

**"CONFORMITÀ ALLA NORMATIVA
IN MATERIA ANTITRUST E DI TUTELA DEL CONSUMATORE"
Principi Generali**

Classe: uso interno e esterno **Legale, Risk&Compliance**

Prot AdF 1921 del 24.01.2024

**PRINCIPI GENERALI
DI "CONFORMITÀ ALLA NORMATIVA IN
MATERIA ANTITRUST E DI TUTELA DEL
CONSUMATORE"**

MANUALE DI SINTESI

"Lavoriamo per il benessere della comunità e del territorio"

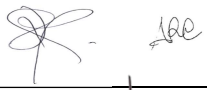
Acquedotto del Fiora SpA · Via G. Mameli, 10 · 58100 Grosseto · Tel. 0564 422611 · Fax. 0564 22383
www.fiora.it

Numero d'iscrizione, Codice fiscale e partiva I.V.A. 00304790538 · Cap. Soc. € 1.730.520,00 i.v.a

SR
CD

DATA REDAZIONE	DATA APPROVAZIONE IN ATTI	OWNER
20 Novembre 2023		Legale, Risk&Compliance

REV	DATA	OGGETTO
Rev. 0		

STATO	RESPONSABILE	NOME E COGNOME	FIRMA
Redatto	Legale, Risk&Compliance	Roberta Daviddi Anna Rita Curci	
Verificato	Procurement, Legal&Compliance	Isidoro Fucci	
Verificato	Finanza Amministrazione e Bilancio	Stefania Rascioni	
Verificato	Claims & Compliance	Claudia Danielli	
Verificato	Amministrazione del Cliente	Gianluca Macchioni	
Verificato	Servizio Commerciale	Serenella Scalzi	
Approvato	Amministratore Delegato	Piero Ferrari	





Sommario

DEFINIZIONI, ACRONIMI ED ABBREVIAZIONI	4
Premessa	5
PRINCIPI GENERALI	7
IMPEGNO DI AdF E DEI DESTINATARI	9
FATTISPECIE GENERALI	10
1 Le intese restrittive della concorrenza. Accordi e pratiche concordate	10
1.1 Tipologie di intese orizzontali vietate.....	10
1.2 Gare pubbliche o private e Regole di Comportamento	13
REGOLE DI COMPORTAMENTO	15
IN CASO DI PARTECIPAZIONE A GARE	15
.....	15
REGOLE ESSENZIALI DI COMPORTAMENTO	15
FATTISPECIE SANZIONATA DALL'AUTORITÀ ANTITRUST I835 – MERCATO DEI CONTATORI D'ACQUA, 1 FEBBRAIO 2022	16
1.3 Restrizioni verticali	17
2 Il divieto di abuso di posizione dominante	17
3 Norme particolari applicabili ad imprese pubbliche o titolari di diritti speciali/esclusivi o incaricate dello svolgimento di un servizio di interesse generale e Regole di Comportamento	19
4 Le concentrazioni	19
4.1 Definizione di Concentrazione	20
CODICE DEL CONSUMO	21
FATTISPECIE SANZIONATA DA AGCM	23

WARNING

È vietato e punito, qualsiasi utilizzo del documento per finalità personali. L'eventuale divulgazione non autorizzata può risultare inopportuna rispetto agli interessi aziendali. Pertanto, a tal fine è necessario richiedere un'autorizzazione al Referente Antitrust di AdF.






MODALITA' DI DISTRIBUZIONE

La distribuzione del presente Manuale avviene tramite pubblicazione sulla rete intranet aziendale all'interno della sezione Compliance e sul sito di AdF.

La disponibilità del documento è resa nota a tutti gli interlocutori interessati.

DEFINIZIONI, ACRONIMI ED ABBREVIAZIONI

AdF	Acquedotto del Fiora SpA
Acea SpA	Società Capogruppo
ARERA	Autorità di regolazione per energia reti e ambiente - https://www.arera.it/
Normativa o Diritto Antitrust	La normativa comunitaria e nazionale posta a tutela della concorrenza sui mercati economici e la normativa comunitaria e nazionale di tutela del consumatore
Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM)	Autorità amministrativa indipendente istituita con la legge n. 287 del 10 ottobre 1990, recante "Norme per la tutela della concorrenza e del mercato" avente i compiti, tra l'altro, di garantire la tutela della concorrenza e del mercato, di contrastare le pratiche commerciali scorrette nei confronti dei consumatori e delle microimprese, tutelare le imprese dalla pubblicità ingannevole e comparativa, nonché vigilare affinché nei rapporti contrattuali tra aziende e consumatori non vi siano clausole vessatorie, reprimere gli abusi di dipendenza economica che abbiano rilevanza per la tutela della concorrenza e del mercato - https://www.agcm.it/
Destinatari	Amministratori di AdF; Fornitori di AdF; tutte le risorse di AdF (indipendentemente dal loro inquadramento)
Referente Antitrust AdF	Responsabile del Programma di Compliance Antitrust di AdF
Programma di Compliance Antitrust	Programma di Compliance Antitrust adottato da AdF, finalizzato a prevenire rischi di violazione della Normativa Antitrust. Il Programma di Compliance comprende tutte le attività svolte, e che saranno svolte, per assicurare gli obiettivi con esso perseguiti, vale a dire: l'attività di individuazione dei rischi, di formazione, di elaborazione di regole interne vincolanti (ad es: Manuale e Regole di Comportamento, procedure, Manuale e Regolamento Organizzativo di Acea SpA e s.m.i.) e di controllo affidate al Referente Antitrust di AdF
Rischio Antitrust	Qualsiasi tipologia di rischio derivante dalla violazione della Normativa Antitrust
TFUE	Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea
Legge Antitrust o Legge	Legge 10 ottobre 1990, n. 287 - Norme per la tutela della concorrenza e del mercato
Delibera AGCM 1 aprile 2015, n. 254	Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di tutela del consumatore
Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206 e ss.mm.ii	Codice del Consumo - raccoglie tutta la normativa a tutela del consumatore
Consumatore	Qualsiasi persona fisica che agisce per scopi estranei alla sua attività imprenditoriale, commerciale o professionale

Codice Etico

Strumento di autoregolazione, che ha lo scopo di individuare i principi e le specifiche regole di condotta che devono ispirare il comportamento di tutte le persone che operano nell'interesse di AdF

Codice comportamentale e disciplinare

Strumento di prevenzione che contiene i principi etici e le regole generali che, analogamente a quelle legali, regolamentari e contrattuali, caratterizzano l'organizzazione e l'attività di AdF, ed integra le previsioni del Codice Etico

Premessa

Acquedotto del Fiora SpA (di seguito anche AdF) sostiene concretamente che la concorrenza e la tutela dei consumatori sono un valore fondamentale per l'attività aziendale.

AdF persegue i propri obiettivi nel rispetto delle norme che regolano la concorrenza, ribadendo l'importanza, anche dal punto di vista etico e sociale, di comportamenti conformi alle suddette regole.

