



**MANUALE DI CONFORMITÀ ALLA NORMATIVA IN MATERIA  
ANTITRUST E DI TUTELA DEL CONSUMATORE**

*Rev.*

**2.0**

*Del*

**18.12.2024**

**MANUALE DI CONFORMITÀ ALLA NORMATIVA IN MATERIA  
ANTITRUST E DI TUTELA DEL CONSUMATORE**

**ADISTRIBUZIONEGAS S.R.L.**

**APPROVATO DAL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE IN DATA: 18/12/2024**

*Questo documento è proprietà della Società che si riserva tutti i diritti sui contenuti dello stesso. Qualsiasi uso non autorizzato è vietato e sarà perseguito ai sensi di legge*

---

**ADISTRIBUZIONEGAS S.R.L.**

Sede legale e amministrativa: Via L. Galvani n. 17/B (Forlì)  
P.IVA 01655600664



## MANUALE DI CONFORMITÀ ALLA NORMATIVA IN MATERIA ANTITRUST E DI TUTELA DEL CONSUMATORE

Rev.	2.0
Del	18.12.2024

### INDICE

DEFINIZIONI E RIFERIMENTI .....	4
PREMESSA .....	5
1. IL PROGRAMMA DI COMPLIANCE ANTITRUST .....	5
1.1 LA COSTRUZIONE DEL PROGRAMMA DI COMPLIANCE ANTITRUST .....	5
1.2 ADOZIONE, MODIFICHE E AGGIORNAMENTO .....	5
1.3 COMUNICAZIONE E FORMAZIONE .....	6
2. IL REFERENTE ANTITRUST DI SOCIETÀ .....	6
3. IL MANUALE DI CONFORMITÀ ALLA NORMATIVA IN MATERIA ANTITRUST E DI TUTELA DEL CONSUMATORE: PRINCIPI GENERALI .....	7
3.1 I DESTINATARI DEL MANUALE DI CONFORMITÀ .....	7
4. FLUSSI INFORMATIVI E REPORTISTICA INTERNA .....	8
4.1 OBBLIGHI INFORMATIVI DEL REFERENTE ANTITRUST DI SOCIETÀ NEI CONFRONTI DEL CdA .....	8
4.2 OBBLIGHI INFORMATIVI DEL REFERENTE ANTITRUST DI SOCIETÀ NEI CONFRONTI DEL REFERENTE ANTITRUST DI HOLDING .....	
5. MODALITÀ DI RECEPIMENTO .....	
6. CONTRASTO ALLE CONDOTTE ILLICITE .....	8
CAPITOLO 1 - CARATTERISTICHE DELL'IMPRESA .....	10
1.1 INQUADRAMENTO GENERALE .....	10
1.2 COMPOSIZIONE SOCIETARIA .....	
1.3 L'ASSETTO DI GOVERNANCE .....	ERRORE. IL SEGNALIBRO NON È DEFINITO.
1.4 STRUTTURA ORGANIZZATIVA E FRAMEWORK DEI PROCESSI .....	11
1.5 I PRINCIPALI DATI DI BILANCIO .....	
CAPITOLO 2 - CONTESTO OPERATIVO E MERCATO DI RIFERIMENTO .....	13
2.1 PREMESSA E DEFINIZIONI .....	13
2.2 "FATTISPECIE" DI RISCHIO ANTITRUST E IL MERCATO RILEVANTE .....	14
2.3 IL MERCATO RILEVANTE PER ADISTRIBUZIONEGAS SRL .....	14
2.4 LA DEFINIZIONE DEL MERCATO RILEVANTE PER LA ADISTRIBUZIONEGAS .....	
2.4.1 GLI ATEM DI ADISTRIBUZIONEGAS .....	ERRORE. IL SEGNALIBRO NON È DEFINITO.
2.4.2 I PDR PER L'ANALISI DELLA CONTENDIBILITÀ .....	
CAPITOLO 3 - NORMATIVA ANTITRUST E TUTELA DEL CONSUMATORE E REGOLE DI CONDOTTA .....	16
3.1 LE INTESE RESTRITTIVE DELLA CONCORRENZA .....	16
3.1.1 LE ATTIVITÀ SENSIBILI ALLE INTESE RESTRITTIVE DELLA CONCORRENZA .....	
3.1.2 REGOLE DI CONDOTTA .....	
3.2 ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE .....	19
3.2.1 LE ATTIVITÀ SENSIBILI ALL'ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE .....	ERRORE. IL SEGNALIBRO NON È DEFINITO.
3.2.2 REGOLE DI CONDOTTA .....	

 <b>DISTRIBUZIONEGAS</b>	<b>MANUALE DI CONFORMITÀ ALLA NORMATIVA IN MATERIA ANTITRUST E DI TUTELA DEL CONSUMATORE</b>	<i>Rev.</i>	<b>2.0</b>
		<i>Del</i>	<b>18.12.2024</b>

<b>3.3 NORME PARTICOLARI APPLICABILI AD IMPRESE PUBBLICHE O TITOLARI DI DIRITTI SPECIALI/ESCLUSIVI O INCARicate DELLO SVOLGIMENTO DI UN SERVIZIO DI INTERESSE GENERALE .....</b>	<b>21</b>
3.3.1 LE ATTIVITÀ SENSIBILI .....	
3.3.2 REGOLE DI CONDOTTA .....	<b>ERRORE. IL SEGNALIBRO NON È DEFINITO.</b>
<b>3.4 ABUSO DI DIPENDENZA ECONOMICA .....</b>	<b>23</b>
3.4.1 LE ATTIVITÀ SENSIBILI DELL'ABUSO DI DIPENDENZA ECONOMICA .....	
3.4.2 LE REGOLE DI CONDOTTA .....	<b>ERRORE. IL SEGNALIBRO NON È DEFINITO.</b>
<b>3.5 LE CONCENTRAZIONI .....</b>	<b>24</b>
3.5.1 LE ATTIVITÀ SENSIBILI ALLE CONCENTRAZIONI .....	<b>ERRORE. IL SEGNALIBRO NON È DEFINITO.</b>
3.5.2 REGOLE DI CONDOTTA .....	<b>ERRORE. IL SEGNALIBRO NON È DEFINITO.</b>
<b>3.6 AIUTI DI STATO .....</b>	<b>25</b>
3.6.1 LE ATTIVITÀ SENSIBILI AGLI AIUTI DI STATO .....	<b>ERRORE. IL SEGNALIBRO NON È DEFINITO.</b>
3.6.2 REGOLE DI CONDOTTA: .....	<b>ERRORE. IL SEGNALIBRO NON È DEFINITO.</b>
<b>3.7 POLITICHE COMMERCIALI SCORRETTE .....</b>	<b>25</b>
3.7.1 LE ATTIVITÀ SENSIBILI ALLE POLITICHE COMMERCIALI SCORRETTE.....	<b>ERRORE. IL SEGNALIBRO NON È DEFINITO.</b>
3.7.2 REGOLE DI CONDOTTA .....	<b>ERRORE. IL SEGNALIBRO NON È DEFINITO.</b>
<b>3.8 CONCORRENZA SLEALE .....</b>	<b>28</b>
3.8.1 LE ATTIVITÀ SENSIBILI ALLA CONCORRENZA SLEALE .....	<b>ERRORE. IL SEGNALIBRO NON È DEFINITO.</b>
3.8.2 REGOLE DI CONDOTTA.....	<b>ERRORE. IL SEGNALIBRO NON È DEFINITO.</b>
<b>CAPITOLO 4 - RINVIO: IL SISTEMA DISCIPLINARE .....</b>	<b>ERRORE. IL SEGNALIBRO NON È DEFINITO.</b>
<b>ALLEGATO 1 - LA METODOLOGIA ADOTTATA PER IL RISK ASSESSMENT .....</b>	<b>ERRORE. IL SEGNALIBRO NON È DEFINITO.</b>
<b>ALLEGATO 2 - IL PIANO DELLE AZIONI DI MIGLIORAMENTO .....</b>	<b>ERRORE. IL SEGNALIBRO NON È DEFINITO.</b>
<b>ALLEGATO 3 - PIANO DI AUDIT.....</b>	<b>ERRORE. IL SEGNALIBRO NON È DEFINITO.</b>

 <b>DISTRIBUZIONEGAS</b>	<b>MANUALE DI CONFORMITÀ ALLA NORMATIVA IN MATERIA ANTITRUST E DI TUTELA DEL CONSUMATORE</b>	<i>Rev.</i>	<b>2.0</b>
		<i>Del</i>	<b>18.12.2024</b>

## DEFINIZIONI E RIFERIMENTI

**Società:** Adistribuzionegas Srl (di seguito anche “Società”).

**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.

**Società Controllante (Acea Spa):** Le società che detiene partecipazioni di maggioranza e che in virtù di ciò esercita il controllo in Adistribuzionegas Srl.

**Dipendenti e collaboratori:** i soggetti aventi un rapporto di lavoro subordinato, ivi compresi i dirigenti e i collaboratori legati da un contratto di lavoro, anche temporaneo, con la Società.

**Destinatari:** Tutte le persone che operano nell'interesse di Adistribuzionegas, inclusi Dirigenti e Dipendenti, fornitori, partner e coloro che operano per il conseguimento di obiettivi aziendali, a qualsiasi titolo, direttamente o indirettamente, stabilmente o temporaneamente, in Italia e a all'estero.

**Concorrente:** Ogni impresa, o rappresentante di impresa, che operi, o è potenzialmente in grado di operare, nei mercati in cui è attiva la Adistribuzionegas.

**Normativa Antitrust:** La normativa comunitaria e nazionale in materia di concorrenza e la normativa comunitaria e nazionale di tutela del consumatore applicabile alle condotte della Società.

**Referente Antitrust di Holding / Capogruppo (Acea):** La struttura/ufficio o altra persona della Società Capogruppo Acea S.p.A. responsabile del coordinamento dei Referenti Antitrust di Società. Il Referente Antitrust di Holding in Acea S.p.A. svolge anche il ruolo di Referente Antitrust di Società in Acea S.p.A.

