato che le vendite effettive dei divani a prezzi “pieni” siano state del tutto sporadiche e marginali e per la stragrande maggioranza dei modelli di divani della “Collezione Promo”, come si è visto, per ben [100 – 200] modelli su [100 - 200], del tutto assenti¹¹¹. Deve, peraltro, precisarsi che, quandanche le condotte del Professionista siano formalmente conformi a quanto previsto dall’articolo 17-bis del Codice del consumo, ciò rappresenta, in ogni caso, un aspetto non determinante per valutare la compatibilità dei suoi messaggi promozionali con gli articoli 20, 21 e 22 del Codice del consumo. È, del resto, pacifico che “*come indicato nella sezione 1.2.5 degli orientamenti relativi alla direttiva sulle pratiche commerciali sleali, quest’ultima, in particolare l’articolo 6, paragrafo 1, lettera d), che si riferisce alle dichiarazioni ingannevoli riguardo all’esistenza di un vantaggio di prezzo, resta applicabile ad altri aspetti delle riduzioni di prezzo*”¹¹².

99. In aggiunta a ciò, seppur Poltronesofà sostiene che “*Ciò che rileva è [...] se un dato prodotto sia stato offerto a un certo prezzo, non se esso sia stato in concreto comprato a quel prezzo, né da quanti consumatori lo sia stato*”¹¹³, la scorrettezza della pratica in esame sta proprio nel rappresentare in modo ingannevole al consumatore la convenienza economica dell’offerta promozionale, inducendolo ad assumere una decisione di natura commerciale che altrimenti non avrebbe preso. Come emerge dai listini dei divani della “Collezione Promo” (cfr. figura n. 1)¹¹⁴ acquisiti in sede ispettiva presso la Responsabile dei rapporti con i fornitori e i terzisti (la quale “*supporta altresì le funzioni aziendali nella definizione dei prezzi scontati*”¹¹⁵), la costruzione “dal basso” del prezzo di vendita di un divano, unitamente al fatto che nei listini dei divani della “Collezione Promo”, acquisiti in ispezione, sia del tutto assente la voce riguardante il “prezzo pieno”, conferma che il Professionista considera, sostanzialmente, come prezzo effettivo di vendita di un divano in promozione quello che nelle campagne promozionali viene pubblicizzato come già scontato.

100. Né appare fondata l’eccezione formulata dal Professionista in base alla quale i listini acquisiti in ispezione (in cui non è presente l’indicazione dei prezzi “pieni”), “*sono utilizzati [...] nel quadro del processo interno delle decisioni aziendali relative a tali prezzi scontati*” mentre “*la Società utilizza (ovviamente) anche listini per la formazione dei c.d. prezzi «pieni»*”. Sul punto, si evidenzia che un esempio dei “*listini per la formazione dei c.d. prezzi «pieni»*” è stato depositato dalla Società, per la prima volta, solo dopo la conclusione della fase istruttoria, vale a dire unitamente alle controdeduzioni del 3 ottobre 2025 alla comunicazione di contestazione degli addebiti. Nel merito, si rileva che i listini depositati dal Professionista risultano mancanti di data certa e di ogni altro elemento che possa identificarli, in modo inequivocabile, come documenti aziendali. In ogni caso, i

¹⁰⁹ Cfr. doc. n. 8 del fascicolo istruttorio.

¹¹⁰ Cfr. doc. n. 8 del fascicolo istruttorio.

¹¹¹ Cfr. doc. n. 97 del fascicolo istruttorio, All. 1.

¹¹² Comunicazione della Commissione recante “*Orientamenti sull’interpretazione e l’applicazione dell’articolo 6 bis della direttiva 98/6/CE del Parlamento europeo e del Consiglio relativa alla protezione dei consumatori in materia di indicazione dei prezzi dei prodotti offerti ai consumatori*” (2021/C 526/02).

¹¹³ Cfr. doc. n. 75 del fascicolo istruttorio.

¹¹⁴ Cfr. docc. nn. da 289 a 302, 305 e 306 del fascicolo ispettivo.

¹¹⁵ Cfr. doc. n. 128 del fascicolo istruttorio, pag.13.

listini da ultimo depositati dal Professionista contrastano con quelli acquisiti in ispezione presso la postazione della Responsabile dei rapporti con i fornitori e i terzisti che, come indicato dallo stesso Professionista, “*supporta altresì le funzioni aziendali nella definizione dei prezzi scontati*”¹¹⁶.