Per salvaguardare questi valori, **AdF ha approvato il Modello di Compliance Antitrust con delibera del CdA del 27/10/2020** contenente una serie di regole di condotta al fine di prevenire o ridurre i rischi di violazione della Normativa Antitrust, **oltre ad aver adottato il Manuale Antitrust e il Regolamento Organizzativo approvati dalla Capogruppo Acea S.p.A., integrandosi nel quadro delle norme e delle regole di condotta generale già vigenti per Gruppo ACEA, con delibera del CdA del 28/04/2020 e successive modifiche** con delibera del CdA del 15/12/2022.

Il Modello di Compliance Antitrust di AdF è stato sviluppato mediante le seguenti fasi/attività:

1. mappatura e identificazione delle aree di attività, delle strutture e dei processi aziendali potenzialmente esposti ad un rischio Antitrust;
2. identificazione e valutazione del rischio, anche attraverso interviste con i dirigenti/persone di riferimento delle strutture impattate;
3. definizione di sistemi di gestione dei processi a maggior rischio antitrust, anche attraverso l'elaborazione e l'aggiornamento di regolamenti, procedure, sistemi, ecc., la verifica delle procedure interne e la predisposizione di presidi di controllo, modelli di reporting interno, attività periodiche di due diligence;
4. promozione di specifiche, periodiche ed obbligatorie sessioni formative ("training") e di aggiornamento del personale;
5. monitoraggio costante ed aggiornamento periodico del Modello Antitrust

Il Modello rappresenta la chiara espressione di AdF di promuovere ed attuare ad ogni livello della propria struttura aziendale la prevenzione di violazioni antitrust.

AdF, attraverso un adeguato Programma di Compliance Antitrust e anche con l'adozione e la diffusione del presente documento, **destinato ad amministratori, a tutte le risorse di AdF indipendentemente dal loro inquadramento e ai Fornitori di AdF (di seguito anche "Destinatari")**, intende assicurare il rispetto delle norme poste a tutela della concorrenza, diffondendo la conoscenza della normativa antitrust e la comprensione dei rischi di non conformità sottostanti, introducendo adeguate misure di prevenzione dirette ad evitare il rischio di violazioni della normativa antitrust, nel più ampio ambito delle iniziative di

compliance (modello 231, anticorruzione, normativa relativa alla protezione dei dati personali etc.) promosse da AdF.

Il presente documento non intende fornire una trattazione completa della Normativa Antitrust né delle casistiche a rischio di violazione antitrust.

Ha l'obiettivo di essere uno strumento di supporto per la conoscenza dei principali riferimenti normativi (per i quali si rimanda alla normativa) e per l'individuazione delle aree in cui è possibile rinvenire il maggiore rischio di violazione antitrust, in modo che i Destinatari (risorse interne e Fornitori) possano adottare gli accorgimenti per prevenire le situazioni critiche.

Il documento **si propone di:**

- ✓ illustrare ai Destinatari il quadro giuridico di riferimento del diritto antitrust, individuando in linea generale alcuni comportamenti contrari a tale disciplina;
- ✓ fornire ai Destinatari indicazioni in merito agli accorgimenti da seguire per prevenire l'insorgere e in caso gestire adeguatamente le situazioni potenzialmente critiche;
- ✓ ribadire l'importanza, anche dal punto di vista etico e sociale, di comportamenti conformi alle regole di concorrenza.

È importante rispettare la normativa Antitrust al fine di evitare:

- **l'imposizione di sanzioni amministrative pecuniarie molto elevate** in caso di accertamento di una violazione antitrust (di matrice non consumeristica) che possono arrivare **fino al 10% del fatturato complessivo**;
- le eventuali **richieste risarcitorie** da parte di terzi, tra cui clienti o concorrenti, che possano aver subito un danno diretto e/o indiretto in seguito a un illecito antitrust;
- **l'esclusione temporanea dalle gare** secondo quanto previsto dall' articolo 80, comma 5, D. Lgs.18 aprile 2016, n.50 (tra le sanzioni "accessorie" in caso di violazioni commesse in sede di procedura ad evidenza pubblica).

Pertanto, è dovere dei Destinatari:

- avere familiarità con i principi di riferimento del diritto antitrust e agire in conformità si rinvia al seguente link <https://www.agcm.it/competenze/tutela-della-concorrenza/>
- segnalare le situazioni potenzialmente critiche sotto il profilo antitrust di cui si venga a conoscenza segnalandole all'apposito canale dedicato <https://www.fiora.it/segnalazioni-di-illecito-ndash;-whistleblower.html#AF>

La violazione delle regole comportamentali e delle disposizioni di cui al presente documento, al Manuale Antitrust di AdF e della normativa Antitrust da parte dei Destinatari (da intendersi Dipendenti, Management e Fornitori) costituisce sempre illecito e per i Dipendenti un illecito disciplinare.

Per i Dipendenti si rimanda al Codice comportamentale e disciplinare e al Codice Etico.



PRINCIPI GENERALI

La prima responsabilità di un'impresa è operare nel rispetto delle leggi e dei regolamenti, adottando comportamenti conformi sia agli obblighi di portata generale, sia alle norme di settore.

Il Diritto Antitrust è costituito dal complesso di norme europee e nazionali volte a garantire la tutela della concorrenza tra le imprese e volte alla promozione e tutela di una concorrenza libera ed equilibrata sul mercato.

Il fine ultimo del Diritto Antitrust è di sostenere un'economia di mercato libera, impedendo che le imprese già presenti stabilmente su un determinato segmento economico si accordino tra di loro o abusino individualmente della propria posizione di potere in termini commerciali o produttivi, con l'effetto di falsare il "gioco" della libera concorrenza a svantaggio dei concorrenti e dei consumatori.

Il diritto antitrust muove dall'idea che il processo concorrenziale porti benefici ai consumatori, favorendo la diffusione di prodotti migliori a costi più contenuti e consentendo al tempo stesso un'efficiente allocazione delle risorse produttive.

I principi del libero mercato e della concorrenza rientrano tra i valori fondamentali di AdF e sono parte integrante della sua cultura aziendale. Nello svolgimento delle proprie attività, AdF promuove la concorrenza, l'efficienza e adeguati livelli di qualità nell'erogazione dei servizi.

La violazione della normativa antitrust può costituire:

- inadempimento alle obbligazioni derivanti dal rapporto di lavoro o illecito disciplinare;
- inadempimento contrattuale da parte dei Fornitori.

Inoltre, le condotte che possono dar luogo a comportamenti illeciti sotto il profilo antitrust possono anche rilevare come attività a rischio di corruzione, individuate e disciplinate dalla procedura "Anti Corruzione" e delle relative procedure finalizzate a prevenire i rischi di corruzione.

La compliance ricopre un ruolo centrale in funzione sia preventiva, al fine di evitare comportamenti anticoncorrenziali, ma anche successiva, nel caso di infrazioni accertate, al fine di ottenere una riduzione delle sanzioni irrogate.

Ai fini del Diritto Antitrust rilevano in particolare le nozioni di

- impresa;
- mercato rilevante.

La normativa Antitrust si applica esclusivamente alle imprese e vieta tutte le condotte, realizzate da un'impresa, che determinano o possono determinare il comportamento di una impresa concorrente, limitando in qualche modo l'autonomia decisionale o la libertà commerciale di quest'ultima.

