



**AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO**

Bollettino

Settimanale

Anno XXV - n. 21

**Pubblicato sul sito www.agcm.it
15 giugno 2015**

SOMMARIO

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE	5
A480 - INCREMENTO PREZZO FARMACI ASPEN <i>Provvedimento n. 25466</i>	5
I748B - CONDOTTE RESTRITTIVE DEL CNF <i>Provvedimento n. 25487</i>	7
I759 - FORNITURE TRENITALIA <i>Provvedimento n. 25488</i>	14
I771 - SERVIZI DI POST-PRODUZIONE DI PROGRAMMI TELEVISIVI RAI <i>Provvedimento n. 25489</i>	91
A484 - UNILEVER/DISTRIBUZIONE GELATI <i>Provvedimento n. 25493</i>	170
OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	184
C11072B - MOBY/TOREMAR <i>Provvedimento n. 25485</i>	184
C11995 - METANO NORD/UTILITÀ <i>Provvedimento n. 25486</i>	196
SEPARAZIONI SOCIETARIE	200
SP157 - I3G/CONDOTTE POSTE ITALIANE E POSTEMOBILE <i>Provvedimento n. 25490</i>	200
ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA	202
AS1194 - COMUNE DI SEVESO (MB) - IMPIANTI DI ILLUMINAZIONE PUBBLICA DI PROPRIETÀ ENEL SOLE SRL	202
AS1195 - SVOLGIMENTO DEI SERVIZI POSTALI NEGLI ISTITUTI PENITENZIARI	206
AS1196 - SERVIZI AUTORIZZATI DI LINEA CON AUTOBUS	208
AS1197 - SCHEMA DI ATTO DI REGOLAZIONE IN MATERIA DI GARE DEL TRASPORTO PUBBLICO LOCALE	212
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	218
PS9789 - SKY PUBBLICITÀ-UEFA CHAMPIONS LEAGUE <i>Provvedimento n. 25477</i>	218
IP221 - UNIVERSITÀ AMBROSIANA-DENOMINAZIONE NON RICONOSCIUTA <i>Provvedimento n. 25482</i>	230
PS9388 - T-SHOCK31-TIMODELLACLUB <i>Provvedimento n. 25483</i>	235
PS9820 - VALUEBASKET-MACATA CONSEGNA PRODOTTO <i>Avviso della comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria</i>	243

I748B - CONDOTTE RESTRITTIVE DEL CNF*Provvedimento n. 25487***L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO**

NELLA SUA ADUNANZA del 27 maggio 2015;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTO l'articolo 101 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea (TFUE);

VISTA la Legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO in particolare l'articolo 15, comma 2, della citata Legge, nella parte in cui prevede che, in caso di inottemperanza alla diffida di cui al comma 1 dello stesso articolo, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria fino al dieci per cento del fatturato ovvero, nei casi in cui sia stata applicata la sanzione di cui al comma 1, di importo non inferiore al doppio della sanzione già applicata con un limite massimo del dieci per cento del fatturato, determinando altresì il termine entro il quale il pagamento della sanzione deve essere effettuato;

VISTA la Legge 24 novembre 1981, n. 689;

VISTO il proprio provvedimento n. 25154 del 22 ottobre 2014, con il quale è stato accertato che il Consiglio Nazionale Forense (CNF), in violazione dell'art. 101 TFUE, ha posto in essere un'intesa unica e continuata, restrittiva della concorrenza, consistente nell'adozione di due decisioni volte a limitare l'autonomia dei professionisti rispetto alla determinazione del proprio comportamento economico sul mercato, stigmatizzando quale illecito disciplinare la richiesta di compensi inferiori ai minimi tariffari e limitando l'utilizzo di un canale promozionale e informativo attraverso il quale si veicola anche la convenienza economica della prestazione professionale;

VISTI i punti (b) ed (e) del dispositivo del citato provvedimento, con i quali, rispettivamente, si ordina al CNF di assumere misure atte a porre termine all'infrazione accertata, dandone adeguata comunicazione agli iscritti, e di comunicare tali adempimenti all'Autorità, trasmettendo una specifica relazione entro il 28 febbraio 2015;

VISTO il punto (c) del dispositivo del citato provvedimento, con il quale si diffida il CNF dal porre in essere in futuro comportamenti analoghi a quello oggetto dell'infrazione;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

