



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXXVI - n. 36

**Pubblicato sul sito www.agcm.it
21 settembre 2026**

SOMMARIO

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE	5
A578 - COMPORTAMENTI ANTICOMPETITIVI NEL MERCATO DEI SERVIZI SOSTITUTIVI DI MENSA	
<i>Provvedimento n. 32051</i>	5
OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	7
C12837 - BCUBE/ALHA HOLDING	
<i>Provvedimento n. 32049</i>	7
C12836 - INTESA SANPAOLO/BANCA MONTE DEI PASCHI DI SIENA	
<i>Provvedimento n. 32052</i>	9
ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA	38
AS2191 - AGENZIA DELLE ENTRATE - APPALTO PER L'AFFIDAMENTO DEI SERVIZI DI RACCOLTA E RECAPITO DELLA CORRISPONDENZA	38
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	46
PS13123 – PERPLEXITY AI – VARIE PROBLEMATICHE	
<i>Avviso di avvio di procedimento istruttorio</i>	46

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

A578 - COMPORTAMENTI ANTICOMPETITIVI NEL MERCATO DEI SERVIZI SOSTITUTIVI DI MENSA

Provvedimento n. 32051

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 14 settembre 2026;

SENTITO il Relatore, Presidente Saverio Valentino;

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

VISTO il Regolamento n. 1/2003 del Consiglio del 16 dicembre 2002, concernente l'applicazione delle regole di concorrenza di cui agli articoli 81 e 82 del Trattato CE (ora 101 e 102 TFUE);

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287 e, in particolare, l'articolo 14-ter;

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

VISTA la propria delibera n. 31887 del 17 marzo 2026, con la quale è stata avviata un'istruttoria, ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/1990, nei confronti di Edenred Italia S.r.l. ed Edenred SE (di seguito, congiuntamente, Edenred) per accertare un presunto abuso di posizione dominante in violazione dell'articolo 102 del TFUE, consistente in una complessa strategia volta a trasferire sulla Grande Distribuzione Organizzata (di seguito, "GDO") maggiori oneri, in particolare attraverso la dismissione dell'integrazione diretta tra le barriere di cassa della GDO e i sistemi autorizzativi di Edenred, con il conseguente indirizzamento verso soluzioni di integrazione indiretta tramite *provider* terzi e il contestuale aumento delle *fee* richieste ai *provider*, nonché attraverso la modifica unilaterale di ulteriori condizioni contrattuali, tra cui l'allungamento dei termini di rimborso dei buoni pasto;

VISTA la "*Comunicazione sulle procedure di applicazione dell'articolo 14-ter della legge 10 ottobre 1990, n. 287*", adottata nell'adunanza dell'Autorità del 6 settembre 2012 e pubblicata sul Bollettino n. 35 del 17 settembre 2012;

VISTA la comunicazione del 3 agosto 2026, con la quale le società Edenred Italia S.r.l. ed Edenred SE, a seguito dell'accoglimento da parte dell'Autorità dell'istanza di rimessione in termini per la presentazione di impegni, hanno congiuntamente presentato, ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/1990 e secondo le modalità indicate nell'apposito "*Formulario per la presentazione degli impegni ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90*", gli impegni, che si allegano al presente Provvedimento, e che consistono, in sintesi, in misure concernenti l'offerta di soluzioni alternative per l'erogazione del servizio di accettazione e riscossione dei buoni pasto, nonché in misure riguardanti il rimborso dei costi di transizione tecnologica sostenuti dalla GDO per il passaggio a un sistema di integrazione indiretta via *provider*, la riduzione delle *fee* richieste ai *provider* e un indennizzo a compensazione degli oneri finanziari maturati a causa dei maggiori tempi di rimborso dei buoni pasto;

CONSIDERATO che, ai sensi del paragrafo 3 della “*Comunicazione sulle procedure di applicazione dell’articolo 14-ter della legge 10 ottobre 1990, n. 287*”, l’Autorità si riserva la possibilità di consentire la presentazione di impegni anche oltre il termine previsto dal predetto articolo 14-ter in ipotesi eccezionali, quali appaiono essere quelle del caso di specie, in ragione delle specificità della fattispecie e della natura delle condotte oggetto di accertamento;

CONSIDERATO che gli impegni presentati, nel loro complesso, appaiono non manifestamente infondati e tali da essere suscettibili di pubblicazione, impreviudicata ogni valutazione dell’Autorità sulla loro idoneità a risolvere le problematiche concorrenziali sollevate in sede di avvio del procedimento istruttorio;

RITENUTO, pertanto, di poter disporre la pubblicazione dei citati impegni presentati da Edenred, affinché i terzi interessati esprimano le loro eventuali osservazioni;

DELIBERA

- a) di pubblicare in data 21 settembre 2026 sul sito *internet* dell’Autorità i sopra citati impegni, allegati al presente Provvedimento, di cui costituiscono parte integrante, presentati ai sensi dell’articolo 14-ter della legge n. 287/1990;
- b) che eventuali osservazioni sugli impegni presentati dalle Parti dovranno pervenire per iscritto, entro e non oltre il 21 ottobre 2026, al Dipartimento concorrenza – 2, Direzione Credito, Assicurazioni, Poste, Servizi, Turismo e Sport dell’Autorità, Piazza G. Verdi n. 6/A, 00198 Roma, Pec: protocollo.agcm@pec.agcm.it;
- c) che eventuali rappresentazioni di Edenred rispetto alla propria posizione in relazione alle osservazioni presentate da terzi sugli impegni, nonché l’eventuale introduzione di modifiche accessorie agli stessi, dovranno pervenire per iscritto all’Autorità entro e non oltre il 20 novembre 2026.

IL VICE SEGRETARIO GENERALE
Serena Stella

IL PRESIDENTE
Saverio Valentino

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

C12837 - BCUBE/ALHA HOLDING

Provvedimento n. 32049

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 1° settembre 2026;

SENTITO il Relatore, Presidente Saverio Valentino;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287 e, in particolare, l'articolo 16, comma 8, che disciplina la proroga del termine per la conclusione dell'istruttoria avviata in relazione a un'operazione di concentrazione;

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

VISTA la propria delibera del 28 luglio 2026, con cui è stata avviata un'istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287 del 1990, nei confronti delle società BCube S.p.A. e Alha Holding S.p.A.;

VISTA la richiesta del 17 agosto 2026, con cui si chiedevano, ai sensi dell'articolo 16-*bis* della legge n. 287 del 1990 e dell'articolo 9, comma 1, del d.P.R. n. 217 del 1998, alla società BCube S.p.A. informazioni necessarie ai fini della valutazione dell'operazione di concentrazione, da trasmettersi entro il 3 settembre 2026;

VISTA la comunicazione di BCube S.p.A., pervenuta in data 20 agosto 2026, con cui la società ha rappresentato l'impossibilità di fornire nei tempi previsti i dati richiesti, in considerazione dell'elevato grado di complessità delle informazioni richieste e del tempo necessario per l'elaborazione dei suddetti dati;

CONSIDERATO che le informazioni richieste, necessarie ai fini della valutazione del caso, non potranno essere acquisite nei termini previsti e, quindi, compiutamente valutate entro l'attuale termine di conclusione del procedimento;

RITENUTO, pertanto, necessario prorogare il termine di conclusione del procedimento ai sensi dell'articolo 16, comma 8, della legge n. 287 del 1990;

DELIBERA

di prorogare al 25 novembre 2026 il termine di conclusione del procedimento.

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati ai sensi dell'articolo 16, comma 3, del d.P.R. n. 217 del 1998.

Il presente provvedimento sarà pubblicato sul Bollettino dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato.

IL VICE SEGRETARIO GENERALE

Serena Stella

IL PRESIDENTE

Saverio Valentino

C12836 - INTESA SANPAOLO/BANCA MONTE DEI PASCHI DI SIENA*Provvedimento n. 32052*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 14 settembre 2026;

SENTITA la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

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

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione di Intesa Sanpaolo S.p.A., pervenuta in data 26 giugno 2026;

VISTA la richiesta di informazioni inviata in data 8 luglio 2026, con conseguente interruzione dei termini ai sensi dell'articolo 5, comma 3, del D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTE le informazioni aggiuntive pervenute da Intesa Sanpaolo S.p.A. in data 24 luglio 2026, 29 luglio 2026, 3 agosto 2026 e 4 settembre 2026;

VISTA la documentazione agli atti, tra cui le osservazioni trasmesse da Assicurazioni Generali S.p.A. in data 7 luglio 2026;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Intesa Sanpaolo S.p.A. (di seguito, "ISP"; C.F. 00799960158) è una società di diritto italiano, quotata sul mercato Euronext Milan, organizzato e gestito da Borsa Italiana S.p.A., a capo dell'omonimo gruppo bancario, attivo nell'offerta di servizi e prodotti bancari, finanziari e assicurativi. In particolare, il Gruppo ISP opera nel settore bancario tradizionale, nel risparmio gestito e amministrato, nell'investment *banking*, nel credito al consumo, nel *factoring*, nel *leasing*, nei servizi di pagamento, nonché nella produzione e distribuzione di prodotti assicurativi. Il Gruppo ISP dispone in Italia di circa 2.297 sportelli e serve circa 14 milioni di clienti.

ISP presenta un azionariato diffuso e non risulta controllata da alcun soggetto. Alla data del 18 maggio 2026, gli azionisti titolari di partecipazioni superiori al 3% risultano Fondazione Compagnia di San Paolo, con una quota pari al 6,6%, e Fondazione Cariplo, con una quota pari al 5,5%; la restante parte del capitale sociale è flottante.

Il fatturato consolidato realizzato dal Gruppo ISP nel 2025, calcolato ai sensi dell'articolo 16, comma 2, della legge n. 287/1990, è stato pari a circa [60-70]* miliardi di euro a livello mondiale, di cui circa [50-60] miliardi di euro realizzati nell'Unione europea e circa [40-50] miliardi di euro in Italia.

2. Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A. (di seguito "MPS"; C.F. 00884060526) è la società a capo del Gruppo Monte dei Paschi di Siena (di seguito, "Gruppo MPS"), quotata sul mercato regolamentato Euronext Milan, organizzato e gestito da Borsa Italiana.

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

L'attività del Gruppo MPS è principalmente incentrata sui servizi bancari tradizionali del *retail & commercial banking* rivolti soprattutto alle famiglie e alle piccole e medie imprese. Il Gruppo MPS opera, inoltre, in tutte le principali aree di business: *leasing*, *factoring*, finanza d'impresa e *investment banking*. Il Gruppo MPS è altresì attivo nel *bancassurance* grazie a una *partnership* con AXA, mentre l'attività di *asset management* si sostanzia nell'offerta di prodotti d'investimento di fabbriche prodotte da terze indipendenti. Inoltre, MPS detiene una partecipazione di controllo in MEDIOBANCA - Banca di Credito Finanziario S.p.A. (di seguito, "Mediobanca"), pari all'86,3% del capitale sociale di quest'ultima¹; tramite la partecipazione in Mediobanca il Gruppo MPS opera nei settori del *corporate & investment banking*, nonché nel *consumer finance* (attraverso la controllata Compass) e nel *wealth management*.

Il Gruppo MPS detiene, per il tramite di Mediobanca, una partecipazione di minoranza, e non di controllo, pari a circa il 13,32% del capitale di Assicurazioni Generali S.p.A. (di seguito, "Generali"). Il Gruppo MPS è attivo anche nell'offerta di servizi digitali, tramite Wise Dialog Bank S.p.A. - Widiba.

I principali azionisti di MPS sono Delfin S.a.r.l. (detentore del 17,53% del capitale), il Gruppo Francesco Gaetano Caltagirone (10,26%), il Ministero dell'Economia e delle Finanze (4,86%), Blackrock Inc. (4,66%) e Banco BPM S.p.A. (3,74%)². Nessuno degli azionisti detiene, individualmente o congiuntamente, poteri tali da esercitare un'influenza determinante sulle decisioni strategiche della società.

Il fatturato consolidato realizzato dal Gruppo MPS nel 2025, calcolato ai sensi dell'articolo 16, comma 2, della legge n. 287/1990, è stato pari a circa [10-15] miliardi di euro a livello mondiale, di cui circa [10-15] miliardi di euro realizzati nell'Unione europea e circa [10-15] miliardi di euro in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione comunicata (di seguito, "Operazione") consiste in un'Offerta Pubblica di Acquisto e Scambio (di seguito anche "OPAS" o "Offerta") volontaria totalitaria, ai sensi degli articoli 102 e 106, comma 4, del d.lgs. n. 58/1998 (di seguito, "TUF"), promossa da ISP in data 8 giugno 2026 e riguardante la totalità delle azioni ordinarie di MPS.

4. Secondo quanto si evince dalla Comunicazione predisposta da ISP, l'Operazione è subordinata ad alcune condizioni, tra le quali: (a) l'ottenimento dell'autorizzazione da parte dell'Autorità e delle altre autorità competenti in materia di controllo delle concentrazioni e degli investimenti esteri presso cui l'Operazione è stata comunicata; (b) l'adesione all'OPAS da parte di almeno il 66,67% del capitale sociale di MPS.

5. Contestualmente alla decisione di promuovere l'OPAS, in data 8 giugno 2026, ISP ha sottoscritto con Unipol Assicurazioni S.p.A. (di seguito, "Unipol") un accordo (di seguito, "Accordo Unipol") in base al quale, a seguito del perfezionamento dell'Offerta e subordinatamente all'ottenimento delle necessarie autorizzazioni da parte di Unipol, ISP si è impegnata a cedere e Unipol si è impegnata ad acquistare l'intero capitale di un'entità giuridica bancaria ricomprendente

¹ Si precisa che, in data 10 marzo 2026, i rispettivi Consigli di Amministrazione hanno approvato il progetto di fusione per incorporazione di Mediobanca in MPS. La fusione, a oggi, non risulta ancora perfezionata.

² Informazioni reperibili sul sito: <https://www.gruppomps.it/corporate-governance/azionariato.html>.

un compendio aziendale costituito dal marchio e dai segni distintivi di MPS, nonché da 635 filiali di MPS (con gli elementi patrimoniali e i rapporti giuridici connessi) e da gran parte delle strutture/attività centrali di MPS (con relative attività e passività) necessarie per operare come banca in modo indipendente (di seguito, “Ramo di Azienda MPS”).

6. Con riguardo alle 635 filiali MPS che saranno oggetto di cessione a Unipol, ISP ha rappresentato che 445 di esse risultano già identificate in via definitiva (di seguito, “Perimetro Base della Cessione”), laddove le rimanenti 190, seppur già preliminarmente individuate, potranno invece essere oggetto di sostituzione per rispondere a potenziali criticità concorrenziali (di seguito, “Perimetro Variabile della Cessione”).

7. In proposito, ISP ha rappresentato che, in ragione della natura giuridicamente vincolante dell’Accordo Unipol e del fatto che le cessioni ivi contemplate verranno eseguite entro un breve lasso temporale (al più tardi entro un anno dal *settlement* dell’Operazione), essa non acquisterà un controllo su base duratura degli *asset* inclusi nel Ramo di Azienda MPS³. Considerato che l’Accordo Unipol è parte integrante dell’Operazione, e pertanto suo elemento essenziale, e che il Perimetro Base della Cessione risulta già identificato in maniera puntuale e immodificabile, la valutazione concorrenziale dell’Operazione verrà effettuata al netto del Perimetro Base della Cessione (come detto, comprensivo di 445 filiali MPS).

8. Ciò premesso, in caso di perfezionamento dell’Operazione, ISP acquisirebbe, oltre alle filiali MPS non contemplate nel perimetro della cessione a Unipol, la partecipazione di controllo in Widiba, tutte le attività, passività e rapporti giuridici afferenti al segmento *Large Corporate & Investment Banking* di MPS, tutti i rapporti di *bancassurance*, e la partecipazione di controllo in Mediobanca, la quale a propria volta detiene, oltre a talune società controllate presenti in Italia e all’estero (tra cui Premier e Compass), una partecipazione finanziaria non di controllo del 13,32% in Generali⁴.

9. In conseguenza dell’acquisto della partecipazione in Generali oggi detenuta da MPS (tramite Mediobanca), ISP, in caso di perfezionamento dell’Operazione, diverrà la prima azionista dell’istituto, seguita dal Gruppo Del Vecchio (10,15%), dal Gruppo Caltagirone (6,32%) e da Unicredit (8,8%).

10. Alla luce della presenza di diversi azionisti con un peso rilevante, delle modalità di elezione del Consiglio di Amministrazione e dell’andamento delle precedenti assemblee di rinnovo degli organi sociali, è possibile escludere che ISP, nell’ipotesi di “subentro” nella partecipazione oggi detenuta da MPS (tramite Mediobanca) sarebbe in grado di esercitare un controllo di fatto su Generali. ISP, in particolare, non avrebbe il potere di nominare, in autonomia (ossia, senza il concorso del voto di altri azionisti), la maggioranza dei componenti del Consiglio di Amministrazione di Generali attraverso il meccanismo del voto di lista⁵.

³ Comunicazione consolidata della Commissione sui criteri di competenza giurisdizionale a norma del regolamento (CE) n. 139/2004 del Consiglio relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese, §§. 29 ss..

⁴ Secondo quanto rappresentato da ISP, tale partecipazione non si cumulerà, se non per un periodo transitorio, con la partecipazione del 3,01% in Generali attualmente detenuta da ISP, la quale sarà oggetto di cessione al mercato (cfr. doc. 45).

⁵ Si vedano le informazioni fornite, al riguardo, da ISP, la quale ha altresì rappresentato che non sussistono patti parasociali, resi noti e comunicati al mercato, che abbiano a oggetto la partecipazione di Mediobanca, o relativi all’esercizio dei relativi diritti di voto, né risultano esistenti patti parasociali tra gli azionisti di Generali, né vi sono patti che coinvolgono ISP o le attribuiscono diritti tali da alterare la natura della sua partecipazione diretta (cfr. doc. 45). Anche MPS

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

11. L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo esclusivo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/1990.

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/1990, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento (CE) n. 139/2004, in quanto ciascuna delle Parti realizza più di due terzi del proprio fatturato totale nell'Unione europea all'interno di un unico Stato membro (l'Italia), ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della stessa legge, in quanto il fatturato totale, calcolato ai sensi dell'articolo 16, comma 2, della legge n. 287/1990, realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 595 milioni di euro, e il fatturato realizzato individualmente, a livello nazionale, da entrambe le imprese partecipanti alla concentrazione è stato superiore a 36 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE

12. L'Operazione interessa i mercati bancari della raccolta e degli impieghi, quelli del risparmio amministrato e gestito, del credito al consumo, del *leasing*, del *factoring*, dei servizi di pagamento, dell'*investment banking*, della consulenza in materia di investimenti, nonché i mercati assicurativi.

IV.2 I MERCATI RILEVANTI

IV.2.1 I mercati bancari

13. Quale premessa di carattere generale, si precisa che, con riguardo all'analisi dei mercati in oggetto, in linea con l'approccio adottato dalla Commissione europea nell'analisi della concentrazione *UniCredit/Banco BPM*, si ritiene opportuno, per la valutazione dell'Operazione, utilizzare le consistenze bancarie rilevate secondo il criterio della "residenza della controparte", in luogo del criterio della "localizzazione dello sportello"⁶ ai fini del calcolo delle quote nei mercati aventi dimensione locale⁷.

14. Detto approccio è infatti da considerarsi analiticamente preferibile alla luce della circostanza per cui i dati rilevati a livello di sportello possono presentare alcuni limiti informativi, riconducibili sia alla presenza di informazioni mancanti per talune filiali sia alle modalità interne di contabilizzazione adottate dagli intermediari, che possono determinare l'imputazione presso un determinato sportello di consistenze originate altrove. I dati rilevati secondo il criterio della

ha rappresentato che Mediobanca non detiene alcun controllo di fatto su Generali (cfr. doc. 35). Inoltre, cfr. C11524E – *Unipol Gruppo Finanziario/Unipol Assicurazioni-Premafin Finanziaria-Fondaria Sai-Milano Assicurazioni*, provvedimento n. 27400 del 24 ottobre 2018, in Bollettino n. 42/2018.

⁶ Secondo il criterio di localizzazione dello sportello le consistenze (i.e. raccolta, impieghi) sono attribuite alla provincia (o regione) in cui è ubicata la succursale presso la quale il rapporto è contabilizzato; mentre secondo il criterio di localizzazione della controparte le consistenze sono attribuite alla provincia (regione) di residenza del cliente cui il rapporto è riferito.

⁷ La Commissione, ai fini della ricostruzione delle quote di mercato nei mercati bancari locali, ha ritenuto i dati rilevati sulla base della localizzazione della clientela maggiormente accurati rispetto a quelli basati sulla localizzazione dello sportello (cfr. decisione della Commissione europea M.11830 – *UniCredit/Banco BPM*, del 19 giugno 2025, par. 90-91: "*Bank of Italy provided the Commission with a dataset on amounts of loans and deposits by banking group and province. [...] For each banking group, these volumes are assigned to provinces by customer location, which yields more accurate market shares than alternative by branch-location volumes as by-branch data are distorted by internal choices of the banks to account large volumes of loans and deposits to single branches that originate in other branches*").

residenza della controparte consentono di attenuare tali profili, attribuendo le consistenze al territorio in cui è localizzata la clientela cui esse sono riferibili e fornendo, pertanto, una rappresentazione più attendibile dell'effettiva distribuzione geografica della domanda bancaria.

15. Inoltre, tale criterio consente di rappresentare più correttamente l'operatività degli intermediari caratterizzati da modelli organizzativi non strettamente legati alla rete fisica, inclusi quelli *online*⁸. Tale aspetto assume crescente rilievo alla luce del maggiore utilizzo dei canali digitali da parte della clientela e del progressivo sviluppo di modelli distributivi non fondati sulla presenza di una rete capillare di filiali⁹.

16. Inoltre, si ricorda che, per i motivi sopra indicati (cfr. §. 7), il corretto perimetro dell'Operazione non contempla gli sportelli di cui al Perimetro Base della Cessione. Tali sportelli devono, in particolare, considerarsi imputabili a BPER Banca S.p.A. (di seguito, "BPER"), istituto bancario di cui Unipol intende acquisire il controllo esclusivo¹⁰. Tanto premesso, posto che i dati rilevati secondo il criterio della residenza della controparte non consentono di individuare puntualmente le masse riconducibili alle singole filiali, le consistenze riferibili ai 445 sportelli costituenti il Perimetro Base della Cessione sono state scorporate dai volumi di MPS in misura proporzionale al rapporto tra il numero di tali filiali e il numero totale di filiali di MPS nel mercato di riferimento¹¹.

17. Inoltre, l'indice di concentrazione (*i.e.*, l'indice di Herfindahl-Hirschman, di seguito "HHI") *post merger* è calcolato attribuendo a ISP le sole masse MPS comprese nel perimetro dell'Operazione e cumulando, invece, con la quota già detenuta da BPER le masse riferibili ai 445 sportelli oggetto di cessione. Infine, allo scopo di isolare la variazione ("delta") dell'HHI attribuibile alla sola concentrazione in esame, non si tiene conto in questa operazione dell'effetto di aumento dell'HHI derivante dalla cessione di sportelli a BPER, mentre l'effetto di riduzione dell'HHI derivante dallo scorporo della rete MPS tra ISP e BPER è ripartito in misura paritaria tra la

⁸ Nella propria prassi, l'Autorità ha valorizzato il criterio della residenza della controparte quale strumento correttivo o alternativo del criterio della localizzazione dello sportello quando le modalità di organizzazione dell'attività bancaria, in particolare l'utilizzo di canali *online*, la presenza di sportelli virtuali o l'imputazione contabile dei rapporti a sedi centrali, rendono quest'ultimo criterio non idoneo a rappresentare l'effettiva distribuzione territoriale della clientela e dell'attività bancaria (cfr. C12706 - *Banca Monte dei Paschi di Siena/Mediobanca Banca di Credito Finanziario*, provvedimento n. 31585 del 1 luglio 2025, in Bollettino n. 26/2025; C12702 - *Banca Ifis/Ilimity Bank*, provvedimento n. 31478 del 4 marzo 2025, in Bollettino n. 11/2025 e C12087 - *Unione di Banche Italiane/Nuova Cassa di Risparmio di Chieti-Nuova Banca delle Marche-Nuova Banca dell'Etruria e del Lazio*, provvedimento n. 26552 del 12 aprile 2017, in Bollettino n. 16/2017).

⁹ Cfr. Banca d'Italia, *Indagine Fintech sugli intermediari bancari e finanziari – 2025*, dicembre 2025, pp. 16-17, ove si riporta che, a fine 2024, i clienti che avevano effettuato operazioni prevalentemente attraverso canali digitali rappresentavano il 58,2% della clientela bancaria e il 31,7% dei clienti acquisiti nel corso dell'anno aveva aperto un conto o sottoscritto un altro servizio bancario mediante una procedura interamente online. Cfr. Banca d'Italia, *Relazione annuale sul 2025*, 29 maggio 2026, cap. 12, p. 174, secondo cui nel 2025 il 95% dei bonifici delle famiglie e delle imprese è stato effettuato *online*.