**Referente Antitrust o Referente Antitrust di Società:** La struttura/ufficio o altra persona responsabile del Programma di Compliance Antitrust in Adistribuzionegas.

**Programma di Compliance Antitrust (di seguito anche Programma):** Il Programma di Compliance Antitrust adottato da Adistribuzionegas, finalizzato a prevenire rischi di violazione della Normativa Antitrust. Il Programma di Compliance comprende i modelli e dei documenti realizzati dalla Società per l'individuazione dei rischi antitrust e l'attuazione del relativo sistema di controllo e 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 - anche redatte dalla Capogruppo Acea - (ad esempio: Manuale e Regole di Comportamento, procedure, Regolamento Organizzativo e s.m.i.) e di controllo affidate al Referente Antitrust.

**Rischio Antitrust:** Qualsiasi tipologia di rischio derivante dalla violazione della Normativa Antitrust.



## MANUALE DI CONFORMITÀ ALLA NORMATIVA IN MATERIA ANTITRUST E DI TUTELA DEL CONSUMATORE

Rev.

2.0

Del

18.12.2024

### PREMESSA

#### 1. IL PROGRAMMA DI COMPLIANCE ANTITRUST

L'elaborazione del **Programma di Compliance Antitrust** e la definizione delle sue caratteristiche sono state precedute da una analisi preliminare:

- delle **caratteristiche organizzative della Società**;
- del **contesto e caratteristiche del mercato** in cui la Società opera;
- della **normativa di riferimento e dei rischi** riconducibili al settore economico di appartenenza.

In conformità a quanto richiesto dal Regolamento Organizzativo<sup>1</sup>, il Programma di Compliance Antitrust della Adistribuzionegas, di cui il presente Manuale è parte integrante, è stato sviluppato mediante le seguenti fasi/attività:

- **Mappatura e identificazione** delle aree di attività, delle strutture e dei processi aziendali potenzialmente esposti ad un rischio Antitrust;
- **Identificazione e valutazione del rischio**, anche attraverso interviste con i dirigenti/persone di riferimento delle strutture impattate;
- **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 verifiche e controlli;
- **Promozione** di specifiche, periodiche ed obbligatorie **sessioni formative** ("training") e di aggiornamento del personale;
- **Monitoraggio** costante ed **aggiornamento** periodico del **Programma**.

#### 1.2 ADOZIONE, MODIFICHE E AGGIORNAMENTO

Il **Programma di Compliance Antitrust** è stato espressamente costruito per la **Adistribuzionegas S.r.l** sulla base della situazione attuale delle attività aziendali e dei processi operativi.

Esso è uno strumento vivo e corrispondente alle esigenze di prevenzione e controllo aziendale. In tal contesto, si renderà necessario procedere alla predisposizione di modifiche e/o integrazioni del Programma e della documentazione ad esso allegata laddove intervengano:

- novità legislative antitrust;
- cambiamenti significativi della struttura organizzativa o dei settori di attività della Società;
- nonché ove si riscontrino significative violazioni o elusioni del Programma e/o criticità che ne evidenzino l'inadeguatezza/inefficacia, anche solo parziale.

Il Consiglio di Amministrazione della Società è competente e responsabile dell'adozione del presente Manuale, nonché delle sue integrazioni, modifiche e aggiornamenti.

Il Consiglio attraverso l'Amministratore Delegato ha conferito mandato al Referente Antitrust di Società per apportare al Manuale gli adeguamenti e/o aggiornamenti che si rendano necessari a seguito di modifiche legislative, oppure a seguito di modifiche non sostanziali della struttura organizzativa e delle attività della Società; di tali adeguamenti e/o aggiornamenti occorrerà dare informativa al Consiglio di Amministrazione. Inoltre, la Società attraverso le articolazioni organizzative a ciò preposte, elabora e apporta tempestivamente le modifiche delle procedure e degli altri elementi del sistema di controllo interno, ove tali modifiche appaiano necessarie per l'efficace attuazione del Programma.

Ai fini dell'aggiornamento ovvero della modifica del presente Manuale, il Referente Antitrust sottopone al Consiglio di Amministrazione i risultati delle attività di assessment condotte; quest'ultimo approva i risultati e le azioni da disporre.

<sup>1</sup> Cfr. **Compliance Antitrust e Pratiche Commerciali Scritte di Acea S.p.A.: Regolamento Organizzativo.**

 <b>DISTRIBUZIONEGAS</b>	<b>MANUALE DI CONFORMITÀ ALLA NORMATIVA IN MATERIA ANTITRUST E DI TUTELA DEL CONSUMATORE</b>	<i>Rev.</i>	<b>2.0</b>
		<i>Del</i>	<b>18.12.2024</b>

La Società, consapevole dell'importanza di adottare un sistema di controllo nella liceità e nella correttezza della conduzione di ogni attività aziendale, garantisce la funzionalità, l'aggiornamento e la costante attuazione del Programma e della documentazione che lo costituisce secondo quanto previsto dalle Linee Guida dell'Authority e dai relativi aggiornamenti, nonché in base alle best practices di settore, tenendo in debita considerazione anche i pronunciamenti giurisprudenziali.

Il monitoraggio e la verifica del Programma avvengono sia attraverso attività sistematiche di valutazione dell'efficacia delle diverse componenti che compongono il Programma (i.e. mappatura e valutazione del rischio, formazione, emanazione policy/linee guida, verifica delle procedure) sia in occasione di eventi significativi (ad esempio in caso di evoluzione o mutamenti dell'attività o della struttura della Società e/o delle Disposizioni Organizzative interne e/o del contesto in cui la Società opera, ovvero in caso di modifiche normative in materia Antitrust, ovvero ancora sulla base di *best practice* di riferimento o di eventuali criticità riscontrate).

In ogni caso, anche in assenza di variazioni significative nell'organizzazione e nelle attività aziendali, il **processo di Risk Assessment dovrà essere ripetuto con cadenza almeno annuale al fine di verificare la validità della mappatura dei processi, dei livelli di rischio e dei presidi aziendali di prevenzione.**

### 1.3 COMUNICAZIONE E FORMAZIONE

Affinché il **Programma di Compliance Antitrust** e la documentazione che ne costituisce parte siano un costante riferimento nelle attività aziendali nonché uno strumento per la diffusione e sensibilizzazione dei Destinatari in materia, lo stesso deve essere **oggetto di ampia attività di comunicazione e formazione**.

I membri del Consiglio di Amministrazione, con dichiarazione resa anche nell'ambito della deliberazione di adozione o di aggiornamento del Manuale, affermano di conoscerne i contenuti e di impegnarsi a rispettarli. Inoltre, è obbligatorio che i contenuti generali e specifici del Manuale siano oggetto di comunicazione a tutti i dipendenti al momento della sua approvazione, ai nuovi dipendenti al momento dell'assunzione e ai collaboratori al momento della stipula del contratto. Nello specifico, le competenti funzioni aziendali forniscono ai terzi coinvolti in attività a rischio antitrust, e con i quali intrattengono rapporti di collaborazione professionale, idonea informativa sull'adozione del Programma Antitrust. È prevista, altresì, la pubblicazione dello stesso all'interno della Intranet aziendale.

In aggiunta, è prevista un'attività di formazione in ambito, sia periodica che ad evento, gestita dalle competenti funzioni aziendali, avente come obiettivo quello di garantire la conoscenza e la consapevolezza circa il Programma adottato dalla Società. In tal contesto, le competenti funzioni aziendali predispongono specifici piani formativi tenendo in considerazione, tra gli altri, il target, i contenuti, gli strumenti ed i tempi di erogazione.

Con particolare riferimento alla formazione "ad evento", questa è attivata, a titolo esemplificativo, in caso di modifiche alla normativa antitrust, nonché in caso di modifiche e/o aggiornamenti del Manuale.

Inoltre, viene erogata specifica formazione ai neoassunti, o sulla base delle necessità, agli altri soggetti coinvolti.

Tale attività formativa prevede differenti modalità di erogazione, sia mediante il supporto di strumenti informatici (ad esempio: intranet aziendale, corsi on-line, e-learning), sia attraverso appositi corsi di formazione in aula differenziata sulla base dei destinatari finali (qualifica, funzioni di rappresentanza, ecc.).

È fatto obbligo nei confronti dei responsabili delle funzioni aziendali della Società di diffondere e vigilare sull'osservanza del presente Manuale.

## 2.

-OMISSIS-

 <b>Q DISTRIBUZIONE GAS</b>	<b>MANUALE DI CONFORMITÀ ALLA NORMATIVA IN MATERIA ANTITRUST E DI TUTELA DEL CONSUMATORE</b>	<i>Rev.</i>	<i>2.0</i>
		<i>Del</i>	<i>18.12.2024</i>

### **3. IL MANUALE DI CONFORMITÀ ALLA NORMATIVA IN MATERIA ANTITRUST E DI TUTELA DEL CONSUMATORE: PRINCIPI GENERALI**

Il presente Manuale è redatto in conformità alle Linee guida sulla Compliance Antitrust emanato dall'AGCM in data 25 settembre 2018 e delle Linee Guida di Compliance Antitrust e Tutela del Consumatore della capogruppo Acea Spa ed è adottato in attuazione delle politiche del Gruppo ACEA in materia di Antitrust e contrasto delle pratiche commerciali scorrette, integrandosi nel quadro delle norme e delle regole di condotta generale già vigenti per il medesimo Gruppo.

In coerenza con il Programma di Compliance Antitrust di Acea S.p.A., la Società ha recepito il Regolamento Organizzativo Compliance Antitrust e Pratiche Commerciali Scorrette e il Manuale Antitrust di Gruppo, adeguandolo in funzione della propria specificità e del contesto in cui opera. La Adistribuzionegas, pertanto, nella seduta del Consiglio di Amministrazione 27 aprile 2022 ha deliberato di adottare il Manuale Antitrust e il Regolamento Organizzativo approvati da Acea S.p.A., e nominato il Referente Antitrust di Società, con i compiti e i poteri descritti nel predetto Regolamento e, in particolare, con il compito di adeguare il Manuale Antitrust alle caratteristiche della Società ed al contesto di mercato in cui la stessa opera.