Ai sensi della normativa Antitrust, costituisce un'impresa qualsiasi soggetto che esercita un'attività economica, a prescindere dalla forma giuridica (privata o pubblica), dal modo in cui tale soggetto sia finanziato e dallo scopo di lucro perseguito dal medesimo. Per attività economica si intende la produzione e la commercializzazione di beni e servizi.

Due o più società distinte possono essere considerate come un'unica impresa quando la loro condotta commerciale sia determinata da una comune controllante, oppure quando una sia direttamente o indirettamente controllata dall'altra.

Le condotte realizzate dalle imprese assumono rilevanza alla luce del Diritto Antitrust nella misura in cui hanno un'incidenza, attuale o potenziale, restrittiva della concorrenza in un mercato di riferimento.

Le singole condotte non vengono infatti valutate in astratto, ma con specifico riguardo alle circostanze concrete (economiche, fattuali, ecc.) del «mercato rilevante». Solo avendo riguardo al mercato di riferimento è possibile valutare se un comportamento abbia un impatto positivo o negativo sulla concorrenza.

Il mercato rilevante è individuato prendendo a riferimento uno specifico ambito merceologico e territoriale. Il mercato del prodotto rilevante comprende tutti i prodotti e/o servizi che sono considerati intercambiabili o sostituibili dal consumatore, in ragione delle caratteristiche dei prodotti, dei loro prezzi e dell'uso al quale sono destinati. Il mercato geografico rilevante comprende l'area nella quale le imprese in causa forniscono o acquistano prodotti o servizi, nella quale le condizioni di concorrenza sono sufficientemente omogenee e che può essere tenuta distinta dalle zone geografiche contigue perché in queste ultime le condizioni di concorrenza sono sensibilmente diverse.

Ai fini antitrust, il mercato rilevante è una nozione a carattere strumentale, poiché è finalizzata alla valutazione di uno specifico caso. Pertanto, l'analisi dei precedenti deve ovviamente essere sempre svolta, ma difficilmente potrà fornire un orientamento certo. I mutamenti degli equilibri concorrenziali nonché l'evoluzione tecnologica possono determinare diverse definizioni di mercato rilevante nel corso del tempo e a seconda degli ambiti.

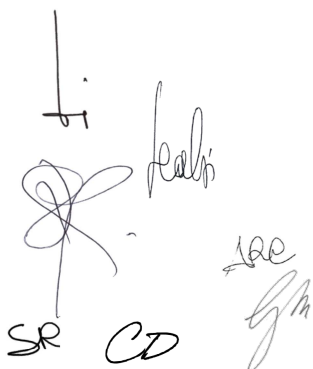
In termini generali, le fattispecie più frequenti e problematiche possono essere ricondotte alle seguenti categorie:

- 1) intese orizzontali, ossia gli accordi o le pratiche concordate tra concorrenti diretti;
- 2) intese verticali, ossia gli accordi di fornitura e di distribuzione con operatori attivi a monte o a valle della filiera;
- 3) abusi di posizione dominante;
- 4) abusi di dipendenza economica;
- 5) concentrazioni.

La Normativa Antitrust costituisce un "corpus di regole" ulteriore rispetto alla regolazione di settore.

L'osservanza della regolazione di settore (ad es.: Delibere ARERA) non pone automaticamente al riparo da possibili violazioni della Normativa Antitrust. La giurisprudenza ha, infatti, da tempo sottolineato la "complementarietà" delle competenze dell'AGCM, da un lato, e delle Autorità di regolazione.

Ne consegue che il rispetto delle prescrizioni imposte dalle Autorità di Regolamentazione, anche inerenti determinati aspetti della condotta commerciale dell'impresa (ad es. le tariffe), non esclude l'applicazione della Normativa Antitrust.



Handwritten signatures and initials, including 'SR', 'CD', and 'G.M.', are visible in the bottom left corner.

IMPEGNI DI AdF E DEI DESTINATARI

AdF si impegna al rispetto dei principi generali e **richiede a tutti i Destinatari** l'assunzione del medesimo impegno.

➤ **Tutela della concorrenza e dei consumatori**

AdF si impegna a rispettare e sostiene i valori del libero mercato e della concorrenza leale; opera sul mercato secondo principi di correttezza, leale competizione e trasparenza nei confronti di tutti gli operatori nonché dei propri utenti/clienti.

AdF si astiene da pratiche collusive ed abusive che possano turbare il corretto funzionamento dei meccanismi di mercato nonché da pratiche elusive, aggressive o comunque scorrette che possano comportare un danno per i consumatori.

➤ **Correttezza nei rapporti con i clienti/utenti e trasparenza, completezza e accessibilità delle informazioni**

AdF si impegna ad improntare il rapporto commerciale alla massima collaborazione con il cliente e alla cura dell'interesse del medesimo e far sì che le informazioni fornite al consumatore siano chiare, pertinenti, complete e veritiere.

➤ **Riservatezza delle "Informazioni Sensibili" e delle informazioni sulle variabili competitive**

AdF si impegna ad evitare scambi di informazioni tra imprese che possano avere un esito collusivo sul mercato. In particolare, tale divieto di comunicazione riguarda le cd "Informazioni Sensibili" e le variabili competitive, ovvero le informazioni relative a dati aziendali (non già di dominio pubblico) su prezzi, elenchi di clienti, costi di produzione, quantità prodotte e/o vendute, ricavi di specifici servizi, capacità produttiva, qualità, progetti di marketing, rischi, strategie di investimento, strategie di marketing, e/commerciali o in merito alla partecipazione a gare pubbliche, tecnologie, programmi di ricerca e sviluppo.

Coloro che collaborano con AdF assicurano la riservatezza delle succitate informazioni apprese in ragione della propria attività.

➤ **Leale concorrenza nella partecipazione alle gare**

AdF richiede che le imprese partecipanti alle procedure di affidamento si astengano dal realizzare comportamenti anticoncorrenziali, con particolare riferimento a intese o accordi con altri operatori economici finalizzati a restringere o falsare la concorrenza e **si impegnino ad agire** nel rispetto dei principi di correttezza, trasparenza e leale concorrenza.

FATTISPECIE GENERALI

1 Le intese restrittive della concorrenza. Accordi e pratiche concordate

L'art. 101, par. 1, del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea (di seguito "**TFUE**") e l'art. 2 della Legge Antitrust (legge 10 ottobre 1990, n. 287 di seguito la "**Legge**") vietano gli accordi tra imprese, le decisioni di associazioni di imprese e le pratiche concordate che abbiano per oggetto o per effetto di impedire, restringere o falsare il gioco della concorrenza in maniera consistente.

Nella nozione di "intesa" rientra qualsiasi comportamento (espresso o tacito) attraverso il quale due, o più, imprese coordinano le loro condotte sul mercato.

Nel campo di applicazione del divieto rientra pertanto qualsiasi forma di accordo (formale o informale, espresso o tacito, ecc.), dai veri e propri contratti fino agli accordi non formalizzati in testi negoziali (ad esempio, i c.d. "gentlemen's agreements" e gli accordi giuridicamente non vincolanti).

Le **più tipiche forme di intese restrittive** della concorrenza **sono quelle finalizzate alla:**

- fissazione dei prezzi o di altre condizioni contrattuali;
- limitazione della produzione o degli accessi al mercato;
- compartimentazione del mercato;
- discriminazione delle condizioni commerciali applicate; imposizione di prestazioni supplementari estranee all'oggetto del contratto.