¹⁰ Cfr. Avviso di operazione sottoposta a valutazione dell'Autorità ai sensi dell'art. 16 della legge 287/1990, C12859 - *Acquisizione da parte di Unipol Assicurazioni S.p.A. del controllo esclusivo di BPER Banca S.p.A.*, pubblicato l'8 settembre 2026.

¹¹ In particolare, al fine di poter scorporare le consistenze riferibili alle 445 filiali di MPS cedute, nei mercati provinciali e regionali si considera il rapporto tra il numero delle filiali cedute e il numero totale delle filiali di MPS presenti, rispettivamente, nella provincia o nella regione interessata. Nei mercati nazionali, invece, si considera il rapporto tra le 445 filiali cedute e il numero totale delle filiali MPS presenti in Italia. La parte così stimata è attribuita a BPER, mentre la restante parte delle consistenze MPS è attribuita a ISP. Ad esempio, se in una provincia sono presenti 20 filiali MPS, di cui 5 oggetto di cessione, il 25% delle consistenze di MPS in tale provincia è attribuito a BPER, mentre il restante 75% a ISP.

concentrazione in esame e la successiva operazione di cessione e concentrazione, in quanto effetto congiunto di entrambe¹².

a) Il mercato della raccolta bancaria

18. Il mercato della raccolta bancaria identifica l'insieme della raccolta diretta bancaria da clientela ordinaria mediante conti correnti liberi e vincolati, depositi a risparmio, certificati di deposito. Nella propria prassi, l'Autorità non ha sinora ricompreso la raccolta postale nel mercato rilevante. Nel caso di specie, tuttavia, gli elementi acquisiti nel corso dell'attività preistruttoria inducono a riconsiderare tale impostazione con riferimento ad alcuni prodotti offerti da Poste Italiane (di seguito, "Poste")¹³.

19. Al fine di verificare il grado e la natura della pressione concorrenziale esercitata da Poste, sono state acquisite informazioni dalla stessa società e da cinque tra i principali gruppi bancari italiani in merito al grado di sostituibilità tra i prodotti di raccolta postali e bancari¹⁴. Le risposte pervenute mostrano una sostanziale convergenza nel considerare i conti correnti BancoPosta e le carte Postepay dotate di IBAN essenzialmente sostituibili con i corrispondenti prodotti bancari, in quanto consentono di effettuare le principali operazioni tipicamente associate a un conto di pagamento; a riprova di ciò, tali prodotti vengono effettivamente tenuti in considerazione dagli intermediari bancari nelle proprie valutazioni competitive.

20. Diversa è invece la valutazione relativa ai Libretti Postali e ai Buoni Fruttiferi Postali. Per tali prodotti, le informazioni raccolte evidenziano una sostituibilità meno diretta con gli strumenti bancari ricompresi nel mercato della raccolta, in ragione della diversa funzione economica, dell'orizzonte temporale dell'investimento, delle modalità di remunerazione e rimborso e, in taluni casi, delle specificità del regime fiscale e della garanzia applicabile.

¹² In particolare, gli indici strutturali utilizzati ai fini dell'analisi, tra cui l' $HHI_{post\ merger}$, e delta HHI, sono calcolati tenendo in considerazione che solo una quota α delle consistenze (di raccolta e impieghi) di MPS vengono acquisite da ISP, mentre la restante parte, $1-\alpha$, verrà trasferita in ultima analisi a BPER. Inoltre, tali consistenze sono state stimate come proporzione degli sportelli presenti in ciascun mercato locale. Sotto il profilo analitico, il delta HHI complessivo, risultante sia dalla cessione delle filiali a ISP, sia dal trasferimento degli sportelli a BPER, è pari a:

$$\Delta HHI = 2\alpha q_{ISP} q_{MPS} + 2(1-\alpha) q_{BPER} q_{MPS} - 2\alpha(1-\alpha) q_{MPS}^2$$

dove il primo termine è riconducibile all'aumento della concentrazione a esito dell'acquisizione delle consistenze αq_{MPS} da parte di ISP; il secondo termine coglie l'incremento dell'HHI per effetto del trasferimento della quota $(1-\alpha) q_{MPS}$ a BPER; infine, il terzo termine, che tende a ridurre l' $HHI_{post\ merger}$, cattura l'effetto di deconcentrazione che scaturisce dallo scorporo della rete MPS nel suo complesso e che pertanto è imputabile a entrambe le operazioni. Al fine di poter valutare singolarmente l'impatto che ciascuna transazione ha sulla variazione dell'indice di concentrazione, si è ritenuto di ripartire in parti uguali l'effetto deconcentrativo, tra le due cessioni, nella misura in cui tale effetto costituisce il portato di entrambe le operazioni. Di conseguenza, il delta HHI attribuibile alla concentrazione in esame è pari a:

$$\Delta HHI_{ISP} = 2\alpha q_{ISP} q_{MPS} - \alpha(1-\alpha) q_{MPS}^2$$

¹³ L'inclusione di Poste nel perimetro concorrenziale considerato ai fini della presente analisi appare, inoltre, coerente con l'approccio recentemente adottato dalla Commissione europea nel caso UniCredit/Banco BPM, nel quale BancoPosta è stato considerato tra gli operatori in grado di esercitare una pressione concorrenziale sugli intermediari bancari tradizionali nell'offerta di depositi e prodotti di risparmio *retail*. In tale occasione, il market test ha evidenziato, tra l'altro, la rilevanza della capillare rete distributiva degli uffici postali (cfr. par. 103 della citata decisione della Commissione europea M.11830 – *UniCredit/Banco BPM*).

¹⁴ Sono state acquisite informazioni da Poste Italiane e da UniCredit, Banco BPM, BNL e Crédit Agricole. (cfr. docc. 36, 39, 40, 41 e 43).

21. Pertanto, ai fini della presente analisi, sono incluse nel mercato della raccolta le consistenze relative ai conti correnti BancoPosta e alle carte Postepay; restano escluse le ulteriori forme di risparmio postale sopra richiamate.

22. Dal punto di vista geografico, in considerazione della limitata mobilità della domanda, il mercato della raccolta bancaria ha dimensione locale, che la prassi dell'Autorità ha ritenuto corrispondere, in prima approssimazione, ai confini provinciali¹⁵. Ove lo *screening* preliminare svolto su base provinciale lo renda opportuno, l'analisi può essere ulteriormente affinata a livello di bacini di utenza (c.d. *catchment area*). In maggior dettaglio, in linea con la prassi dell'Autorità¹⁶, l'analisi al livello di *catchment area* si reputa opportuna laddove, a livello provinciale, la quota congiunta *post merger* ecceda il 25%, con un valore di HHI superiore a 2.000 e un delta superiore alla soglia di attenzione di 150, oppure con un valore dell'HHI compreso tra 1.000 e 2.000, ma con un delta significativo, superiore alla soglia di attenzione di 250.

23. Nel caso di specie, lo *screening* preliminare evidenzia possibili criticità concorrenziali in 20 mercati provinciali. In particolare, in 11 province – e segnatamente ad Ascoli Piceno, Brindisi, Grosseto, Mantova, Massa Carrara, Reggio Calabria, Rieti, Rovigo, Siena, Terni e Viterbo – la quota congiunta si attesta tra il 30% e il 40%, mentre in 9 province – Ancona, Catanzaro, Chieti, Livorno, Lucca, Perugia, Pescara, Taranto e Teramo – la quota congiunta è compresa tra il 25% e il 30%. In tutte le summenzionate province l'HHI *post merger* è compreso tra 1.000 e 2.000, a eccezione di Siena, dove si osserva un HHI *post merger* leggermente superiore; il delta HHI risulta, in tutte le province citate, superiore alla pertinente soglia di attenzione (cfr. tabella n. 1 in Appendice¹⁷).

24. Alla luce del livello delle quote *post merger* e degli indici di concentrazione sopra descritti, non può allo stato escludersi che l'Operazione sia suscettibile di ostacolare in modo significativo la concorrenza effettiva nei suddetti mercati provinciali della raccolta. Appare pertanto necessario procedere, nel corso dell'istruttoria, a ulteriori approfondimenti sulle condizioni concorrenziali esistenti in tali aree, anche mediante un'analisi a livello di bacini di utenza (c.d. *catchment area*).

b) I mercati degli impieghi

25. Nell'ambito degli impieghi sono compresi, nelle diverse e possibili forme tecniche, il credito a breve, medio e a lungo termine. Dal punto di vista della domanda, gli impieghi possono essere distinti in base alla tipologia di soggetti a favore dei quali vengono effettuati, e segnatamente: (i) famiglie consumatrici; (ii) famiglie produttrici-imprese di piccole dimensioni; (iii) imprese di medie e grandi dimensioni; e (iv) enti pubblici. Queste diverse categorie di soggetti, infatti, esprimono differenti esigenze di finanziamento, in relazione alle quali le banche offrono prodotti/servizi diversificati, e costituiscono, per tali ragioni, altrettanti mercati del prodotto rilevanti.

26. Le diverse forme di domanda espressa sembrano caratterizzate anche da differenze in termini di mobilità e, quindi, di disponibilità a sostituire l'offerta attraverso la ricerca di altri impieghi su aree geografiche più o meno ampie. In particolare, i mercati degli impieghi alle famiglie e alle

¹⁵ Cfr. C12231 - *BPER Banca/Unipol Banca*, provvedimento n. 27482 del 17 luglio 2019, n. Bollettino n. 29/2019 e C12138 - *Cassa Centrale Raiffeisen dell'Alto Adige/Gruppo Bancario Cooperativo delle Casse Raiffeisen*, provvedimento n. 27172 del 23 maggio 2018, in Bollettino, n. 22/2018.

¹⁶ Cfr. C12710 - *BPER Banca/Banca Popolare di Sondrio*, provvedimento n. 31519 dell'8 aprile 2025, in Bollettino n. 14/2025.

¹⁷ L'Appendice è allegata al presente provvedimento e ne costituisce parte integrante.

piccole imprese presentano una dimensione territoriale locale, che nella prassi dell'Autorità è stata valutata in prima approssimazione a livello provinciale; in linea con quanto osservato per il mercato della raccolta, ove lo *screening* preliminare svolto su base provinciale lo renda opportuno, l'analisi sarà ulteriormente affinata a livello di bacini di utenza (cfr., *supra*, §. 22). Il mercato degli impieghi alle imprese medio-grandi presenta, invece, una dimensione territoriale più ampia, valutata in prima approssimazione a livello regionale, mentre il mercato degli impieghi agli enti pubblici ha un'estensione tendenzialmente nazionale¹⁸.

b.1) Impieghi alle famiglie consumatrici

27. Con riferimento al mercato degli impieghi alle famiglie consumatrici, lo *screening* preliminare evidenzia possibili criticità concorrenziali in 72 province. In 41 di esse¹⁹ la quota congiunta si attesta tra il 30% e il 40% circa, e nelle rimanenti 31²⁰ tra il 25% e il 30%. Relativamente all'HHI *post merger*, solo le province di Cagliari, Nuoro e Sassari registrano un valore al di sopra dei 2.000, mentre le rimanenti province presentano livelli tra i 1.000 e i 2.000. I valori dei delta HHI risultano pari o superiori a 250 (cfr. tabella n. 2 in Appendice).

28. Considerato quanto sopra, non può allo stato escludersi che l'Operazione sia suscettibile di ostacolare in modo significativo la concorrenza effettiva nei suddetti mercati provinciali degli impieghi alle famiglie consumatrici. Appare pertanto necessario approfondire nel corso dell'istruttoria le condizioni concorrenziali esistenti in tali aree, anche mediante un'analisi a livello di *catchment area*.

b.2) Impieghi alle famiglie produttrici-imprese di piccole dimensioni

29. Nel mercato degli impieghi alle famiglie produttrici e imprese di piccole dimensioni, lo *screening* individua 17 province meritevoli di ulteriore approfondimento. La quota dell'entità *post merger* è compresa tra il 30% e il 40% nelle province di Ascoli Piceno, Brindisi, Cagliari, Catanzaro, Perugia, Reggio Calabria, Rieti, Siena, Taranto e Trapani e tra il 25% e il 30% nelle province di Grosseto, Lucca, Mantova, Massa Carrara, Messina, Siracusa e Terni. L'HHI *post merger* supera 2.000 nelle province di Cagliari, Reggio Calabria e Siena, mentre nelle restanti province è compreso tra 1.000 e 2.000. Il delta HHI supera la pertinente soglia di attenzione in ciascuna delle province considerate (cfr. tabella n. 3 in Appendice).

30. Pertanto, l'analisi congiunta della posizione dell'entità *post merger* e del grado di concentrazione non consente allo stato di escludere che l'Operazione sia suscettibile di ostacolare in modo significativo la concorrenza effettiva nei mercati degli impieghi alle famiglie produttrici-imprese di piccole dimensioni nelle 17 province sopra indicate. Tali mercati saranno oggetto di ulteriore approfondimento nel corso dell'istruttoria, anche mediante un'analisi a livello di *catchment area*.

¹⁸ Cfr. C12710 - *BPER Banca/Banca Popolare di Sondrio*, cit..

¹⁹ Si tratta delle seguenti province: Ancona, Ascoli Piceno, Avellino, Bari, Barletta-Andria-Trani, Benevento, Bergamo, Brindisi, Cagliari, Chieti, Foggia, Genova, Grosseto, Imperia, Lecce, Lecco, Livorno, Macerata, Mantova, Matera, Milano, Monza-Brianza, Napoli, Novara, Perugia, Pescara, Potenza, Ragusa, Rieti, Rovigo, Salerno, Siena, Siracusa, Sud Sardegna, Taranto, Teramo, Terni, Torino, Trapani, Venezia, Viterbo.

²⁰ Si tratta delle seguenti province: Agrigento, Aosta, Bologna, Brescia, Caltanissetta, Campobasso, Caserta, Catanzaro, Cosenza, Cremona, Crotone, Fermo, Ferrara, La Spezia, Latina, Lodi, Lucca, Massa Carrara, Messina, Nuoro, Oristano, Palermo, Parma, Pavia, Pisa, Reggio Calabria, Sassari, Treviso, Trieste, Vercelli, Vicenza.

b.3) Impieghi alle imprese medio-grandi

31. Il mercato degli impieghi alle imprese di medie e grandi dimensioni presenta, secondo la prassi dell'Autorità, dimensione geografica regionale, in ragione della maggiore mobilità di tale categoria di clientela rispetto alle famiglie e alle imprese di piccole dimensioni. ISP ha prospettato che il mercato presenterebbe una dimensione quantomeno nazionale in ragione, tra l'altro, della definizione centralizzata delle condizioni di offerta da parte delle banche e della capacità della clientela corporate di rivolgersi a intermediari attivi anche al di fuori della regione di appartenenza. Allo stato, tali elementi non appaiono tuttavia sufficienti per discostarsi, ai fini della presente valutazione preliminare, dalla definizione geografica regionale consolidata nella prassi dell'Autorità, ferma restando la possibilità di approfondire tale profilo nel corso dell'istruttoria.

32. Su tale base, lo *screening* regionale evidenzia possibili criticità concorrenziali in nove regioni: Abruzzo, Calabria, Marche, Piemonte, Sardegna, Sicilia, Toscana, Umbria e Valle d'Aosta. La quota dell'entità *post merger* è compresa tra il 25 e il 30% in Abruzzo, Marche, Piemonte, Sicilia e Toscana; nelle regioni Calabria, Sardegna, Umbria e Valle d'Aosta si osservano quote leggermente più elevate, comprese tra il 30 e il 35%. In tutte le regioni sopramenzionate, l'HHI *post merger* è compreso tra 1.000 e 2.000 e il delta HHI risulta superiore a 250 punti²¹ (cfr. tabella n. 4 in Appendice).

33. Alla luce di tali elementi, non può allo stato escludersi che l'Operazione sia suscettibile di ostacolare in modo significativo la concorrenza effettiva nei mercati regionali degli impieghi alle imprese di medie e grandi dimensioni sopra individuati. Tali mercati saranno pertanto oggetto di ulteriore approfondimento in sede istruttoria.

b.4) Impieghi agli enti pubblici

34. Quanto, infine, agli impieghi agli enti pubblici, la prassi dell'Autorità individua un mercato tendenzialmente nazionale, tenuto conto, tra l'altro, delle modalità di affidamento mediante gara dei servizi di tesoreria, della sostanziale omogeneità territoriale delle condizioni di offerta e del ruolo esercitato su scala nazionale da Cassa Depositi e Prestiti S.p.A. (di seguito, "CDP"), tanto nei servizi di cassa e tesoreria quanto nei finanziamenti a medio-lungo termine. Tuttavia, data l'eterogeneità degli enti pubblici (per natura e dimensioni), in talune specifiche circostanze potrebbe doversi ricorrere a un'individuazione più ristretta dell'ambito geografico interessato.

35. Nel caso di specie, la posizione dell'entità *post merger* risulta ampiamente inferiore alle soglie di attenzione, considerato che la quota congiunta è inferiore al 5% a livello nazionale e non supera il 20% in alcuna regione. È dunque possibile escludere la sussistenza di criticità concorrenziali nel mercato degli impieghi agli enti pubblici.

c) Il mercato del risparmio amministrato

36. I servizi del risparmio amministrato ricomprendono l'attività di raccolta, trasmissione e negoziazione di ordini in strumenti finanziari per conto di un investitore che ha effettuato il

²¹ Al fine di tenere conto del fatto che non tutti gli sportelli MPS dispongono necessariamente delle strutture e delle competenze necessarie per l'erogazione di finanziamenti alla clientela corporate, per il mercato degli impieghi alle imprese di medie e grandi dimensioni, le consistenze riferibili al Perimetro Base della Cessione sono state stimate, per ciascuna regione, in proporzione al rapporto tra il numero degli sportelli MPS oggetto di cessione effettivamente attivi nell'erogazione di finanziamenti alla clientela corporate e il numero complessivo degli sportelli MPS attivi nel medesimo segmento nella regione.

conferimento di singoli ordini ai medesimi intermediari. Il mercato del risparmio amministrato ha dimensione provinciale, in considerazione della limitata disponibilità alla mobilità da parte della clientela finale.

37. Ai fini della stima delle quote di mercato provinciali, secondo la consolidata prassi dell'Autorità, viene utilizzata quale *proxy* la raccolta bancaria diretta. Tale criterio riflette lo stretto legame esistente tra i servizi di risparmio amministrato e l'attività bancaria tradizionale, tenuto conto della significativa correlazione tra la detenzione di un conto corrente e quella di un conto titoli presso il medesimo intermediario, sicché la raccolta costituisce un indicatore della capacità distributiva locale degli operatori

38. Coerentemente con la metodologia tradizionalmente utilizzata dall'Autorità, ai fini della presente valutazione, la *proxy* viene definita dalla raccolta bancaria al netto delle consistenze riferibili a Poste. Allo stato non sono infatti emersi elementi sufficienti per concludere che Poste sia un concorrente effettivo degli intermediari bancari nell'offerta del complesso dei servizi di custodia, amministrazione e negoziazione che caratterizzano il mercato del risparmio amministrato. In tal senso, si osserva che la gran parte del risparmio intermediato attraverso la rete postale è riconducibile a prodotti, quali i libretti postali e i buoni fruttiferi postali, che non presuppongono l'utilizzo di un conto titoli né dei servizi di raccolta, trasmissione e negoziazione di ordini propri del risparmio amministrato. Tale circostanza trova riscontro anche nella significativa sproporzione tra le masse riconducibili a tali prodotti e quelle riferibili ai servizi di risparmio amministrato offerti da Poste, con la conseguenza che l'inclusione delle relative consistenze di raccolta nella *proxy* rischierebbe di sottostimare ingiustificatamente la posizione delle Parti nel mercato in esame²².

39. Tanto premesso, lo *screening* preliminare evidenzia 27 mercati provinciali meritevoli di ulteriore approfondimento. Si tratta delle venti province già individuate nel mercato della raccolta — Ancona, Ascoli Piceno, Brindisi, Catanzaro, Chieti, Grosseto, Livorno, Lucca, Mantova, Massa Carrara, Perugia, Pescara, Reggio Calabria, Rieti, Rovigo, Siena, Taranto, Teramo, Terni e Viterbo — cui si aggiungono, per effetto dell'esclusione delle consistenze di Poste dalla *proxy*, le province di Cagliari, Caserta, Cosenza, Messina, Salerno, Siracusa e Trapani²³ (cfr. tabella n. 5 in Appendice).

40. L'analisi congiunta del posizionamento dell'entità *post merger* e del grado di concentrazione non consente, pertanto, allo stato di escludere che l'Operazione sia suscettibile di ostacolare in modo significativo la concorrenza effettiva nei predetti mercati provinciali del risparmio amministrato. Appare quindi necessario approfondire nel corso dell'istruttoria le condizioni concorrenziali esistenti in tali aree, anche mediante un'analisi a livello di *catchment area*.

d) I mercati del risparmio gestito

41. Nell'ambito del settore del risparmio gestito sono ricomprese diverse attività, che corrispondono a distinti mercati del prodotto, e che sono connesse alla: (i) gestione di fondi comuni

²² In particolare, nel 2025, le masse riconducibili al risparmio postale (libretti e buoni fruttiferi) superavano i 300 miliardi di euro a fronte di circa 79 miliardi riferibili ai conti correnti, e di 8 miliardi di euro riconducibili ai servizi di risparmio amministrato (cfr. Relazione Finanziaria Annuale Poste 2025).

²³ In particolare, nelle province di Salerno, Caserta e Cosenza la quota *post merger* stimata mediante la *proxy* è compresa tra il 30% e il 35%, mentre a Cagliari, Messina, Siracusa e Trapani è compresa tra il 25% e il 30%. In tutte queste province, l'HHI *post merger* è compreso tra 1.000 e 2.000 e il delta HHI risulta superiore a 250 punti, a eccezione di Cagliari dove l'HHI supera i 2000 punti, a fronte di un delta HHI pari a 176.

d'investimento mobiliare; (ii) gestione su base individuale di patrimoni mobiliari ("GPM") e in fondi ("GPF") e (iii) gestione di prodotti della previdenza complementare.

42. Inoltre, i servizi offerti nell'ambito del risparmio gestito hanno tipicamente una fase della produzione a monte e una fase della distribuzione a valle, ciascuna delle quali porta a individuare mercati distinti lungo la filiera, sia in termini geografici che di prodotto. La fase della produzione, secondo prassi costante dell'Autorità, ha una dimensione geografica nazionale, essendo di norma centralizzata e omogenea su tutto il territorio italiano. Per quanto riguarda il mercato della distribuzione, invece, considerando la ridotta mobilità della domanda, la dimensione geografica è stata per prassi definita dall'Autorità, in prima approssimazione, a livello provinciale; con riferimento al settore previdenziale, sussistono differenze tra i fondi pensione negoziali, i fondi pensione aperti e i piani individuali pensionistici (di seguito, "PIP"), che possono influire sulla definizione del mercato geografico, il quale può avere un'estensione più ampia, tendenzialmente nazionale, ma, pure in funzione dalla rilevanza delle adesioni individuali, può richiedere uno *screening* esteso anche ad aree locali di minor dimensione²⁴.

43. In ogni caso, ai fini dell'apprezzamento delle condizioni concorrenziali nella fase distributiva dei mercati del risparmio gestito, in linea con la prassi dell'Autorità, viene utilizzato quale *proxy* il posizionamento degli operatori nella raccolta bancaria, che, coerentemente con quanto rappresentato per il mercato del risparmio amministrato, costituisce un indicatore significativo della capacità distributiva locale. Tale scelta appare opportuna anche in considerazione della natura eterogenea e della limitata confrontabilità dei dati disponibili sui prodotti di risparmio gestito effettivamente distribuiti a livello provinciale. La robustezza della *proxy* trova, in ogni caso, conferma nei dati delle Parti, che evidenziano una correlazione elevata tra il rispettivo posizionamento nella raccolta e quello nei diversi comparti distributivi del risparmio gestito²⁵.

44. Coerentemente con quanto sopra osservato per il risparmio amministrato, la *proxy* è calcolata al netto delle consistenze riferibili a Poste Italiane. Sulla base degli elementi allo stato disponibili, infatti, Poste risulta attiva nella distribuzione di prodotti di risparmio gestito solo in misura marginale, sicché l'inclusione delle relative consistenze di raccolta rischierebbe di sovrastimarne la pressione concorrenziale di Poste nei mercati distributivi in esame.

d.1) Gestione fondi comuni di investimento

45. Un fondo comune di investimento è un patrimonio autonomo, suddiviso in quote, di pertinenza di una pluralità di partecipanti, gestito a monte. Come anticipato, l'attività connessa ai fondi comuni di investimento presenta due fasi che individuano due mercati distinti: la produzione e la distribuzione. In questo contesto, in base alle informazioni fornite dalle Parti risulta che sia ISP sia MPS sono attive tanto nella fase produttiva che in quella distributiva.

46. In particolare, con riguardo alla produzione di fondi comuni d'investimento mobiliare, ISP detiene una quota di mercato pari a circa il [15-20%], mentre la quota di MPS è [inferiore all'1%],

²⁴ Cfr., *inter alia*, procedimento C12691 – Banco BPM Vita/Anima Holding, provvedimento n. 31420 del 11 dicembre 2024, in Bollettino n. 50/2024 e C10053 - Società Cattolica di Assicurazione/BCC Vita, provvedimento n. 19986 del 18 giugno 2009, in Bollettino n. 24/2009.