Il presente documento costituisce parte integrante del più ampio **Programma di Compliance Antitrust** della Società e costituisce espressione ed attuazione dei principi del Codice Etico ai sensi del quale la tutela della concorrenza e del consumatore costituiscono valori fondanti dell'attività di Adistribuzionegas Srl.

**Il Programma di Compliance Antitrust di Adistribuzionegas è costituito dai seguenti principali elementi:**

- Manuale di Conformità Antitrust;
  - Mappatura e valutazione dei rischi (Risk Map);
  - Flussi informativi;
  - Procedure operative
  - Formazione in materia;
  - Piano di Audit Antitrust;
  - Piano di Miglioramento

Il Manuale, in prima emissione, ha l'obiettivo di garantire il **pieno rispetto della Normativa Antitrust**. Tale Normativa non prevede una elencazione puntuale di condotte vietate ed il Manuale si propone, pertanto, di offrire uno strumento di supporto - ancorché non esaustivo e comunque suscettibile di aggiornamenti futuri - per la **conoscenza dei principali elementi normativi**, oltre che per l'individuazione delle situazioni a potenziale **rischio di violazione**, e di fornire una **guida circa i corretti comportamenti** che tutti i Destinatari sono tenuti ad adottare al fine di ridurre i rischi di violazione della Normativa Antitrust e di Tutela del Consumatore.

La diffusione della conoscenza della Normativa richiede una continua attività di aggiornamento e formazione, e pertanto a tutti i dipendenti della Società è richiesto di partecipare a **specifici interventi formativi**.

Tutti i dipendenti della Adistribuzionegas sono tenuti a contattare il Referente Antitrust di Società<sup>2</sup>:

- ogni qualvolta individuino una situazione a potenziale rischio, al fine di ottenere il necessario supporto,
  - per qualsiasi dubbio ed esigenza di valutazione di casi concreti,
  - al fine di ottenere assistenza sull'interpretazione del Manuale e più in generale le sull'ambito di applicazione della Normativa Antitrust.

Sono altresì tenute a fornire al Referente Antitrust tutte le informazioni utili per la valutazione di casi specifici nonché ogni eventuale ulteriore informazione richiesta.

### **3.1 I DESTINATARI DEL MANUALE DI CONFORMITÀ**

Il presente Manuale è rivolto a tutte le persone che operano nell'interesse della Società inclusi amministratori, sindaci, dirigenti, dipendenti, fornitori, partner e coloro che operano per il conseguimento di obiettivi aziendali, a qualsiasi titolo, direttamente o indirettamente, stabilmente o temporaneamente, in Italia e all'estero.

<sup>2</sup> Cfr. Compliance Antitrust e Pratiche Commerciali Scorrette di Acea S.p.A.: Regolamento Organizzativo.

 <b>DISTRIBUZIONEGAS</b>	<b>MANUALE DI CONFORMITÀ ALLA NORMATIVA IN MATERIA ANTITRUST E DI TUTELA DEL CONSUMATORE</b>	<i>Rev.</i>  <i>Del</i>	<b>2.0</b>  <b>18.12.2024</b>
--	--	-------------------------------	-------------------------------------

**4**

-OMISSIS-

**4.1**

-OMISSIS-

-OMISSIS-

-OMISSIS-

## **6. CONTRASTO ALLE CONDOTTE ILLICITE**

La Adistribuzionegas intende garantire la conformità del proprio operato alla Normativa Antitrust e al presente Manuale e a tal fine prevede, nell'ambito del più ampio Programma di Compliance Antitrust, una serie di misure, anche di tipo organizzativo, finalizzate alla prevenzione e al contrasto delle condotte illecite.

Ciascun Destinatario, in coerenza con quanto disposto dal Codice Etico, ha il **dovere di segnalare** tempestivamente - ai soggetti e secondo le modalità indicate nella **procedura “Whistleblowing”** vigente - i casi in cui ritenga sia stata posta in essere, eventualmente anche da parte di altri Destinatari, una possibile violazione della Normativa Antitrust e/o del Manuale.

Il Referente Antitrust, nel caso in cui venga a conoscenza, in qualsiasi modo, di concreti rischi di violazione della Normativa Antitrust e del presente Manuale, avvia le opportune verifiche con le strutture interessate e, se del caso, segnala, previa informativa al Responsabile gerarchico della risorsa, tale violazione all'organo / funzione aziendale competente per l'accertamento e la contestazione dell'illecito disciplinare e per l'irrogazione delle relative sanzioni<sup>3</sup>.

QR CODE 2 \_ Whistleblowing: il sistema di segnalazioni interno - Gruppo Acea




---

<sup>3</sup> Cfr. Capitolo 4.



## MANUALE DI CONFORMITÀ ALLA NORMATIVA IN MATERIA ANTITRUST E DI TUTELA DEL CONSUMATORE

Rev.	2.0
Del	18.12.2024

La procedura whistleblowing assicura il massimo grado di confidenzialità e riservatezza nel trattamento delle segnalazioni, tutela i segnalanti contro eventuali ritorsioni, mantenendone riservata l'identità, salvo specifici obblighi di legge.

La Piattaforma adottata assicura la riservatezza dell'identità del segnalante, l'archiviazione sicura dei documenti trasmessi e caricati e la gestione riservata dei processi di analisi e gestione, garantisce le tutele previste dal D. Lgs. n. 24/2023 ed è pertanto ritenuto preferenziale rispetto a qualsiasi altro canale che si dovesse utilizzare.



## MANUALE DI CONFORMITÀ ALLA NORMATIVA IN MATERIA ANTITRUST E DI TUTELA DEL CONSUMATORE

Rev.	2.0
Del	18.12.2024

### CAPITOLO 1 - CARATTERISTICHE DELL'IMPRESA

#### 1.1 INQUADRAMENTO GENERALE

La Adistribuzionegas S.r.l. (già Alto Sangro Distribuzione Gas S.r.l. che dal 3 agosto 2021 ha modificato la denominazione sociale in Adistribuzionegas Srl) è una Società con sede legale a Forlì (FC) che ha per oggetto “la realizzazione e gestione degli impianti relativi al pubblico servizio di distribuzione del gas combustibile per gli usi civili, industriali, artigianali, commerciali e per qualsiasi altra applicazione tecnica e tecnologica propria del gas distribuito sul territorio nazionale (...)”<sup>4</sup>. Per l'esercizio delle proprie attività, la Società può partecipare a gare indette da Enti Pubblici, per l'attribuzione del servizio pubblico locale di distribuzione del gas naturale.

Nell'ottobre 2021, la Società ha perfezionato l'operazione straordinaria per la quale la Adistribuzionegas S.r.l. ha incorporato per fusione la Pescara Distribuzione Gas S.r.l.

Ad oggi la Società è controllata da ACEA S.p.A.; la compagine societaria si compone di due ulteriori soci, con partecipazione minoritaria al capitale sociale, Mediterranea Energia e Alma CIS.

A partire dal 1° ottobre 2022 la Adistribuzionegas ha perfezionato l'operazione “ROMEO GAS”, la quale ha portato la Società di operare come distributore nei seguenti ulteriori Ambiti Territoriali Minimi (ATEM):

- Chieti 1 (CH) - nord ovest,
- Chieti 2 (CH) - est sud,
- Campobasso (CB) - 1 Comune;
- Isernia (IS) - 1 Comune;
- Salerno 2 (SA) - 1 Comune.

La Adistribuzionegas ha adottato il Codice Etico di Gruppo e aggiornato il proprio Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo (ai sensi del D.lgs. 231/01) in data 24 luglio 2024.

La Società opera negli Ambiti Territoriali Minimi (ATEM) di:

- Pescara (PE),
- L'Aquila 1 (AQ) - nord ovest,
- L'Aquila 2 (AQ) - sud ovest,
- L'Aquila 3 (AQ) - est,
- Chieti 1 (CH) - nord ovest,
- Chieti 2 (CH) - est sud,
- Campobasso (CB) - 1 Comune;
- Isernia (IS) - 1 Comune;
- Salerno 2 (SA) - 1 Comune.

Nell'ATEM di Pescara la Società opera in virtù di un contratto di concessione per il servizio pubblico stipulato con il Comune di Pescara; tale concessione è tuttavia scaduta in data 27/03/2018. Ad oggi, pur essendo scaduto il contratto, la gestione resta in essere in regime di “prorogatio” in quanto la società Adistribuzionegas S.r.l., ai sensi dell'art.14 comma 7 del D.Lgs. n.164/2000 e s.m.i., è obbligata a proseguire la gestione del servizio fino alla data di decorrenza del nuovo affidamento. La Adistribuzionegas nel 2022 ha stipulato con il Comune un accordo transattivo di durata triennale.

Negli ATEM dell'Aquila e Chieti alcuni contratti sono ancora attivi, mentre in altri si trovano in regime di “prorogatio”.

<sup>4</sup> Statuto Adistribuzionegas Srl - Oggetto sociale.



## MANUALE DI CONFORMITÀ ALLA NORMATIVA IN MATERIA ANTITRUST E DI TUTELA DEL CONSUMATORE

Rev.

2.0

Del

18.12.2024

### 1.4 STRUTTURA ORGANIZZATIVA E FRAMEWORK DEI PROCESSI

La Società ha un organico snello (attualmente circa 50 dipendenti).