101. Inoltre, come dianzi ampiamente indicato, dalla documentazione in atti risulta che le campagne pubblicitarie, basate su tali elementi di decettività, sono sostanzialmente strumentali ad attirare la clientela in negozio.

102. La prospettazione dei prezzi, quindi, risulta connotata da rilevanti profili di ingannevolezza stante l’indicazione di un ipotetico prezzo “pieno” (molto più alto del prezzo effettivo di vendita e su cui sarebbe calcolato l’ipotetico “sconto”, rappresentato in modo enfatico) che, in realtà, ove anche applicato esclusivamente per il tempo strettamente necessario a garantire un formale rispetto dell’articolo 17-*bis* del Codice del consumo, risulta idoneo a indurre il consumatore a credere erroneamente di poter ottenere dall’acquisto un notevole beneficio in termini di convenienza economica e risparmio. Né la formale offerta ai consumatori dei divani della “*Collezione Promo*” a prezzo “pieno” “*solo 1 mese prima dell’inizio della promozione o 1 mese dopo la sua conclusione*” appare dirimente in considerazione della limitata vita commerciale dei divani appartenenti alla “*Collezione Promo*” che, come già evidenziato, sono, già *ab origine*, “*destinati alla promozione*” e “*commercializzati per un periodo [...] breve*”¹¹⁷.

103. Sul punto, inoltre, occorre osservare che, come chiarito dallo stesso Professionista in sede di audizione, “*i 4-5 divani della «Collezione Promo» individuati per le campagne promozionali, prima dell’entrata in vigore della relativa promozione, vengono messi in vendita a prezzo pieno [...] per un periodo di 30 giorni [...] tramite cartelloni su degli appositi «Leggii» presenti nei negozi fisici*”¹¹⁸ in quanto solo all’inizio della promozione “*i divani entrano fisicamente in negozio fino alla scadenza della promozione*”. Ciò comporta, come, tra l’altro, dimostrato dai dati sulle vendite a prezzo “pieno” dei prodotti promozionali, che risulta estremamente remota l’ipotesi in cui un consumatore possa scegliere di acquistare, a prezzo “pieno”, uno dei divani della “*Collezione Promo*” semplicemente consultando un leggìo presente in negozio e, dunque, senza vederlo, provarlo, toccarlo, come la natura stessa del prodotto normalmente richiede¹¹⁹.

104. La modalità di vendita dei divani della “*Collezione Promo*” soltanto attraverso alcune immagini collocate su dei “Leggii” (come riconosciuto dal Professionista con riferimento almeno al periodo da giugno 2024 a maggio 2025¹²⁰), senza la presenza fisica dei divani della “*Collezione Promo*” in negozio, appare una tecnica di vendita diretta a non dare adeguato risalto a detti prodotti al di fuori dei periodi promozionali¹²¹.

105. Inconferente appare il richiamo effettuato dal Professionista alla sentenza del TAR Lazio, Sez. I, n. 15901/2025 (caso “*Yoox*”), in quanto, per un verso, la citata sentenza ha sottolineato l’importanza per il consumatore dell’autenticità/effettività del prezzo “pieno” (“barrato”) di vendita di un prodotto, al fine di valutare l’effettiva convenienza economica di una promozione; per altro

¹¹⁶ Cfr. *ibidem*

¹¹⁷ Cfr. doc. n. 8 del fascicolo istruttorio.

¹¹⁸ Cfr. doc. n. 102 del fascicolo istruttorio.

¹¹⁹ Si noti come il divano, essendo un bene tipicamente di arredamento, ovvero durevole e di acquisto non frequente, deve essere necessariamente visto e provato dal consumatore. Per tale ragione, i divani vengono fatti rientrare tra i c.d. “*Experience goods*” quali “beni di esperienza” per cui la qualità, la soddisfazione e la loro valutazione dipendono dall’esperienza diretta del consumatore prima dell’acquisto (cfr. “*L’economia delle esperienze*” di Joseph B. Pine e James H. Gilmore).

¹²⁰ Cfr. doc. n. 128 del fascicolo istruttorio.