Un'intesa può essere conclusa fra due o più imprese concorrenti (accordo cd. "**orizzontale**") o fra imprese che si collocano a stadi diversi del processo economico, ad esempio un produttore e un distributore (accordo cd. "**verticale**").

Ai sensi dell'art. 101, par. 2, TFUE e dell'art. 2, comma 3, della Legge le intese restrittive sono **nulle** di diritto.

1.1 Tipologie di intese orizzontali vietate

L'art. 101 TFUE e l'art. 2 della Legge vietano, in generale, le "intese restrittive della concorrenza", ma non definiscono in modo puntuale la tipologia delle restrizioni, limitandosi ad indicare alcuni esempi di restrizioni, che consistono in particolare nell'eliminazione, o comunque nell'alterazione, dei principali elementi attraverso i quali le imprese "competono" sul mercato, distinguendosi tra di loro (prezzi, produzione, clientela, ecc.). In quest'ottica, le norme antitrust indicano tra le restrizioni più tipiche quelle che riguardano la fissazione dei prezzi, la ripartizione dei mercati, la limitazione degli sbocchi e delle fonti di approvvigionamento ecc.

Le intese tra concorrenti (intese orizzontali) possono assumere nella pratica le forme più svariate. Si ricordano le **più frequenti casistiche di restrizioni**, vale a dire le ipotesi in cui determinate condotte abbiano per oggetto, o anche solo per effetto:

- la cooperazione in relazione alla partecipazione alle gare: qualsiasi coordinamento del comportamento di imprese relativo alla partecipazione alle gare, ivi inclusa la partecipazione a R.T.I./ATI tra soggetti che sarebbero, ciascuno, in grado di partecipare

autonomamente alla gara, rischia di ledere la concorrenza, oltre a poter integrare la fattispecie del reato di turbativa d'asta;

- la determinazione concertata delle condotte commerciali: quali il boicottaggio di determinati clienti; la discriminazione nei confronti di determinate tipologie di clienti;
- la ripartizione dei mercati: attribuzioni reciproche di territori, gruppi di prodotti, clienti o fonti di approvvigionamento tra concorrenti (come, ad esempio, un patto con cui i partecipanti si impegnano a non aggredire i clienti altrui);
- la fissazione dei prezzi: prezzi attuali o futuri, livelli di sconto, criteri per l'ottenimento di sconti, aumenti dei prezzi, tempistica dell'aumento dei prezzi, adozione di prezzi diversi per differenti tipologie di clienti, margini di profitto, condizioni di vendita, termini di pagamento;
- la limitazione degli sbocchi al mercato: si tratta delle intese che eliminano o riducono la concorrenza nella fase di accesso al mercato, ad esempio tramite il boicottaggio di determinati concorrenti;
- la ripartizione delle quote di produzione o vendita;
- lo scambio di informazioni commerciali sensibili, in qualsiasi forma. Lo scambio di dati confidenziali – come, ad esempio, dati relativi a produzione o vendite (sia in volume che in valore), costi, prezzi, modalità di commercializzazione, capacità produttiva – è considerato restrittivo e quindi severamente vietato quando elimina le incertezze sui futuri comportamenti che le imprese intendono tenere sul mercato. La linea di confine fra scambio di informazioni legittimo e scambio di informazioni illecito dipende quindi dalla natura e dal grado di sensibilità delle informazioni scambiate, dalla loro attualità, dalla frequenza e dalle modalità dello scambio. Questo tipo di restrizione può verificarsi in qualsiasi forma e circostanza, ad esempio nell'ambito di associazioni di categoria, di *joint-ventures* ecc.

L. F. *[signature]*
[signature]
SR CD *[signature]*

REGOLE ESSENZIALI DI COMPORTAMENTO

- **NON** intraprendere alcuna iniziativa/discussione con un concorrente su aspetti commerciali e strategici, specie in relazione alle condotte future di AdF in tema di approvvigionamenti, produzione, decisioni tecniche (ad esempio, tempi e modalità delle manutenzioni, scelte sugli investimenti), prezzi, margini, sconti, clienti o territori serviti; se un concorrente avvia una discussione su tali tematiche, interrompere immediatamente la conversazione ed informare dell'accaduto il Referente Antitrust;
- **NON** concordare con un concorrente misure ed iniziative da intraprendere per impedire l'accesso al mercato di un nuovo soggetto concorrente o per boicottare un determinato cliente o fornitore o scambiare (direttamente o indirettamente) con i Concorrenti le informazioni relative a:
 - ✓ prezzi;
 - ✓ volumi e/o valori di vendita;
 - ✓ capacità produttiva;
 - ✓ costi;
 - ✓ *business plan*;
 - ✓ lista clienti;
 - ✓ iniziative promozionali;
 - ✓ utili;
 - ✓ presenza territoriale e/o piani commerciali futuri;
 - ✓ condizioni di vendita;
 - ✓ qualsiasi altra informazione che non sia di pubblico dominio e che abbia una rilevanza commerciale.
 - ✓ Ridurre al minimo i contatti con i concorrenti.
- **NON** partecipare a discussioni con concorrenti su argomenti potenzialmente vietati dalla normativa antitrust.
- **NON** utilizzare i clienti o altre terze parti per trasmettere informazioni commercialmente sensibili ai concorrenti.

La nozione di "**Informazione Sensibile**" non è puntualmente definita dalla Normativa Antitrust. Pur rinvenendosi nella prassi alcune indicazioni al riguardo, si possono in prima approssimazione ritenere tali le informazioni relative a dati aziendali – che non siano già di dominio pubblico (cioè facilmente accessibili a chiunque, ad esempio per disposizioni obbligatorie dell'Autorità di regolamentazione-ARERA) - su prezzi (prezzi effettivi, sconti, aumenti, riduzioni o abbuoni), elenchi di clienti, costi di produzione, quantità prodotte e/o vendute, ricavi di specifici servizi, capacità produttiva, qualità, progetti di marketing, rischi, strategie di investimento, strategie di marketing e/commerciali, strategie in merito alla partecipazione a gare pubbliche, tecnologie, programmi di ricerca e sviluppo.
- **NON** sollecitare i clienti a fornire informazioni confidenziali relative ai concorrenti.

Contattare immediatamente il Referente Antitrust in caso di ricezione di informazioni non adeguate da parte di concorrenti e/o terzi.

Contattare preventivamente il Referente Antitrust prima di partecipare o ricevere rilevazioni statistiche organizzate da terzi.

1.2 Gare pubbliche o private e Regole di Comportamento

Il ricorso alle procedure di gara permette di conseguire un migliore rapporto qualità/prezzo. Le procedure di gara rendono possibile un miglioramento in termini di prezzo, qualità e innovazione solo se i partecipanti alla gara sono realmente in concorrenza tra di loro (vale a dire se definiscono termini e condizioni in modo onesto e indipendente).

Il diritto antitrust vieta alle imprese concorrenti in una gara pubblica o privata di accordarsi per alterarne lo svolgimento o determinarne in anticipo l'esito finale (**bid rigging**).