L'operatività della Adistribuzionegas è riconducibile a «processi», intesi come insieme di attività tra esse correlate e finalizzate al raggiungimento della missione e alla generazione di valore per la sostenibilità aziendale. I processi si distinguono in:

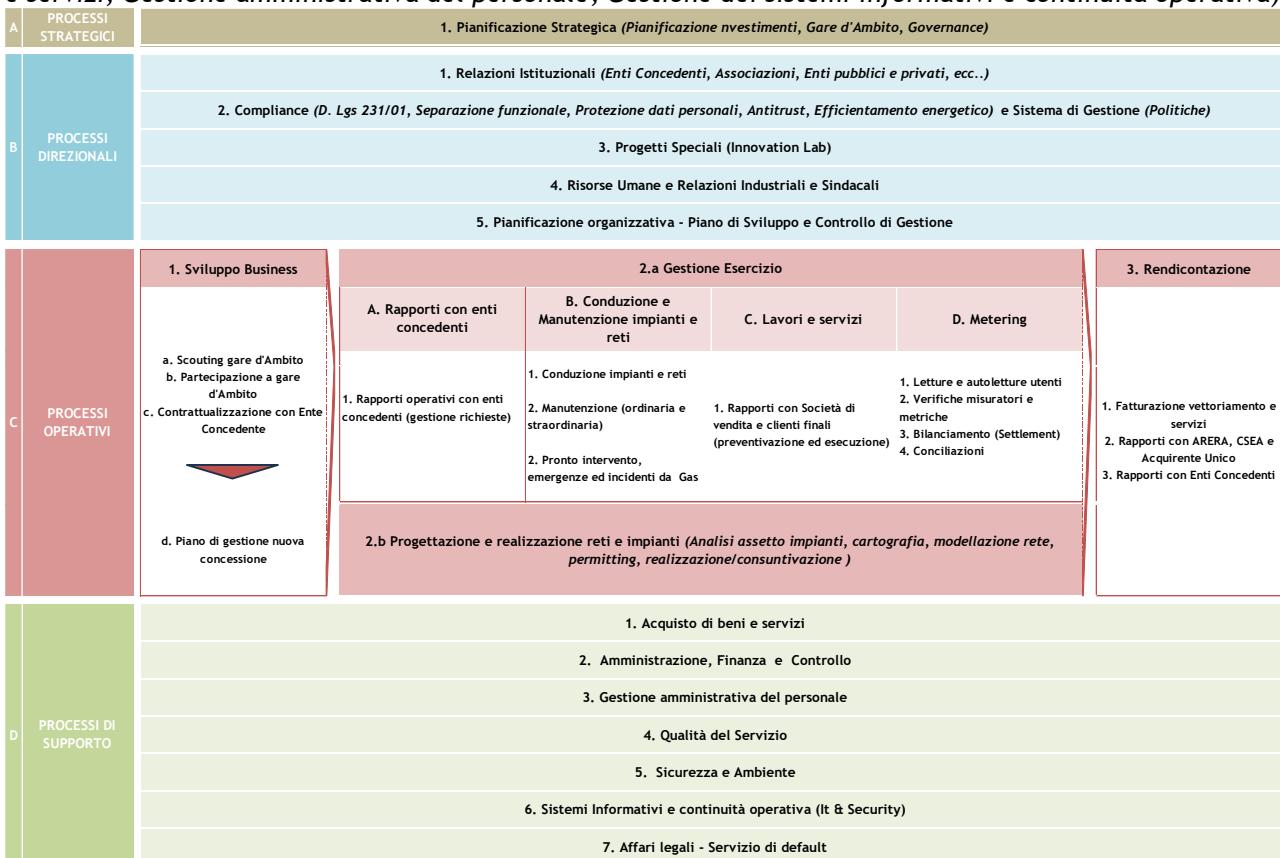
- A. Strategici
- B. Direzionali
- C. Operativi
- D. Di Supporto

**A. Strategici:** attengono al governo della Società (*pianificazione strategica e partecipazione a Gare d'Ambito*);

**B. Direzionali:** attengono la direzione, intesa come pianificazione operativa della Società (es. *gestione delle Relazioni Istituzionali, Compliance, Progetti Speciali, ecc.*);

**B. Operativi:** attengono alla gestione delle attività svolte in concessione dalla Società (es. *Manutenzione e Impianti, Servizio di Distribuzione e Rendicontazione*);

**C. Supporto:** attengono alla gestione di processi necessari al funzionamento della Società (es. *Acquisto beni e servizi, Gestione amministrativa del personale, Gestione dei sistemi informativi e continuità operativa*).





**MANUALE DI CONFORMITÀ ALLA NORMATIVA IN MATERIA  
ANTITRUST E DI TUTELA DEL CONSUMATORE**

<i>Rev.</i>	<b>2.0</b>
<i>Del</i>	<b>18.12.2024</b>

 <b>DISTRIBUZIONEGAS</b>	<b>MANUALE DI CONFORMITÀ ALLA NORMATIVA IN MATERIA ANTITRUST E DI TUTELA DEL CONSUMATORE</b>	<i>Rev.</i>  <i>Del</i>	<b>2.0</b>  <b>18.12.2024</b>
--	--	-------------------------------	-------------------------------------

## CAPITOLO 2 - CONTESTO OPERATIVO E MERCATO DI RIFERIMENTO

### 2.1 PREMESSA E DEFINIZIONI

La posizione dell’impresa nel mercato costituisce un elemento di assoluto rilievo ai fini della normativa antitrust.

Il mercato rilevante può essere definito come “*il più piccolo contesto (insieme di prodotti, area geografica) nel cui ambito è possibile, tenendo conto delle esistenti opportunità di sostituzione, la creazione di un significativo grado di potere di mercato*”<sup>5</sup>.

Il mercato rilevante è costituito da:

- I. Il mercato del **prodotto rilevante**,
- II. Il mercato **geografico rilevante**.

#### I. Il mercato del prodotto rilevante<sup>6</sup>

Un mercato del prodotto rilevante comprende tutti i beni e servizi che sono considerati intercambiabili o sostituibili dal consumatore, in ragione delle loro caratteristiche, dei loro prezzi e dell’uso al quale sono destinati.

I fattori pertinenti ai fini della definizione del mercato del prodotto rilevante comprendono tutti gli elementi che spiegano perché determinati beni o servizi vi sono inclusi e altri ne sono esclusi, facendo riferimento alla definizione di cui sopra e tenendo conto, per esempio, delle caratteristiche dei prodotti, dei prezzi, delle funzioni d’uso e degli altri fattori pertinenti per la definizione dei mercati del prodotto.

La definizione del mercato del prodotto rilevante si basa generalmente sulla possibilità di sostituzione dal lato della domanda<sup>7</sup>. Tuttavia, al fine di determinare le condizioni di concorrenza sul mercato, l’Autorità può anche valutare la possibilità di sostituzione dal lato dell’offerta, vale a dire la possibilità per altri produttori di riconvertire agevolmente la loro capacità produttiva in maniera da potere immettere sul mercato beni o servizi sostituti di quelli offerti dai partecipanti all’intesa.

#### II. Il mercato geografico rilevante<sup>8</sup>

Un mercato geografico rilevante comprende l’area nella quale i partecipanti all’intesa forniscono beni e servizi rilevanti e che può essere tenuta distinta dalle zone geografiche contigue per l’assenza di significative possibilità di sostituzione geografica.

Tra gli elementi pertinenti per la determinazione del mercato geografico rilevante rientrano la natura e le caratteristiche dei beni e servizi di cui trattasi, l’incidenza dei costi di trasporto, l’esistenza di altri ostacoli all’entrata, le preferenze dei consumatori, sensibili differenze delle quote di mercato delle imprese tra aree geografiche contigue, sostanziali differenze di prezzo.

<sup>5</sup> Cfr. L’individuazione Del Mercato Rilevante Nella Tutela Della Concorrenza di Ginevra Bruzzone (*Direzione Studi Economici e Giuridici, Autorità garante della concorrenza e del mercato*) - <https://www.agcm.it/dotcmsDOC/temi-e-problemi/tp001.pdf>.

<sup>6</sup> Cfr. AGCM Capitolo 3. - Informazioni Sul Mercato Rilevante Dell’intesa - Sezione 1 - Definizione del mercato rilevante. <https://www.agcm.it/servizi/modulistica/concorrenza/dettaglio?id=ccf8b3a5-449a-4515-badd-3fd06885c349&parent=Formulario%20intese&parentUrl=/servizi/modulistica/concorrenza/formulario-intese>

<sup>7</sup> Per approfondimento si veda: L’individuazione Del Mercato Rilevante Nella Tutela Della Concorrenza di Ginevra Bruzzone (*Direzione Studi Economici e Giuridici, Autorità garante della concorrenza e del mercato*) - Sostituibilità dal lato della domanda e dal lato dell’offerta <https://www.agcm.it/dotcmsDOC/temi-e-problemi/tp001.pdf>.

<sup>8</sup> Cfr. AGCM Capitolo 3. - Informazioni Sul Mercato Rilevante Dell’intesa - Sezione 1 - Definizione del mercato rilevante. <https://www.agcm.it/servizi/modulistica/concorrenza/dettaglio?id=ccf8b3a5-449a-4515-badd-3fd06885c349&parent=Formulario%20intese&parentUrl=/servizi/modulistica/concorrenza/formulario-intese>.

 <b>DISTRIBUZIONEGAS</b>	<b>MANUALE DI CONFORMITÀ ALLA NORMATIVA IN MATERIA ANTITRUST E DI TUTELA DEL CONSUMATORE</b>	<i>Rev.</i>	<b>2.0</b>
		<i>Del</i>	<b>18.12.2024</b>

## 2.2 “FATTISPECIE” DI RISCHIO ANTITRUST E IL MERCATO RILEVANTE

L'esigenza di individuare un mercato rilevante si pone con riferimento all'individuazione della capacità di **un'intesa** di alterare *"in maniera consistente il gioco della concorrenza"* e - nel caso di presunta violazione dell'articolo 3 (Abuso di posizione dominante) - al fine di accertare l'esistenza di una **posizione dominante** e le eventuali caratteristiche abusive di un dato comportamento. In altre parole, l'**identificazione di un mercato di riferimento è funzionale alla stessa individuazione delle restrizioni della concorrenza vietate ai sensi degli articoli 2 (Intese restrittive della libertà di concorrenza, e 3 (Abuso di posizione dominante) della legge**. Inoltre l'art.6 della Legge Antitrust (Divieto delle operazioni di concentrazione restrittive della libertà di concorrenza) riporta: *"Tale situazione deve essere valutata tenendo conto delle possibilità di scelta dei fornitori e degli utilizzatori, della posizione sul mercato delle imprese interessate, del loro accesso alle fonti di approvvigionamento o agli sbocchi di mercato, della struttura dei mercati,...delle barriere all'entrata sul mercato delle imprese concorrenti..."* facendo anche esso riferimento al mercato economico rilevante (indicatore da considerare nell'analizzare gli effetti sulla concorrenza di un'operazione di concentrazione)<sup>9</sup>.