²⁵ La verifica svolta sui dati delle Parti a livello provinciale evidenzia coefficienti di correlazione tra le quote nella raccolta bancaria e quelle nei diversi comparti distributivi del risparmio gestito compresi tra circa 0,84 e 0,98; valori prossimi a 1 indicano che, nelle province nelle quali è maggiore il posizionamento nella raccolta, tende a essere maggiore anche quello nel prodotto di risparmio gestito considerato.

con la conseguenza che le Parti verranno a detenere *post merger* una quota a livello nazionale pari a circa il [20-25%]. La sovrapposizione direttamente derivante dall'Operazione risulta, pertanto, contenuta.

47. Ciò premesso, sarà tuttavia oggetto di approfondimento in sede istruttoria la possibile incidenza dell'Operazione sulle dinamiche concorrenziali nella fase produttiva, alla luce dei legami strutturali derivanti dall'acquisizione da parte di ISP (tramite Mediobanca) di una partecipazione in Generali.

Al riguardo, rileva quanto osservato dalla stessa Generali, secondo cui – a oggi – la partecipazione di Mediobanca non si configurerebbe come un mero investimento finanziario, tenuto conto, in particolare: (i) del ruolo rilevante ricoperto da Mediobanca nell'ultima elezione per il rinnovo del Consiglio di Amministrazione e (ii) del fatto che un amministratore non indipendente nominato da Mediobanca siede nel *board* di Generali²⁶. Analoghe preoccupazioni sono state riportate anche da MPS, secondo cui ISP sarebbe in grado, pur in assenza di controllo formale, di esercitare un'influenza significativa su Generali²⁷.

48. In ragione dell'entità della partecipazione che ISP verrà a detenere in Generali e dei legami di *governance* tra i due istituti, del significativo posizionamento complessivo dei due operatori, la cui quota congiunta nel mercato in esame è stimata in circa il [25-30%], nonché dell'esistenza di un rapporto di concorrenza diretta, non sembra possibile escludere il rischio di criticità concorrenziali nel mercato della gestione di fondi comuni di investimento per le ragioni di seguito descritte.

49. Nello scenario *post merger*, è in primo luogo possibile che l'incentivo di ISP a competere aggressivamente nei confronti di Generali risulti significativamente attenuato. Inoltre, la presenza del legame strutturale e di *governance* in questione potrebbe rendere più semplice un coordinamento tra i due istituti, nonché aumentare l'incentivo a una condotta coordinata²⁸.

Sotto un diverso profilo, tenuto conto della rilevante presenza di ISP nella *governance* di Generali, saranno oggetto di valutazione anche le possibili preoccupazioni concorrenziali derivanti dal rischio di circolazione di informazioni sensibili tra i due concorrenti.

50. Per quanto riguarda la fase distributiva, in linea con quanto illustrato sopra per il mercato del risparmio amministrato, si individuano 27 mercati provinciali in cui l'analisi congiunta del posizionamento dell'entità *post merger* e del grado di concentrazione non consente, allo stato, di escludere che l'Operazione sia suscettibile di ostacolare in modo significativo la concorrenza effettiva nel mercato in esame, e che dunque sono meritevoli di ulteriori approfondimenti in fase istruttoria (cfr. tabella n. 5 in Appendice). Inoltre, in un assetto del gruppo verticalmente integrato lungo la filiera tra mercato delle gestione/produzione e mercato della distribuzione, saranno oggetto di valutazione anche i potenziali effetti di natura verticale derivanti dalla posizione delle Parti *post merger*.

²⁶ Si vedano le Osservazioni formulate da Generali in data 7 luglio 2026 in risposta all'avviso al mercato relativo all'Operazione (cfr. doc. 15).

²⁷ Si veda la risposta di MPS del 23 luglio 2026 alla richiesta di informazioni dell'Autorità (cfr. doc. 35).

²⁸ Si veda il §. 48 degli Orientamenti relativi alla valutazione delle concentrazioni orizzontali a norma del regolamento del Consiglio relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese, in cui si afferma che “*legami strutturali, quali le partecipazioni incrociate o le partecipazioni in imprese comuni, possono contribuire ad allineare gli incentivi tra le imprese partecipanti al coordinamento*”.

d.2) GPM e GPF

51. La GPM è un'attività svolta da banche, da imprese di investimento e da società di gestione del risparmio, sulla base di un incarico conferito dal cliente. Rispetto alle gestioni collettive, il patrimonio di ogni cliente resta distinto da quello degli altri. La GPF ha, inoltre, la peculiarità che le disponibilità finanziarie del cliente sono investite in quote di fondi comuni d'investimento. Le GPF sono assimilate alle gestioni collettive anche se, dal punto di vista contrattuale, hanno un elemento in comune con le gestioni individuali, potendo il cliente richiedere al gestore di modificare la composizione del portafoglio, sempre, tuttavia, scegliendo tra quote di fondi comuni.

52. Le Parti risultano attive sia nella fase di produzione sia in quella di distribuzione dei servizi di gestione su base individuale di patrimoni mobiliari (GPM e GPF). In particolare, nella fase produttiva, ISP detiene una quota di mercato pari a circa il [20-25%], mentre la quota di MPS è [inferiore all'1%]. L'incremento direttamente riconducibile all'acquisizione di MPS risulta dunque alquanto contenuto.

53. Sotto un distinto profilo, in linea con quanto osservato nei §§ 47-49, saranno oggetto di approfondimento in sede istruttoria gli effetti dell'Operazione sulle dinamiche competitive del mercato in esame derivanti dai legami strutturali tra ISP e Generali, nonché dal rischio di scambio di informazioni sensibili. Nel mercato dei GPM e GPF, infatti, il posizionamento di ISP e Generali assume particolare rilievo, in quanto i due istituti risultano i principali operatori del mercato, detenendo una quota congiunta stimata in circa il [50-55%].

54. Anche nella fase distributiva è possibile individuare i medesimi 27 mercati provinciali già emersi con riferimento al risparmio amministrato, nei quali permangono i profili di attenzione concorrenziale sopra descritti e che saranno pertanto oggetto di approfondimento in sede istruttoria. Valgono inoltre le medesime considerazioni svolte rispetto al mercato della gestione fondi comuni di investimento con riferimento all'analisi degli effetti verticali (cfr. *supra* §. 50).

d.3) Gestione di prodotti della previdenza complementare

55. La previdenza integrativa ha l'obiettivo di soddisfare l'esigenza di reddito dei lavoratori nella fase del loro pensionamento. Tale finalità viene perseguita in Italia attraverso una struttura previdenziale basata su due diverse modalità di intervento: (i) la previdenza obbligatoria; (ii) la previdenza complementare, realizzata attraverso il ricorso ai fondi pensione negoziali (o chiusi), fondi pensione aperti e PIP.

56. Come anticipato, sussistono differenze tra i fondi pensione negoziali, i fondi pensione aperti e i PIP, che possono influire sulla definizione del mercato geografico. In particolare, i fondi pensione negoziali sono istituiti per singola azienda o gruppi di aziende, per categorie di lavoratori, talvolta per raggruppamento territoriale; essi sono oggetto di un contratto collettivo nazionale oppure di accordi o regolamenti aziendali e sono gestiti, sulla base dei contributi, da SGR, compagnie di assicurazione o banche. I fondi pensione aperti, invece, sono istituiti e gestiti direttamente da banche, società di assicurazione e SGR e possono essere sia ad adesione collettiva (come i fondi negoziali) che individuale. Infine, i PIP sono contratti di previdenza complementare ad adesione individuale.

57. Con riguardo alla produzione di prodotti della previdenza complementare, ISP detiene una quota di mercato pari a circa il [10-15%], mentre MPS detiene una quota [inferiore all'1%]. L'incremento direttamente riconducibile all'acquisizione di MPS risulta dunque del tutto marginale.

58. Appare tuttavia necessario approfondire in sede istruttoria la possibile incidenza dell'Operazione sulle dinamiche concorrenziali alla luce dei legami strutturali tra ISP e Generali, e dei rischi connessi allo scambio di informazioni, sopra descritti, considerato che la quota complessivamente riconducibile ai due istituti è stimata in circa il [30-35%] e che gli stessi rappresentano gli operatori *leader* del mercato.

59. Con riguardo alla fase distributiva, in applicazione della metodologia sopra richiamata, si individuano anche in questo caso 27 mercati provinciali rispetto ai quali si rende opportuno un ulteriore approfondimento in sede istruttoria (cfr. tabella 5 in Appendice). Valgono inoltre le medesime considerazioni svolte rispetto agli altri mercati del risparmio gestito con riferimento all'analisi degli effetti verticali (cfr. *supra* §. 50).

e) Il credito al consumo

60. L'operazione interessa, altresì, i servizi di credito al consumo, che hanno per oggetto la concessione di credito sotto forma di dilazione di pagamento, di finanziamento o di altra analoga forma di facilitazione a favore di una persona fisica che agisce per scopi estranei all'attività imprenditoriale o professionale svolta.

Secondo il consolidato orientamento dell'Autorità, nell'ambito del credito al consumo è possibile distinguere due tipologie di finanziamenti: (i) il credito diretto, erogato nella forma di prestito personale senza vincolo di destinazione, e (ii) il credito finalizzato, ossia destinato all'acquisto di beni specifici (autoveicoli, motocicli, mobili, etc.). Tali due tipologie di credito al consumo presentano differenze sostanziali quanto a servizio prestato, modalità di collocamento del finanziamento e relative condizioni commerciali, e rapporto tra domanda e offerta; pertanto, come già affermato dall'Autorità, è possibile considerarli quali due segmenti, se non proprio quali due mercati, diversi tra loro, in ragione del servizio prestato e delle relative condizioni commerciali²⁹.

61. Quanto al credito al consumo diretto, elemento peculiare è il contatto diretto tra finanziatore e consumatore, che dà vita a un rapporto bilaterale. In tale ambito sono ricompresi i finanziamenti effettuati principalmente attraverso prestiti personali, mediante carte di credito *revolving* (vale a dire, carte utilizzabili presso tutti i negozi convenzionati, cui è associata una linea di credito che consente di rateizzare i pagamenti a fronte dell'impegno del cliente di restituire gli importi sulla base di una rata minima mensile concordata), nonché quelli mediante cessione del quinto dello stipendio. Sotto il profilo geografico, i servizi di credito al consumo diretto presentano dimensione locale, tipicamente circoscritta ai confini regionali.

62. Il credito al consumo finalizzato, invece, è caratterizzato dall'erogazione di un finanziamento basata su un rapporto trilaterale tra la banca (o società finanziaria specializzata), il cliente e il *dealer* convenzionato. Il credito finalizzato include i finanziamenti per l'acquisto di diverse tipologie di beni e/o servizi e, convenzionalmente, si distingue tra credito finalizzato all'acquisto di autoveicoli e credito finalizzato all'acquisto di altri beni o servizi. La dimensione geografica del mercato del credito al consumo finalizzato è nazionale, in considerazione dell'omogeneità delle caratteristiche di produzione e commercializzazione dei servizi in parola sull'intero territorio nazionale.

²⁹ Cfr., tra gli altri, C8660 – *Unicredito Italiano/Capitalia*, provvedimento n. 17283 del 18 settembre 2007, in Bollettino n. 33/2007; C10702 – *ICCREA Holding/Soluzio Consumer Credit*, provvedimento n. 21638 del 30 settembre 2010, in Bollettino n. 38/2010; C10854 – *Société des Paiements Pass/Carrefour Servizi Finanziari*, provvedimento n. 21941 del 15 dicembre 2010, in Bollettino n. 49/2010 e C12063 – *Santander Consumer Bank/Ramo di azienda di Accedo*, provvedimento n. 26141 del 27 luglio 2016, in Bollettino n. 29/2016.

63. Con riferimento al credito al consumo diretto, in nessuna regione la quota dell'entità *post merger* supera il 25%³⁰. Sono presenti nell'offerta di tali servizi numerosi e qualificati concorrenti, anche specializzati, tra cui UniCredit, Findomestic e Agos Ducato, che detengono posizioni significative a livello nazionale. Alla luce del posizionamento dell'entità risultante dall'Operazione, non emergono, pertanto, profili suscettibili di richiedere ulteriori approfondimenti in sede istruttoria anche ove si considerasse la definizione più ristretta del mercato.

64. Quanto al credito al consumo finalizzato, a livello nazionale l'entità *post merger* deterrà una quota pari a circa il [15-20%]. Anche in questo caso, pur considerando la definizione più ristretta del mercato, ISP detiene una quota pari a circa lo [inferiore all'1%], mentre a MPS è riconducibile una quota pari a circa il [15-20%], riferibile essenzialmente all'attività di Compass. Sono inoltre attivi nell'offerta di tali servizi qualificati concorrenti, tra cui Findomestic e Agos Ducato, con quote pari, rispettivamente, a circa il [15-20%] e il [15-20%]. Pertanto, tenuto conto della quota dell'entità *post merger*, dell'incremento estremamente contenuto determinato dall'Operazione e della presenza di operatori concorrenti di analoga dimensione, l'Operazione non appare suscettibile di ostacolare in modo significativo la concorrenza effettiva.

f) Il mercato del factoring

65. Il *factoring* è l'attività, disciplinata tramite un contratto a titolo oneroso, con cui una società trasferisce la titolarità dei propri crediti commerciali a un'altra società (la società di *factoring*), che ne garantisce o meno il buon fine (rispettivamente *factoring pro solvendo* o *pro soluto*), provvede alla loro riscossione e corrisponde alla società cedente una somma di denaro commisurata al valore dei crediti ceduti. Dal lato della domanda, il mercato del *factoring* è costituito essenzialmente da imprese (sia PMI che medie e grandi). Il *factoring* è un servizio a elevato grado di personalizzazione e risulta dall'articolazione di tre componenti principali: (i) gestionale; (ii) di garanzia (contro l'insolvenza del debitore); (iii) e creditizia (il finanziamento si manifesta nel pagamento dei crediti prima della relativa scadenza). Tale mercato ha rilevanza territoriale nazionale.

66. Entrambe le parti sono presenti nel mercato del *factoring*. In particolare, ISP detiene una quota di mercato pari a circa il [20-25%] in termini di *turnover* (inteso come il flusso lordo dei crediti ceduti dalla clientela alla società di *factoring* in un determinato intervallo di tempo), mentre a MPS è attribuibile una quota pari a circa il [5-10%], sempre in termini di *turnover*. La quota congiunta risulterebbe più contenuta applicando la diversa metrica dell'*outstanding*, ossia l'ammontare dei crediti acquistati dalla società di *factoring* che a una data determinata devono essere ancora incassati (in particolare, la quota congiunta *post merger* risulterebbe pari al [20-25%], con un incremento pari al [5-10%] ascrivibile a MPS)³¹.

67. Sebbene la quota *post merger*, adottando prudenzialmente la metrica del "*turnover*", si collochi intorno al [25-30%] e il delta HHI, [superiore a 250], superi la pertinente soglia di

³⁰ Con riferimento al credito al consumo, le quote di mercato sono state calcolate senza procedere a uno scorporo proporzionale delle masse del Gruppo MPS riferibili agli sportelli oggetto di cessione. Ciò in quanto circa il 95% dell'attività di credito al consumo del Gruppo MPS è realizzata tramite Compass Banca S.p.A., che non rientra nel Ramo di Azienda MPS.

³¹ Con riferimento al mercato del *factoring*, le quote di mercato del Gruppo MPS sono state calcolate applicando lo scorporo delle attività oggetto di cessione esclusivamente alla componente riconducibile a Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A.; i volumi riferibili a MBFACTA S.p.A., non rientrando nel Ramo di Azienda MPS, sono stati invece considerati integralmente ai fini della determinazione della quota del Gruppo MPS.

attenzione, il mercato mantiene un assetto concorrenziale caratterizzato da una base di operatori ampia e diversificata e da un livello di concentrazione complessivamente moderato. In particolare, tra i principali concorrenti figurano UniCredit Factoring, Ifitalia, Factorit e Banca Ifis oltre a numerosi altri intermediari finanziari *ex art. 106 TUB* e operatori di *specialty finance*. Si osserva, peraltro, una progressiva erosione della quota di ISP, passata dal [25-30%] nel 2023 al [20-25%] nel 2025.

68. Alla luce del complesso di tali elementi, non si ritiene che l'Operazione sia suscettibile di ostacolare in modo significativo la concorrenza effettiva nel mercato nazionale del *factoring*.

g) Il mercato del leasing

69. Il *leasing*, vale a dire la locazione finanziaria di beni mobili e immobili, consiste nella predisposizione di forme di prestito finalizzate all'utilizzazione di un determinato bene e all'eventuale acquisizione dello stesso al termine della locazione. Questa forma di locazione finanziaria, coerentemente con l'orientamento dell'Autorità, può essere distinta in due tipologie: il mercato del *leasing* finanziario e il mercato del *leasing* operativo³².

70. Più precisamente, facendo riferimento al profilo soggettivo, rileva notare che il *leasing* finanziario è un'attività regolamentata e riservata, oltre che alle banche, agli intermediari finanziari iscritti all'elenco di cui all'articolo 106 TUB. La funzione primaria di tale servizio è di offrire al locatario un finanziamento finalizzato all'acquisto della proprietà del bene allo scadere del contratto di locazione. In merito al mercato geografico sembra corretto definirlo, in considerazione delle modalità di offerta, a livello nazionale.

71. Entrambe le Parti sono presenti nel settore del *leasing*. Nel complessivo mercato nazionale, nel 2025, ISP detiene una quota pari a circa il [10-15%] in termini di *outstanding* e al [1-5%] in termini di stipulato, mentre a MPS sono attribuibili quote pari, rispettivamente, a circa il [1-5%] e al [1-5%]. La quota dell'entità *post merger* risulta pertanto pari a circa il [15-20%] in termini di *outstanding* e al [1-5%] in termini di stipulato³³.

72. Anche restringendo l'analisi al solo *leasing* finanziario, la quota dell'entità *post merger*, calcolata in termini di stipulato, risulta pari a circa il [1-5%], di cui circa il [1-5%] riconducibile a ISP e [1-5%] a MPS. Quanto al *leasing* operativo, ISP non risulta più attiva a seguito della cessione di Intesa Sanpaolo Rent Foryou S.p.A. nel 2025, sicché in tale segmento l'Operazione determina una mera sostituzione di un operatore con un altro. Pertanto, l'Operazione non appare suscettibile di determinare un ostacolo significativo alla concorrenza nel mercato del *leasing*.

h) I mercati dei servizi di pagamento

73. Nell'ambito dei servizi di pagamento, è possibile individuare tre distinte tipologie di servizi: a) l'emissione di carte (*i.e. card issuing*), b) il convenzionamento degli esercenti (*i.e. merchant acquiring*) e c) il *processing* operativo e informatico (*i.e. processing*). Nel caso di specie, le Parti risultano entrambe attive esclusivamente nel mercato del *card issuing*. L'analisi che segue sarà

³² Cfr. tra gli altri, C12776 – *Next.us Investments/Banca Privata Leasing*, provvedimento n. 31765 del 2 dicembre 2025, in Bollettino n. 49/2025.

³³ Con riferimento al mercato del leasing, le quote di mercato del Gruppo MPS sono state calcolate applicando lo scorporo delle attività oggetto di cessione esclusivamente alla componente riconducibile a Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A.; i volumi riferibili a MBPS Leasing S.p.A., non rientrando nel Ramo di Azienda MPS, sono stati invece considerati integralmente ai fini della determinazione della quota del Gruppo MPS.

pertanto circoscritta a tale mercato, non risultando necessario approfondire i mercati del *merchant acquiring* e del *processing*, nei quali l'Operazione non determina sovrapposizioni orizzontali.

74. L'emissione delle carte di pagamento (c.d. *card issuing*) consiste in un insieme di servizi finalizzato alla fornitura di carte di pagamento (debito, credito o pre-pagate) ai clienti finali che, di norma, sono rappresentati dai consumatori. In particolare, l'attività di emissione delle carte comprende principalmente l'offerta della carta al cliente finale (che ne diviene il titolare), la definizione delle caratteristiche della carta e delle relative condizioni economiche (ammontare del canone annuo, commissioni per il servizio di anticipo contante, spese di invio estratto conto e altre commissioni), la valutazione creditizia del cliente (ossia se il soggetto è meritevole di credito), la contrattualizzazione dello stesso, la gestione dei rapporti con i circuiti, le attività di *customer service* e di *marketing* e la gestione del rischio creditizio e delle frodi³⁴.

75. Secondo la prassi dell'Autorità, i servizi di *card issuing* possono essere suddivisi in base alla diversa tipologia di strumenti di pagamento, distinguendo tra carte di credito e di debito (ivi incluse le carte prepagate), corrispondenti a diversi mercati del prodotto; tuttavia, più di recente è stata lasciata aperta la possibile configurazione di un unico mercato comprensivo di tutte le tipologie di carta in ragione della loro sostituibilità dal lato dell'offerta³⁵.

76. Parallelamente, dal punto di vista geografico, la dimensione del mercato dell'emissione delle carte di pagamento è stata nella prassi individuata nei confini nazionali, in ragione dell'omogeneità delle condizioni di offerta dell'insieme dei descritti servizi sul territorio nazionale; tuttavia, anche sotto tale profilo più di recente è stata lasciata aperta la possibile ridefinizione di tale mercato quale avente dimensione corrispondente allo Spazio Economico Europeo³⁶.

77. Per quel che concerne l'emissione di carte di credito, sulla base delle stime disponibili, le Parti verranno a detenere una quota congiunta pari a circa il [20-25%] di cui circa il [15-20%] riconducibile a ISP e il [1-5%] a MPS. Parimenti contenuta risulterà la quota *post merger* con riferimento all'emissione di carte di debito e prepagate, pari a circa il [15-20%], di cui meno del [1-5%] è riconducibile a MPS.

78. Alla luce delle quote *post merger* e del contenuto incremento della concentrazione, si ritiene pertanto che l'Operazione non sia suscettibile di incidere in misura significativa sulle dinamiche concorrenziali dei mercati interessati.

i) I mercati dell'investment banking

79. Nell'ambito dell'*investment banking* sono compresi prodotti e servizi erogati da intermediari creditizi e istituti specializzati per soddisfare esigenze complesse e articolate della clientela imprese.

80. In tale settore, sulla base della prassi nazionale e comunitaria, sembra possibile identificare, quattro principali aree di attività in considerazione della specificità del servizio offerto, delle esigenze espresse dalla domanda e del contesto competitivo. Si tratta delle attività inerenti: (a) il *corporate finance*, ovvero l'offerta di consulenza strategica in materia di operazioni quali fusioni,

³⁴ Più nello specifico, occorre considerare che, per quel che concerne le politiche economiche e commerciali legate a tali servizi, esse sono definite dalla banca se viene adottato il modello integrato; viceversa, se la banca si limita a distribuire i servizi e ricorre a società terze per l'attività di *issuing*, le politiche e i criteri di distribuzione del prodotto, nonché il *pricing* nei confronti della clientela finale possono essere definiti dalle società terze oppure dalle banche, a seconda dell'accordo.

³⁵ Cfr. per tutti C12373 - *Nexi/SIA*, provvedimento n. 29839 del 12 ottobre 2021, in Bollettino n. 41/2021.

³⁶ Cfr. *ibidem*.

acquisizioni o dismissioni; (b) la consulenza relativa al mercato primario dei capitali, vale a dire l'offerta di servizi finanziari sul capitale azionario (di seguito, "ECM") e sul mercato del debito (di seguito, "DCM"); (c) la finanza strutturata, che consta di operazioni di finanziamento aventi una struttura complessa, caratterizzate da un significativo ricorso alla leva finanziaria e da un ricorso limitato nei confronti dei soggetti promotori, al fine di contenere il profilo di rischio in termini adeguati per renderlo accettabile sul mercato bancario e (d) il *project finance*, ovvero operazioni di finanziamento a lungo termine, legate a progetti specifici.

81. In considerazione di un complesso di elementi attinenti sia il lato della domanda che dell'offerta quali, ad esempio, specificità del servizio offerto, esigenze espresse dalla domanda e capacità di offerta, in base alla prassi dell'Autorità, i segmenti dell'*investment banking* sopra descritti configurano altrettanti mercati del prodotto.

82. In merito all'ambito geografico rilevante di tali mercati esso appare individuabile nei confini nazionali, in virtù dell'importanza che rivestono nel processo di selezione dell'advisor fattori quali un'adeguata presenza a livello locale dell'operatore, la conoscenza del contesto nazionale, dell'assetto normativo e regolamentare, nonché la capacità di relazione anche con le istituzioni nazionali³⁷.

83. Entrambe le Parti sono presenti nei mercati sopra individuati. In particolare, sulla base delle stime relative al 2025 e considerando le quote calcolate in termini di fatturato netto, nel mercato del *corporate finance* ISP detiene una quota pari a circa il [1-5%], mentre a MPS è attribuibile una quota pari a circa il [5-10%], con una quota congiunta pari a circa il [5-10%].

84. Per quanto concerne i mercati primari dei capitali, nell'ECM la quota congiunta delle Parti risulta pari a circa il [1-5%] in termini di fatturato netto, mentre nel DCM essa è pari a circa il [10-15%], di cui circa il [5-10%] riconducibile a ISP e il [1-5%] a MPS.