Gli accordi di *bid rigging* possono assumere numerose forme, l'AGCM in particolare segnala ([AGCM - Autorita' Garante della Concorrenza e del Mercato](#)):

- ✓ **Boicottaggio della gara:** i principali sintomi del boicottaggio, finalizzato a prolungare il contratto con il fornitore abituale o a ripartire *pro quota* il lavoro o la fornitura tra tutte le imprese interessate, sono:
 - 1) nessuna offerta presentata;
 - 2) presentazione di un'unica offerta o di un numero di offerte comunque insufficiente per procedere all'assegnazione dell'appalto;
 - 3) presentazione di offerte dello stesso importo, soprattutto quando le procedure di gara prevedono in queste circostanze l'annullamento della gara o la ripartizione dell'appalto pro quota.
- ✓ **Offerte di comodo:** le offerte di comodo danno un'apparente regolarità concorrenziale alla gara e nascondono l'innalzamento dei prezzi di aggiudicazione. I principali sintomi sono:
 - 1) offerte presentate dalle imprese che non si aggiudicano l'appalto caratterizzate da importi palesemente troppo elevati o comunque superiori a quanto le stesse imprese hanno offerto in analoghe procedure;
 - 2) offerte contenenti condizioni particolari e notoriamente inaccettabili per la stazione appaltante che ne determinano l'esclusione;
 - 3) la presentazione di offerte più elevate rispetto ai prezzi di listino. In generale una sequenza di gare in cui risulta aggiudicataria sempre la stessa impresa può destare il sospetto che i concorrenti presentino offerte di comodo.
- ✓ **Subappalti o ATI (Associazione Temporanea d'Imprese):** i subappalti e le Associazioni Temporanee di Imprese (ATI) permettono di ampliare la platea dei soggetti che possono partecipare a meccanismi di gara, dando spazio anche alle imprese più piccole. In alcuni casi possono però essere utilizzati dai partecipanti alla gara per spartirsi il mercato o addirittura la singola commessa. Possibili indizi sono:
 - 1) imprese, singolarmente in grado di partecipare a una gara, che invece si astengono in vista di un successivo subappalto o optano per la costituzione di un'ATI (c. d. "ATI sovrabbondanti");
 - 2) la costituzione di ATI o subappalto perfezionati da imprese accomunate dalla stessa attività prevalente;
 - 3) il ritiro dell'offerta da parte di un'impresa che decide inizialmente di partecipare a una gara, che risulta poi beneficiaria di un subappalto relativo alla medesima gara;
 - 4) nei casi di aggiudicazione basata sull'offerta economicamente più vantaggiosa, l'ATI (tra i maggiori operatori) può essere il frutto di una strategia escludente,

tesa ad impedire a imprese minori di raggiungere il necessario punteggio qualitativo.

- ✓ **Rotazione delle offerte e ripartizione del mercato:** anche l'analisi della sequenza delle aggiudicazioni può segnalare la presenza di un cartello. Quando la pratica spartitoria interessa un singolo committente quest'ultimo avrà indizi per riconoscere 'regolarità' sospette nella successione temporale delle imprese aggiudicatrici o nella ripartizione in lotti delle vincite. Le regolarità sospette potrebbero riguardare non solo il numero di aggiudicazioni ma anche la somma dei relativi importi.
- ✓ **Modalità "sospette" di partecipazione:** può accadere che gli aderenti ad un cartello presentino le domande di partecipazione all'asta con modalità tali da tradire la comune formulazione. È questo il caso di:
 - 1) comuni errori di battitura;
 - 2) stessa grafia;
 - 3) riferimento a domande di altri partecipanti alla medesima gara;
 - 4) analoghe stime o errori di calcolo;
 - 5) consegna contemporanea, da parte di un soggetto, di più offerte per conto di differenti partecipanti alla medesima procedura di gara.

Si precisa che i comportamenti descritti potrebbero integrare gli estremi di reati (ad es. turbativa d'asta), oltre alle conseguenze, sanzionatorie e risarcitorie, derivanti dalla violazione della Normativa Antitrust.

L. Falc
SR CD GM

REGOLE DI COMPORTAMENTO IN CASO DI PARTECIPAZIONE A GARE

Si ricorda, inoltre, che qualunque accordo, anche informale, può costituire un'intesa di natura anticompetitiva; in tal senso anche discutere degli elementi su cui si fonderanno le rispettive offerte (anche in assenza di un consenso sull'allineamento) potrebbe essere considerata un'intesa vietata.

È quindi ancor più importante, in occasione della preparazione e/o della partecipazione a gare:

- ✓ astenersi da qualsiasi contatto con altri potenziali partecipanti alla gara, in cui si possano discutere, direttamente o indirettamente, Informazioni Sensibili, ovvero in cui si possa discutere della partecipazione alla gara e delle modalità di partecipazione (offerta economica, offerta tecnica, scambi di informazioni sui lotti ecc.);
- ✓ nel caso in cui sia opportuno partecipare alla gara in associazione con altri operatori (ad esempio, in ATI, Consorzi ecc.), valutare, con il supporto del Referente Antitrust di Società e delle competenti direzioni interne, che l'associazione sia strettamente necessaria per l'esecuzione di quanto richiesto dal Bando e/o da altra documentazione di gara (Capitolato, Disciplinare ecc.).

REGOLE ESSENZIALI DI COMPORTAMENTO

È dunque **illecito concordare** con i concorrenti:

- ✓ **l'impresa** che risulterà **vincitrice** della gara, ad esempio determinando il livello dell'offerta più bassa e concordando con gli altri concorrenti offerte fittizie di appoggio;
- ✓ **l'impresa che rinuncerà a partecipare** alla gara in favore di una o più altre imprese;
- ✓ un sistema che imponga una **previa consultazione prima di presentare offerte** di gara;
- ✓ un sistema di **rotazione concordata delle assegnazioni** nelle gare successive;
- ✓ l'accordo di **assegnare in subappalto** parte dei lavori e/o servizi e/o forniture **all'impresa che rinuncia** a partecipare alla gara.

Handwritten signatures and initials: SR, CD, and others.

FATTISPECIE SANZIONATA DALL'AUTORITÀ ANTITRUST 1835 – MERCATO DEI CONTATORI D'ACQUA, 1 FEBBRAIO 2022

L'Autorità ha irrogato sanzioni nei confronti di 5 imprese per la partecipazione a un'intesa segreta, unica, complessa e continuata, restrittiva per oggetto, volta a condizionare, seguendo un comune disegno ripartitorio, procedure pubbliche di affidamento della **fornitura di contatori idrici** per acqua fredda.

L'Autorità si è basata su un articolato quadro probatorio, che muove dalla documentazione ispettiva acquisita dalle società e da terzi - da cui emerge un'abitudine al confronto tra le parti - e da un documento in forma anonima arrivato poco dopo l'avvio dell'istruttoria e comprendente una settantina di fax volti prevalentemente a coordinare, prima della scadenza del termine di presentazione delle offerte, il comportamento di gara e in parte anche a fissare incontri tra le parti. Il corredo probatorio si è completato con i riscontri forniti dalle articolate richieste di informazioni a un campione significativo di stazioni appaltanti, tra cui quelle citate nel documento anonimo, alle stesse parti e a terzi. La concertazione, sofisticata e ben organizzata, si è realizzata avvalendosi di tutte le modalità di contatto offerte dalla tecnologia disponibile (fax, WhatsApp, Skype) oltre che di frequenti incontri informali. Il coordinamento delle strategie partecipative di gara comprende indicazioni di prezzo minimo o di sconto massimo per gli offerenti in appoggio o indicazioni di non partecipare, definendo perfino la motivazione da presentare alla stazione appaltante.