¹²¹ Tra l’altro, al di fuori dei periodi promozionali non vi erano campagne pubblicitarie.

verso, come ampiamente emerso nel corso dell'istruttoria, i prezzi "pieni" dei divani della "Collezione Promo" pubblicizzati dal Professionista nelle campagne promozionali, come dianzi indicato, risultano in ogni caso idonei a indurre ingannevolmente i consumatori a ritenere sussistente una convenienza quanto al prezzo praticato al momento delle campagne pubblicitarie. Come più volte ribadito, in concreto, un simile vantaggio era invero fittizio, trattandosi di prodotti strategicamente destinati alla prevalente vendita in promozione.

106. Quanto all'eccezione formulata dal Professionista secondo cui ci sarebbe una effettiva convenienza delle promozioni in considerazione di un margine *[omissis]* generato dalle vendite dei divani della "Collezione Promo" (secondo cui l'EBITDA sarebbe stato pari a *[omissis]* per il 2024), risulta doveroso sottolineare che, in termini generali, la vendita di un prodotto eventualmente "*[omissis]*" non esclude, di per sé, la configurabilità di una pratica commerciale scorretta. Ciò rileva in particolare nel caso di specie, in cui il Professionista ha enfatizzato la convenienza del prezzo dei prodotti della "Collezione Promo" non in termini assoluti ma esaltando il risparmio connesso all'asserito prezzo scontato di prodotti, di per sé, però, strategicamente destinati alla prevalente vendita a quel prezzo promozionale.

107. A ogni modo, fermo restando che, nel caso di specie, le deduzioni di Poltronesofà richiamate al punto precedente non sono determinanti per escludere la sussistenza di una pratica commerciale scorretta, si rileva, per mero scrupolo, che sono anche infondate nel merito. L'analisi dei listini dei divani della "Collezione Promo", acquisiti in sede ispettiva, evidenzia come non corrisponda al vero quanto affermato dal Professionista nel corso dell'audizione del 4 giugno 2025 secondo cui "*gli sconti [omissis] in considerazione dei costi diretti di produzione e di quelli indiretti, questi ultimi quali [omissis], che ammontano a circa il [omissis]%*". Infatti, lo stesso Presidente del Consiglio di Amministrazione della Società ha dichiarato che le campagne promozionali determinano *[omissis]* sul singolo divano venduto, *[omissis]* ("*l'utilizzo di tali campagne promozionali, anche se comportano (in percentuale) [omissis] sul singolo prodotto venduto rispetto agli altri, [omissis]*" (sottolineatura aggiunta)¹²².

108. D'altra parte, anche a voler aderire alla tesi del Professionista secondo cui le vendite della "Collezione Promo" generano una *[omissis]* in termini di profitti, come prospettato nella relazione tecnica, appare quanto meno singolare l'applicazione di alcuni costi indiretti, in particolare quelli riferiti al *[omissis]* e/o agli *[omissis]*, su prodotti che, come confermato dal Professionista, neppure erano fisicamente presenti nei negozi in quanto venduti solo mettendo a disposizione delle immagini su una scheda "*su degli appositi «Leggii» presenti nei negozi fisici*"¹²³. Tali costi rappresentano quasi la *[omissis]* della totalità dei costi indiretti inclusi nella stima dell'EBITDA sulle vendite della "Collezione Promo" contenuta nella relazione tecnica. Se si escludono tali voci di costo dai costi indiretti considerati, l'EBITDA sulle vendite della "Collezione Promo" diventa *[omissis]*.

109. Le considerazioni appena svolte mostrano come la determinazione del grado di profittabilità economica di una linea di *business* dipenda strettamente da come vengono allocati i costi (indiretti), comuni a più linee di *business* (nel caso di specie la "Collezione Poltronesofà" e la "Collezione Promo"). I soli costi che rilevano ai fini di tale esercizio sono i c.d. "costi incrementali" della linea di *business* di cui si vuol stimare la profittabilità che, per definizione, sarebbero pari a zero se tali prodotti non fossero venduti affatto. Nel caso in esame, l'ottenimento di una stima della profittabilità economica delle vendite di prodotti della "Collezione Promo" richiede, quindi, che vengano individuati i costi incrementali riferibili a tali prodotti. Rientrano in tale categoria di costi certamente

¹²² Cfr. doc. n. 55 del fascicolo istruttorio, verbale di accertamento ispettivo del 6 febbraio 2025.