85. Con riguardo al mercato della finanza strutturata, la quota congiunta delle Parti è pari a circa il [1-5%] in termini di fatturato netto, con un limitato incremento attribuibile a MPS ([1-5%]), mentre nel *project finance* essa si attesta a circa il [5-10%], con un apporto di MPS sostanzialmente marginale.

86. Pertanto, in nessuno dei mercati dell'*investment banking* la quota congiunta delle Parti, misurata in termini di fatturato netto, supera il 15%. Inoltre, tali mercati sono caratterizzati dalla presenza di numerosi operatori internazionali di primaria importanza, tra cui JPMorgan e Goldman Sachs, nonché da una significativa variabilità delle quote di mercato nel tempo, in funzione dell'aggiudicazione dei singoli mandati, delle operazioni effettivamente concluse e dell'andamento dei mercati finanziari. Alla luce del contenuto posizionamento delle Parti e della pressione concorrenziale esercitata da qualificati operatori concorrenti di rilevanza internazionale, non si ritiene che l'Operazione sia suscettibile di incidere in misura significativa sulle dinamiche concorrenziali dei mercati interessati.

l) La consulenza in materia di investimenti

87. La consulenza in materia di investimenti comprende una serie di attività collegate, quali: il *marketing* e organizzazione di iniziative atte alla generazione di nuovi potenziali clienti; l'analisi delle loro esigenze al fine di individuare le soluzioni più idonee; la raccolta della documentazione

³⁷ C12706 – Banca Monte dei Paschi di Siena/Mediobanca Banca di Credito Finanziario, cit..

relativa al cliente e l'inserimento del censimento anagrafico nei sistemi informativi; l'individuazione del portafoglio più adeguato per il singolo cliente; la predisposizione della documentazione relativa per la sottoscrizione degli investimenti. Nella successiva fase di operatività, i clienti possono interfacciarsi direttamente con i consulenti finanziari di riferimento nonché con il personale dedicato ai servizi di *post* vendita. Durante l'intera durata del rapporto con la clientela, i consulenti finanziari eseguono attività di monitoraggio dell'operatività e di *reporting* alla clientela sulle relative performance del portafoglio.

88. A livello geografico, nei suoi precedenti l'Autorità ha ritenuto che il mercato possa avere dimensione nazionale, non escludendo tuttavia una possibile dimensione locale del medesimo. Ai fini della valutazione dell'Operazione, l'esatta definizione del mercato geografico può essere lasciata aperta, in ragione dell'assenza di effetti apprezzabili per la concorrenza³⁸.

89. Nel mercato così individuato, infatti, sulla base di una stima prudenziale, ISP detiene una quota pari a circa il [20-25%], mentre MPS una quota pari a circa il [1-5%], con una quota congiunta pari a circa il [25-30%] e un delta HHI di poco superiore a [100-150] punti.

90. Tali valori appaiono, in ogni caso, suscettibili di sovrastimare il posizionamento delle Parti, considerato che le stime della dimensione complessiva del mercato fornite dalla società notificante non includono la totalità degli operatori attivi nel *private banking* sul territorio italiano³⁹.

91. Nel mercato è altresì presente una pluralità di reti e operatori qualificati, tra cui Fineco e Mediolanum. Tenuto conto della verosimile sovrastima della quota risultante dalla stima prudenziale, del contenuto incremento riconducibile a MPS e della presenza di qualificati concorrenti, non si ritiene che l'Operazione sia suscettibile di ostacolare in modo significativo la concorrenza effettiva nel mercato nazionale della consulenza in materia di investimenti.

IV.2.2 I mercati assicurativi

92. Con riferimento ai mercati dell'assicurazione vita e danni, per consolidato orientamento dell'Autorità, ciascun ramo dei comparti assicurativi vita e danni rappresenta un distinto mercato. Tale distinzione rispetto ai singoli rami assicurativi si fonda, principalmente, sull'oggetto del servizio reso, sui rischi assunti e sull'obiettivo di copertura assicurativa espresso dalla domanda di ogni singolo ramo. Inoltre, i mercati assicurativi danni e vita sono distinti, ciascuno, tra fase produttiva, avente dimensione geografica nazionale, e fase distributiva che si caratterizza per la sua dimensione locale, considerata in prima approssimazione provinciale secondo prassi dell'Autorità⁴⁰.

93. L'operazione interessa il mercato produttivo dei rami vita e dei rami danni e i mercati distributivi dei rami vita e danni.

94. Si precisa che MPS opera nella fase produttiva dei mercati assicurativi unicamente tramite due *joint venture* con il gruppo AXA, denominate AXA MPS Assicurazioni Vita S.p.A. e AXA MPS Assicurazioni Danni S.p.A. Sebbene MPS abbia rappresentato che tali società non sarebbero

³⁸ Cfr. C12706 – Banca Monte dei Paschi di Siena/Mediobanca Banca di Credito Finanziario, cit..

³⁹ I valori complessivi di mercato sono stimati sulla base della combinazione delle fonti AIPB e Assoreti.

⁴⁰ Cfr., *ex multis*, si veda C11524 – Unipol-Gruppo Finanziario/Unipol Assicurazioni-Premafin Finanziaria-Fondaria SAI-Milano Assicurazioni, provvedimento n. 23678 del 19 giugno 2012, in Bollettino n. 25/2012.

soggette al proprio controllo⁴¹, ai fini della valutazione delle sovrapposizioni direttamente determinate dall'Operazione, in via prudenziale sono state attribuite a MPS le quote riconducibili alle suddette *joint venture*. Anche adottando tale approccio conservativo, le sovrapposizioni tra ISP e MPS nella fase produttiva risultano complessivamente contenute, in ragione del modesto incremento riconducibile a MPS.

95. In particolare, per quanto concerne la fase produttiva nei rami vita la quota dell'entità *post merger* raggiunge il valore massimo di circa il [35-40%] nel Ramo VI, mentre è pari a circa il [20-25%] nel Ramo III e al [15-20%] nel Ramo I; negli altri rami non supera il [1-5%]. Nei rami danni, la quota massima nella fase produttiva è pari a circa il [10-15%] nel Ramo II – malattia e al [10-15%] nel Ramo I – infortuni, mentre negli altri rami risulta inferiore al [5-10%]. L'incremento riconducibile ad AXA-MPS risulta estremamente contenuto, non superando il [1-5%] nei rami vita e il [1-5%] nei rami danni. Inoltre, il delta HHI raggiunge un massimo di circa [50-100] punti nei rami vita e rimane inferiore a [1-50] nei rami danni⁴².

96. Tuttavia, in linea con quanto osservato rispetto ai mercati del risparmio gestito (cfr. §§. 47-49), ai fini della valutazione dei mercati assicurativi, si ritiene opportuno tenere conto anche di possibili criticità concorrenziali derivanti dai legami strutturali tra ISP e Generali, nonché dei rischi connessi agli scambi di informazioni sensibili, in ragione del rilevante posizionamento dei due istituti nei mercati della produzione delle polizze vita dei Rami I, III e VI e delle polizze danni dei Rami I e II. Nella fase produttiva dei mercati assicurativi, le quote di ISP e Generali, considerate congiuntamente ai soli fini dell'apprezzamento della rilevanza di tale legame, risultano, infatti, particolarmente significative nel comparto vita, raggiungendo circa il [35-40%] nel Ramo I, il [30-35%] nel Ramo III e il [45-50%] nel Ramo VI, nonché nel comparto danni, con quote pari a circa il [25-30%] nel Ramo I – infortuni e al [35-40%] nel Ramo II – malattia. In tutti i rami considerati ISP e Generali figurano tra i principali operatori. Appare, pertanto, necessario approfondire in sede istruttoria gli effetti dell'Operazione sui suddetti mercati.

97. Per quanto concerne la fase distributiva, nel comparto danni, la quota dell'entità *post merger* non supera il 20% in alcuna delle province nelle quali si registrano sovrapposizioni. Nel comparto vita, la quota supera il 25% in 12 province; tuttavia, il delta HHI risulta sempre inferiore alla pertinente soglia di attenzione, a esclusione delle province di Siena e Pescara, dove la quota congiunta è rispettivamente pari a [30-35%] e [30-35%], mentre il delta HHI si attesta rispettivamente [superiore a 250] e [superiore a 250] punti. Pertanto, allo stato, non è possibile escludere che l'Operazione sia suscettibile di ostacolare in modo significativo la concorrenza effettiva nella fase distributiva dei mercati assicurativi rami vita nelle suddette due province.

98. Inoltre, andranno valutati anche gli effetti dell'operazione sul mercato della distribuzione assicurativa alla luce dei legami strutturali e dei rischi di scambio di informazioni tra ISP e Generali. Nella fase distributiva, le quote di ISP e Generali considerate congiuntamente sono pari, a livello

⁴¹ Cfr. doc. 58.

⁴² In linea con quanto illustrato con riferimento ai mercati bancari, anche ai fini dell'analisi dei mercati assicurativi, le masse riferibili ai 445 sportelli MPS ricompresi nel Perimetro Base della Cessione sono stimate in misura proporzionale all'incidenza del numero di tali sportelli sul numero complessivo degli sportelli MPS attivi nel mercato di riferimento e saranno attribuite a BPER. Conseguentemente, le quote di mercato saranno calcolate attribuendo a ISP esclusivamente le masse MPS comprese nel perimetro dell'Operazione e imputando a BPER, in aggiunta alle masse già a essa riferibili, quelle relative ai predetti 445 sportelli.

nazionale, a circa il [30-35%] nel comparto vita e al [25-30%] nel comparto danni e superano il 30% in 62 mercati provinciali della distribuzione delle polizze vita e in 8 mercati provinciali della distribuzione delle polizze danni, nei quali i due operatori figurano tra i principali concorrenti. Anche tali mercati provinciali saranno pertanto oggetto di approfondimento nel corso dell'istruttoria, onde valutare il potenziale impatto dei legami tra ISP e Generali sulle dinamiche competitive nella fase distributiva.

99. Da ultimo, con riferimento ai profili verticali dell'Operazione, può escludersi che l'integrazione tra le attività di ISP nella fase produttiva e quelle del Gruppo MPS nella fase distributiva sia idonea a determinare un ostacolo significativo alla concorrenza. Al riguardo, si evidenzia infatti che l'Operazione non determinerà un significativo rafforzamento di ISP nella fase distributiva posto che l'entità *post merger* deterrà, sia nel ramo vita che nel ramo danni, quote di mercato ampiamente inferiori al 30% tanto a livello nazionale quanto a livello provinciale⁴³, con un incremento imputabile al gruppo MPS estremamente limitato nell'ampia maggioranza delle province. Alla luce di tali elementi, l'entità risultante dall'Operazione non appare in grado di precludere o rendere significativamente più oneroso ai concorrenti attivi nella fase produttiva l'accesso a canali distributivi adeguati, posto che continuerà a essere disponibile un ampio numero di reti e canali di distribuzione alternativi⁴⁴. Rileva, inoltre, la circostanza per cui le attività di distribuzione del Gruppo MPS sono prevalentemente concentrate sui prodotti *captive*, sia nel ramo vita sia nel ramo danni⁴⁵. Ne consegue che la parte dell'attività distributiva del Gruppo MPS effettivamente contendibile da parte di produttori terzi è relativamente circoscritta e che, pertanto, l'Operazione avrà un impatto contenuto sulle dinamiche competitive nella fase distributiva.

100. Si ritiene invece opportuno, in sede istruttoria, analizzare anche il rischio di effetti verticali di *foreclosure* nei confronti dei terzi derivante dai citati legami strutturali tra ISP e Generali, e dal rilevante posizionamento di mercato dei due istituti sia nei mercati produttivi sia nei mercati della distribuzione.

V. CONCLUSIONI

101. In conclusione, sulla base delle suesposte considerazioni si ritiene che l'Operazione comunicata sia suscettibile di ostacolare in modo significativo la concorrenza effettiva nei seguenti mercati:

- a) mercati provinciali della raccolta bancaria, degli impieghi alle famiglie consumatrici e degli impieghi alle famiglie produttrici e imprese di piccole dimensioni come rispettivamente individuati nelle tabelle nn. 1, 2 e 3 di cui all'Appendice;
- b) mercati regionali degli impieghi alle imprese di medie e grandi dimensioni come individuati nella tabella n. 4 di cui all'Appendice;
- c) mercati provinciali del risparmio amministrato e della distribuzione del risparmio gestito come individuati nella tabella n. 5 di cui all'Appendice;

⁴³ Con l'eccezione delle sole province di Siena e Pescara sopramenzionate, nonché di Firenze e Rovigo dove l'incremento di concentrazione dovuto all'Operazione è contenuto, con delta HHI inferiore a 250.

⁴⁴ Cfr. §§. 25, 35 e 61 degli Orientamenti relativi alla valutazione delle concentrazioni non orizzontali a norma del regolamento del Consiglio relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese.

⁴⁵ Cfr. le informazioni fornite da MPS in risposta a richiesta di informazioni dell'Autorità (cfr. doc. 58).

- d) mercati della produzione dei servizi di risparmio gestito sopra individuati;
- e) mercati della produzione e della distribuzione assicurativa sopra individuati.

RITENUTO, pertanto, che l'Operazione sia suscettibile di ostacolare, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/1990, in modo significativo la concorrenza effettiva nei suddetti mercati;

DELIBERA

- a) l'avvio dell'istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990, nei confronti di Intesa Sanpaolo S.p.A. e di Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A.;
- b) la fissazione del termine di giorni dieci, decorrente dalla data di notificazione del presente provvedimento, per l'esercizio da parte dei legali rappresentanti delle Parti, ovvero da persone da esse delegate, del diritto di essere sentiti, ai sensi dell'articolo 14, comma 1, della legge n. 287/1990, precisando che la richiesta di audizione dovrà pervenire alla Direzione Credito, Assicurazioni, Poste, Servizi, Turismo e Sport del Dipartimento per la Concorrenza 2 di questa Autorità, almeno tre giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;
- c) che il responsabile del procedimento è il Dott. Massimiliano Pizzonia;
- d) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione Credito, Assicurazioni, Poste, Servizi, Turismo e Sport del Dipartimento per la Concorrenza 2 di questa Autorità dai rappresentanti legali delle Parti, nonché dai soggetti aventi un interesse giuridicamente rilevante o da persona da essi delegata;
- e) che il procedimento deve concludersi nei termini previsti dall'articolo 20, comma 5, della legge n. 287/1990, fatto salvo il termine previsto per il rilascio del parere dell'IVASS, ai sensi dell'articolo 20, comma 4, della stessa legge.

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato.

IL VICE SEGRETARIO GENERALE

Serena Stella

IL PRESIDENTE

Saverio Valentino

Allegato n. 1**APPENDICE: mercati meritevoli di approfondimenti istruttori⁴⁶****Tabella n. 1 – mercati provinciali della raccolta**

Provincia	QdM ISP	QdM MPS	QdM PM	HHI post	delta HHI
Ancona	[20-25%]	[5-10%]	[25-30%]	1.546	[superiore a 250]
Ascoli Piceno	[20-25%]	[5-10%]	[30-35%]	1.635	[superiore a 250]
Brindisi	[25-30%]	[5-10%]	[30-35%]	1.543	[superiore a 250]
Catanzaro	[20-25%]	[5-10%]	[25-30%]	1.483	[superiore a 250]
Chieti	[20-25%]	[5-10%]	[25-30%]	1.531	[superiore a 250]
Grosseto	[15-20%]	[20-25%]	[30-35%]	1.735	[superiore a 250]
Livorno	[10-15%]	[15-20%]	[25-30%]	1.322	[superiore a 250]
Lucca	[10-15%]	[15-20%]	[25-30%]	1.411	[superiore a 250]
Mantova	[15-20%]	[20-25%]	[30-35%]	1.532	[superiore a 250]
Massa Carrara	[10-15%]	[15-20%]	[30-35%]	1.505	[superiore a 250]
Perugia	[15-20%]	[10-15%]	[25-30%]	1.487	[superiore a 250]
Pescara	[20-25%]	[5-10%]	[25-30%]	1.444	[superiore a 250]
Reggio Calabria	[25-30%]	[15-20%]	[30-35%]	1.780	[superiore a 250]
Rieti	[25-30%]	[0-5%]	[30-35%]	1.744	[superiore a 250]
Rovigo	[25-30%]	[5-10%]	[30-35%]	1.906	[superiore a 250]
Siena	[10-15%]	[30-35%]	[30-35%]	2.025	[superiore a 250]
Taranto	[20-25%]	[10-15%]	[25-30%]	1.368	[superiore a 250]
Teramo	[20-25%]	[5-10%]	[25-30%]	1.576	[superiore a 250]
Terni	[25-30%]	[5-10%]	[30-35%]	1.517	[superiore a 250]
Viterbo	[25-30%]	[5-10%]	[30-35%]	1.650	[superiore a 250]

Nota: QdM ISP e QdM MPS indicano le quote di mercato rispettivamente di ISP e del Gruppo MPS, calcolate sulla base delle consistenze rilevate secondo il criterio della residenza della controparte. QdM PM indica la quota dell'entità *post merger*, calcolata attribuendo a ISP le sole masse MPS comprese nel perimetro dell'Operazione, al netto delle consistenze riferibili al Perimetro Base della Cessione. L'HHI post è calcolato nello scenario successivo all'Operazione, imputando a BPER le masse riferibili al predetto perimetro ceduto. Il delta HHI rappresenta la variazione dell'indice attribuibile all'Operazione, tenendo conto della ripartizione paritaria dell'effetto deconcentrativo derivante dallo scorporo delle attività MPS tra ISP e BPER.

Fonte: elaborazioni degli Uffici su dati Banca d'Italia (2025).

⁴⁶ Le tabelle presenti nel presente allegato riportano esclusivamente i mercati locali in cui la quota congiunta *post merger* eccede il 25%, con un valore di HHI superiore a 2.000 e un delta superiore alla soglia di attenzione di 150, oppure con un valore dell'HHI compreso tra 1.000 e 2.000, ma con un delta superiore alla soglia di attenzione di 250.

Tabella n. 2- mercati provinciali degli impieghi alle famiglie consumatrici

Provincia	QdM ISP	QdM MPS	QdM PM	HHI post	delta HHI
Agrigento	[15-20%]	[15-20%]	[25-30%]	1.335	[superiore a 250]
Ancona	[20-25%]	[5-10%]	[30-35%]	1.500	[superiore a 250]
Aosta	[20-25%]	[5-10%]	[25-30%]	1.349	[superiore a 250]
Ascoli Piceno	[25-30%]	[10-15%]	[35-40%]	1.752	[superiore a 250]
Avellino	[20-25%]	[10-15%]	[30-35%]	1.500	[superiore a 250]
Bari	[30-35%]	[10-15%]	[35-40%]	1.830	[superiore a 250]
Barletta-Andria-Trani	[30-35%]	[15-20%]	[35-40%]	1.839	[superiore a 250]
Benevento	[15-20%]	[10-15%]	[30-35%]	1.215	[superiore a 250]
Bergamo	[25-30%]	[5-10%]	[30-35%]	1.566	[superiore a 250]
Bologna	[20-25%]	[5-10%]	[25-30%]	1.200	[superiore a 250]
Brescia	[15-20%]	[5-10%]	[25-30%]	1.305	[superiore a 250]
Brindisi	[25-30%]	[15-20%]	[40-45%]	1.840	[superiore a 250]
Cagliari	[25-30%]	[5-10%]	[35-40%]	2.019	[superiore a 250]
Caltanissetta	[10-15%]	[10-15%]	[25-30%]	1.214	[superiore a 250]
Campobasso	[15-20%]	[10-15%]	[25-30%]	1.214	[superiore a 250]
Caserta	[20-25%]	[15-20%]	[25-30%]	1.224	[superiore a 250]
Catanzaro	[15-20%]	[15-20%]	[25-30%]	1.296	[superiore a 250]
Chieti	[25-30%]	[10-15%]	[35-40%]	1.645	[superiore a 250]
Cosenza	[15-20%]	[10-15%]	[25-30%]	1.297	[superiore a 250]
Cremona	[15-20%]	[5-10%]	[25-30%]	1.218	[superiore a 250]
Crotone	[15-20%]	[10-15%]	[25-30%]	1.322	[superiore a 250]
Fermo	[15-20%]	[10-15%]	[25-30%]	1.242	[superiore a 250]
Ferrara	[10-15%]	[10-15%]	[25-30%]	1.177	[superiore a 250]
Foggia	[25-30%]	[10-15%]	[35-40%]	1.669	[superiore a 250]
Genova	[25-30%]	[5-10%]	[35-40%]	1.644	[superiore a 250]
Grosseto	[15-20%]	[25-30%]	[30-35%]	1.642	[superiore a 250]
Imperia	[25-30%]	[5-10%]	[30-35%]	1.409	[superiore a 250]
La Spezia	[15-20%]	[10-15%]	[25-30%]	1.528	[superiore a 250]
Latina	[15-20%]	[10-15%]	[25-30%]	1.141	[superiore a 250]
Lecce	[20-25%]	[15-20%]	[30-35%]	1.452	[superiore a 250]

Provincia	QdM ISP	QdM MPS	QdM PM	HHI post	delta HHI
Lecco	[25-30%]	[5-10%]	[30-35%]	1.507	[superiore a 250]
Livorno	[10-15%]	[20-25%]	[30-35%]	1.356	[superiore a 250]
Lodi	[15-20%]	[5-10%]	[25-30%]	1.163	[superiore a 250]
Lucca	[15-20%]	[15-20%]	[25-30%]	1.204	[superiore a 250]
Macerata	[25-30%]	[5-10%]	[30-35%]	1.544	[superiore a 250]
Mantova	[15-20%]	[20-25%]	[30-35%]	1.492	[superiore a 250]
Massa Carrara	[10-15%]	[10-15%]	[25-30%]	1.326	[superiore a 250]
Matera	[20-25%]	[10-15%]	[30-35%]	1.585	[superiore a 250]
Messina	[15-20%]	[15-20%]	[25-30%]	1.317	[superiore a 250]
Milano	[25-30%]	[5-10%]	[30-35%]	1.452	[superiore a 250]
Monza-Brianza	[20-25%]	[5-10%]	[30-35%]	1.348	[superiore a 250]
Napoli	[20-25%]	[10-15%]	[30-35%]	1.356	[150-250]
Novara	[30-35%]	[5-10%]	[35-40%]	1.628	[superiore a 250]
Nuoro	[20-25%]	[5-10%]	[25-30%]	2.313	[superiore a 250]
Oristano	[15-20%]	[10-15%]	[25-30%]	1.859	[superiore a 250]
Palermo	[15-20%]	[15-20%]	[25-30%]	1.346	[superiore a 250]
Parma	[15-20%]	[5-10%]	[25-30%]	1.375	[superiore a 250]
Pavia	[20-25%]	[5-10%]	[25-30%]	1.217	[superiore a 250]
Perugia	[25-30%]	[10-15%]	[35-40%]	1.802	[superiore a 250]
Pescara	[20-25%]	[10-15%]	[30-35%]	1.455	[superiore a 250]
Pisa	[15-20%]	[15-20%]	[25-30%]	1.135	[superiore a 250]
Potenza	[20-25%]	[10-15%]	[30-35%]	1.522	[superiore a 250]
Ragusa	[15-20%]	[10-15%]	[30-35%]	1.653	[superiore a 250]
Reggio Calabria	[15-20%]	[15-20%]	[25-30%]	1.354	[superiore a 250]
Rieti	[20-25%]	[5-10%]	[30-35%]	1.481	[superiore a 250]
Rovigo	[25-30%]	[10-15%]	[35-40%]	1.871	[superiore a 250]
Salerno	[20-25%]	[15-20%]	[30-35%]	1.360	[superiore a 250]
Sassari	[20-25%]	[5-10%]	[25-30%]	2.041	[superiore a 250]
Siena	[15-20%]	[30-35%]	[35-40%]	1.940	[superiore a 250]
Siracusa	[10-15%]	[15-20%]	[30-35%]	1.439	[superiore a 250]
Sud Sardegna	[20-25%]	[10-15%]	[30-35%]	1.937	[superiore a 250]

Provincia	QdM ISP	QdM MPS	QdM PM	HHI post	delta HHI
Taranto	[20-25%]	[15-20%]	[30-35%]	1.464	[superiore a 250]
Teramo	[25-30%]	[10-15%]	[35-40%]	1.791	[superiore a 250]
Terni	[25-30%]	[5-10%]	[35-40%]	1.547	[superiore a 250]
Torino	[20-25%]	[5-10%]	[30-35%]	1.368	[superiore a 250]
Trapani	[15-20%]	[15-20%]	[35-40%]	1.627	[superiore a 250]
Treviso	[20-25%]	[5-10%]	[25-30%]	1.341	[superiore a 250]
Trieste	[20-25%]	[5-10%]	[25-30%]	1.372	[superiore a 250]
Venezia	[25-30%]	[10-15%]	[30-35%]	1.430	[superiore a 250]
Vercelli	[20-25%]	[5-10%]	[25-30%]	1.197	[superiore a 250]
Vicenza	[15-20%]	[5-10%]	[25-30%]	1.216	[superiore a 250]
Viterbo	[20-25%]	[5-10%]	[30-35%]	1.383	[superiore a 250]

Nota: per la metodologia di calcolo delle quote di mercato, dell'HHI *post merger* e del delta HHI, cfr. nota alla tabella n. 1.