Avverso tale provvedimento, le parti sanzionate hanno proposto ricorso dinanzi al TAR Lazio, il quale, nel mese di marzo 2023, ha respinto le doglianze dei ricorrenti.

Li
SR
CD
Gm
100
Fah

1.3 Restrizioni verticali

Gli accordi verticali intercorrono tra imprese operanti a livelli diversi della catena produttiva o distributiva (ad esempio, il produttore ed il distributore o rapporti con i fornitori).

Gli accordi verticali sono molto diffusi e comportano spesso benefici alla concorrenza, in quanto consentono di ottimizzare la filiera produttiva e possono generare efficienze che si trasferiscono al consumatore finale (ad esempio, gli accordi di licenza, di ricerca e sviluppo, franchising ecc.).

Anche questa tipologia di accordi può tuttavia essere utilizzata per restringere la libertà di impresa in generale, e la concorrenza in particolare, come avviene ad esempio nel caso in cui un produttore imponga al distributore un prezzo minimo di rivendita (cioè, quando gli impone di non rivendere al di sotto di un determinato prezzo o ad un prezzo prefissato), ovvero gli imponga di non distribuire prodotti/servizi di altri produttori, ecc.

A titolo esemplificativo, si ricorda che **la normativa comunitaria prevede una disciplina di carattere generale sugli accordi verticali, il nuovo Regolamento UE in materia di accordi verticali Reg. (UE) n. 2022/720 "VBER"** ("Regolamento")¹ che, insieme alle nuove Linee Guida della Commissione Europea in materia di accordi verticali ("Linee guida"), introduce rilevanti novità rispetto alla precedente disciplina del Regolamento UE n. 330/2010. Il nuovo Regolamento mantiene la previsione della "zona di sicurezza", stabilendo che gli accordi verticali relativi all'acquisito e rivendita di beni e prodotti non sono considerati restrittivi della concorrenza quando la quota di mercato detenuta dal produttore e dal distributore sul mercato rilevante non supera il 30%, a condizione altresì che essi non contengano restrizioni fondamentali vietate dal Regolamento (cosiddette *hard-core restrictions*), ossia restrizioni ritenute gravemente lesive della concorrenza, tra cui quelle relative alla fissazione del prezzo di rivendita e all'instaurazione di una protezione territoriale assoluta. In queste ipotesi, quindi, gli accordi verticali godono di una sorta di esenzione dall'applicazione del divieto di cui all'art. 101, par. 1, TFUE.

In ogni caso, l'esenzione non potrà trovare applicazione nel caso in cui l'accordo, a prescindere dalla quota di mercato delle parti, contenga restrizioni ritenute particolarmente lesive della concorrenza (*hard-core restrictions*).

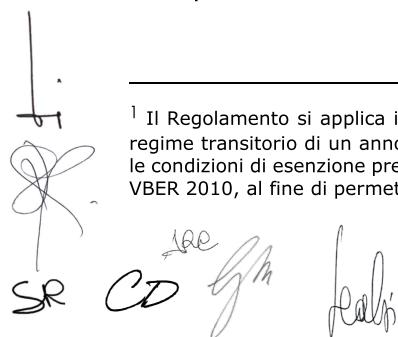
Più specificamente il fornitore di un prodotto non potrà, ad esempio, fissare i prezzi di rivendita o restringere il territorio in cui, o i clienti ai quali, il distributore può rivendere i beni/servizi oggetto dell'accordo.

2 Il divieto di abuso di posizione dominante

L'art. 102 del Trattato e l'art. 3 della Legge Antitrust vietano lo **sfruttamento abusivo** di una posizione dominante: non è consentito **sfruttare una posizione dominante al fine di restringere la concorrenza**.

Né l'art. 102 del Trattato né l'art. 3 della Legge Antitrust definiscono la nozione di **abuso**. Secondo la giurisprudenza comunitaria un'impresa dominante commette abuso se limita ulteriormente il livello di concorrenza del mercato ricorrendo a mezzi diversi da quelli sui quali si impernia la concorrenza normale tra prodotti e servizi.

¹ Il Regolamento si applica immediatamente ai contratti stipulati successivamente alla sua entrata in vigore, mentre è previsto un regime transitorio di un anno (fino al 31 maggio 2023) per gli accordi verticali già in vigore al 31 maggio 2022, che non soddisfano le condizioni di esenzione previste nel Regolamento ma che rispettano le condizioni di esenzione stabilite dal precedente regolamento VBER 2010, al fine di permettere alle imprese di conformarsi alle nuove prescrizioni.



Proprio in virtù della sua forte posizione l'impresa è pertanto gravata dalla **speciale responsabilità** di non ridurre la concorrenza nel mercato su cui è dominante. In concreto, ciò comporta il divieto per l'impresa dominante di tenere condotte che sono invece consentite ai propri concorrenti non dominanti.

In altri termini, all'impresa dominante non è vietato competere sul mercato con i propri concorrenti, ma le è vietato perseguire i propri interessi commerciali abusando della sua posizione di forza.

Tale divieto si riferisce a comportamenti unilaterali adottati da un'impresa. In casi eccezionali, una posizione dominante in un determinato mercato può essere detenuta anche da più imprese congiuntamente (c.d. **dominanza collettiva**) quando due o più imprese, pur essendo indipendenti, sono collegate da vincoli economici talmente stretti da adottare una linea d'azione comune e da essere percepite da concorrenti e clienti come un'unica impresa in posizione dominante.

In generale, l'esistenza di una posizione dominante è ricavata dal **possesso di elevate quote di mercato** (40% o più). Ed infatti, se la quota di mercato di un'impresa è inferiore al 40% è poco probabile che questa possa essere ritenuta dominante.

In via orientativa, secondo i criteri stabiliti dalla prassi giurisprudenziale europea cui quella nazionale si è uniformata:

- una quota di mercato superiore al 50% fa presumere la posizione dominante, spettando all'impresa dimostrare l'insussistenza della stessa;
- una quota di mercato compresa tra il 20 % e il 50% non costituisce indizio di per sé sufficiente a provare la posizione dominante ma è necessario che concorrano altri fattori idonei a dimostrare l'indipendenza dei comportamenti dell'impresa, quali il modesto potere di mercato detenuto dai principali concorrenti, la disponibilità di infrastrutture essenziali e/o diritti di proprietà intellettuale; l'integrazione verticale nelle varie fasi della filiera; ingenti capacità economiche e finanziarie;
- una quota di mercato inferiore al 20% generalmente comporta una presunzione di non dominanza.

Perché si possa configurare tale fattispecie deve essere accertato che:

- l'impresa interessata detiene una **posizione dominante** su un determinato mercato;
- l'impresa ha posto in essere un **abuso**.