¹²³ Cfr. doc. n. 102 del fascicolo istruttorio

i costi del venduto (che sarebbero pari a zero in caso di cessazione delle vendite di tali prodotti) e i soli costi indiretti che assumerebbero valore pari a zero se il Professionista decidesse di non vendere più i prodotti della “Collezione Promo”. La stima dell’EBITDA della “Collezione Promo” contenuta nella relazione tecnica non appare basata sui costi incrementali di tali prodotti e, pertanto, non appare dimostrata la tesi del Professionista secondo la quale la realizzazione di un [omissis] sulle vendite della “Collezione Promo” sarebbe indicativa della genuinità degli sconti offerti.

110. In aggiunta a quanto già rilevato, si osserva che, quand’anche la profittabilità economica delle vendite della “Collezione Promo” fosse effettivamente [omissis], ciò non significherebbe affatto che tali vendite “determina[no] [omissis], in termini di Ebitda, per la Società”. Ciò in ragione della circostanza che le campagne pubblicitarie relative alle vendite della “Collezione Promo” di fatto “[omissis]”. In quest’ottica, è possibile quindi argomentare che i profitti che il Professionista realizza vendendo sia i prodotti della “Collezione Promo” che quelli della “Collezione Poltronesofà” sono superiori a quelli che il Professionista avrebbe realizzato vendendo esclusivamente i prodotti della “Collezione Poltronesofà”. Ciò comporta, pertanto, che le vendite della “Collezione Promo” non determinano, nella sostanza, [omissis] per il Professionista.

111. Infine, si rileva che, come noto, le norme sulle pratiche commerciali scorrette di cui alla Direttiva 2005/29/CE, recepite nel Codice del consumo, sono volte ad assicurare un livello elevato di protezione dei consumatori¹²⁴.

VI.4. Conclusioni

112. La pratica commerciale accertata relativa alla diffusione di informazioni ingannevoli e confusorie relative alla asserita convenienza dei prezzi praticati per i divani appartenenti alla “Collezione Promo”, pubblicizzati da Poltronesofà durante le campagne promozionali a partire dal gennaio 2023, per le ragioni dianzi esposte, integra un illecito consumeristico ai sensi degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare in misura apprezzabile la libertà di scelta dei consumatori inducendoli ad assumere, sul presupposto di una convenienza economica superiore rispetto a quella effettiva, una decisione di natura commerciale che non avrebbero altrimenti assunto.

113. A riguardo si rammenta, infatti, che ai sensi dell’articolo 20, comma 2, del Codice del consumo, una pratica commerciale è scorretta “se è contraria alla diligenza professionale ed è falsa o idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico, in relazione al prodotto, del consumatore medio che essa raggiunge od al quale è diretta”. Il legislatore definisce, alla lettera h), dell’articolo 18, del Codice del consumo, come “diligenza professionale” “il normale grado della specifica competenza e attenzione che ragionevolmente i consumatori attendono da un professionista nei loro confronti rispetto ai principi generali di correttezza e buona fede nel settore di attività del professionista” e, alla lettera e), del medesimo articolo, come idoneità a “falsare in misura rilevante il comportamento economico dei consumatori”, l’impiego di una pratica idonea “ad alterare sensibilmente la capacità del consumatore di prendere una decisione consapevole, inducendolo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso”.

114. In tale contesto, non si riscontra nel caso di specie, da parte della società Poltronesofà, il normale grado di diligenza e attenzione che ragionevolmente ci si può attendere, avuto riguardo alla diligenza del Professionista, alle sue dimensioni e alle caratteristiche dell’attività svolta.

115. La pratica commerciale accertata, dunque, si pone in contrasto con le prescrizioni del Codice del consumo nella misura in cui risulta contraria alla diligenza professionale e idonea a ingenerare

¹²⁴ Cfr. Direttiva 2005/29/CE, considerando 1.

nei consumatori falsi affidamenti in ordine alla effettiva convenienza dei divani della “Collezione Promo” messi in vendita durante le continue campagne promozionali.