I. IL PROVVEDIMENTO DI CONCLUSIONE DELL'ISTRUTTORIA I748 – CONDOTTE RESTRITTIVE DEL CNF

I. Con provvedimento n. 25154 del 22 ottobre 2014, l'Autorità ha accertato che *“il Consiglio Nazionale Forense [CNF n.d.r.], in violazione dell'articolo 101 del TFUE, ha posto in essere un'infrazione unica e continuata, restrittiva della concorrenza, consistente nell'adozione di due decisioni volte a limitare l'autonomia dei professionisti rispetto alla determinazione del proprio comportamento economico sul mercato, stigmatizzando quale illecito disciplinare la richiesta di compensi inferiori ai minimi tariffari [circolare n. 22-C/2006 ndr] e limitando l'utilizzo di un canale promozionale e informativo attraverso il quale si veicola anche la convenienza economica*

delle prestazioni professionali [parere n. 48/2012 n.d.r.]”¹. Infatti, la circolare ed il parere miravano a limitare direttamente e indirettamente la concorrenza tra i professionisti basata sulle condizioni economiche dell’offerta dei servizi professionali, con evidente svantaggio per i consumatori finali².

2. In particolare, la circolare n. 22-C/2006, pubblicata unitamente e quale premessa alle disposizioni in materia di tariffe prima e di parametri poi, prevedeva, *inter alia*, che “il fatto che le tariffe minime non siano più obbligatorie non esclude che – sempre civilisticamente parlando – le parti contraenti possano concludere un accordo con riferimento alle tariffe come previste dal D.M. Tuttavia, nel caso in cui l’avvocato concluda patti che prevedano un compenso inferiore al minimo tariffario, pur essendo il patto legittimo civilisticamente, esso può risultare in contrasto con gli artt. 5 e 43 c. II del codice deontologico”, segnatamente con i criteri del decoro e della dignità professionale ivi contenuti.

Il parere n. 48/2012, invece, sussunse nella fattispecie deontologica dell’accaparramento della clientela l’attività pubblicitaria svolta dai professionisti attraverso l’uso di piattaforme quali AmicaCard, ritenendo che le stesse consentono al professionista, dietro pagamento di un corrispettivo, di “pubblicizz[are] l’attività del suo studio evidenziando la misura percentuale dello sconto riservato ai titolari della carta” effettuando, in tal modo, “un’offerta generalizzata al pubblico, il cui elemento distintivo è rappresentato dalla vantaggiosità dello sconto prospettato dal professionista offerente, mentre rimangono del tutto aspecifici ed indeterminati la natura e l’oggetto dell’attività al medesimo richiesta”, aggiungendo che “il sito costituisce [...] un canale di informazione – concentrato sul prevalente aspetto della mera convenienza economica del servizio offerto [...]”, comportando “lo svilimento della prestazione professionale da contratto d’opera intellettuale a questione di puro prezzo”.

3. Come risulta dal provvedimento di chiusura dell’istruttoria, alla data di adozione dello stesso, l’infrazione accertata risultava ancora in corso³.

Infatti, mentre nel corso del procedimento istruttorio, la circolare n. 22-C/2006 era stata rimossa dalla banca dati del CNF, dove era pubblicata unitamente alle tariffe ministeriali (e poi anche ai parametri)⁴, il parere n. 48/2012 continuava ad essere pubblicato sia nella sezione “circolari e pareri” della banca dati del CNF, sia nella sezione del sito web dedicata alla deontologia forense (www.codicedeontologico-cnf.it), entrambe accessibili a chiunque dalla homepage del sito istituzionale del CNF, e non risultavano atti di revoca dello stesso comunicati agli iscritti⁵.

4. Con specifico riferimento alla natura restrittiva del parere n. 48/2012, nel citato provvedimento, l’Autorità aveva rilevato che il parere “introduce una restrizione della concorrenza tra i professionisti sottoposti alla vigilanza del CNF, impedendo loro di utilizzare determinate piattaforme digitali per pubblicizzare i propri servizi professionali, anche con riguardo alla componente economica degli stessi [...]”⁶, pertanto esso “limita l’impiego da parte degli avvocati di un importante canale messo a disposizione dalle nuove tecnologie per la diffusione dell’informazione circa la natura e la convenienza dei servizi professionali offerti, potenzialmente in grado di raggiungere un ampio numero di consumatori sul territorio nazionale. Piattaforme

¹ Cfr. lett. a) del deliberato del provvedimento finale, adottato a conclusione dell’istruttoria relativa al caso 1748, provvedimento n. 25154 del 22 ottobre 2014, notificato al CNF in data 14 novembre 2014 e pubblicato in Boll. n. 44/2014.

² Cfr. AGCM, provv. n. 25154, cit., para. 108 e 146.

³ Cfr. AGCM, provv. n. 25154, cit., 158.

⁴ Cfr. AGCM, provv. n. 25154, cit., para. 37-40 e 157.

⁵ Cfr. AGCM, provv. n. 25154, cit., para. 46 e 158.