Pertanto, la mera detenzione di una posizione dominante non è di per sé illegale.

La giurisprudenza comunitaria ha chiarito che tale posizione si ha quando un'impresa è in grado di:

- comportarsi indipendentemente dai concorrenti, clienti e consumatori in forza della propria posizione sul mercato rilevante;
- escludere i concorrenti dal mercato rilevante, e impedire a nuovi operatori di entrare su tale mercato.

La quota di mercato non è, comunque, il solo fattore da considerare per determinare se un'impresa sia in posizione dominante.

Altri indizi devono essere presi in considerazione, quali, in particolare:

- il grado di concentrazione del mercato (ad esempio, se si tratta di un mercato oligopolistico o frammentato);
- l'esistenza di barriere tecniche o legali all'accesso al mercato;
- la forza finanziaria e tecnica dei potenziali concorrenti;
- l'asimmetria dimensionale rispetto ai concorrenti;
- la mancanza o insufficienza di contropotere da parte degli acquirenti;
- l'integrazione verticale;

- le economie di scala;
- la presenza di una rete di distribuzione e di vendita sviluppata;
- la diversificazione dei prodotti e dunque la possibilità di formulare offerte combinate di prodotti;
- il controllo di infrastrutture non facilmente duplicabili.

3 Norme particolari applicabili ad imprese pubbliche o titolari di diritti speciali/esclusivi o incaricate dello svolgimento di un servizio di interesse generale e Regole di Comportamento

Le società titolari di diritti esclusivi (i.e. **attività in regime di monopolio**), o che svolgono **attività di interesse generale**, sono soggette anche alle previsioni dell'art. 106 TFUE e dell'art. 8 della Legge n. 287/1990.

Tali disposizioni consentono alle imprese in questione di sottrarsi all'applicazione delle regole di concorrenza qualora **dimostrino** che la concorrenza pregiudica il loro equilibrio economico e, dunque, la fornitura del servizio di interesse generale loro affidato.

L'art. 8 della Legge Antitrust, inoltre, specifica alcuni **obblighi nei confronti delle imprese** che operano in regime di monopolio ovvero siano incaricate di un servizio di interesse generale, stabilendo che tali imprese:

- ✓ qualora intendano svolgere attività in mercati diversi, operino attraverso **società separate**, la cui costituzione deve essere preventivamente notificata all'AGCM;
- ✓ qualora rendano disponibili a società da esse partecipate o controllate in mercati diversi da quelli in cui agiscono, beni o servizi, anche informativi, di cui abbiano la disponibilità esclusiva in dipendenza delle attività svolte, sono tenute a **rendere accessibili tali beni o servizi, a condizioni equivalenti, alle altre imprese direttamente concorrenti**.

4 Le concentrazioni

Il Regolamento (CE) 139/2004 relativo al controllo delle concentrazioni ("Regolamento comunitario sulle concentrazioni") e, a livello nazionale, gli artt. 5 e 6 della Legge, disciplinano le Concentrazioni, ossia le operazioni che determinano una modifica strutturale del mercato (si tratta ad esempio dei casi di operazioni di fusione, acquisizione di imprese o rami di azienda, *joint-venture*, ecc.). Tali operazioni, al raggiungimento di determinati presupposti (cioè quando le imprese interessate raggiungono determinate **soglie di fatturato**, determinate ai sensi dell'art. 16 della Legge), sono soggette ad un obbligo di **preventiva notifica** alla competente Autorità di concorrenza (Commissione Europea per le concentrazioni



di "dimensione comunitaria"² o Autorità nazionali³) prima della loro realizzazione, le quali dovranno verificare che tali operazioni non costituiscano o rafforzino la posizione dominante di un'impresa o riducano in maniera consistente la concorrenza sul mercato. In caso affermativo, l'operazione può essere **vietata** o **autorizzata con condizioni**.

4.1 Definizione di Concentrazione

Si realizza una Concentrazione quando si produce una **modifica duratura del controllo di una società a seguito**:

- della **fusione** di due o più imprese precedentemente indipendenti;
- **dell'acquisizione** – sia tramite acquisto di partecipazioni del capitale o di elementi del patrimonio, sia tramite contratto o qualsiasi altro mezzo – del **controllo**, diretto o indiretto, di un'altra impresa o di parti di essa (ad esempio, mediante acquisizione di azioni, quote, azienda o rami di azienda, beni o *asset* cui possa chiaramente essere attribuito un fatturato);
- della costituzione da parte di due o più imprese indipendenti di una **joint-venture**, controllata congiuntamente dalle società madri, la quale esercita in maniera permanente tutte le funzioni proprie di un ente economicamente autonomo e non costituisce un mero canale finalizzato a coordinare l'attività delle società madri.

² Ai sensi dell'art. 1 (2) del Regolamento (EC) n. 139/2004 del 20 gennaio 2004 sul controllo delle concentrazioni ("il Regolamento Concentrazioni"), una concentrazione è di "dimensione comunitaria quando:

a) il fatturato totale realizzato a livello mondiale dall'insieme delle imprese interessate è superiore a 5 miliardi di EUR e
b) il fatturato totale realizzato individualmente nella Comunità da almeno due delle imprese interessate è superiore a 250 milioni di EUR; salvo che ciascuna delle imprese interessate realizzi oltre i due terzi del suo fatturato totale nella Comunità all'interno di un solo e medesimo Stato membro.

... Una concentrazione che non supera le soglie stabilite al paragrafo 2 è tuttavia di dimensione comunitaria quando:

a) il fatturato totale realizzato a livello mondiale dall'insieme delle imprese interessate è superiore a 2,5 miliardi di EUR;
b) in ciascuno di almeno tre Stati membri, il fatturato totale realizzato dall'insieme delle imprese interessate è superiore a 100 milioni di EUR;
c) in ciascuno di almeno tre degli Stati membri di cui alla lettera b), il fatturato totale realizzato individualmente da almeno due delle imprese interessate è superiore a 25 milioni di EUR e
d) il fatturato totale realizzato individualmente nella Comunità da almeno due delle imprese interessate è superiore a 100 milioni di EUR; salvo che ciascuna delle imprese interessate realizzi oltre i due terzi del suo fatturato totale nella Comunità all'interno di un solo e medesimo Stato membro"

³ In caso l'operazione non abbia "dimensione comunitaria", essa potrebbe nondimeno essere soggetta ad obblighi di notifica in una o più giurisdizioni nazionali, a seconda della normativa vigente a livello locale. La mancanza della notifica preventiva alla Commissione/Autorità nazionale comporta l'imposizione di sanzioni per omessa notifica, indipendentemente dalla valutazione degli effetti della Concentrazione, nonché il rischio di dover ripristinare la situazione precedente nel caso in cui l'operazione non sia autorizzata.

CODICE DEL CONSUMO

Il Codice del consumo è entrato in vigore il 23 ottobre 2005 con Decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, successivamente modificato e integrato, recante il riassetto della normativa a tutela del consumatore adottata anche in attuazione della normativa europea, e regola i rapporti tra gli stessi consumatori e i professionisti dettando i reciproci diritti e obblighi. Inoltre, contiene la disciplina relativa alla risoluzione stragiudiziale delle controversie di consumo, fermo rimanendo la possibilità di rivolgersi al giudice al sorgere di controversie. La scelta di creare un testo di riferimento per il consumatore muove dall'intento di consentirgli una consultazione più agevole e immediata delle norme poste a sua tutela così come degli strumenti attivabili.