Ciò considerato quindi, anche se a livello normativo non è esplicitamente imposto che venga individuato un mercato rilevante come stadio distinto del processo di valutazione di un'intesa, di un presunto comportamento abusivo o di un'operazione di concentrazione, esiste un ampio numero di riferimenti indiretti da cui emerge l'opportunità di fare riferimento, nell'analisi dei casi, a una nozione di mercato chiaramente definita. In particolare, **indicatori strutturali quali le quote di mercato detenute dalle imprese o il grado di concentrazione dell'offerta sono necessariamente individuati "rispetto a un mercato"**.

Ad esempio, i rischi collusivi possono dipendere dal **numero di imprese attive, dalle dimensioni (relative) delle stesse, dal grado di trasparenza delle condizioni commerciali, dalla frequenza dei contatti tra le imprese** (ad esempio in sede di riunioni di associazioni di categoria), ecc<sup>10</sup>.

Analogamente, per **un'impresa in posizione dominante, i rischi antitrust possono dipendere dall'organizzazione della filiera produttiva, ossia dai rapporti che l'impresa intrattiene con clienti e fornitori**.

Anche la **dinamicità del contesto competitivo** può assumere rilievo, in quanto **incide sul rischio antitrust fronteggiato dall'impresa** (si pensi, ad esempio, a condotte poste in essere da un'impresa dominante per fronteggiare l'ingresso di nuovi concorrenti) e di conseguenza sull'esigenza di un monitoraggio continuo dell'adeguatezza del programma di *compliance*.

## 2.3 IL MERCATO RILEVANTE PER ADISTRIBUZIONEGAS SRL

*“L'individuazione del mercato rilevante va correttamente intesa non come un fine a sé stante, ma come una delle fasi funzionali alla valutazione concorrenziale di un atto o di un comportamento”*<sup>11</sup>.

In altre parole, stando a quanto precedentemente riportato, ed a quanto suggerito dalle più comuni interpretazioni e prassi in materia, **l'individuazione del mercato rilevante (in tutte le sue peculiarità) risulta necessaria qualora si presenti un caso concreto di potenziale violazione ad una fattispecie antitrust (rischio antitrust)**.

Ciò premesso, nel proseguo ci si limiterà quindi ad analizzare la situazione del **mercato attuale nella quale la Società opera**, facendo riferimento all'impostazione adottata dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) nel Provvedimento n. 26957 - AGCM C12125 nei confronti di 2i Rete Gas S.p.A. e Nedgia

<sup>9</sup> Cfr. L'individuazione Del Mercato Rilevante Nella Tutela Della Concorrenza di Ginevra Bruzzone (*Direzione Studi Economici e Giuridici, Autorità garante della concorrenza e del mercato*) - *Perché individuare i mercati rilevanti nell'applicazione della normativa a tutela della concorrenza* - <https://www.agcm.it/dotcmsDOC/temi-e-problemi/tp001.pdf>.

<sup>10</sup> Cfr. Agcm - Linee Guida sulla Compliance Antitrust - Contesto di Mercato: [https://www.agcm.it/dotcmsdoc/linee-guida-compliance/linee\\_guida\\_compliance\\_antitrust.pdf](https://www.agcm.it/dotcmsdoc/linee-guida-compliance/linee_guida_compliance_antitrust.pdf).

<sup>11</sup> Cfr. L'individuazione Del Mercato Rilevante Nella Tutela Della Concorrenza di Ginevra Bruzzone (*Direzione Studi Economici e Giuridici, Autorità garante della concorrenza e del mercato*) - *Perché individuare i mercati rilevanti nell'applicazione della normativa a tutela della concorrenza* - <https://www.agcm.it/dotcmsDOC/temi-e-problemi/tp001.pdf>.

 <b>DISTRIBUZIONEGAS</b>	<b>MANUALE DI CONFORMITÀ ALLA NORMATIVA IN MATERIA ANTITRUST E DI TUTELA DEL CONSUMATORE</b>	<i>Rev.</i>	<i>2.0</i>
		<i>Del</i>	<i>18.12.2024</i>

S.p.A.<sup>12</sup> (operazione di concentrazione - acquisizione<sup>13</sup>), nonché richiamata per la definizione del mercato del servizio di distribuzione di gas nel documento “Manuale di Conformità alla Normativa Antitrust dalla capogruppo Acea Spa<sup>14</sup>.

La Adistribuzionegas Srl è una società, appartenente al Gruppo Acea, che opera nel settore del gas in particolare nel mercato del servizio di distribuzione del gas naturale per usi civili e industriali sul territorio abruzzese (ATEM di Pescara e L’Aquila). **Sulla base dell’ultimo bilancio chiuso la società ha fatturato circa 12 mln di euro<sup>15</sup>.**

Il servizio di distribuzione di gas naturale consiste nello svolgimento di varie attività connesse alla gestione della rete locale di distribuzione del gas a bassa e media pressione, quali: la manutenzione e il potenziamento degli impianti, la gestione del pronto intervento, il bilanciamento fisico e commerciale, la lettura, gestione e aggiornamento dei contatori installati, nonché la realizzazione delle prestazioni tecniche e degli accertamenti sulla sicurezza degli impianti dei clienti finali. **Questo servizio è svolto, per Legge, in regime di monopolio legale sulla base di una concessione e, pertanto, l’unica forma di concorrenza possibile in questa attività è quella relativa alla partecipazione alle gare d’ambito per l’affidamento delle concessioni venute a scadenza (cd. concorrenza per il mercato)<sup>16</sup>.**

Il mercato rilevante di una società di distribuzione del gas quindi - secondo il quadro normativo vigente e come già affermato in numerosi precedenti dell’AGCM - dovrà ritenersi coincidente con ciascuna gara d’ATEM; pertanto, **l’estensione geografica del mercato coincide, per la Adistribuzionegas, con l’area di distribuzione rifornita dall’impresa concessionaria.**

Nell’operazione di concentrazione<sup>17</sup> che in questa sede si prende in esame, l’Autorità dichiara che: *“gli effetti dell’operazione in questo settore sono misurati in relazione ai mercati (futuri) delle gare d’ambito, avendo riguardo all’incidenza della stessa sul grado di concorrenza attesa in ciascuna gara interessata”*. La valutazione dell’Autorità Antitrust (AGCM) - come la stessa riporta all’interno dell’Istruttoria - discende da:

- **la configurazione delle gestioni esistenti** (posto il notevole vantaggio associato, in sede di gara, alla qualifica di gestore uscente prevalente)<sup>18</sup>,
- **la probabilità che altri operatori, anche attualmente non presenti nell’ATEM, partecipino alla gara.**

Con riferimento a questa seconda considerazione è bene approfondire i principali “driver” che condizionano tale interesse:

- il grado di contendibilità percepita per l’ATEM (*in prima approssimazione dipendente dalla quota detenuta dal principale gestore uscente sul totale dei PDR dell’ATEM*),
- alcune caratteristiche dell’ipotetico concorrente, quali la sua eventuale **presenza nell’area geografica circostante o, più in generale, la sua dimensione (capacità finanziaria)**.

In coerenza con tale impostazione, nel prossimo capitolo sono riportate alcune informazioni / dati utili in merito alla “configurazione” attuale dell’ATEM ed alcuni “driver” utili al fine di fornire un quadro complessivo del mercato in cui la Società opera.

<sup>12</sup> Cfr. <https://www.agcm.it/dotcmsDOC/bollettini/4-18.pdf>.

<sup>13</sup> Cfr. articolo 5, comma 1, lettera b), della Legge n. 287/1990.

<sup>14</sup> Cfr. ACEA Spa “Manuale di Conformità alla Normativa Antitrust”.

<sup>15</sup> Si ricorda che ai sensi del Regolamento CE n. 139/2004, la Società deve valutare se è soggetta all’obbligo di comunicazione preventiva disposto dall’articolo 16, comma 1, della stessa Legge (quanto il fatturato totale realizzato nell’ultimo esercizio a livello nazionale dall’insieme delle imprese interessate è stato superiore a 511 milioni di euro e il fatturato totale realizzato individualmente in Italia nell’ultimo esercizio da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 31 milioni di euro).

<sup>16</sup> Cfr. <https://www.agcm.it/dotcmsDOC/bollettini/4-18.pdf> pag. 30.

<sup>17</sup> Si presume tuttavia che tale impostazione possa essere valida anche per le “fattispecie di cui all’Art 2 e 3 della Legge Antitrust.

<sup>18</sup> Da istruttorie condotte dall’AGCM su tali mercati: *“...la grande maggioranza degli operatori considera l’essere presenti in un ATEM un vantaggio capace di condizionare le strategie delle imprese nella partecipazione alle gare sia in positivo (inducendole a concentrarsi sulle gare d’ATEM nei quali esse sono già presenti) sia in negativo (inducendole a ritenerne scarsamente contendibili gli ATEM nei quali è presente un forte gestore uscente e, quindi, a non prevedere la partecipazione alle relative gare”*. Cfr. <https://www.agcm.it/dotcmsDOC/bollettini/4-18.pdf> pag.31.

 <b>DISTRIBUZIONEGAS</b>	<b>MANUALE DI CONFORMITÀ ALLA NORMATIVA IN MATERIA ANTITRUST E DI TUTELA DEL CONSUMATORE</b>	<i>Rev.</i>	<b>2.0</b>
		<i>Del</i>	<b>18.12.2024</b>

## CAPITOLO 3 - NORMATIVA ANTITRUST E TUTELA DEL CONSUMATORE E REGOLE DI CONDOTTA

### 3.1 LE INTESE RESTRITTIVE DELLA CONCORRENZA

L'art. 101, par. 1 del TFUE e l'art. 2 della 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. Come riportato all'interno dell'art.2 comma 3 della Legge Antitrust *"le intese vietate sono nulle ad ogni effetto"*.