Tabella n. 3: mercati provinciali degli impieghi alle famiglie produttrici e alle imprese di piccola dimensione

Provincia	QdM ISP	QdM MPS	QdM PM	HHI post	delta HHI
Ascoli Piceno	[25-30%]	[5-10%]	[30-35%]	1.864	[superiore a 250]
Brindisi	[30-35%]	[5-10%]	[35-40%]	1.755	[superiore a 250]
Cagliari	[30-35%]	[0-5%]	[30-35%]	2.366	[150-250]
Catanzaro	[20-25%]	[10-15%]	[30-35%]	1.464	[superiore a 250]
Grosseto	[15-20%]	[25-30%]	[25-30%]	1.751	[superiore a 250]
Lucca	[10-15%]	[15-20%]	[25-30%]	1.513	[superiore a 250]
Mantova	[10-15%]	[15-20%]	[25-30%]	1.536	[superiore a 250]
Massa Carrara	[10-15%]	[15-20%]	[25-30%]	1.481	[superiore a 250]
Messina	[15-20%]	[10-15%]	[25-30%]	1.307	[superiore a 250]
Perugia	[25-30%]	[5-10%]	[30-35%]	1.537	[superiore a 250]
Reggio Calabria	[25-30%]	[15-20%]	[35-40%]	2.026	[superiore a 250]
Rieti	[25-30%]	[5-10%]	[35-40%]	1.634	[superiore a 250]
Siena	[15-20%]	[30-35%]	[35-40%]	2.191	[superiore a 250]
Siracusa	[15-20%]	[10-15%]	[25-30%]	1.444	[superiore a 250]
Taranto	[20-25%]	[5-10%]	[30-35%]	1.501	[superiore a 250]
Terni	[20-25%]	[5-10%]	[25-30%]	1.374	[superiore a 250]
Trapani	[25-30%]	[5-10%]	[30-35%]	1.601	[superiore a 250]

Nota: per la metodologia di calcolo delle quote di mercato, dell'HHI *post merger* e del delta HHI, cfr. nota alla tabella n. 1.

Tabella n. 4: mercati regionali degli impieghi alle imprese di media e grande dimensione

Regione	QdM ISP	QdM MPS	QdM PM	HHI post	delta HHI
Abruzzo	[20-25%]	[5-10%]	[25-30%]	1.322	[superiore a 250]
Calabria	[20-25%]	[10-15%]	[30-35%]	1.421	[superiore a 250]
Marche	[20-25%]	[5-10%]	[25-30%]	1.378	[superiore a 250]
Piemonte	[20-25%]	[5-10%]	[25-30%]	1.226	[superiore a 250]
Sardegna	[20-25%]	[5-10%]	[30-35%]	1.759	[superiore a 250]
Sicilia	[15-20%]	[5-10%]	[25-30%]	1.159	[superiore a 250]
Toscana	[15-20%]	[15-20%]	[25-30%]	1.225	[superiore a 250]
Umbria	[25-30%]	[5-10%]	[30-35%]	1.683	[superiore a 250]
Valle d'Aosta	[20-25%]	[5-10%]	[30-35%]	1.571	[superiore a 250]

Nota: per la metodologia di calcolo delle quote di mercato, dell'HHI *post merger* e del delta HHI, cfr. nota alla tabella n. 1.

Tabella n. 5: mercati provinciali del risparmio amministrato e della fase distributiva del risparmio gestito

Provincia	QdM ISP	QdM MPS	QdM PM	HHI post	delta HHI
Ancona	[20-25%]	[5-10%]	[25-30%]	1673	[superiore a 250]
Ascoli Piceno	[25-30%]	[5-10%]	[30-35%]	1770	[superiore a 250]
Brindisi	[25-30%]	[5-10%]	[35-40%]	1747	[superiore a 250]
Cagliari	[20-25%]	[0-5%]	[25-30%]	2348	[150-250]
Caserta	[25-30%]	[5-10%]	[30-35%]	1574	[superiore a 250]
Catanzaro	[25-30%]	[10-15%]	[30-35%]	1713	[superiore a 250]
Chieti	[25-30%]	[5-10%]	[30-35%]	1738	[superiore a 250]
Cosenza	[25-30%]	[5-10%]	[30-35%]	1685	[superiore a 250]
Grosseto	[20-25%]	[25-30%]	[30-35%]	1886	[superiore a 250]
Livorno	[10-15%]	[15-20%]	[25-30%]	1411	[superiore a 250]
Lucca	[10-15%]	[15-20%]	[25-30%]	1502	[superiore a 250]
Mantova	[15-20%]	[20-25%]	[30-35%]	1600	[superiore a 250]
Massa Carrara	[10-15%]	[20-25%]	[30-35%]	1643	[superiore a 250]
Messina	[15-20%]	[10-15%]	[25-30%]	1639	[superiore a 250]
Perugia	[20-25%]	[10-15%]	[25-30%]	1606	[superiore a 250]
Pescara	[20-25%]	[5-10%]	[30-35%]	1611	[superiore a 250]
Reggio Calabria	[25-30%]	[15-20%]	[35-40%]	2104	[superiore a 250]
Rieti	[30-35%]	[5-10%]	[35-40%]	2028	[superiore a 250]
Rovigo	[25-30%]	[5-10%]	[35-40%]	2060	[superiore a 250]
Salerno	[20-25%]	[10-15%]	[30-35%]	1494	[superiore a 250]
Siena	[10-15%]	[35-40%]	[35-40%]	2126	[superiore a 250]
Siracusa	[15-20%]	[10-15%]	[25-30%]	1543	[superiore a 250]
Taranto	[20-25%]	[10-15%]	[30-35%]	1543	[superiore a 250]
Teramo	[20-25%]	[5-10%]	[30-35%]	1744	[superiore a 250]
Terni	[25-30%]	[5-10%]	[30-35%]	1668	[superiore a 250]
Trapani	[20-25%]	[5-10%]	[25-30%]	1797	[superiore a 250]
Viterbo	[25-30%]	[5-10%]	[35-40%]	1831	[superiore a 250]

Nota: per la metodologia di calcolo delle quote di mercato, dell'HHI *post merger* e del delta HHI, cfr. nota alla tabella n. 1.

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

AS2191 - AGENZIA DELLE ENTRATE - APPALTO PER L'AFFIDAMENTO DEI SERVIZI DI RACCOLTA E RECAPITO DELLA CORRISPONDENZA

Roma, 18 maggio 2026

Agenzie delle Entrate
Divisione Risorse
Direzione Centrale Logistica e Approvvigionamenti
Ufficio Gare per beni e servizi

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella sua riunione del 13 maggio 2026, ha deliberato di rendere un parere, ai sensi dell'articolo 21-*bis* della legge 10 ottobre 1990, n. 287, con riguardo alla documentazione di gara relativa all' *"Appalto specifico per l'affidamento dei servizi di raccolta e recapito della corrispondenza, oltre che dei relativi servizi connessi, nell'ambito del sistema dinamico di acquisizione della pubblica amministrazione per la fornitura di servizi postali, servizi di consegna plichi e pacchi tramite corriere e servizi connessi"*, indetta dall'Agenzia delle Entrate – ID2675, e a ogni altro atto presupposto, connesso e conseguente.

La procedura è stata indetta dall'Agenzia delle entrate (di seguito, "AdE") quale Stazione Unica Appaltante, in nome proprio e in nome e per conto di Agenzia delle entrate-Riscossione (di seguito, "AdER"), in virtù di un Accordo sottoscritto nel 2024. Essa è suddivisa in sei lotti, di cui uno funzionale (lotto 1) e cinque geografici (lotti 2-6), come sintetizzato nella sottostante tabella.

Tabella n. 1: La suddivisione in lotti

N. lotto	Oggetto del lotto	Descrizione del servizio	Importo (€)
1	CF/TS/TS-CNS	Raccolta e recapito di Codici Fiscali, Tessere Sanitarie e Tessere Sanitarie-Carte Nazionali di Servizi, nonché dei relativi servizi connessi per AdE/SoGei-RAI	40.023.439,97
2	Nord Ovest (Lombardia, Piemonte, Valle d'Aosta)	Raccolta e recapito della corrispondenza di AdE e AdER e servizi connessi	35.681.282,81
3	Nord Est (Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Trentino Alto Adige, Veneto)	Raccolta e recapito della corrispondenza di AdE e AdER e servizi connessi	32.858.441,25
4	Centro Nord (Liguria, Sardegna, Toscana, Umbria)	Raccolta e recapito della corrispondenza di AdE e AdER e servizi connessi	35.828.082,99
5	Centro Sud (Abruzzo, Campania, Lazio, Marche, Molise)	Raccolta e recapito della corrispondenza di AdE e AdER e servizi connessi	46.320.580,70
6	Sud (Basilicata, Calabria, Puglia, Sicilia)	Raccolta e recapito della corrispondenza di AdE e AdER e servizi connessi	38.747.777,27
Importo totale a base di gara (€)			229.459.604,99

Il Capitolato d'Oneri precisa che i lotti sono stati individuati sulla base dei criteri di cui al paragrafo 4 “Suddivisione in lotti” del Progetto tecnico¹. In particolare, il lotto 1 - CF, TS e TS/CNS è dedicato esclusivamente alle esigenze dell'AdE e ha a oggetto il servizio di raccolta e recapito postale di codici fiscali (di seguito, “CF”), tessere sanitarie (di seguito, “TS”) e tessere sanitarie/carte nazionali dei servizi (di seguito, “TS-CNS”), mediante la tipologia di invio Posta Non Raccomandata Massiva destinata a tutto l'ambito territoriale nazionale e, in via residuale, la tipologia di invio Posta Non Raccomandata Internazionale².

I lotti 2-6 hanno a oggetto il recapito della restante corrispondenza dell'AdE e dell'intera corrispondenza dell'AdER, ovvero gli invii di posta non raccomandata massiva e tutti gli invii di posta raccomandata massiva e non massiva, oltreché la posta assicurata³. Ciascuno dei lotti

¹ Cfr. il Progetto Tecnico reperibile all'indirizzo <https://www.agenziaentrate.gov.it/portale/appalto-specifico-per-l-affidamento-dei-servizi-di-raccolta-e-recapito-della-corrispondenza-di-agenzia-delle-entrate-e-di-agenzia-delle-entrate-riscossione-oltre-che-dei-servizi-connessi>.

² “La scelta di dedicare un lotto funzionalmente separato per il servizio di raccolta e recapito postale di codici fiscali, tessere sanitarie e tessere sanitarie/carte nazionali dei servizi è dovuta alla peculiarità del processo di produzione di tali atti, i quali non sono documenti cartacei ma tessere plastificate (in alcuni casi dotate di microchip), nonché alle specifiche esigenze di raccolta, recapito e rendicontazione degli esiti”. Poiché sono stati implementati nel tempo processi tecnici personalizzati di produzione delle tessere (la cui gestione è affidata a Sogei, che a sua volta procede alla selezione di ulteriori operatori con propria procedura di gara) ormai consolidati, sarebbe gravosa una ulteriore suddivisione in lotti geografici.

³ AdE ha dichiarato che la suddivisione in cinque lotti di dimensione pluriregionale ha tenuto conto della prossimità delle aree geografiche e del valore di ciascuno dei lotti. Ciò consente di raggiungere un buon livello di apertura agli operatori di dimensioni minori, senza dover rinunciare alla personalizzazione dei servizi oggetto di gara e garantendo il conseguimento dell'obiettivo finale della procedura, ossia il recapito tempestivo nel rispetto dei termini di legge degli atti elaborati dalle Agenzie committenti. In particolare, il Progetto Tecnico, tenendo conto della frammentazione del mercato e della diversità di prodotti, ha escluso ulteriori articolazioni dei lotti (funzionali o prestazionali o di dimensioni geografiche ridotte), avendo riscontrato che esse produrrebbero un maggior numero di partecipanti soltanto per i lotti più remunerativi, in quanto la conseguente drastica riduzione dei volumi di ciascun lotto, unitamente all'esigenza di rispettare comunque le stesse caratteristiche tecniche in tutti i lotti, comporterebbe un forte ridimensionamento della redditività di alcuni lotti. Inoltre, la Stazione Appaltante ha dichiarato di aver constatato che, “al crescere della numerosità dei lotti, il relativo vantaggio di stimolo alla concorrenza (peraltro neanche particolarmente significativo) non sarebbe tale da compensare la rilevante

comprende anche gli invii delle relative tipologie di corrispondenza all'estero, nonché, oltre alle attività di raccolta, presa in carico e recapito della corrispondenza, una pluralità di servizi accessori e connessi, tra cui la gestione delle giacenze, la tracciatura degli invii, la rendicontazione degli esiti, la fornitura delle immagini digitali e la gestione delle comunicazioni di ritorno.

L'Autorità ritiene che alcune previsioni della documentazione di gara – relative alle modalità e condizioni di partecipazione alla procedura, nonché ai criteri di valutazione applicabili – presentano alcuni aspetti che, congiuntamente considerati, appaiono porsi in conflitto con i principi di libera concorrenza, parità di trattamento e non discriminazione tra operatori economici.

In particolare, anche tenuto conto delle osservazioni degli operatori privati, di AGCom e di codesta Agenzia, l'Autorità intende svolgere i seguenti rilievi.

In primo luogo, la suddivisione in lotti non tiene conto delle peculiarità del mercato postale. I lotti 2-6 della procedura in esame comprendono, infatti, prestazioni eterogenee, che includono – oltre alle attività di raccolta, presa in carico e recapito della corrispondenza – anche una pluralità di servizi accessori e connessi (tracciamento, giacenza etc.) e gli invii delle relative tipologie di corrispondenza all'estero, in un'ottica di servizio integrato.

Al riguardo, l'Autorità prende atto dell'aumento del numero dei lotti rispetto a precedenti procedure analoghe e della circostanza che la Stazione Appaltante ha rappresentato l'esigenza di ampliare il confronto competitivo, evitando al contempo una frammentazione e duplicazione dei processi produttivi.

Si osserva, tuttavia, che tale suddivisione, nell'accorpore un rilevante numero di prestazioni eterogenee, appare sbilanciata in favore dell'operatore *incumbent*; la necessità di presentare offerte per tutti i servizi oggetto del lotto limita infatti la partecipazione ai soli operatori con elevati livelli di capacità organizzativa e strutturale, che coprono tutti i diversi processi produttivi. In proposito, gli operatori alternativi a Poste Italiane S.p.A. (di seguito, "Poste") sono di medie-piccole dimensioni e si contendono circa il 7% del fatturato complessivo con quote di mercato largamente inferiori al 2,5%, per cui una maggiore suddivisione in lotti prestazionali avrebbe favorito la partecipazione di tali operatori⁴.

Inoltre, la suddivisione in lotti oggetto della procedura non tiene conto dell'analisi svolta da AGCOM, in particolare con le delibere nn. 589/20/CONS, 388/24/CONS e 78/23/CONS, che, proprio in ragione delle profonde differenze tra servizi produttivi, ha individuato numerosi mercati distinti per tipologia di prodotti; la Stazione Appaltante non ha tenuto conto di tali differenze, accorpando più servizi, in un'ottica di servizio integrato, senza svolgere alcuna istruttoria.

Né appare condivisibile quanto osservato da codesta Agenzia circa la scarsa attrattività o remuneratività di un lotto funzionale dedicato al recapito all'estero, quale ragione per escluderne la costituzione, considerato che il relativo valore, stimato nel 7,5% dell'importo complessivo dell'appalto e pari a circa 17 milioni di euro, non può ritenersi affatto trascurabile.

Un altro profilo di restrittività riguarda la sezione 3.3 del Capitolato Tecnico, che, nel definire i volumi della corrispondenza messi a gara, precisa che si tratta di "*volumi stimati degli invii*" per

perdita di efficienza per le Agenzie, connessa alla moltiplicazione di costi, ai rallentamenti e alle diseconomie derivanti dal frazionamento dei carichi di attività su lotti via via più parcellizzati".

⁴ Segnalazione di AGCOM al Governo del 27 maggio 2025, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 1 della legge 31 luglio 1997, n. 249, per l'abolizione del fondo di compensazione degli oneri del servizio universale di cui all'art. 10 del d.lgs. n. 261/99 (dati 2023).

ciascuno dei sei lotti e per ogni tipologia di corrispondenza, meramente indicativi e non vincolanti, con facoltà per l'AdE *“di modificare (in aumento o in diminuzione) e/o di ridistribuire le quantità di invii sulle tipologie dei prodotti in relazione alle proprie effettive esigenze”*. Non è inoltre previsto alcun ristoro economico qualora *“i volumi relativi agli invii da recapitare si discostino anche significativamente”* dai volumi indicati nella documentazione di gara.

Tale previsione appare compromettere la capacità degli operatori economici di formulare offerte consapevoli e sostenibili, imponendo al contempo oneri anticipati di natura economica potenzialmente eccessivi e sproporzionati.

Al riguardo, si ricorda che, secondo consolidata giurisprudenza, gli accordi quadro obbligano l'amministrazione a rispettare le condizioni in essi previste nei futuri accordi attuativi, ma non ad acquistare tutti i volumi messi a gara⁵; pertanto, ferma la possibilità per la stazione appaltante di prevedere volumi stimati e di richiedere minori volumi agli operatori, l'equilibrio contrattuale risulta tuttavia alterato in maniera significativa, oltre i canoni di proporzionalità e ragionevolezza necessari per preservare un effettivo confronto competitivo. Infatti, da un lato, i lotti includono una pluralità di servizi cui deve corrispondere un'adeguata organizzazione dell'operatore, da definirsi già in fase di presentazione dell'offerta; dall'altro, l'operatore non è in grado di basare le proprie valutazioni su parametri oggettivi e predeterminati, in quanto la Stazione Appaltante può modificare i volumi e i luoghi di recapito⁶ anche in misura significativa in corso di esecuzione. Tale incertezza, ulteriormente aggravata dai processi di dematerializzazione e dall'evoluzione normativa di settore, appare incidere negativamente sulla possibilità di formulare offerte consapevoli e sostenibili, imponendo agli operatori obblighi economici anticipati e sproporzionati, in violazione dei principi di proporzionalità e tutela della concorrenza, nonché riducendo l'efficacia stessa del confronto competitivo.

L'Autorità osserva, inoltre, che anche altri elementi della disciplina di gara risultano restringere la platea di possibili partecipanti, frustrando l'obiettivo stesso della procedura. Si tratta, in primo luogo, della previsione di soglie di copertura diretta di cui al Capitolato Tecnico (Sezione 4.4.1, *“Copertura geografica – Corrispondenza Nazionale”*), con contestuale impossibilità di ricorrere al fornitore del servizio universale (c.d. postalizzazione) per raggiungere tale quota di copertura e con la possibilità di fatto solo teorica di porre in essere *“strategie di compensazione”* (subappalto e contratti di cooperazione continuativa preesistenti alla gara) per assicurare la più ampia partecipazione in un settore peculiare come il mercato dei servizi postali.

In particolare, la circostanza che la copertura diretta minima richiesta, per i CAP nei lotti da 2 a 6, con riferimento agli invii di Posta Non Raccomandata Massiva e Non Massiva, sia fissata al 70% (in linea di principio, in coerenza con la percentuale indicata nelle Linee Guida ANAC-AGCOM n. 16/2022⁷ (di seguito, *“Linee Guida ANAC/AGCOM”*)) per gli ambiti regionali e pluriregionali) non appare sufficiente a mitigare l'effetto della previsione di una copertura del 100%, senza possibilità

⁵ Cfr., *ex multis*, la sentenza del Consiglio di Stato n. 286/2026.

⁶ Il Capitolato Tecnico precisa che le tipologie di invio del lotto 1 sono esclusivamente quelle di Posta Non Raccomandata Massiva e di Posta Non Raccomandata Internazionale e che gli attuali centri di personalizzazione/produzione della corrispondenza (Genova per CF e TS; Soci/Arezzo e Marcianise/Caserta per TS-CNS) potrebbero in futuro cambiare e i nuovi luoghi di ritiro per il Recapitista saranno tempestivamente comunicati (punto 3.2.1).

⁷ Cfr. *“Linee Guida Anac-Agcom per l'affidamento degli appalti pubblici di servizi postali”*, approvate con delibera ANAC n. 118 del 13 aprile 2022 e delibera AGCOM n. 116/22/CONS del 13 aprile 2022.

di ricorso alla postalizzazione, per gli invii di Posta Raccomandata Massiva e Non Massiva. Infatti, nessun operatore alternativo, neppure in forma associata, potrebbe assicurare tale copertura nelle zone non contendibili del territorio (le c.d. EU2), come peraltro documentato da AGCOM nelle delibere n. 144/25/CONS e n. 384/17/CONS⁸.

Sul piano metodologico, le Linee Guida ANAC/AGCOM chiedono accurate analisi di mercato e specifiche valutazioni del necessario ricorso a percentuali minime di copertura, soprattutto in caso di lotti geografici che interessano più regioni, con particolare riguardo alla natura necessaria e proporzionata di siffatto requisito in relazione allo specifico affidamento, affinché venga declinato in modo da non avvantaggiare ingiustificatamente il soggetto *incumbent* o il titolare del servizio universale. Tale analisi non si ritrova, invece, nella documentazione di gara.

Anche considerando quanto osservato dall'AdE relativamente alla circostanza che, per ciascuno dei suddetti lotti, la percentuale di invii relativa alla posta raccomandata rappresenta solo una quota modesta del totale degli stessi, si osserva che la presenza di aree EU2 in ciascuno dei lotti da 2 a 6 fa sì che possa concorrere efficacemente per ciascun lotto soltanto l'operatore che è in grado di garantire il 100% degli invii delle raccomandate. Ciò a prescindere dall'ampiezza delle aree EU2 presenti in ciascun lotto e dalla quota di copertura effettiva, anche inferiore al 70%, che l'AdE indica come concretamente richiesta a livello di ciascun lotto "al lordo" della quota del 100% per le raccomandate.

Tale previsione non appare peraltro proporzionata, atteso che sarebbe stato sufficiente e meno restrittivo stabilire una soglia di copertura diretta meno elevata per gli invii di posta raccomandata massiva e non massiva, unitamente a meccanismi progressivi di estensione della copertura in fase esecutiva, al fine di bilanciare le esigenze di efficienza del servizio con il principio del *favor participationis* senza compromettere gli obiettivi sostanziali della procedura di gara⁹.

L'Autorità rileva poi che il divieto di postalizzazione per la copertura delle aree EU2 introduce elementi di rigidità sul piano organizzativo altamente selettivi, non supportati da alcuna giustificazione, posto che i chiarimenti offerti in sede di gara sulla soglia di copertura diretta (Avviso n. 1) e le decisioni di rigetto delle istanze di rettifica non forniscono alcuna indicazione al riguardo. Inoltre, l'AdE ha stabilito anche un sistema di attribuzione di elementi premiali del punteggio tecnico legati alla copertura (la c.d. "Copertura CAP") che, nell'attribuire punteggi rilevanti per coperture particolarmente estese, non appare tenere in debito conto il fatto che l'operatore Poste Italiane gode di un ampio vantaggio competitivo legato all'estrema capillarità della propria rete di recapito.

L'Autorità ha già rilevato che la previsione di soglie elevate di copertura territoriale o di criteri premiali correlati a elementi non replicabili può determinare effetti distorsivi, restringendo la platea dei potenziali concorrenti e alterando il corretto dispiegarsi delle dinamiche competitive¹⁰. Ne

⁸ In particolare, la delibera n. 144/25/CONS ha proprio rilevato l'impossibilità, per gli operatori privati, di assicurare una copertura totale e l'inedoneità del ricorso al subappalto per superare tali criticità, atteso che - per le aree EU2, servite esclusivamente da Poste in qualità di Fornitore del Servizio universale - mancherebbero per definizione operatori alternativi cui affidare il recapito.

⁹ Cfr. C12333 - *Poste Italiane/Nexive Group*, provvedimento n. 28497 del 22 dicembre 2020, in Bollettino n. 2/2021 in cui sono stati previsti meccanismi che consentono l'estensione progressiva della copertura.

¹⁰ Cfr. AS1757 - *ANAC-AGCOM - Linee guida per l'affidamento degli appalti pubblici di servizi postali* del 18 maggio 2021, in Bollettino n. 24/201 e AS1841 - *INPS - Bando di gara per l'affidamento del servizio di recapito e di gestione della corrispondenza non automatizzata* del 15 marzo 2022, in Bollettino n. 22/2022.

deriva che la copertura geografica, pur potendo essere ampia sul piano sostanziale – in quanto realizzata mediante forme di cooperazione tra operatori – non può tuttavia essere configurata, sul piano selettivo, come requisito strutturale rigido, ma deve essere apprezzata in termini funzionali alla capacità di esecuzione del servizio.

In tale contesto, gli “strumenti compensativi” di flessibilità dell’offerta previsti dalla documentazione di gara non appaiono sufficienti. In particolare, l’*“Atto di interpretazione relativo all’art. 119, comma 3, lett. d), del nuovo Codice dei Contratti pubblici”* redatto da AGCM, AGCOM e ANAC¹¹, pur riconoscendo la legittimità di modelli organizzativi fondati su reti di cooperazione e su contratti continuativi idonei a garantire anche livelli elevati di copertura geografica, impone di tenere in considerazione le peculiarità del settore postale (paragrafo 15) e di ricorrere a tali strumenti solo per la parte non prevalente del servizio¹². Pertanto, nella prospettiva propria della gara pubblica è necessario valutare il ricorso a tali strumenti nel loro impatto e praticabilità in concreto e non in termini puramente teorici.