Il Codice del consumo assume come filo conduttore le fasi del rapporto di consumo, dalla pubblicità alla corretta informazione, dal contratto alla sicurezza dei prodotti, fino all'accesso alla giustizia, alle associazioni rappresentative dei consumatori e alla cooperazione europea

Per **Consumatore** si intende **qualsiasi persona fisica che agisce per scopi estranei alla sua attività imprenditoriale, commerciale o professionale**. Nella nozione di Consumatore **sono comprese anche le cc.dd. microimprese**, vale a dire le entità, società o associazioni, che, a prescindere dalla forma giuridica, esercitano un'attività economica (anche a titolo individuale o familiare), occupando meno di dieci persone e realizzando un fatturato o un totale di bilancio non superiori ai due milioni di euro all'anno.

La Direttiva prevede che il professionista debba attenersi ai doveri di diligenza e di lealtà, **in qualsiasi contatto con il cliente attuale o potenziale**, che abbia luogo **prima, durante o dopo un'operazione commerciale** relativa ad un prodotto o servizio offerto ad un consumatore.

Nozioni fondamentali

Il codice del Consumo, agli art. 45 e ss., individua i diritti dei consumatori nei contratti conclusi tra un professionista e un consumatore, inclusi quelli per la fornitura del Servizio Idrico Integrato, gas, elettricità o teleriscaldamento, anche da parte di prestatori pubblici, nella misura in cui detti prodotti di base siano forniti su base contrattuale.

La disciplina in materia di Pratiche Commerciali Scorrette è finalizzata specificamente a tutelare i Consumatori **da qualsiasi azione, omissione, condotta, dichiarazione o comunicazione commerciale attuata slealmente da un professionista in relazione alla promozione, vendita o fornitura di prodotti o servizi** (art. 18, comma 1, lett. d), cod. cons.).

Una pratica commerciale è scorretta se è contraria alla diligenza professionale ed è falsa o idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico, in relazione al prodotto, del consumatore medio che essa raggiunge o al quale è diretta.

È considerata aggressiva una Pratica Commerciale che, mediante molestie, coercizione o indebito condizionamento, limita, o sia idonea a limitare, considerevolmente la libertà di scelta o di comportamento del Consumatore medio, inducendolo ad assumere una decisione commerciale che non avrebbe altrimenti preso.

Gli **elementi** che devono essere presi in considerazione sono:

- ✓ i tempi, il luogo, la natura o la persistenza della pratica commerciale;
- ✓ il ricorso alla minaccia fisica o verbale;

- ✓ lo sfruttamento da parte del professionista/Gruppo di qualsivoglia evento tragico o circostanza specifica di gravità tale da alterarne la capacità di valutazione per influenzarne la decisione relativamente al prodotto;
- ✓ qualsiasi ostacolo non contrattuale, oneroso o sproporzionato, imposto dal professionista/Gruppo qualora un consumatore intenda esercitare diritti contrattuali, compresi il diritto di risolvere un contratto difformi da quelli previsti dalla regolazione di settore delle Autorità di controllo;
- ✓ qualsiasi minaccia di promuovere un'azione legale ove non possa essere legalmente promossa.

Tenuto conto dell'ampiezza delle fattispecie disciplinate dal Codice del Consumo, i Destinatari che svolgono attività a contatto con, o con impatto su, la clientela finale (ad es. le società in *outsourcing*, il personale che svolge attività presso gli sportelli ecc.) o che siano incaricati della gestione dei reclami, o di elaborare/esaminare le Condizioni contrattuali, nonché i Destinatari che svolgono attività direttamente collegate ai clienti/utenti (ad es.: misurazione, fatturazione, recupero dei crediti) e che in qualunque forma (incluse le comunicazioni pubblicitarie a mezzo stampa, media, Internet, ecc.) svolgano attività di comunicazione con i clienti/utenti, devono assicurarsi che il rapporto commerciale sia improntato alla massima collaborazione con il cliente e alla cura dell'interesse del medesimo e che le informazioni fornite al consumatore siano chiare, pertinenti, complete e veritiere.

Li
SR CD GM

FATTISPECIE SANZIONATA DA AGCM

PRESCRIZIONE BIENNALE

Dal 1° gennaio 2020 la disciplina della prescrizione biennale (o prescrizione breve), introdotta dalla legge di Bilancio 2018 e modificata con la legge di Bilancio 2020, si applica anche ai servizi idrici. Da questa data, dunque, i consumatori possono eccepire la prescrizione per importi riferiti a consumi risalenti ad oltre due anni dalla data di emissione della bolletta e i gestori devono evidenziare, in fattura o in documento allegato, la presenza di importi riferiti a consumi risalenti a più di due anni prima, differenziandoli dalle altre voci, secondo le specifiche modalità previste dalla regolazione.

Dai procedimenti svolti dall'Autorità è emerso, invece, che alcuni Gestori hanno disatteso, nell'emettere fatture e solleciti di pagamento, gli obblighi informativi prescritti in capo ai Gestori idrici verso l'utenza in tema di prescrizione biennale; inoltre, hanno sistematicamente rigettato l'eccezione di prescrizione in merito agli addebiti fatturati dopo il 1° gennaio 2020 e relativi a consumi idrici risalenti ad oltre due anni prima dalla fattura medesima.

Le Delibere ARERA n. 547 del 2019 e n. 186 del 2020 prevedono, infatti, che i gestori informino gli utenti della presenza in bolletta di crediti di cui può essere eccepita la prescrizione e inviino un apposito modulo per permettere di esercitare tale facoltà.

Secondo l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM), il mancato accoglimento delle istanze di prescrizione breve appare idoneo ad indurre indebitamente i consumatori a corrispondere importi, spesso ingenti, relativi a consumi prescritti e in tal modo vanifica gli effetti che la nuova disciplina intende contrastare, ovvero l'emissione tardiva di fatture di conguaglio relative a consumi risalenti ad oltre due anni. L'assenza di un'adeguata informativa sulla prescrizione biennale può ostacolare l'esercizio delle prerogative contrattuali inducendo i consumatori a pagare importi per i quali, invece, sarebbe stato possibile eccepire la prescrizione.

L'Antitrust ha accertato che questi comportamenti integrano una pratica commerciale scorretta in quanto contrari alla diligenza professionale e idonei a falsare in misura apprezzabile la condotta del consumatore in relazione, peraltro, ad un servizio di interesse primario.

AdF agisce in conformità alla normativa e a quanto disciplinato da Arera in materia di prescrizione biennale.

Nello specifico, AdF allega ad ogni fattura che contenga conguagli antecedenti i due anni dall'emissione della stessa, apposita comunicazione che evidenzia la presenza di consumi prescritti, quantificandone il corrispettivo, mettendo a disposizione tramite QRCode il form da compilare per eccepire gli importi prescritti.

Il form è disponibile altresì sul sito di AdF <https://www.fiora.it/rettifiche-di-fatturazione.html#AF>