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

- fissazione dei prezzi o di altre condizioni contrattuali (**politica dei prezzi**);
- limitazione alla produzione, agli investimenti e allo sviluppo dei concorrenti (compartimentazione del mercato);
- limitazione all'accesso di nuovi concorrenti (c.d. barriera all'entrata);
- discriminazione delle condizioni commerciali applicate; imposizione di prestazioni supplementari estranee all'oggetto del contratto.

#### TIPOLOGIE

La normativa Europea e Nazionale non definiscono / classificano puntualmente la tipologie di intese restrittive della concorrenza vietate, tuttavia, si riportano di seguito le principali restrizioni più comuni nella Giurisprudenza:

- 1) **Restrizioni orizzontali** (intese / accordi tra concorrenti),
- 2) **Restrizioni verticali** (intese / accordi tra soggetti operanti a livelli diversi della filiera produttiva)<sup>19</sup>.

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

Gli accordi verticali, ma spesso anche gli orizzontali impongono una valutazione preventiva (di ogni singolo accordo) da parte del Referente Antitrust nonché del contesto di mercato in cui si inserisce, al fine di verificare le Regole di Condotta (disciplinate nei diversi Regolamenti Comunitari) a cui attenersi.

1) Per quanto concerne le intese fra concorrenti (intese orizzontali), la normativa (sia Europea che Italiana) non definisce in modo puntuale la tipologia delle restrizioni, limitandosi ad indicare alcuni esempi di quest'ultime, 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.*

In particolare, fermo restando che la nozione di restrizione della concorrenza può assumere nella pratica le più svariate connotazioni, giova ricordare le più frequenti casistiche di restrizioni, vale a dire le ipotesi in cui determinate condotte abbiano per oggetto, o anche solo per effetto:

(i) **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;

<sup>22</sup> 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 on facilmente duplicabili. Cfr. Capitolo 2.

 <b>DISTRIBUZIONE GAS</b>	<b>MANUALE DI CONFORMITÀ ALLA NORMATIVA IN MATERIA ANTITRUST E DI TUTELA DEL CONSUMATORE</b>	<i>Rev.</i>	<i>2.0</i>
		<i>Del</i>	<i>18.12.2024</i>

**(ii) 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;

**(iii) la determinazione concertata delle condotte commerciali:** quali il boicottaggio di determinati clienti, la discriminazione nei confronti di determinate tipologie di clienti;

**(iv) 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);

**(v) la limitazione degli sbocchi al mercato:** si tratta delle intese che limitano o riducono la concorrenza nella fase di accesso al mercato, ad esempio tramite il boicottaggio di determinati concorrenti;

**(vi) la ripartizione delle quote di produzione o vendita;**

**(vii) 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-venture, ecc<sup>20</sup>.

2) Anche per quanto concerne le intese / accordi verticali, ovvero quelli che intercorrono tra imprese operanti a livelli diversi della catena produttiva o distributiva (ad esempio, il produttore ed il distributore o rapporti con i fornitori), la disciplina vieta le clausole o gli accordi restrittivi della libertà di concorrenza, sebbene essi comportino spesso benefici a quest'ultima. Ogni singolo accordo verticale pertanto deve essere necessariamente preceduto da una preventiva valutazione dei potenziali effetti sul mercato da parte del Referente Antitrust<sup>21</sup>.

**-OMISSIS-**

**-OMISSIS-**

**OMISSIS-**

**SPECCHIETTO RIASSUNTIVO:** Principali regole di condotta in relazione alle Intese Restrittive della Concorrenza(a titolo esemplificativo)

-OMISSIS-

<sup>22</sup> 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 on facilmente duplicabili. Cfr. Capitolo 2.

<sup>22</sup> 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 on facilmente duplicabili. Cfr. Capitolo 2.

 <b>Q DISTRIBUZIONE GAS</b>	<b>MANUALE DI CONFORMITÀ ALLA NORMATIVA IN MATERIA ANTITRUST E DI TUTELA DEL CONSUMATORE</b>	<i>Rev.</i>	<b>2.0</b>
		<i>Del</i>	<b>18.12.2024</b>

- **SPECCHIETTO RIASSUNTIVO:** Principali regole di condotta nei mercati in cui il Gruppo Acea detiene una “posizione dominante” (a titolo esemplificativo) L’opportunità di partecipazione alla Gara d’Ambito (ATEM) deve essere preventivamente autorizzata dall’Assemblea dei Soci o dal CdA.
- Nella fase di identificazione e valutazione dei possibili accordi con imprese concorrenti, attenersi alle disposizioni in materia Antitrust (italiane e comunitarie) nonché ai principi e disposizioni presenti nel Manuale di Compliance Antitrust della Società e della Capogruppo.
- 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.*).
- Evitare qualsivoglia forma di accordo con i concorrenti, a meno che l’accordo in questione rientri all’interno di un progetto o di un’iniziativa autorizzata dal Consiglio di Amministrazione / Amministratore Delegato e monitorata dal Responsabile Antitrust della Società;
- In tutte le occasioni in cui si hanno contatti o si svolgono incontri con imprese concorrenti (*anche, ad esempio, nell’ambito di Associazioni di Categoria o di una impresa comune*) sono assolutamente vietati gli scambi di informazioni che vertano su variabili sensibili o comunque competitive;
- Evitare ogni contatto, diretto o indiretto, tra imprese che abbia per oggetto o per effetto di influenzare il comportamento sul mercato di un concorrente o di informare tale concorrente sulla condotta che l’impresa stessa ha deciso di porre in atto, facilitando così un esito collusivo sul mercato.
- 
- 
- Verificare che non ci siano incongruenze con la Normativa Antitrust, negli accordi fatti per iscritto.

 <b>DISTRIBUZIONEGAS</b>	<b>MANUALE DI CONFORMITÀ ALLA NORMATIVA IN MATERIA ANTITRUST E DI TUTELA DEL CONSUMATORE</b>	<i>Rev.</i>	<b>2.0</b>
		<i>Del</i>	<b>18.12.2024</b>

### 3.2 ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

L'art. 102 del Trattato e l'art. 3 della Legge Antitrust vietano lo sfruttamento abusivo di una posizione dominante.

Un'impresa detiene una posizione dominante quando può comportarsi in modo significativamente indipendente dai concorrenti, dai fornitori e dai *consumatori (in generale con una quota di mercato pari o superiore al 40%)*<sup>22</sup>. Ciò avviene, in genere, quando detiene quote elevate in un determinato mercato. La legge non vieta quindi la posizione dominante in quanto tale, ma il suo abuso.

Perché si possa configurare tale fattispecie deve essere quindi accertato che:

- l'impresa interessata detiene una posizione dominante su un determinato mercato,
- l'impresa ha posto in essere un abuso della stessa posizione dominante.

#### TIPOLOGIE

Come riportato l'art. 3 del Legge Antitrust: “è vietato l’abuso da parte di una o più imprese di una posizione dominante all’interno del mercato nazionale o in una sua parte rilevante<sup>23</sup>, ed inoltre è vietato<sup>24</sup>:

- a) *imporre direttamente o indirettamente prezzi di acquisto, di vendita o altre condizioni contrattuali ingiustificatamente gravose;*
- b) *impedire o limitare la produzione, gli sbocchi o gli accessi al mercato, lo sviluppo tecnico o il progresso tecnologico, a danno dei consumatori;*
- c) *applicare nei rapporti commerciali con altri contraenti condizioni oggettivamente diverse per prestazioni equivalenti, così da determinare per essi ingiustificati svantaggi nella concorrenza;*
- d) *subordinare la conclusione dei contratti all'accettazione da parte degli altri contraenti di prestazioni supplementari che, per loro natura e secondo gli usi commerciali, non abbiano alcuna connessione con l'oggetto dei contratti stessi.*

-OMISSIS-

: -OMISSIS-

#### **SPECCHIETTO RIASSUNTIVO: Principali regole di condotta in relazione all'Abuso di Posizione Dominante (a titolo esemplificativo)**

- Il Referente Antitrust valuta di concerto con l'Amministratore Delegato, previa lettura dei verbali del Cda, eventuali strategie societarie che possano costituire un potenziale abuso di posizione dominante.
- Nei rapporti con la l'Ente Concedente / Stazione Appaltante attenersi ai criteri di correttezza, trasparenza e documentabilità ed alle norme di comportamento previste nel presente Manuale, nel Modello di Organizzazione Gestione e Controllo e nel Codice Etico.

<sup>22</sup> 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 on facilmente duplicabili. Cfr. Capitolo 2.

<sup>23</sup> Cfr. Capitolo 2, par.2.3 “Il Mercato Rilevante per la Adistribuzionegas”.

<sup>25</sup> Cfr. Capitolo 2, par.2.3 “Il Mercato Rilevante per la Adistribuzionegas”.



## MANUALE DI CONFORMITÀ ALLA NORMATIVA IN MATERIA ANTITRUST E DI TUTELA DEL CONSUMATORE

Rev.	2.0
Del	18.12.2024

- Nei rapporti con le Stazione Appaltante evitare rifiuti ingiustificati o ritardi nel fornire documenti o informazioni necessarie per la predisposizione della documentazione di gara e la successiva pubblicazione del bando ed espletamento della gara.
- Verificare che tutti i documenti trasmessi all'Ente Concedente / Stazione Appaltante rispondano ai requisiti di correttezza e completezza.
- In tutte le occasioni in cui si hanno contatti o si svolgono incontri con imprese concorrenti (*anche, ad esempio, nell'ambito di Associazioni di Categoria o di una impresa comune*) sono assolutamente vietati gli scambi di informazioni che vertano su variabili sensibili.
- Evitare ogni contatto, diretto o indiretto, tra imprese che abbia per oggetto o per effetto di influenzare il comportamento sul mercato di un concorrente o di informare tale concorrente sulla condotta che l'impresa stessa ha deciso di porre in atto, facilitando così un esito collusivo sul mercato.
- Astenersi dalla partecipazione a riunioni il cui o getto preveda chiaramente uno scambio di informazioni sensibili ed informare il Referente Antitrust di Società in caso di dubbi.
- Informare tempestivamente degli argomenti discussi il Referente Antitrust nel caso di dubbi sul contenuto degli argomenti discussi.
- Evitare discriminazioni ingiustificate tra clienti (o tra fornitori).
- Verificare che le azioni di retention, win-back o comunque rivolte a clienti di specifici concorrenti non avvengano mediante l'improprio utilizzo di informazioni che il Gruppo detiene nella sua qualità di monopolista legale o titolare di diritti speciali.
- ).