116. Inoltre, la condotta descritta e accertata nel suo insieme e per i profili evidenziati - riguardando essa una specifica strategia di vendita particolarmente insidiosa in considerazione del tenore dell’offerta promozionale e della frequenza dei messaggi pubblicitari diffusi (come emerso nel corso dell’accertamento ispettivo, “*le promozioni sono continue [...] e identificate in base alle settimane*”¹²⁵) - non solo appare gravemente difforme al normale grado della specifica diligenza, competenza e attenzione che ragionevolmente i consumatori possono attendersi dal Professionista nei loro confronti rispetto ai principi generali di correttezza e di buona fede nel settore di attività in cui esso opera, ma presenta profili di ambiguità e omissione, integrando una pratica commerciale gravemente scorretta consistente nella diffusione di informazioni ingannevoli, ambigue e omissive in ordine al prezzo e agli sconti pubblicizzati nella vendita dei divani della “Collezione Promo” e, in particolare, alla loro effettiva convenienza economica, in violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del consumo.

VII. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

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

118. 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.

119. Con riguardo alle dimensioni economiche di Poltronesofà S.p.A., il fatturato realizzato dal Professionista, sulla base dei dati forniti dallo stesso, risulta essere, in riferimento all’esercizio chiuso al 31 dicembre 2024, pari a 539.064.835,00 euro, con un MOL di 77.038.409,00 euro e un utile di esercizio, al netto delle imposte, pari a 45.813.900,00 euro.

120. Con riguardo alla particolare gravità della violazione, essa è da ricondurre all’ambiguità e alle omissioni informative riscontrate nelle modalità di rappresentazione della asserita convenienza dei prezzi praticati per i divani della “Collezione Promo”. L’obbligo di completezza e chiarezza delle informazioni veicolate, in tale contesto, si presenta particolarmente stringente, considerato che il prezzo risulta essere uno degli elementi essenziali in grado di condizionare il consumatore nell’assumere una determinata decisione di natura commerciale, specie trattandosi di un bene di natura durevole.

121. Per quanto riguarda la durata della violazione, tenuto conto dell’integrazione oggettiva del procedimento e degli elementi documentali disponibili in atti, risulta che la pratica commerciale sia stata posta in essere da Poltronesofà S.p.A. almeno a partire da gennaio 2023. Tale pratica risultava ancora in corso alla data di comunicazione di contestazione degli addebiti¹²⁶ e non risulta, neppure dalle difese del Professionista, cessata successivamente. Né [omissis] l’esposizione dei modelli della “Collezione Promo” nei negozi anche nel periodo in cui essi sono proposti in vendita a prezzo “pieno”, al di fuori del periodo promozionale, risulta idonea a far venir meno i gravi profili di

¹²⁵ Cfr. doc. n. 55 del fascicolo istruttorio.

¹²⁶ Cfr. docc. nn. 110 e 114 del fascicolo istruttorio.

scorrettezza che caratterizzano la pratica di Poltronesofà di rappresentare in modo ingannevole la convenienza del prezzo dei divani oggetto delle promozioni.

122. Nella determinazione dell'importo della sanzione rileva, inoltre, che le vendite riconducibili alla “*Collezione Promo*” hanno rappresentato una parte *[omissis]* delle vendite effettuate da Poltronesofà, pari a circa il [2 - 20] del fatturato generato nel biennio 2023-2024¹²⁷.

123. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Poltronesofà S.p.A. nella misura di 1.000.000 (un milione) euro.

RITENUTO, pertanto, che la pratica commerciale in esame, posta in essere da Poltronesofà S.p.A., risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, 21 e 22, del Codice del consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a indurre i consumatori ad assumere una decisione di natura commerciale che altrimenti non avrebbero preso, sulla base di informazioni ingannevoli, ambigue e omissive;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere da Poltronesofà S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, 21 e 22, del Codice del consumo, e ne vieta la diffusione;

b) di irrogare alla società Poltronesofà S.p.A., per la violazione di cui alla precedente lettera a), una sanzione amministrativa pecuniaria di 1.000.000 (un milione) euro;

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

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.

¹²⁷ Cfr. doc. n. 128 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, lettera b), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'articolo 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Guido Stazi

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

*Autorità garante
della concorrenza e del mercato*

Bollettino Settimanale
Anno XXXVI- N. 1 - 2026

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