In sostanza, anche una soglia di copertura eccessiva, imponendo agli operatori economici una capacità organizzativa e distributiva estremamente capillare sin dalla fase di partecipazione, rischia di avvantaggiare indebitamente l’incumbent e tradursi in una barriera all’ingresso¹³.

Infine, quanto ai criteri di valutazione dell’offerta tecnica, la *lex specialis* attribuisce un punteggio premiale specifico alla dimensione quantitativa e organizzativa dei soli punti di giacenza, premiando l’incremento del numero dei punti di giacenza e il miglioramento delle relative condizioni di accesso e gestione, così elevando tali elementi a fattori autonomi di competitività dell’offerta.

In proposito, si osserva, in primo luogo, che i punti di giacenza rappresentano, in via fisiologica, un rimedio a inefficienze nella fase di recapito, piuttosto che un indice diretto di qualità del servizio reso. Inoltre, tale impostazione non è accompagnata da criteri idonei a valorizzare modalità alternative di gestione degli invii inesitati quali, ad esempio, sistemi di recapito su appuntamento, soluzioni di consegna flessibile o l’impiego di infrastrutture automatizzate, che potrebbero assicurare analoghi livelli di accessibilità ed effettività del servizio.

Ne deriva il rischio di un’indebita preferenza per uno specifico modello organizzativo – fondato sulla rete fisica dei punti di giacenza – con conseguente compressione del confronto competitivo e limitazione delle possibilità di differenziazione e innovazione da parte degli operatori economici.

Al riguardo, il riferimento operato dalla Stazione appaltante alla discrezionalità riconosciuta dalle Linee Guida ANAC-AGCOM e alla limitata incidenza quantitativa del punteggio non appare di per sé idoneo a escludere effetti distorsivi, soprattutto ove i criteri risultino in concreto calibrati su assetti organizzativi tipici dell’incumbent. Tali elementi non sono pertanto idonei a neutralizzare il rischio

¹¹ Cfr. *“Atto di interpretazione relativo all’art. 119, comma 3, lett. d), del nuovo Codice dei Contratti pubblici, AGCM-AGCOM-ANAC”*, del 3 gennaio 2024, in cui si tiene conto del fatto che *“Attualmente, [...] nessun operatore postale (tranne Poste Italiane in qualità di affidatario del servizio postale universale) ha un’organizzazione tale da poter avere i requisiti previsti dalla normativa sopra citata e verrebbe di fatto eliminata la possibilità di operare in questo settore ad altri soggetti, a discapito quindi della concorrenza esercitata dall’imprenditoria privata”*.

¹² In particolare, è precisato che *“l’utilizzo dell’istituto del subappalto sarebbe comunque limitato al 50% dell’importo contrattuale. Inoltre, nell’ambito della stessa commessa si dovrebbero far autorizzare un numero molto rilevante di singoli recapitisti con conseguenti difficoltà e ritardi nella gestione della commessa anche da parte della stazione appaltante”* (paragrafo 13 dell’Atto di indirizzo).

¹³ Cfr. AS1757- ANAC-AGCOM - *Linee guida per l’affidamento degli appalti pubblici di servizi postali*, cit..

di una restrizione sostanziale del confronto concorrenziale, essendo Poste Italiane l'unico operatore economico in grado di soddisfare tali requisiti.

In conclusione, alcune previsioni della documentazione di gara sono suscettibili di porsi in conflitto con le norme e i principi a tutela della concorrenza e del mercato, in particolare con l'articolo 41 e 117, comma 2, lettera e), della Costituzione, con gli articoli 49 e 56 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione europea e con le Direttive 2014/24/UE e 2014/25/UE, nonché con i principi sanciti dagli articoli 1, 3, 58, del d.lgs. n. 36/2023 (recante “Codice dei contratti pubblici”).

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

Il presente parere sarà pubblicato sul Bollettino dell'Autorità ai sensi dell'articolo 26 della legge n. 287/1990.

LA PRESIDENTE *f.f.*
Elisabetta Iossa

Comunicato in merito al parere motivato reso dall'Autorità, ex art. 21-bis della legge n. 287/1990, all'Agenzia delle Entrate con riguardo all'appalto per l'affidamento dei servizi di raccolta e recapito della corrispondenza, oltre che dei relativi servizi connessi, nell'ambito del sistema dinamico di acquisizione della pubblica amministrazione per la fornitura di servizi postali, servizi di consegna plichi e pacchi tramite corriere e servizi connessi e ogni altro atto presupposto e conseguente.

Nella propria adunanza del 13 maggio 2026, l'Autorità garante della concorrenza e del mercato ha deliberato di inviare un parere motivato ai sensi dell'articolo 21-bis della legge 10 ottobre 1990, n. 287, pubblicato unitamente alla presente comunicazione, in merito all'appalto per l'affidamento dei servizi di raccolta e recapito della corrispondenza, oltre che dei relativi servizi connessi, nell'ambito del sistema dinamico di acquisizione della pubblica amministrazione per la fornitura di servizi postali, servizi di consegna plichi e pacchi tramite corriere e servizi connessi e ogni altro atto presupposto e conseguente, indetta dall'Agenzia delle Entrate (di seguito, “AdE”) quale Stazione Unica Appaltante, in nome proprio e in nome e per conto di Agenzia delle entrate-Riscossione.

In particolare, alcune previsioni della *lex specialis* presentavano profili suscettibili di porsi in potenziale conflitto con le norme e i principi a tutela della concorrenza e del mercato, in particolare con l'articolo 41 e 117, comma 2, lettera e), della Costituzione, con gli articoli 49 e 56 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione europea e con le Direttive 2014/24/UE e 2014/25/UE, nonché con i principi sanciti dagli articoli 1, 3, 58, del d.lgs. n. 36/2023 (recante “Codice dei contratti pubblici”). Più precisamente, alcune previsioni, congiuntamente considerate, apparivano ostacolare la più ampia partecipazione possibile alla gara da parte degli operatori postali interessati, ovvero: i)

l'accorpamento nel Capitolato Tecnico e nel Capitolato d'Oneri di prestazioni eterogenee nell'ambito dei lotti c.d. geografici (lotti 2-6) e la conseguente mancata suddivisione di esse in lotti prestazionali, anche con riferimento all'attività di recapito verso l'estero; *ii*) la previsione di volumi stimati della corrispondenza messi a gara di cui al paragrafo 3.3 del Capitolato Tecnico e la facoltà delle Committenti di modificare in aumento o in diminuzione la quantità degli invii, senza garantire un ritorno economico all'operatore; *iii*) la richiesta di una soglia minima per la copertura diretta dei CAP nei lotti geografici (2-6) e il contestuale divieto di ricorso al fornitore del servizio universale (FSU), di cui alla sezione 4.4.1. del Capitolato Tecnico; *iv*) l'attribuzione di un punteggio premiale alla dimensione quantitativa e organizzativa dei soli punti di giacenza nel Capitolato Tecnico e nel Capitolato d'Oneri.

Con comunicazione del 4 settembre 2026, l'AdE ha informato l'Autorità di avere disposto, in pari data, la revoca della procedura di gara, al fine di dare seguito a quanto evidenziato nel suddetto parere.

L'Autorità, nella propria adunanza dell'8 settembre 2026, considerata l'intervenuta revoca, ha pertanto ritenuto di non impugnare gli atti di gara.

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

PS13123 – PERPLEXITY AI – VARIE PROBLEMATICHE

Avviso di avvio di procedimento istruttorio

AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Informativa di avvio dell'istruttoria ai sensi dell'articolo 6, comma 2, del "*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, in relazione al procedimento PS13123.

La pubblicazione del presente avviso, seguito dalla comunicazione di avvio del procedimento, sul Bollettino settimanale dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato, viene effettuata ai sensi e per gli effetti di cui all'articolo 6, comma 2 del Regolamento, attesa la mancata ricezione di riscontri al tentativo di trasmissione della stessa comunicazione di avvio (prot. 61081 del 21 maggio 2026), operato mediante richiesta di collaborazione al Consolato Generale d'Italia in San Francisco in data 21 maggio 2026 (prott. 61135 e 61076). Non è infatti pervenuta alcuna conferma che l'avvio istruttorio sia stato notificato con successo.

Per qualsiasi comunicazione indirizzata all'Autorità, relativa al caso in questione, si prega di citare la Direzione Piattaforme Digitali e Comunicazioni del Dipartimento per la Tutela del Consumatore 1 ed il riferimento PS13123.

Oggetto: Comunicazione di **avvio del procedimento** ai sensi degli artt. 27, comma 3, e 37-bis, commi 1, 2, 2-bis e 2-ter del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206 e successive modificazioni (di seguito, Codice del consumo), nonché ai sensi dell'art. 6 del "*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 e contestuale **richiesta di informazioni** ai sensi dell'art. 13, comma 1, del Regolamento.

I. La Parte

1. Perplexity AI, Inc. (nel prosieguo anche solo Perplexity o "il professionista"), fornitore dell'omonimo sistema di intelligenza artificiale, fruibile dagli utenti italiani in lingua italiana dal dominio <https://www.perplexity.ai/> e tramite app, in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lett. b), del Codice del consumo.

II. Le condotte

2. Dalle informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del consumo e dalle segnalazioni di alcuni consumatori pervenute a partire dalla fine del mese di gennaio 2026, è emerso

che il professionista avrebbe posto in essere alcune condotte, di seguito descritte, suscettibili di configurare due distinte pratiche commerciali scorrette, nonché di violare la disciplina in materia di clausole vessatorie.

II.A La prima pratica commerciale

3. La prima pratica riguarda la modifica apportata da Perplexity alle condizioni della promozione realizzata in *partnership* con TIM, avviata nel mese di luglio 2025 e volta a consentire ai clienti dell'operatore di telefonia di usufruire gratuitamente, per 12 mesi, del servizio *Perplexity Pro*.

4. In virtù di tale promozione, i clienti TIM di rete mobile e fissa potevano richiedere, tramite l'applicazione *MyTim* o il sito web di TIM, un codice promozionale che permetteva di attivare gratuitamente il servizio di IA, senza sostenere l'ordinario costo di circa 229 euro l'anno.

5. La promozione in discorso prevedeva inizialmente la disattivazione dell'abbonamento a *Perplexity Pro* al termine dei 12 mesi gratuiti, senza rinnovo automatico del servizio. Tale circostanza era posta al centro delle comunicazioni commerciali diffuse dall'operatore di telefonia [omissis]¹. In coerenza con tale impostazione, i beneficiari della promozione potevano inizialmente attivare e utilizzare *Perplexity Pro* senza fornire a Perplexity i dati relativi al proprio metodo di pagamento, [omissis]².

6. Tuttavia, a partire da gennaio 2026, Perplexity ha apportato una variazione unilaterale alle condizioni della promozione, richiedendo ai clienti TIM aderenti all'iniziativa di inserire un metodo di pagamento, pena la disattivazione dell'abbonamento *Pro*. Contestualmente, ha introdotto per i medesimi clienti il rinnovo automatico del servizio, con conseguente addebito al termine dei 12 mesi gratuiti, salvo disdetta prima della scadenza³.

II.B La seconda pratica commerciale

7. La seconda pratica riguarda le informazioni rese da Perplexity in ordine alle caratteristiche, alle funzionalità e ai limiti del servizio offerto, sia nella versione gratuita sia nei piani a pagamento. In particolare, dall'attività preistruttoria svolta sono emerse criticità relative all'informativa resa con riguardo: *i)* ai modelli di IA disponibili, alle condizioni per fruirne e ai limiti di utilizzo dei diversi piani di abbonamento; *ii)* all'effettiva disponibilità della funzionalità di generazione di immagini e alle relative limitazioni; *iii)* al rischio di generazione di contenuti non corretti, comunemente indicato come rischio di "allucinazioni".

i) Carenze e ambiguità delle informazioni relative ai modelli disponibili, alle condizioni per fruirne e ai limiti di utilizzo dei diversi piani di abbonamento

8. Le informazioni rese dal professionista con riferimento ai modelli di IA di terze parti utilizzabili e ai limiti di utilizzo dei diversi piani di abbonamento appaiono complessivamente poco chiare, difficilmente reperibili e incomplete.

9. Difatti, recandosi al sito internet <https://www.perplexity.ai/>, l'utente visualizza una schermata dalla quale è possibile utilizzare immediatamente il servizio senza necessità di registrazione. Nella

¹ [omissis]

² [omissis]

³ Cfr., tra le altre, la comunicazione inviata da Perplexity a un consumatore, allegata alla segnalazione pervenuta in data 10 aprile 2026, prot. n. 37221.

stessa pagina compare anche un *popup* che consente di accedere o creare un *account* per utilizzare il servizio con minori limitazioni, ad esempio conservando la cronologia delle ricerche. In tale schermata, tuttavia, non risultano visibili collegamenti a pagine informative o di assistenza contenenti maggiori informazioni sul servizio offerto.

10. Nella barra del *chatbox*, posta al centro della schermata, è inoltre visibile un'opzione che consente di scegliere il modello di intelligenza artificiale da utilizzare tra Sonar 2, GPT-5.4, GPT 5.5, Gemini 3.1 Pro, Claude Sonnet 4.6, Clade Opus 4.7, Kimi K2.6 e Nemotron 3 Super. In assenza di ulteriori informazioni, le modalità con cui l'opzione è presentata nell'interfaccia web (con la dicitura "*Accedi ai migliori modelli di IA*") sembrerebbero indicare che, per utilizzare i modelli elencati, sia richiesto unicamente l'accesso ovvero, nel caso di nuovi utenti, la creazione di un *account* (di seguito, anche "registrazione"). Lo stesso sembra evincersi dalla schermata di registrazione che appare dopo aver cliccato su "*Accedi ai migliori modelli di IA*", ove è indicato in caratteri grandi "*Accedi per scegliere un modello*" nonché "*Accedi agli ultimi modelli AI di Perplexity, OpenAI, Anthropic (Claude), Google Gemini e altri*".

11. Procedendo con la registrazione, l'utente accede a una pagina nella quale viene enfatizzata la qualità del servizio fornito. Dopo aver cliccato su "*Continua*" e aver indicato in che modo si intende utilizzare il servizio, scegliendo tra "*Come privato*", "*Con il mio Team*", o "*Per la scuola*", compare una schermata in cui è possibile selezionare la tipologia di piano desiderato.

12. Dalla schermata che si apre una volta selezionata l'opzione "*Come privato*" si evince che, contrariamente a quanto si potrebbe desumere dalla *home page*, per l'utilizzo dei modelli di IA avanzati sviluppati da terzi non è sufficiente la sola registrazione, ma è necessario sottoscrivere un abbonamento a pagamento. Al contempo, non vengono fornite informazioni chiare ed esaustive in ordine alle caratteristiche dei diversi piani di abbonamento proposti. Ad esempio, con riferimento al piano *Pro*, viene indicata la possibilità per l'utente di scegliere il modello da utilizzare "*tra Gemini 3.1 Pro, Sonar 2, Claude Sonnet 4.6 e altro*", senza specificare se sia incluso anche ChatGPT 5.4, pure indicato tra i modelli selezionabili nella *home page*. Inoltre, viene fatto un generico riferimento alla presenza di "*limiti di utilizzo ideali per la maggior parte degli utenti*", senza che tali limiti siano in alcun modo specificati. In fondo alla pagina, è contenuto un link denominato "*policy*" che rinvia ai Termini di servizio di Perplexity e un link denominato "*fatturazione*" tramite il quale si accede a una pagina di assistenza apparentemente dedicata esclusivamente a una promozione con "*Airtel*".

13. Selezionando un piano a pagamento, l'utente accede direttamente alla pagina di acquisto, in cui è richiesto l'inserimento dei dati di fatturazione. Anche in tale schermata non vengono riportate informazioni più dettagliate sulle caratteristiche del prodotto scelto, né risultano presenti collegamenti diretti a pagine recanti tali informazioni, essendo unicamente presenti due link che rimandano alla informativa sulla privacy e ai Termini di servizio.

14. Alcune informazioni aggiuntive sui diversi piani di abbonamento si rinvenivano nelle pagine di assistenza, alle quali, tuttavia, sembrerebbe potersi accedere solamente dalla *home page*, una volta completata la registrazione e selezionato un piano. Ne consegue che, qualora l'utente non opti per il piano gratuito ma per uno a pagamento, tali informazioni risulterebbero accessibili soltanto al completamento della procedura di sottoscrizione dell'abbonamento.

15. In ogni caso, tali informazioni, di difficile reperimento in quanto disseminate all'interno dell'articolato e frastagliato "*Centro assistenza*", risultano parimenti incomplete. Ad esempio, nella pagina "*Which Perplexity Subscription Plan is right for you?*", contenuta nella sottosezione

“Fatturazione e abbonamenti”, e apparentemente disponibile soltanto in lingua inglese, è presente una tabella volta a illustrare e comparare le caratteristiche dei diversi piani di abbonamento, la quale fa generico riferimento alla presenza di limiti di utilizzo relativi alle *query* di ricerca, senza che tali limiti siano puntualmente quantificati né adeguatamente differenziati per modello.

16. Analogamente, la pagina “*What is Perplexity Pro?*”, inclusa nella medesima sottosezione del Centro di assistenza, non contiene informazioni precise sulle caratteristiche e sui limiti di tale piano. Al contrario, da tale pagina sembrerebbe emergere che la versione di ChatGPT disponibile con l’abbonamento *Pro* non sarebbe la 5.4, indicata nell’elenco dei modelli presente nella *home page*, bensì la 5.2. Lo stesso dato risulta anche dalla pagina “*What advanced AI models are included in my subscription?*”, che fa espressa menzione della sola versione 5.2 di ChatGPT.

17. Simili criticità nell’informativa resa ai consumatori si riscontrano anche nell’applicazione per dispositivi mobili, il cui contenuto ricalca in larga misura quello del sito *web*. In tale contesto, la schermata attraverso la quale è possibile attivare il piano di abbonamento *Pro* presenta ulteriori profili di ambiguità, atteso che, nella parte superiore, scorrono i nomi di modelli di intelligenza artificiale che non risulterebbero effettivamente disponibili nell’ambito di tale piano. In particolare, oltre a ChatGPT 5.4 – sulla cui effettiva disponibilità, come sopra esposto, sussistono taluni dubbi – vengono menzionati anche GPT-5.5 e Claude Opus 4.7, che sono invece inclusi soltanto nel piano *Max*.

ii) Carenze informative relative alle funzionalità di generazione delle immagini

18. Dall’attività preistruttoria svolta sono emerse possibili criticità anche con riferimento alle informazioni rese in ordine alla funzionalità di generazione di immagini. Infatti, sebbene tale funzionalità sia indicata sul sito *web* come disponibile nei diversi piani di abbonamento, la stessa sembrerebbe essere stata soggetta, a partire dal mese di gennaio 2026, a blocchi o limitazioni nel suo utilizzo.

19. Tale circostanza, segnalata all’Autorità da un consumatore, sembrerebbe trovare riscontro anche in alcune pagine web di settore, nelle quali si dà conto di problemi di funzionamento diffusi su scala globale⁴. Segnalazioni analoghe si rinvencono anche su *social network* e piattaforme di discussione online, tra cui *Facebook* e *Reddit*, ove diversi utenti, anche italiani, riferiscono il perdurare di tali anomalie. In particolare, a fronte della richiesta di generazione di immagini, la piattaforma restituirebbe talvolta un messaggio di errore ovvero consentirebbe l’utilizzo della funzionalità in modo intermittente o parziale, limitando di fatto la piena fruibilità del servizio.

20. In ogni caso, inoltre, all’interno delle pagine informative non sembrano essere presenti indicazioni puntuali circa i limiti quantitativi relativi alla funzionalità di generazione di immagini nei diversi piani di abbonamento.

⁴ Si vedano, ad esempio, l’articolo di Hardware Upgrade “*Perplexity blocca la generazione di immagini in alcune aree: proteste degli utenti Pro e caos VPN*” (disponibile al link: https://www.hwupgrade.it/news/web/perplexity-blocca-la-generazione-di-immagini-in-alcune-aree-proteste-degli-utenti-pro-e-caos-vpn_148681.html) e l’articolo di Angolo di Windows “*Restrizioni regionali su Perplexity Pro: come creare immagini gratis*” (disponibile al link: <https://angolodiwindows.com/2026/01/restrizioni-regionali-su-perplexity-pro-come-creare-immagini-gratis/>)

iii) *Omissione dell'informativa sul rischio di "allucinazioni" e diffusione di informazioni fuorvianti circa l'accuratezza delle risposte fornite dal servizio*

21. Dalle verifiche svolte è altresì emerso che il professionista non fornirebbe agli utenti un'informativa sufficientemente chiara, immediata e intellegibile sulla possibilità di incorrere 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. Al contrario, Perplexity utilizza espressioni che sembrerebbero lasciar intendere che il servizio offerto sia esente da tale rischio.

22. In particolare, nessuna avvertenza sull'eventualità che si verifichino allucinazioni appare (mediante *disclaimer* o *warning*) durante l'utilizzo di Perplexity, né da *desktop* né da *app mobile* e, in entrambi i casi, a prescindere dal fatto che l'utente abbia effettuato o meno l'accesso. Inoltre, informazioni immediate sul rischio di allucinazioni non compaiono in alcuna fase della procedura di registrazione, scelta del piano ed eventuale sottoscrizione di un abbonamento a pagamento.

23. Per contro, nella schermata visualizzata subito dopo la registrazione via *web* viene enfatizzata l'accuratezza del servizio fornito mediante la dicitura "*Ottieni le risposte più accurate da tutti i migliori modelli di IA*". Nella medesima schermata si legge inoltre, in caratteri più piccoli, che "*Perplexity cerca sul web e cita le sue fonti – così puoi fidarti di ciò che leggi*". Tali affermazioni sembrerebbero lasciare intendere che le modalità di funzionamento del sistema siano tali da assicurare in ogni caso la correttezza delle risposte fornite.

24. Il richiamo all'accuratezza delle risposte generate da Perplexity compare anche nell'applicazione per dispositivi mobili e, in particolare, nella schermata attraverso la quale è possibile attivare un piano di abbonamento a pagamento, nella cui parte superiore è riportato, con caratteri più grandi, il *claim* "*Ottieni le risposte più accurate*".

25. Ulteriori affermazioni volte ad enfatizzare l'accuratezza e l'affidabilità del servizio si rinvencono nella descrizione dell'applicazione presente sull'Apple Store, ove si legge: "*Perplexity – Dove inizia la conoscenza. Risposte accurate a qualsiasi domanda, supportate da fonti e citazioni*", nonché "*Affidabilità integrata: fonti citate per ogni risposta*".

26. Che Perplexity sia soggetto, al pari degli altri c.d. *Large Language Models* ("LLMs") su cui si basa, alla possibilità di generare "allucinazioni" viene però indirettamente ammesso dallo stesso professionista all'interno delle complesse e frammentate informazioni distribuite nel Centro assistenza, ove si legge: "*pur puntando all'accuratezza, ti invitiamo a verificare le fonti per maggiore sicurezza*". Tale informativa è tuttavia raggiungibile solo dopo aver effettuato l'accesso e mediante una serie articolata di passaggi, essendo necessario: 1) cliccare sul proprio profilo utente, collocato in basso a sinistra nella *home page*; 2) selezionare la voce "*Aiuto*"; 3) accedere al "*Centro assistenza*"; 4) cliccare sul pulsante "*ottieni risposte*" per entrare nella sezione relativa alle domande frequenti, che si apre tuttavia in lingua inglese; 5) selezionare, nella barra in alto, l'opzione che consente di visualizzare la pagina in italiano, 5) selezionare la categoria "*Per iniziare*"; 6) selezionare, infine, la domanda "*Cos'è un motore di risposta e come funziona Perplexity in questo ruolo?*", collocata in fondo all'elenco delle *FAQ*.

27. Parallelamente, anche al punto 8.1 lett. b) dei "Termini di servizio, all'interno della sezione "*Esclusioni di responsabilità, limitazioni di responsabilità e manleva*", Perplexity indica: "*Lei riconosce che i Servizi possono generare Output contenenti informazioni inesatte, distorte o*

incomplete. La Società non avrà alcuna responsabilità nei Suoi confronti per la violazione dei diritti di terzi derivante dal Suo utilizzo di qualsiasi Output. Non dovrebbe fare affidamento sui Servizi o su alcun Output per consigli di qualsiasi tipo, inclusi consigli medici, legali, di investimento, finanziari o altri consigli professionali. Qualsiasi Output non sostituisce il consiglio di un professionista qualificato”.

II.C Il contratto e le clausole contrattuali oggetto del procedimento

28. In aggiunta a quanto sopra esposto, il professionista ha adottato, per la fornitura dei propri servizi di intelligenza artificiale, una disciplina contrattuale contenente clausole che appaiono vessatorie. Tali clausole, in particolare, sono contenute nei **“Termini di servizio di Perplexity”** (di seguito Termini di servizio), aggiornati al 23 gennaio 2026 e pubblicati nella versione in lingua italiana sul sito internet <https://www.perplexity.ai/>, alla pagina web <https://www.perplexity.ai/it/hub/legal/terms-of-service>.