 <b>DISTRIBUZIONEGAS</b>	<b>MANUALE DI CONFORMITÀ ALLA NORMATIVA IN MATERIA ANTITRUST E DI TUTELA DEL CONSUMATORE</b>	<i>Rev.</i>	<b>2.0</b>
		<i>Del</i>	<b>18.12.2024</b>

### 3.3 NORME PARTICOLARI APPLICABILI AD IMPRESE PUBBLICHE O TITOLARI DI DIRITTI SPECIALI/ESCLUSIVI O INCARICATE DELLO SVOLGIMENTO DI UN SERVIZIO DI INTERESSE GENERALE.

Come ampiamente esaminato nel presente documento<sup>25</sup>, la Adistribuzionegas risulta titolare di un **diritto esclusivo** (operando in regime di monopolio per il servizio di distribuzione di gas naturale negli ATEM di Pescara, L’Aquila 1, 2 e 3); per tale attività risulta pertanto soggetta anche alle previsioni dell’art. 106 TFUE<sup>26</sup> e dell’art. 8 della Legge Antitrust.

Tali previsioni 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<sup>27</sup>.

L’art. 8 della Legge Antitrust stabilisce inoltre, alcune specifiche **disposizioni** che impongono obblighi nei confronti delle imprese che operano in regime di monopolio ovvero siano incaricate di un servizio di interesse generale, stabilendo che tali imprese:

- a) qualora intendano svolgere attività in mercati diversi, operino attraverso **società separate**, la cui costituzione deve essere preventivamente notificata all’AGCM;
- b) 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**.

#### -OMISSIS-

- **SPECCHIETTO RIASSUNTIVO:** Principali regole di condotta in relazione alle Norme particolari applicabili ad imprese pubbliche o titolari di diritti speciali/esclusivi o incaricate dello svolgimento di un servizio di interesse generale (a titolo esemplificativo) Coinvolgere sempre il Referente Antitrust qualora si ritenga opportuno svolgere l’attività in mercati diversi dall’attuale.
- Qualora si valuti l’opportunità di operare in un mercato diverso dall’attuale, mediante una società separata, predisporre, con il coinvolgimento del Referente Antitrust, la comunicazione da inviare all’AGCM.

- Evitare rifiuti ingiustificati di fornire accesso ad asset indispensabili per svolgere un’attività in un mercato distinto (*quali infrastrutture, database informativi come ad esempio (anagrafiche clienti, ecc.)*); nel caso in cui tali asset siano resi disponibili a società controllate o comunque collegate alla Adistribuzionegas verificare che essi siano resi disponibili anche a terzi che ne facciano richiesta a condizioni eque e non discriminatorie.
- Informare in ogni caso il Referente Antitrust di richieste di terzi in merito all’utilizzo di tali asset.

<sup>25</sup> Cfr. Capitolo 2, par.2.3 “Il Mercato Rilevante per la Adistribuzionegas”.

<sup>26</sup> Cfr. Art 106 TFUE:

“1. Gli Stati membri non emanano né mantengono, nei confronti delle imprese pubbliche e delle imprese cui riconoscono diritti speciali o esclusivi, alcuna misura contraria alle norme dei trattati, specialmente a quelle contemplate dagli articoli 18 e da 101 a 109 inclusi.

2. Le imprese incaricate della gestione di servizi di interesse economico generale o aventi carattere di monopolio o fiscale sono sottoposte alle norme dei trattati, e in particolare alle regole di concorrenza, nei limiti in cui l’applicazione di tali norme non osti all’adempimento, in linea di diritto e di fatto, della specifica missione loro affidata. Lo sviluppo degli scambi non deve essere compromesso in misura contraria agli interessi dell’Unione.

3. La Commissione vigila sull’applicazione delle disposizioni del presente articolo rivolgendo, ove occorra, agli Stati membri, opportune direttive o decisioni”.

<sup>27</sup> Si tratta di norme che non trovano frequente applicazione nella pratica, dal momento che esse presuppongono la dimostrazione, da parte dell’impresa che invoca la deroga, che una determinata condotta restrittiva della concorrenza (dunque vietata ai sensi della normativa sulle intese o sull’abuso di posizione dominante) è l’unica condotta possibile per salvaguardare gli obblighi di fornitura del servizio di interesse generale.



## MANUALE DI CONFORMITÀ ALLA NORMATIVA IN MATERIA ANTITRUST E DI TUTELA DEL CONSUMATORE

Rev.	2.0
Del	18.12.2024

- Astenersi dall'utilizzo di informazioni detenute in virtù dello svolgimento di un servizio gestito in monopolio o, comunque, di un servizio di interesse economico generale (*ad es: liste clienti, informazioni sui consumi dei clienti etc.*) per avvantaggiarsene e in mercati diversi, a meno che tali informazioni non siano rese disponibili anche ai concorrenti.

 <b>DISTRIBUZIONEGAS</b>	<b>MANUALE DI CONFORMITÀ ALLA NORMATIVA IN MATERIA ANTITRUST E DI TUTELA DEL CONSUMATORE</b>	<i>Rev.</i>	<b>2.0</b>
		<i>Del</i>	<b>18.12.2024</b>

### 3.4 ABUSO DI DIPENDENZA ECONOMICA

L'articolo 9 della legge n. 192/1998 vieta che una impresa possa abusare della sua posizione di forza nei confronti di un'altra impresa economicamente dipendente da essa.

Affinché si possa configurare un illecito sotto forma di abuso di dipendenza economica, nello specifico, occorre che ricorrono cumulativamente due fattori:

- la dipendenza economica di un operatore rispetto ad un altro;
- l'abuso di tale dipendenza da parte del soggetto posto nella posizione di potere.

#### -OMISSIS-

#### TIPOLOGIE

L'abuso di dipendenza economica può concretizzarsi in una serie di comportamenti quali, ad esempio:

- il rifiuto ad intrattenere rapporti commerciali senza giustificato motivo (ad esempio, rifiuto di vendere, rifiuto di comprare);
- l'imposizione di condizioni contrattuali ingiustificatamente gravose o discriminatorie. Ad esempio, l'imposizione di un prezzo eccessivamente elevato; la subordinazione della conclusione del contratto all'accettazione di una serie di obbligazioni accessorie; l'interruzione arbitraria delle relazioni commerciali in atto

#### -OMISSIS-

.

#### -OMISSIS-

#### -OMISSIS-

- **SPECCHIETTO RIASSUNTIVO: Principali regole di condotta in relazione all'Abuso di Posizione Dominante (a titolo esemplificativo)** Non interrompere un rapporto commerciale in modo repentino e senza un rationale economico. In particolare, è necessario verificare:
  - che la cessazione del rapporto commerciale risulti motivata da legittime ragioni commerciali (ad esempio, diversificazione, migliori offerte, qualità non soddisfacente del servizio, ecc.);
  - la connessa tempistica, in particolare in termine di preavviso.
- Non imporre condizioni contrattuali ingiustificatamente gravose o discriminatorie.
- Sottoporre a previa valutazione del Legale incaricato e del Responsabile Antitrust quelle clausole che potrebbero risultare sensibili in un'ottica di abuso di dipendenza economica.

 <b>DISTRIBUZIONEGAS</b>	<b>MANUALE DI CONFORMITÀ ALLA NORMATIVA IN MATERIA ANTITRUST E DI TUTELA DEL CONSUMATORE</b>	<i>Rev.</i>	<b>2.0</b>
		<i>Del</i>	<b>18.12.2024</b>

### 3.5 LE CONCENTRAZIONI

Il Regolamento (CE) 139/2004 e, a livello nazionale, gli artt. 5 e 6 della Legge, disciplinano le Concentrazioni, ossia le operazioni che determinano una modifica strutturale del mercato. L'operazione di concentrazione si realizza<sup>28</sup>:

- quando due o più imprese procedono a **fusioni**;
- quando uno o più soggetti in posizione di controllo di almeno un'impresa ovvero una o più imprese **acquisiscono** direttamente od indirettamente, sia mediante acquisto di azioni o di elementi del patrimonio, sia mediante contratto o qualsiasi altro mezzo, il **controllo dell'insieme o di parti di una o più imprese** (*Accordi contrattuali tra due o più imprese; Acquisizione diretta o indiretta delle azioni di altre imprese*)<sup>29</sup>;
- quando due o più imprese procedono, attraverso la costituzione di una nuova società, alla **costituzione di un'impresa comune**.

Come riportato dall'art 6 della Legge, sono **vietate le operazioni di concentrazione**<sup>30</sup> che comportano la costituzione o il rafforzamento di una **posizione dominante sul mercato nazionale in modo da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza**<sup>31</sup>.

- **SPECCHIETTO RIASSUNTIVO:** Principali regole di condotta in relazione alle norme particolari applicabili alle Concentrazioni (a titolo esemplificativo) Verificare tempestivamente, con l'eventuale coinvolgimento del Referente Antitrust / Funzione Affari Legali, una volta definito lo schema dell'operazione, se essa - anche quando comporti l'acquisto di partecipazioni di minoranza (*che attribuiscano diritti di voto nella governance dell'impresa target o della Join Venture*) - rientra nella nozione di Concentrazione e raggiunga le soglie di fatturato al raggiungimento delle quali è previsto obbligo di notifica alla Commissione o altre Autorità nazionali.
- Qualora la concentrazione rientri nelle fattispecie di cui all'art. 16 della Legge Antitrust (*comunicazione delle concentrazioni*), attendere l'autorizzazione a procedere da parte dell'Autorità o, in alternativa, valutare accuratamente, con il supporto del Referente Antitrust, il rischio antitrust specifico per l'operazione in oggetto.
- Qualora si definisca la possibilità di concludere un'operazione di concentrazione, valutare con il Referente Antitrust di Società, tutte le possibili ripercussioni di detta operazione sul mercato nella quale la Adistribuzionegas opera<sup>32</sup>.
- Durante la fase di Due Diligence e di Negoziazione, in particolare ove le parti siano concorrenti, limitare lo scambio di informazioni commerciali sensibili a quanto strettamente/oggettivamente necessario.
- Evitare di scambiare informazioni commerciali sensibili necessarie per la fase di negoziazione della concentrazione.
- Evitare di utilizzare le informazioni commerciali sensibili così ottenute al fine di plasmare/decidere la propria politica commerciale sul mercato già nella fase pre-closing.

<sup>32</sup> Cfr. Capitolo 2.

 <b>DISTRIBUZIONEGAS</b>	<b>MANUALE DI CONFORMITÀ ALLA NORMATIVA IN MATERIA ANTITRUST E DI TUTELA DEL CONSUMATORE</b>	<i>Rev.</i>	<b>2.0</b>
		<i>Del</i>	<b>18.12.2024</b>

### 3.6 AIUTI DI STATO

Oltre alle normative rivolte direttamente alle imprese, esistono regole destinate agli Stati membri dell'Unione Europea (articoli 107, 108 e 109 del TFUE). Queste norme mirano a impedire che gli Stati concedano alle imprese aiuti che possano distorcere la concorrenza o minacciare il commercio tra gli Stati membri.

#### -OMISSIS-

#### TIPOLOGIE

La Commissione Europea ha adottato regolamenti, noti come regolamenti di esenzione per categoria, che esentano dall'obbligo di notifica alcune categorie di aiuti, tra cui:

- Aiuti a finalità regionale.
- Aiuti alle piccole e medie imprese (PMI).
- Aiuti per ricerca, sviluppo e innovazione.
- Aiuti alla formazione.

Altri tipi di aiuti possono essere esentati dai requisiti di notifica se non superano un certo importo in un determinato periodo di tempo, i cosiddetti aiuti de minimis.

Gli Stati membri devono comunque garantire trasparenza e controllo sugli aiuti esentati, presentando una relazione annuale alla Commissione Europea.

In Italia è stato istituito un Registro Nazionale degli Aiuti di Stato per verificare che le agevolazioni pubbliche siano concesse nel rispetto delle normative UE. Questo strumento aiuta a evitare il cumulo dei benefici e, per gli aiuti de minimis, il superamento del limite massimo concedibile imposto dall'UE.

Il Registro permette alle amministrazioni pubbliche e ai soggetti privati incaricati della gestione degli aiuti di effettuare controlli amministrativi durante la concessione, rilasciando specifiche "visure" che elencano i benefici di cui il destinatario ha già usufruito negli ultimi esercizi in qualsiasi settore.

Oltre alle informazioni sulle misure di aiuto vigenti e sulle concessioni effettuate, il Registro contiene anche l'elenco dei soggetti tenuti a restituire un aiuto a seguito di una decisione di recupero della Commissione.

- **SPECCHIETTO RIASSUNTIVO:** Principali regole di condotta in relazione agli Aiuti di Stato (a titolo esemplificativo) Sottoporre a previa valutazione delle Direzioni Competenti i finanziamenti pubblici. In particolare, dovrebbe essere verificato, anche attraverso la consultazione del Registro Nazionale degli Aiuti di Stato, che la misura sia stata notificata alla Commissione europea da parte dello Stato e sia stata dichiarata compatibile, o che ricada in un regolamento di esenzione o sia un aiuto de minimis.

### 3.7 POLITICHE COMMERCIALI SCORRETTE

La Direttiva n.2005/29/CE ha introdotto nel contesto europeo una disciplina omogenea finalizzata tutela dei consumatori dei Paesi membri, avente come obiettivo quello di conseguire un livello elevato di protezione dei consumatori. 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.

Nel nostro ordinamento la normativa comunitaria è stata recepita mediante il D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146, che ha modificato a tal fine il **Codice del Consumo (D.lgs. n. 206/2005)**. Le disposizioni in materia di pubblicità ingannevole tra imprese e di liceità della pubblicità comparativa (cd. pratiche B2B) sono confluite invece nel D. Lgs. 2 agosto 2007 n. 145.



## MANUALE DI CONFORMITÀ ALLA NORMATIVA IN MATERIA ANTITRUST E DI TUTELA DEL CONSUMATORE

Rev.	2.0
Del	18.12.2024

La disciplina in materia di **Pratiche Commerciali Scritte** è finalizzata specificamente a tutelare i Consumatori<sup>33</sup> 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.

In via generale le pratiche commerciali sono considerate **scritte** quando si può riscontrare la compresenza di due criteri: la contrarietà della pratica alla “diligenza professionale” e quello della “falsità” o idoneità della pratica a falsare, in misura rilevante o apprezzabile, in relazione al prodotto, il comportamento economico del consumatore medio che raggiunge o al quale è diretta.

### TIPOLOGIE

Le pratiche commerciali scritte si suddividono in:

- 1) **Pratiche ingannevoli** che a loro volta possono essere:
  - *azioni*
  - *omissioni*

Secondo la norma “È considerata ingannevole una pratica commerciale che contiene informazioni non corrispondenti al vero o, seppure di fatto corretta, in qualsiasi modo, anche nella sua presentazione complessiva, induce o è idonea a indurre in errore il consumatore [...] e, in ogni caso, lo induce o è idoneo a indurlo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso: (i) l'esistenza o la natura del prodotto; (ii) le caratteristiche principali del prodotto...”.

- 2) **Pratiche aggressive.**

Le pratiche commerciali aggressive, disciplinate negli artt. 24, 25 e 26 del Codice del Consumo sono definite nell'art.24 del Codice del Consumo: “E' aggressiva una pratica commerciale che, nella fattispecie concreta, tenuto conto di tutte le caratteristiche e circostanze del caso, mediante molestie, coercizione, compreso il ricorso alla forza fisica o indebito condizionamento, limita o è idonea a limitare considerevolmente la libertà di scelta o di comportamento del consumatore medio in relazione al prodotto e, pertanto, lo induce o è idonea a indurlo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso”

### -OMISSIS-

).

- **SPECCHIETTO RIASSUNTIVO: Principali regole di condotta in relazione alle Politiche Commerciali Scritte (a titolo esemplificativo)**Nelle attività che prevedono la gestione dei dati personali degli utenti finali (es, sostituzione dei contatori gas), assicurarsi che le stesse siano svolte in conformità al Regolamento GDPR 679/2016.
- Assicurarsi che gli utenti finali siano chiaramente ed esplicitamente informati in merito al trattamento dei dati da essi forniti alla Adistribuzionegas.
- Assicurarsi che tutte le informazioni fornite ai clienti siano chiare, complete e veritieri.
- Evitare di svolgere qualsivoglia attività senza adeguata informativa sulla natura e gli eventuali costi e durata dei lavori (*allacciamenti, disattivazioni, sostituzione contatori, ecc.*) e senza il preventivo consenso espresso del cliente.
- .

<sup>33</sup> 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 una fattura o un totale di bilancio non superiori ai due milioni di euro all'anno.



## MANUALE DI CONFORMITÀ ALLA NORMATIVA IN MATERIA ANTITRUST E DI TUTELA DEL CONSUMATORE

Rev.	2.0
Del	18.12.2024

- Evitare di introdurre modifiche ai contratti in corso o fornire servizi accessori a titolo oneroso senza adeguata informativa e previo consenso espresso dai clienti.
  
- Per le attività relative alla fatturazione e vettoriamento, attenersi alla relativa procedura presente nel Manuale Organizzativo vigente.
- Adottare le misure necessarie a garantire la correttezza delle misurazioni dei consumi e la relativa fatturazione.
- Evitare di attivare le procedure di sospensione, di sollecito e/o riscossione dei crediti quando non previsto (ad esempio, perché va preventivamente verificata una contestazione).

 <b>DISTRIBUZIONEGAS</b>	<b>MANUALE DI CONFORMITÀ ALLA NORMATIVA IN MATERIA ANTITRUST E DI TUTELA DEL CONSUMATORE</b>	<i>Rev.</i>  <i>Del</i>	<b>2.0</b>  <b>18.12.2024</b>
--	--	-------------------------------	-------------------------------------

### 3.8 CONCORRENZA SLEALE

Chiunque violi i principi della correttezza professionale con comportamenti atti a danneggiare un'altra azienda commette atti di concorrenza sleale. La normativa sulla concorrenza sleale protegge direttamente le imprese contro condotte illecite da parte dei concorrenti, permettendo agli imprenditori e alle loro associazioni di categoria di reagire in base a queste disposizioni.

#### -OMISSIS-

#### TIPOLOGIE

L'assunzione di personale proveniente da un'azienda concorrente non è di per sé illecita, a meno che non sia effettuata con l'intenzione di danneggiare il concorrente in misura eccessiva rispetto al normale pregiudizio derivante dalla perdita di dipendenti.

Affinché questa attività possa essere qualificata come concorrenza sleale, è necessario:

- L'imprenditore concorrente deve mirare, tramite l'acquisizione di risorse del competitor, a vanificare gli investimenti di quest'ultimo, creando distorsioni nel mercato (c.d. "animus nocendi").
- Valutare i mezzi utilizzati per il reclutamento, le modalità di passaggio del personale e gli effetti destabilizzanti sull'organizzazione aziendale del concorrente. Elementi rilevanti includono:
  - Numero di dipendenti coinvolti
  - Mansioni loro attribuite
  - Qualità del personale stornato
  - Posizione nell'organigramma dell'impresa concorrente
  - Difficoltà di sostituzione
  - Metodi adottati per convincere i dipendenti a passare a un'altra impresa

#### -OMISSIS-

#### **SPECCHIETTO RIASSUNTIVO: Principali regole di condotta in relazione alla Concorrenza Sleale (a titolo esemplificativo)**

- Non adottare comportamenti di concorrenza sleale nell'ambito dell'assunzione di personale da altre imprese concorrenti atte a destabilizzare l'organizzazione dell'impresa concorrente.



**MANUALE DI CONFORMITÀ ALLA NORMATIVA IN MATERIA  
ANTITRUST E DI TUTELA DEL CONSUMATORE**

<i>Rev.</i>	<b>2.0</b>
<i>Del</i>	<b>18.12.2024</b>