29. Nello specifico, costituiscono oggetto del procedimento, limitatamente ai rapporti contrattuali tra la Società e i consumatori, le clausole di seguito trascritte (grassetto e maiuscolo in originale).

“2.2 Servizi a pagamento. Alcuni dei nostri Servizi sono gratuiti; tuttavia, se si abbona a uno qualsiasi dei nostri Servizi a pagamento, accetta di pagarci le commissioni e le imposte applicabili in Dollari statunitensi. Il mancato pagamento di tali commissioni e imposte comporterà la cessazione del Suo accesso ai Servizi a pagamento. Lei accetta che (a) se acquista un abbonamento ricorrente a uno qualsiasi dei Servizi, possiamo memorizzare e continuare ad addebitare il Suo metodo di pagamento (ad es. carta di credito) per evitare l'interruzione di tali Servizi, e (b) possiamo calcolare le imposte da Lei dovute sulla base delle informazioni di fatturazione che ci fornisce al momento dell'acquisto. Ci riserviamo il diritto di modificare i nostri piani di abbonamento o adeguare i prezzi dei Servizi a pagamento in qualsiasi modo e in qualsiasi momento, come determinato a nostra sola e assoluta discrezione. Salvo quanto diversamente previsto nei presenti Termini, qualsiasi modifica di prezzo o del Suo piano di abbonamento avrà effetto previa ragionevole comunicazione a Lei. Tutti gli abbonamenti sono pagabili in conformità ai termini di pagamento in vigore al momento in cui l'abbonamento diventa esigibile. Il pagamento può essere effettuato tramite carta di credito, carta di debito o altri mezzi che potremo rendere disponibili. Gli abbonamenti non saranno elaborati fino a quando il pagamento non sarà stato ricevuto integralmente, e qualsiasi blocco sul Suo account da parte di qualsiasi altro processore di pagamento è esclusivamente di Sua responsabilità.”

“3.3 Modifiche e prezzi. La Società può, in qualsiasi momento, rivedere o modificare i prezzi, la disponibilità, le specifiche, il contenuto, le descrizioni o le caratteristiche di qualsiasi Offerta. Sebbene cerchiamo di essere quanto più accurati possibile nelle nostre descrizioni delle Offerte, non garantiamo che le descrizioni delle Offerte siano accurate, complete, affidabili, aggiornate o prive di errori. L'inclusione di qualsiasi Offerta acquistabile tramite i Servizi in un determinato momento non implica né garantisce che le Offerte saranno disponibili in qualsiasi altro momento. Ci riserviamo il diritto di modificare in qualsiasi momento i prezzi delle Offerte visualizzate sui Servizi e di correggere errori di prezzo che possano verificarsi involontariamente (e di annullare, a nostra esclusiva discrezione, eventuali ordini effettuati con errori di prezzo). Tutte tali modifiche avranno

effetto immediato al momento della pubblicazione dei nuovi prezzi delle Offerte sui Servizi e/o al momento in cui il cliente venga informato dell'errore di prezzo."

“8. ESCLUSIONI DI RESPONSABILITÀ, LIMITAZIONI DI RESPONSABILITÀ E MANLEVA

8.1 Esclusioni di responsabilità.

- a. *Il Suo accesso ai Servizi e il relativo utilizzo sono a Suo rischio. Lei comprende e accetta che i Servizi, incluse eventuali Offerte, Le sono forniti su base «COSÌ COM'È» e «COME DISPONIBILE». Fermo restando quanto precede, nella misura massima consentita dalla legge applicabile, la Società, le sue capogruppo, affiliate, società collegate, dirigenti, amministratori, dipendenti, agenti, rappresentanti, partner e licenzianti (le «Entità della Società») ESCLUDONO TUTTE LE GARANZIE E LE CONDIZIONI, ESPRESSE O IMPLICITE, DI COMMERCIALIZZABILITÀ, IDONEITÀ A UNO SCOPO PARTICOLARE O NON VIOLAZIONE. Le Entità della Società non forniscono alcuna garanzia o dichiarazione e declinano ogni responsabilità per: (a) la completezza, accuratezza, disponibilità, tempestività, sicurezza o affidabilità dei Servizi; (b) qualsiasi danno al Suo sistema informatico, perdita di dati o altro danno derivante dal Suo accesso o utilizzo dei Servizi; (c) il funzionamento o la compatibilità con qualsiasi altra applicazione o con qualsiasi particolare sistema o dispositivo; (d) il fatto che i Servizi soddisfino i Suoi requisiti o siano disponibili in modo ininterrotto, sicuro o privo di errori; e (e) la cancellazione o la mancata memorizzazione o trasmissione dei Suoi Contenuti e di altre comunicazioni gestite dai Servizi. Nessun consiglio o informazione, orale o scritto, ottenuto dalle Entità della Società o tramite i Servizi creerà alcuna garanzia o dichiarazione non espressamente prevista nel presente documento.*
- b. *Lei riconosce che i Servizi possono generare Output contenenti informazioni inesatte, distorte o incomplete. La Società non avrà alcuna responsabilità nei Suoi confronti per la violazione dei diritti di terzi derivante dal Suo utilizzo di qualsiasi Output. Non dovrebbe fare affidamento sui Servizi o su alcun Output per consigli di qualsiasi tipo, inclusi consigli medici, legali, di investimento, finanziari o altri consigli professionali. Qualsiasi Output non sostituisce il consiglio di un professionista qualificato. Lei riconosce che, a causa della natura degli strumenti di intelligenza artificiale generativa, altri utenti dei Servizi possono creare e utilizzare propri Output simili o uguali al Suo Output, ad esempio perché è stato fornito lo stesso Input o un Input simile, e accetta che tali altri utenti possano utilizzare i propri Output creati individualmente per le proprie finalità aziendali interne.*
- c. *LE LEGGI DI ALCUNE GIURISDIZIONI, INCLUSO LO STATO DEL NEW JERSEY, NON CONSENTONO LIMITAZIONI ALLE GARANZIE IMPLICITE O L'ESCLUSIONE O LIMITAZIONE DI DETERMINATI DANNI COME PREVISTO NELLA SEZIONE 8.2 DI SEGUITO. SE TALI LEGGI SI APPLICANO A LEI, ALCUNE O TUTTE LE ESCLUSIONI, LE LIMITAZIONI O LE CLAUSOLE DI ESONERO DI CUI SOPRA POTREBBERO NON APPLICARSI A LEI, E POTREBBE AVERE DIRITTI AGGIUNTIVI.*
- d. *LE ENTITÀ DELLA SOCIETÀ NON SI ASSUMONO ALCUNA RESPONSABILITÀ PER QUALSIASI CONTENUTO CHE LEI, UN ALTRO UTENTE O UN TERZO CREI, CARICHI, PUBBLICHI, INVII, RICEVA O MEMORIZZI SUI O TRAMITE I NOSTRI SERVIZI, INCLUSO QUALSIASI OUTPUT.*

e. LEI COMPRENDE E ACCETTA CHE POTREBBE ESSERE ESPOSTO A CONTENUTI CHE POTREBBERO ESSERE OFFENSIVI, ILLEGALI, FUORVIANTI O ALTRIMENTI INAPPROPRIATI, PER NESSUNO DEI QUALI LE ENTITÀ DELLA SOCIETÀ SARANNO RESPONSABILI.

8.2 Limitazioni di responsabilità. *NELLA MISURA NON VIETATA DALLA LEGGE, LEI ACCETTA CHE IN NESSUN CASO LE ENTITÀ DELLA SOCIETÀ SARANNO RESPONSABILI (A) PER DANNI DI QUALSIASI TIPO, INCLUSI DANNI INDIRETTI, SPECIALI, ESEMPLARI, INCIDENTALI, CONSEGUENZIALI O PUNITIVI (INCLUSI, A TITOLO ESEMPLIFICATIVO MA NON ESAUSTIVO, L'APPROVVIGIONAMENTO DI BENI O SERVIZI SOSTITUTIVI, LA PERDITA D'USO, DI DATI O DI PROFITTI, L'INTERRUZIONE DELL'ATTIVITÀ O QUALSIASI ALTRO DANNO O PERDITA DERIVANTE O RELATIVO AL SUO UTILIZZO O ALLA SUA IMPOSSIBILITÀ DI UTILIZZARE I SERVIZI), COMUNQUE CAUSATI E SECONDO QUALSIASI TEORIA DI RESPONSABILITÀ, SIA AI SENSI DEI PRESENTI TERMINI SIA ALTRIMENTI SORTI IN QUALSIASI MODO IN CONNESSIONE CON I SERVIZI (INCLUSO QUALSIASI OUTPUT) O CON I PRESENTI TERMINI E SIA IN BASE A CONTRATTO, RESPONSABILITÀ OGGETTIVA O ILLECITO CIVILE (INCLUSA LA NEGLIGENZA O ALTRO), ANCHE QUALORA LE ENTITÀ DELLA SOCIETÀ SIANO STATE INFORMATE DELLA POSSIBILITÀ DI TALI DANNI, O (B) PER QUALSIASI ALTRA PRETESA, DOMANDA O DANNO DI QUALSIASI NATURA DERIVANTE DA O RELATIVO AI PRESENTI TERMINI, ALL'OUTPUT O ALLA CONSEGNA, ALL'USO O ALLE PRESTAZIONI DEI SERVIZI O DELL'OUTPUT. LA RESPONSABILITÀ TOTALE DELLE ENTITÀ DELLA SOCIETÀ NEI SUOI CONFRONTI PER QUALSIASI DANNO DEFINITIVAMENTE LIQUIDATO NON SUPERERÀ IL MAGGIORE TRA CENTO DOLLARI (US\$100,00) E L'IMPORTO CHE LEI HA PAGATO ALLE ENTITÀ DELLA SOCIETÀ, SE DEL CASO, NEI SEI (6) MESI PRECEDENTI PER I SERVIZI (O LE OFFERTE ACQUISTATE SUI SERVIZI) CHE HANNO DATO ORIGINE ALLA PRETESA. LE LIMITAZIONI CHE PRECEDONO SI APPLICHERANNO ANCHE QUALORA IL RIMEDIO SOPRA INDICATO NON RAGGIUNGA IL SUO SCOPO ESSENZIALE.*

8.3 Manleva. *Concludendo i presenti Termini e accedendo o utilizzando i Servizi, Lei accetta di difendere, manlevare e tenere indenni le Entità della Società da e contro qualsiasi pretesa, costo, danno, perdita, responsabilità e spesa (incluse le parcelle e spese legali) sostenuti dalle Entità della Società derivanti da o connessi a: (a) la Sua violazione o inosservanza di qualsiasi disposizione dei presenti Termini o di qualsiasi legge o regolamento applicabile; (b) la Sua violazione di qualsiasi diritto di terzi; (c) il Suo uso improprio dei Servizi; (d) i Suoi Contenuti; oppure (e) la Sua negligenza o cattiva condotta dolosa. Se ai sensi del presente documento Lei è tenuto a manlevare qualsiasi Entità della Società, allora accetta che la Società (o, a sua discrezione, la relativa Entità della Società) avrà il diritto, a sua esclusiva discrezione, di controllare qualsiasi azione o procedimento e di determinare se la Società desideri transigere e, in tal caso, a quali condizioni, e Lei accetta di collaborare pienamente con la Società nella difesa o nella transazione di tale pretesa."*

"9. ARBITRATO E RINUNCIA ALL'AZIONE COLLETTIVA

9.1 LA PREGHIAMO DI LEGGERE ATTENTAMENTE QUESTA SEZIONE – POTREBBE INCIDERE IN MODO SIGNIFICATIVO SUI SUOI DIRITTI LEGALI, INCLUSO IL SUO DIRITTO DI PRESENTARE UNA CAUSA IN TRIBUNALE E DI FAR ESAMINARE LE SUE

PRETESE DA UNA GIURIA. ESSA CONTIENE PROCEDURE PER L'ARBITRATO VINCOLANTE OBBLIGATORIO E UNA RINUNCIA ALL'AZIONE COLLETTIVA.

9.2 Procedura informale preliminare. Lei e la Società concordate che, in caso di controversia, ciascuna parte contatterà dapprima l'altra parte e compirà uno sforzo continuativo in buona fede per risolvere la controversia prima di ricorrere a mezzi di risoluzione più formali, inclusa, senza limitazione, qualsiasi azione giudiziaria, lasciando dapprima alla parte destinataria 30 giorni per rispondere. Sia Lei sia la Società concordate che tale procedura di risoluzione delle controversie costituisce una condizione preliminare che deve essere soddisfatta prima di avviare qualsiasi arbitrato nei confronti dell'altra parte.

9.3 Accordo di arbitrato e rinuncia all'azione collettiva. Dopo il processo informale di risoluzione delle controversie, qualsiasi controversia, contestazione o pretesa residua (collettivamente, una «Pretesa») relativa in qualsiasi modo ai servizi e/o prodotti della Società, inclusi i Servizi, e a qualsiasi utilizzo o accesso o mancato accesso agli stessi, sarà risolta mediante arbitrato, comprese le questioni preliminari circa l'arbitrabilità della Pretesa. Lei e la Società concordate che qualsiasi Pretesa sarà definita mediante arbitrato finale e vincolante, in lingua inglese, amministrato da JAMS ai sensi delle proprie Comprehensive Arbitration Rules and Procedures (le «Regole JAMS») allora in vigore (tali regole si intendono qui incorporate per riferimento e alla data dei presenti Termini). Poiché il Suo contratto con la Società, i presenti Termini e il presente Accordo di Arbitrato riguardano il commercio interstatale, il Federal Arbitration Act («FAA») disciplina l'arbitrabilità di tutte le controversie. Tuttavia, l'arbitro applicherà il diritto sostanziale applicabile coerentemente con il FAA e con il termine di prescrizione applicabile o la condizione preliminare all'azione. L'arbitrato sarà gestito da un arbitro unico in conformità alle Regole JAMS. Il lodo arbitrale potrà essere convertito in sentenza presso qualsiasi tribunale avente giurisdizione. Qualsiasi arbitrato ai sensi dei presenti Termini avrà luogo su base individuale – non sono consentiti arbitrati collettivi e azioni collettive (come definite di seguito). Lei comprende che, accettando i presenti Termini, Lei e la Società rinunciate ciascuno al diritto a un processo con giuria o a partecipare a un'azione collettiva o a un arbitrato collettivo.

9.4 Eccezioni. Nonostante quanto precede, Lei e la Società concordate che le seguenti tipologie di controversie saranno risolte da un tribunale competente:

- a. Pretese rientranti nella competenza del giudice di modesta entità coerentemente con i limiti di competenza e di valore eventualmente applicabili, purché siano proposte e mantenute come controversie individuali e non come azioni o procedimenti collettivi, rappresentativi o consolidati;
- b. Pretese in cui l'unica forma di tutela richiesta è un provvedimento inibitorio (incluso un provvedimento inibitorio pubblico); oppure
- c. Pretese relative alla proprietà intellettuale.

9.5 Costi dell'arbitrato. Il pagamento di tutte le spese e dei costi di deposito, amministrazione e arbitrato sarà disciplinato dalle Regole JAMS, salvo che, se Lei dimostra che tali costi e spese a Suo carico ai sensi di tali regole sarebbero proibitivamente più elevati rispetto a un procedimento giudiziario, la Società pagherà l'importo di tali costi e spese che l'arbitro determinerà essere necessario per evitare che l'arbitrato sia proibitivamente più costoso di un procedimento giudiziario (fatto salvo l'eventuale rimborso come indicato di seguito). Commissioni e costi possono essere riconosciuti come previsto dal diritto applicabile. Se l'arbitro ritiene che il contenuto della Sua Pretesa o il rimedio richiesto nella domanda siano futili o proposti per uno scopo improprio

(secondo gli standard previsti dalla *Federal Rule of Civil Procedure 11(b)*), allora il pagamento di tutte le commissioni sarà disciplinato dalle Regole JAMS. In tal caso, Lei accetta di rimborsare alla Società tutte le somme precedentemente erogate dalla stessa che, ai sensi delle regole applicabili, sarebbero altrimenti a Suo carico. Se Lei prevale nell'arbitrato e Le viene riconosciuto un importo inferiore all'ultimo importo di transazione offerto per iscritto dalla Società prima della nomina dell'arbitro, la Società Le pagherà l'importo offerto in transazione. L'arbitro può emettere decisioni e risolvere controversie relative al pagamento e al rimborso di commissioni o spese in qualsiasi momento durante il procedimento e su richiesta di una delle parti presentata entro 14 giorni dalla decisione dell'arbitro nel merito.

9.6 Esclusione volontaria. Lei ha il diritto di escludersi e di non essere vincolato dalle disposizioni arbitrali stabilite nei presenti Termini inviando una comunicazione scritta della Sua decisione di esclusione a support@perplexity.ai oppure all'indirizzo postale negli Stati Uniti indicato nella sezione «Come contattarci» dei presenti Termini. La comunicazione deve essere inviata alla Società entro 30 giorni dalla Sua prima registrazione per utilizzare i Servizi o dall'accettazione dei presenti Termini; diversamente, Lei sarà tenuto a devolvere le controversie ad arbitrato su base non collettiva in conformità ai presenti Termini. Se sceglie di escludersi soltanto dalle disposizioni arbitrali, e non anche dalla rinuncia all'azione collettiva, la rinuncia all'azione collettiva continuerà comunque ad applicarsi. Non può escludersi soltanto dalla rinuncia all'azione collettiva senza escludersi anche dalle disposizioni arbitrali. Se Lei si esclude da tali disposizioni arbitrali, nemmeno la Società ne sarà vincolata.

9.7 RINUNCIA AL DIRITTO DI PROMUOVERE AZIONI COLLETTIVE E PRETESE RAPPRESENTATIVE.

NELLA MISURA MASSIMA CONSENTITA DALLA LEGGE APPLICABILE, LEI E LA SOCIETÀ CONCORDATE CIASCUNO CHE QUALSIASI PROCEDIMENTO VOLTO A RISOLVERE QUALSIASI CONTROVERSIA, PRETESA O CONTESTAZIONE SARÀ PROPOSTO E CONDOTTO ESCLUSIVAMENTE NELLA CAPACITÀ INDIVIDUALE DELLA RISPETTIVA PARTE E NON COME PARTE DI ALCUNA AZIONE O PROCEDIMENTO COLLETTIVO (O PRESUNTO TALE), CONSOLIDATO, CON PIÙ ATTORI O RAPPRESENTATIVO («AZIONE COLLETTIVA»). LEI E LA SOCIETÀ ACCETTATE DI RINUNCIARE AL DIRITTO DI PARTECIPARE COME ATTORE O MEMBRO DELLA CLASSE IN QUALSIASI AZIONE COLLETTIVA. LEI E LA SOCIETÀ RINUNCIATE ESPRESSAMENTE A QUALSIASI POSSIBILITÀ DI MANTENERE UN'AZIONE COLLETTIVA IN QUALSIASI FORO. SE LA CONTROVERSIA È SOGGETTA AD ARBITRATO, L'ARBITRO NON AVRÀ L'AUTORITÀ DI RIUNIRE O AGGREGARE PRETESE, CONDURRE UN'AZIONE COLLETTIVA O PRONUNCIARE UN LODO A FAVORE DI QUALSIASI PERSONA O ENTITÀ CHE NON SIA PARTE DELL'ARBITRATO. INOLTRE, LEI E LA SOCIETÀ CONCORDATE CHE L'ARBITRO NON PUÒ CONSOLIDARE PROCEDIMENTI RELATIVI ALLE PRETESE DI PIÙ DI UNA PERSONA, NÉ PUÒ ALTREMENTI PRESIEDERE QUALSIASI FORMA DI AZIONE COLLETTIVA. PER EVITARE DUBBI, TUTTAVIA, LEI PUÒ CHIEDERE UN PROVVEDIMENTO INIBITORIO PUBBLICO NELLA MISURA CONSENTITA DALLA LEGGE E COERENTEMENTE CON LA CLAUSOLA DELLE ECCEZIONI DI CUI SOPRA. SE QUESTA RINUNCIA ALL'AZIONE COLLETTIVA È LIMITATA, ANNULLATA O RITENUTA INAPPLICABILE, ALLORA, SALVO DIVERSO ACCORDO RECIPROCO DELLE PARTI, L'ACCORDO TRA LE PARTI DI RICORRERE ALL'ARBITRATO SARÀ NULLO E PRIVO DI

EFFETTO RISPETTO A TALE PROCEDIMENTO, A CONDIZIONE CHE IL PROCEDIMENTO POSSA PROSEGUIRE COME AZIONE COLLETTIVA. SE UN TRIBUNALE DECIDE CHE LE LIMITAZIONI DEL PRESENTE PARAGRAFO SONO NULLE O INAPPLICABILI, QUALSIASI AZIONE COLLETTIVA PRESUNTA, PRIVATE ATTORNEY GENERAL, CONSOLIDATA O RAPPRESENTATIVA DEVE ESSERE PROPOSTA IN UN TRIBUNALE COMPETENTE E NON IN ARBITRATO.”

“11.3 Cessazione della licenza e del Suo Account. *Se viola una qualsiasi delle disposizioni dei presenti Termini, tutte le licenze concesse dalla Società cesseranno automaticamente. Inoltre, la Società può sospendere, disabilitare o eliminare il Suo Account e/o i Servizi (o qualsiasi parte di quanto precede), con o senza preavviso, per qualsiasi motivo o senza motivo. Se la Società elimina il Suo Account per una sospetta violazione dei presenti Termini da parte Sua, Le è vietato registrarsi nuovamente ai Servizi con un nome diverso. In caso di eliminazione dell’Account per qualsiasi motivo, la Società può, ma non è obbligata a, eliminare qualsiasi Suo Contenuto. La Società non sarà responsabile per la mancata eliminazione o per l’eliminazione dei Suoi Contenuti. Tutte le sezioni che, per loro natura, devono sopravvivere alla cessazione dei presenti Termini continueranno ad avere pieno vigore ed effetto successivamente a e nonostante qualsiasi cessazione dei presenti Termini da parte della Società o da parte Sua. La cessazione non limiterà alcuno degli altri diritti o rimedi della Società previsti dalla legge o dall’equità.”*

“11.7 Disposizioni varie. *Se una qualsiasi disposizione dei presenti Termini dovesse essere illegittima, nulla o per qualsiasi motivo inapplicabile, tale disposizione sarà considerata separabile dai presenti Termini e non pregiudicherà la validità e l’applicabilità delle restanti disposizioni. I presenti Termini e le licenze qui concesse possono essere ceduti dalla Società ma non possono essere ceduti da Lei senza il previo espresso consenso scritto della Società. Nessuna rinuncia da parte di una delle parti a qualsiasi violazione o inadempimento ai sensi del presente documento sarà considerata rinuncia a qualsiasi violazione o inadempimento precedente o successivo. I titoli delle sezioni qui utilizzati sono solo a scopo di riferimento e non devono essere interpretati come aventi alcun effetto legale. I Servizi sono gestiti da noi negli Stati Uniti. Coloro che scelgono di accedere ai Servizi da località al di fuori degli Stati Uniti lo fanno di propria iniziativa e sono responsabili del rispetto delle leggi locali applicabili. I presenti Termini sono disciplinati dalle leggi dello Stato della California, senza riguardo alle norme sui conflitti di legge, e il foro appropriato per qualsiasi controversia derivante da o relativa a quanto sopra sarà la sede arbitrale indicata nella Sezione 9 oppure, se l’arbitrato non si applica, i tribunali statali e federali situati a San Francisco, California. Lei e la Società concordate che la Convenzione delle Nazioni Unite sui contratti di vendita internazionale di merci non si applicherà all’interpretazione o alla costruzione dei presenti Termini.”*

III. Possibili profili di illiceità delle pratiche commerciali

30. La condotta descritta al punto **II.A** della presente comunicazione, consistente nella modifica unilaterale delle condizioni della promozione realizzata in *partnership* con TIM nei confronti dei

consumatori già aderenti all'iniziativa, sembrerebbe costituire una pratica commerciale aggressiva in violazione degli artt. 24 e 25 del Codice del consumo.

31. In particolare, le modalità con cui tale variazione è stata apportata sembrerebbero idonee a limitare sensibilmente la libertà di scelta dei consumatori, atteso che il professionista subordina la conservazione del beneficio promozionale già attivato all'accettazione di condizioni diverse e ulteriori rispetto a quelle originariamente previste e pubblicizzate: l'inserimento di un metodo di pagamento e il rinnovo automatico e oneroso dell'abbonamento, salvo disdetta secondo un meccanismo di *opt-out*.

32. Tale modifica incide peraltro significativamente sull'assetto iniziale della promozione, trasformando, nei fatti, un servizio presentato come gratuito e di durata determinata in un abbonamento a tempo indeterminato e potenzialmente oneroso al termine del periodo gratuito.

33. A fronte di tale rilevante modifica, la scelta dei consumatori di aderire alle nuove condizioni potrebbe dunque non risultare pienamente libera. Nello specifico, la decisione di inserire i dati relativi al proprio metodo di pagamento e di accettare, al contempo, l'introduzione del rinnovo automatico dell'abbonamento, potrebbe risultare indebitamente condizionata dal fatto che, in mancanza, essi perderebbero la possibilità di continuare a fruire del servizio fino alla scadenza del periodo promozionale.

34. Le condotte descritte al punto **II.B** sembrerebbero, invece, integrare una pratica commerciale scorretta unitaria, in violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del consumo. Le modalità con cui sono rese le informazioni sul sito *web* di Perplexity e sulla relativa applicazione non appaiono infatti sufficientemente trasparenti né adeguate al livello di diligenza professionale esigibile da uno dei più importanti professionisti attivi nel settore considerato. Inoltre, l'informativa resa in ordine al servizio offerto appare lacunosa e ambigua e nel complesso idonea a incidere negativamente sulla capacità del consumatore di assumere una decisione consapevole in ordine alla sottoscrizione di un abbonamento e, più in generale, all'utilizzo del servizio, anche in modo gratuito.

35. Anzitutto, il professionista non sembra fornire ai consumatori informazioni chiare, complete e immediatamente accessibili in ordine ai modelli di IA di terze parti disponibili, alle condizioni per usufruirne e ai limiti di utilizzo dei diversi piani di abbonamento. Al contrario, le interfacce predisposte dal professionista sembrerebbero contribuire a indurre in errore il consumatore su tali aspetti essenziali del servizio.

36. Informazioni più complete non sembrano rinvenirsi neppure nelle pagine contenute all'interno del frastagliato "*Centro assistenza*"; in particolare, nemmeno in tale sede risultano chiaramente rappresentati – né differenziati in relazione ai singoli modelli di IA – i limiti quantitativi delle *query* previsti per i diversi piani, ossia il numero di richieste effettuabili in un determinato arco temporale. Si tratta di informazioni essenziali ai fini della valutazione dell'offerta.

37. Inoltre, un ulteriore disallineamento tra le caratteristiche del servizio rappresentate al consumatore e quelle concretamente offerte potrebbe riguardare la funzionalità di generazione delle immagini, la quale, pur essendo indicata come disponibile nei diversi piani di abbonamento, sembrerebbe essere stata successivamente oggetto di limitazioni tali da incidere sulla sua effettiva fruibilità. Anche rispetto a tale funzionalità, peraltro, non vengono fornite informazioni precise sui limiti quantitativi di utilizzo nei diversi piani di abbonamento.

38. Significative carenze informative emergono, infine, con riferimento al rischio di generazione di contenuti inesatti (c.d. "allucinazioni"), fenomeno tipicamente associato ai c.d. *Large Language*

Models e che sembrerebbe riguardare anche il servizio offerto dal professionista, senza che sia tuttavia fornita un'adeguata informativa in merito, né nella fase di selezione di un piano né durante l'utilizzo del servizio.

39. L'informazione circa la possibilità di incorrere in allucinazioni appare essenziale affinché l'utenza possa compiere in modo consapevole la scelta di utilizzare i predetti modelli (anziché di quelli offerti dai *competitors*); scelta che altrimenti è operata nella convinzione di poter fare pieno affidamento sull'attendibilità e correttezza dei suoi risultati. Essa è quindi essenziale per l'assunzione di una decisione commerciale consapevole.

40. La descritta omissione informativa, d'altronde, non può dirsi colmata dall'avvertenza contenuta nei Termini di servizio. Essa, infatti, non risulta immediata né di agevole individuazione, sia perché collocata all'interno di Termini di servizio particolarmente estesi, nella sezione relativa alle esclusioni/limitazioni di responsabilità, sia perché la consultazione di questi ultimi è solo eventuale. Analoghe considerazioni valgono per il generico invito a verificare le fonti presente all'interno di una pagina del Centro assistenza, apparentemente accessibile solo dopo la scelta di un piano e attraverso un percorso articolato.

41. I profili di criticità rilevati con riferimento al rischio di c.d. "allucinazioni" non si esauriscono, peraltro, nell'omissione o comunque inadeguatezza dell'informativa circa l'esistenza di tale rischio, ma attengono anche alla diffusione di informazioni fuorvianti di segno contrario. Rileva infatti la presenza di messaggi volti a enfatizzare l'affidabilità e l'accuratezza del servizio, tanto sul sito *web* quanto sull'applicazione e finanche all'interno dell'*Apple Store*, i quali, in assenza di precisazioni circa i limiti intrinseci dei modelli di intelligenza artificiale utilizzati, appaiono idonei a generare nel consumatore un'aspettativa non pienamente corrispondente alle effettive caratteristiche del servizio.

IV. Possibili profili di vessatorietà delle clausole contrattuali

42. Le clausole descritte al punto **II.C** della presente comunicazione, in sé o in collegamento tra loro, appaiono vessatorie ai sensi dell'art. 33, commi 1 e 2, lettere b), d), g), h), m), l), t), u) in quanto sembrano tali da determinare, a carico del consumatore, un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto. I profili di vessatorietà rilevati sembrano permanere anche sulla base della lettura e dell'interpretazione di ciascuna clausola alla luce del contesto complessivo dell'intero contratto per adesione in cui è inserita, anche ai sensi di quanto previsto all'art. 34 Cod. cons.

43. In particolare, in relazione a ciascuna delle clausole dei Termini di servizio riportate al punto **II.C**, si individuano le seguenti possibili violazioni.

44. La **clausola 2.2**, rubricata "*Servizi a pagamento*", potrebbe essere vessatoria ai sensi dell'art. 33, commi 1 e 2, lett. m) del Codice del consumo, nella misura in cui attribuisce al professionista la facoltà di modificare unilateralmente i piani di abbonamento e i prezzi dei servizi a pagamento senza un giustificato motivo, configurando uno *ius variandi* del tutto generico e discrezionale, privo di qualsiasi riferimento a specifiche esigenze. Peraltro, non sembra essere prevista la possibilità per il consumatore di esercitare il recesso.

45. In modo analogo, anche la **clausola 3.3**, rubricata "*Modifiche e prezzi*", potrebbe essere vessatoria ai sensi dell'art. 33, commi 1 e 2, lett. m) del Codice del consumo, in quanto volta ad

attribuire al professionista una generica facoltà di modificare, in qualsiasi momento, i prezzi, la disponibilità, le specifiche, il contenuto, le descrizioni o le caratteristiche di qualsiasi offerta

46. Le **clausole di cui alla sezione 8** dei Termini di servizio (intitolata “*Esclusioni di responsabilità, limitazioni di responsabilità e manleva*”) potrebbero risultare potenzialmente vessatorie ai sensi dell’art. 33, commi 1 e 2, lett. b) del Codice del consumo. Esse, infatti, stabiliscono, in favore del professionista, un ampio esonero da qualsivoglia garanzia per lo svolgimento del servizio, prevedendo che il consumatore debba accettare il servizio offerto “*così com’è*” o “*come disponibile*”. In tal modo, viene eluso, di fatto, l’obbligo di corretto adempimento del contenuto contrattuale e viene altresì negato al consumatore il diritto, riconosciuto dal codice civile, di richiedere in tali casi il risarcimento del danno. Sono inoltre previste amplissime esclusioni/limitazioni di responsabilità a favore del professionista, suscettibili di estendersi, tra l’altro, anche ad eventi ad esso colpevolmente riconducibili, nonché ai casi in cui “*le entità della società siano state informate della possibilità di tali danni*”. A ciò si aggiunge una previsione ambigua che fissa, in ogni caso, un limite risarcitorio del tutto arbitrario. Infine, rileva la presenza di formule generali quali ad esempio “*nella misura massima consentita dalla legge applicabile*” ovvero della precisazione secondo cui le leggi di alcune giurisdizioni non consentono tali limitazioni, sicché, ove esse trovino applicazione, il consumatore potrebbe beneficiare di diritti ulteriori. Si tratta di espressioni tali da generare incertezza nel consumatore italiano in merito alla responsabilità che il professionista effettivamente si assume, poiché non viene fatto esplicito e specifico riferimento alle giurisdizioni rispetto alle quali tali limitazioni, esclusioni ed esoneri non troverebbero applicazione.

47. Le **clausole di cui alla sezione 9** dei Termini di servizio (intitolata “*Arbitrato e rinuncia all’azione collettiva*”) sembrerebbero porsi in contrasto con l’art. 33, commi 1 e 2, lett. b), l) e t) del Codice del consumo, in quanto stabiliscono: *i)* l’obbligo di esperire preliminarmente un tentativo di risoluzione informale della controversia; *ii)* il ricorso ad arbitrato finale e vincolante, in lingua inglese, amministrato da JAMS secondo regole non immediatamente conoscibili dal consumatore medio italiano, quale meccanismo ordinario di risoluzione delle controversie; *iii)* la rinuncia del consumatore all’azione collettiva. Non appare idonea a superare tali criticità la previsione della facoltà di escludersi dall’arbitrato, atteso che tale facoltà risulta esercitabile soltanto mediante comunicazione scritta da inviarsi entro 30 giorni dalla prima registrazione o dall’accettazione dei termini. Parimenti, non sembra idonea a neutralizzare i profili di criticità connessi alla rinuncia all’azione collettiva la presenza di espressioni quali “*nella misura massima consentita dalla legge applicabile*”, che risultano invece suscettibili di generare incertezza nel consumatore italiano in merito ai propri diritti e alla relativa azionabilità.

48. La **clausola 11.3**, rubricata “*Cessazione della licenza e del Suo Account*”, appare potenzialmente vessatoria ai sensi dell’art. 33, commi 1 e 2, lettere d), g) e h) del Codice del consumo, nella misura in cui attribuisce al professionista la facoltà di sospendere, disabilitare o eliminare l’account del consumatore ovvero i servizi, “*con o senza preavviso, per qualsiasi motivo o senza motivo*”. La formulazione generica della clausola prescinde dall’individuazione di una giusta causa, lasciando nei fatti al professionista un’amplissima discrezionalità nell’esecuzione della prestazione, senza neppure consentire all’utente di conoscere le motivazioni della cancellazione dell’account e di replicare eventualmente alla decisione. Non è chiaro, inoltre, se in tali casi il

professionista si riservi il diritto di trattenere l'eventuale somma già pagata dal consumatore per i periodi non goduti.

49. Infine, la **clausola 11.7**, rubricata "*Disposizioni varie*", appare in contrasto con l'art. 33, commi 1 e 2, lett. u) del Codice del consumo, laddove prevede che per qualsiasi controversia, qualora non trovi applicazione la procedura arbitrale, siano competenti in via esclusiva i tribunali statali e federali situati a San Francisco, California.

V. Presunzione di vessatorietà

50. Le clausole indicate al paragrafo II.C della presente comunicazione, oggetto di contestazione nei limiti descritti al paragrafo IV, sono oggetto di una presunzione di vessatorietà ai sensi dell'articolo 33, comma 2, lettere *b), d), g), h), m), l), t), u)* del Codice del consumo. In relazione ad esse, la società Perplexity AI, Inc. ha l'onere di fornire elementi tali da costituire prova contraria della richiamata presunzione di vessatorietà.

VI. Modalità e termini istruttori

51. Sulla base di quanto precede, con la presente si comunica:

- a) l'avvio del procedimento, ai sensi dell'art. 6 del Regolamento, al fine di verificare le ipotesi di violazione menzionate al punto **II** (IIA. II.B e II.C);
- b) che il responsabile del procedimento è il dott. *[omissis]*;
- c) che il procedimento si concluderà **entro 270 giorni** dalla data di protocollo della presente comunicazione, ai sensi dell'art. 8 del Regolamento;
- d) che, ai fini della consultazione pubblica di cui all'articolo 37-bis, comma 1, del Codice del consumo, entro 60 giorni dall'avvio dell'istruttoria il responsabile del procedimento - informata l'Autorità - provvederà, ai sensi dell'art. 7, comma 1, del Regolamento, alla pubblicazione di un comunicato nell'apposita sezione del sito internet istituzionale dell'Autorità www.agcm.it;
- e) che il responsabile del procedimento provvederà a comunicare, ai sensi dell'art. 17, comma 1, del Regolamento, la data di conclusione della fase istruttoria;
- f) che il responsabile del procedimento richiederà il parere all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni ai sensi dell'art. 17, comma 2, del Regolamento;
- g) che l'ufficio presso cui la Parte può accedere agli atti del procedimento, previa richiesta scritta e contatto telefonico per stabilire le modalità dell'accesso, è la Direzione Piattaforme Digitali e Comunicazioni del Dipartimento Tutela del Consumatore 1 (tel. *[omissis]*). L'accesso potrà essere effettuato direttamente dalla Parte o da persona delegata per iscritto;
- h) che la Parte può presentare memorie scritte e documenti **entro 30 giorni** dal ricevimento della presente.

VII. Richiesta di informazioni

52. Al fine di acquisire elementi conoscitivi utili alla valutazione dei profili di illiceità sopra illustrati, si chiede a Perplexity AI, Inc. di voler fornire, **entro 30 giorni** dal ricevimento della presente, le seguenti informazioni (corredate dalla relativa documentazione, anche a rilevanza interna):

A) Con riferimento alla pratica commerciale descritta al punto II.A della presente comunicazione:

1. produrre copia dell'accordo commerciale stipulato con TIM in relazione alla promozione sopra richiamata, con particolare riferimento alle modalità di adesione e di fruizione del servizio *Perplexity Pro* da parte dei clienti TIM, nonché alle condizioni applicabili allo scadere del periodo promozionale, inclusa l'eventuale previsione di meccanismi di rinnovo automatico dell'abbonamento;
2. indicare il numero di consumatori che hanno aderito all'iniziativa promozionale realizzata in *partnership* con TIM;
3. produrre copia dell'informativa resa ai consumatori circa le modifiche apportate alle condizioni della promozione;
4. indicare il numero di clienti TIM che hanno aderito alle nuove condizioni;
5. indicare il numero di clienti TIM che hanno subito una disattivazione dell'abbonamento *Perplexity Pro* a causa della mancata accettazione delle nuove condizioni;
6. indicare il numero di clienti TIM che hanno subito una disattivazione dell'abbonamento *Perplexity Pro* per motivi diversi dalla mancata accettazione delle nuove condizioni;
7. indicare il numero di reclami ricevuti da parte di clienti TIM riguardo alla modifica delle condizioni della promozione e/o la disattivazione del proprio abbonamento *Perplexity Pro*;
8. indicare l'eventuale esistenza di altre iniziative promozionali analoghe a quella realizzata con TIM, specificando se le relative condizioni siano state interessate da simili variazioni;
9. fornire ogni altro elemento ritenuto utile alla valutazione del caso in esame.

B) Con riferimento alla pratica commerciale descritta al punto II.B della presente comunicazione:

1. Fornire indicazioni relativamente ai servizi di IA di Perplexity. Nello specifico, indicare:
 - a) l'elenco completo dei servizi di IA offerti in Italia, eventualmente distinguendo tra quelli gratuiti e quelli a pagamento;
 - b) l'elenco dei modelli di IA sui quali si basa, nonché le versioni dei medesimi;
 - c) la data della prima disponibilità al pubblico italiano dei servizi di Perplexity;
 - d) la data del suo primo caricamento sotto forma di Applicazione su Google Play, sull'Apple Store o altri (se del caso indicare). Specificare altresì se al momento del caricamento dell'Applicazione di Perplexity su tali store il mercato italiano sia stato espressamente incluso tra quelli abilitati;
 - e) eventuali ulteriori modalità attraverso cui è possibile per gli utenti italiani fruire dei servizi di IA di Perplexity;
 - f) eventuali modalità di promozione/diffusione in Italia dei servizi di IA di Perplexity (e.g., a titolo esemplificativo e non esaustivo, si considerino comunicati stampa, paper di ricerca diffusi open access, pubblicità offline od online);
2. chiarire in che modo i consumatori vengono informati in ordine:
 - a) ai modelli di IA di terze parti disponibili, alle condizioni per usufruirne e ai limiti di utilizzo dei diversi piani di abbonamento;
 - b) alle limitazioni relative alla funzionalità di generazione di immagini;
 - g) al rischio di allucinazioni;
3. descrivere i vantaggi per il consumatore nell'utilizzo dei servizi offerti da Perplexity invece di quelli offerti gratuitamente o a pagamento dalle singole *chatbox* sulle quali Perplexity si fonda;

4. indicare il numero complessivo di utenti italiani che ha fruito dei sistemi di IA di Perplexity dal loro lancio sino al 15 maggio 2026, sia tramite sito web che applicazione desktop o mobile (o altri);
5. indicare le modalità di determinazione e/o classificazione da parte di Perplexity di un utente come “utente italiano”;
6. fornire ogni altro elemento ritenuto utile alla valutazione del caso in esame.

C) Con riferimento alle clausole descritte al punto II.C della presente comunicazione:

1. indicare in maniera chiara ed esaustiva gli obiettivi e le motivazioni sottese alla previsione nei contratti delle clausole trascritte al punto III.C della presente comunicazione;
2. indicare la data a partire dalla quale le clausole contestate sono state introdotte nella documentazione contrattuale destinata ai consumatori;
3. indicare, per ciascun anno, il numero dei contratti sottoscritti da consumatori italiani recanti tutte o alcune delle clausole oggetto della presente comunicazione;
4. fornire ogni altro elemento ritenuto utile alla valutazione del caso in esame.

53. Le informazioni e i documenti richiesti, nonché le eventuali memorie, possono essere trasmessi anche su adeguato supporto informatico.

54. Ai sensi dell’art. 12, comma 7, del Regolamento, è possibile indicare le specifiche informazioni e le parti dei documenti forniti di cui si chiede di salvaguardare la riservatezza o la segretezza, indicando le motivazioni che giustificano tale richiesta. A tal fine, si chiede cortesemente di trasmettere anche una versione non confidenziale dei documenti contenenti informazioni riservate.

55. Nell’attesa degli elementi informativi richiesti, si rammenta che, ai sensi dell’art. 27, comma 4, del Codice del consumo, i soggetti interpellati sono sottoposti, con provvedimento dell’Autorità, ad una sanzione amministrativa pecuniaria da 2.000 a 20.000 euro se rifiutano o omettono senza giustificato motivo di fornire le informazioni o di esibire i documenti richiesti, ovvero ad una sanzione amministrativa pecuniaria da 4.000 a 40.000 euro se forniscono informazioni o esibiscono documenti non veritieri.

56. Ai fini della quantificazione delle eventuali sanzioni pecuniarie di cui all’art. 27, comma 9, del Codice del consumo, si chiede a Perplexity AI, Inc. di voler fornire copia dell’ultimo bilancio approvato ovvero idonea documentazione fiscale da cui emergano i risultati economici relativi all’esercizio considerato.

57. Per qualsiasi comunicazione indirizzata all’Autorità, relativa al caso in questione, si prega di citare la Direzione Piattaforme Digitali e Comunicazioni del Dipartimento Tutela del Consumatore - 1 e il riferimento PS/13123. Per eventuali chiarimenti ed informazioni è possibile rivolgersi al dott. [omissis], email: [omissis], P.E.C.: protocollo.agcm@pec.agcm.it.

Si allega informativa ai sensi dell’art. 13 del Regolamento (UE) 2016/679.

Il Responsabile del Procedimento
[omissis]

INFORMATIVA SUL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

- art. 13 del Regolamento (UE) 2016/679 –

Il Regolamento UE 2016/679 sulla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati (di seguito il “**Regolamento**” o “**GDPR**”) contiene una serie di norme dirette a garantire che il trattamento dei dati personali si svolga nel rispetto dei diritti e delle libertà fondamentali delle persone fisiche. La presente informativa ne recepisce le previsioni.

L’Autorità garante della concorrenza e del mercato, nel fornire agli interessati le informazioni che seguono, assicura che il trattamento dei dati personali avverrà nel rispetto dei principi di liceità, correttezza, trasparenza, adeguatezza e pertinenza.

1. Titolare del trattamento

Titolare del trattamento è l’Autorità garante della concorrenza e del mercato (di seguito “AGCM” o “Autorità”), con sede in Roma, Piazza Giuseppe Verdi n. 6A, email-PEC: protocollo.agcm@pec.agcm.it; Centralino: +39 06858211.

2. Responsabile della protezione dei dati personali

Il Responsabile per la protezione dei dati dell’AGCM è contattabile, a mezzo email, al seguente account di posta elettronica: rpd@agcm.it, ovvero a mezzo posta, anche elettronica, indirizzata direttamente all’Autorità.

3. Tipologia dei dati trattati, finalità e base giuridica del trattamento

Tipologia dei dati trattati.

Per il perseguimento delle finalità indicate nella presente informativa, l’AGCM tratterà i dati personali comuni (a titolo esemplificativo dati anagrafici, dati di contatto, dati relativi alla qualifica professionale).

Finalità e base giuridica del trattamento

I dati personali raccolti verranno trattati per l’esecuzione di un compito di interesse pubblico o connesso all’esercizio di pubblici poteri di cui è investito il titolare del trattamento (nell’art. 6, par. 1, lett. e) GDPR) e, più precisamente, ai sensi del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante “Codice del Consumo”, nonché al Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di tutela del consumatore.

4. Destinatari dei dati personali.

I dati raccolti saranno conosciuti dal personale dell’Autorità autorizzato al trattamento e vincolato alla riservatezza.

Nei limiti del perseguimento delle finalità sopra indicate, qualora si rendesse necessario, il Titolare comunicherà i dati personali a soggetti terzi previa nomina degli stessi – ex art. 28 del GDPR – quali Responsabili del trattamento.

I dati conferiti potranno essere comunicati, altresì, sulla base delle disposizioni di legge o regolamento, a soggetti pubblici ed eventualmente ai soggetti privati che vi abbiano interesse in applicazione della disciplina sull'accesso ai documenti amministrativi. Gli stessi, infine, potranno essere diffusi nel bollettino e sul sito istituzionale dell'Autorità (www.agcm.it) nei limiti consentiti dalla legge o dai regolamenti.

5. Trasferimento dei dati personali ad un paese terzo o a un'organizzazione internazionale fuori dall'Unione europea

I dati personali verranno trattati all'interno del territorio dell'Unione europea. Qualora si rendesse necessario, per ragioni di natura tecnica od operativa, l'AGCM si riserva, nel rispetto delle disposizioni normative applicabili, di trasferire i dati personali in Paesi al di fuori dell'Unione europea per i quali esistono "decisioni di adeguatezza" della Commissione europea, ovvero sulla base delle adeguate garanzie e/o delle specifiche deroghe previste dal Regolamento.

6. Modalità di trattamento e periodo di conservazione dei dati

Il trattamento dei dati personali avviene mediante strumenti manuali, informatici e telematici e in modo da garantire la sicurezza e la riservatezza dei dati stessi. I dati personali sono trattati nel rispetto del principio di proporzionalità del trattamento e in ossequio al principio di, minimizzazione, pertinenza e non eccedenza rispetto alle finalità perseguite.

Il trattamento è strettamente funzionale allo svolgimento delle attività di cui al punto 3. della presente informativa e verrà effettuato nei modi e nei tempi necessari al perseguimento di dette finalità.

I dati personali saranno conservati per un periodo di tempo non superiore a quello necessario al conseguimento delle finalità per le quali essi sono trattati, fatti salvi i termini di conservazione previsti dalla legge e in conformità alle norme sulla conservazione della documentazione amministrativa. Tali dati potranno essere conservati per periodi più lunghi esclusivamente a fini di archiviazione nel pubblico interesse, di ricerca scientifica o storica o a fini statistici.

Al termine di tali periodi i dati verranno cancellati, salvo che il loro ulteriore trattamento sia necessario per consentire al Titolare di esercitare o difendere un diritto in sede giudiziale, nonché dare seguito a specifiche richieste delle Autorità italiane e/o estere, sempreché tali circostanze siano intervenute prima della scadenza di tale termine di conservazione.

Nel corso delle audizioni potranno essere effettuate delle registrazioni fonografiche ai soli fini della redazione del relativo processo verbale. In tal caso, le registrazioni acquisite saranno conservate per il tempo necessario alla redazione di detto verbale e distrutte subito dopo.

Per il trattamento dei dati non vengono utilizzati processi decisionali automatizzati e non viene effettuata alcuna forma di profilazione.

7. Diritti dell'interessato

Gli interessati hanno diritto di accedere in ogni momento ai dati che li riguardano e di esercitare i seguenti diritti previsti dagli artt. 15 e seguenti del GDPR: Diritto di accesso (art. 15); Diritto di rettifica (art. 16); Diritto alla cancellazione (art. 17); Diritto di limitazione di trattamento (art. 18); Diritto alla portabilità dei dati (art. 20); Diritto di opposizione (art. 21).

Per l'esercizio dei diritti anzidetti, l'interessato potrà presentare apposita istanza all'AGCM contattando il Responsabile della protezione dei dati presso l'Autorità, Piazza G. Verdi n. 6°, 00198, Roma, email: rpd@agcm.it.

Fatto salvo ogni altro ricorso amministrativo o giurisdizionale, gli interessati i quali ritengono che il trattamento che li riguarda violi il Regolamento UE 2016/679 hanno il diritto di proporre reclamo all'Autorità garante per la protezione dei dati personali ai sensi dell'art. 77 del GDPR.

*Autorità garante
della concorrenza e del mercato*

Bollettino Settimanale
Anno XXXVI- N. 36 - 2026

Coordinamento redazionale

Giulia Antenucci

Redazione

Fabrizio De Tullio, 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