⁶ Cfr. AGCM, provv. n. 25154, cit., para. 125.

quali AmicaCard, infatti, costituiscono un mezzo idoneo per fornire agli avvocati nuove opportunità professionali, offrendo loro una maggiore capacità di attrazione di clientela rispetto alle tradizionali forme di comunicazione pubblicitaria; inoltre, tali strumenti permettono agli avvocati di penetrare nuovi mercati, consentendo di mettere in concorrenza servizi offerti da professionisti anche geograficamente distanti tra loro. Gli avvocati, come noto, pur essendo iscritti presso uno specifico albo circondariale, possono liberamente esercitare la propria attività professionale sull'intero territorio nazionale, dovendo, esclusivamente nel caso di attività giudiziale, munirsi di un domiciliatario per ricevere la notifica degli atti processuali, laddove non abbiano una sede nel luogo dove si trova l'autorità giudiziaria presso la quale il giudizio è in corso⁷.

5. Nel provvedimento, inoltre, l'Autorità dava conto dei vantaggi economici e della funzione pro-competitiva svolta dalla pubblicità in un'economia di mercato⁸, rigettando poi l'argomentazione del CNF secondo cui sarebbe legittima la pubblicità effettuata dagli avvocati utilizzando siti con nomi di dominio propri, mentre sarebbe deontologicamente scorretto l'utilizzo di siti messi a disposizione da terzi per svolgere la medesima attività⁹.

In relazione a quest'ultimo aspetto, infatti, nel citato provvedimento si afferma espressamente che *"appare inoltre artificiosa e non condivisibile la distinzione, effettuata dal CNF, tra la pubblicità veicolata dai professionisti tramite propri siti web, considerata legittima, e quella veicolata tramite le vetrine online quali AmicaCard, che il CNF ritiene invece in violazione della norma deontologica relativa all'accaparramento della clientela. La distinzione, basata sul fatto che nel primo caso il sito web è accessibile alla generalità degli utenti, mentre nel secondo caso lo sarebbe solo agli iscritti al circuito attraverso il quale si pubblicizza l'attività professionale, appare capziosa e in ogni caso non risulta corrispondente alla realtà dei fatti nel caso di specie. E' infatti emerso che le vetrine di AmicaCard e le informazioni ivi contenute sono accessibili a chiunque navighi sul web, mentre ciò che è riservato agli iscritti al circuito è unicamente il vantaggio economico, consistente in uno sconto sul compenso professionale che il professionista si impegna a riconoscere agli affiliati al circuito AmicaCard.*

In ogni caso, anche qualora ciò non fosse, e la pubblicità online fosse visibile esclusivamente da un numero ristretto di utenti, segnatamente gli affiliati al circuito in questione, ciò non muterebbe la natura pubblicitaria della comunicazione e il rilievo per i consumatori destinatari delle informazioni ivi contenute. Del resto anche la pubblicità su riviste generali o specializzate, ovvero le inserzioni su guide tematiche o su rubriche quali, ad esempio, le Pagine Gialle, sono visibili esclusivamente da coloro che acquistano o ricevono tali pubblicazioni, ma la legge non prevede alcun trattamento maggiormente restrittivo per queste forme di pubblicità rispetto a quella per esempio veicolata attraverso cartelloni pubblicitari o via etere.

*D'altra parte né la riforma Bersani né i successivi interventi di liberalizzazione in materia di pubblicità dei professionisti, compresa da ultimo la legge di riforma dell'ordinamento forense, introducono distinzioni tra la pubblicità diretta alla generalità degli utenti/consumatori e quella diretta a un gruppo ristretto degli stessi, risultando entrambe forme lecite di comunicazione delle informazioni professionali"*¹⁰.

⁷ Cfr. AGCM, provv. n. 25154, cit., para. 126-127.

⁸ Cfr. AGCM, provv. n. 25154, cit., para. 128-130.

⁹ Cfr. AGCM, provv. n. 25154, cit., para. 63-65 e 131.

¹⁰ Cfr. AGCM, provv. n. 25154, cit., para. 131-133.

6. L'Autorità rigettava, infine, le argomentazioni del CNF volte a giustificare la restrizione concorrenziale provocata dal parere n. 48/2012 sulla base della pretesa idoneità della stessa a perseguire in maniera proporzionata obiettivi di interesse generale, rilevando inoltre come il legislatore nella c.d. riforma Bersani – prima – e nella legge forense – poi – abbia sancito la legittimità della pubblicità professionale¹¹, anche mediante strumenti informatici, senza distinguere in base all'appartenenza degli stessi ai professionisti o all'accessibilità agli stessi da gruppi più o meno ampi di utenti/consumatori¹².

II. L'INOTTEMPERANZA ALLA LETTERA (B) ed (E) DEL DELIBERATO DEL PROVVEDIMENTO n. 25154 del 22 ottobre 2014

a) Fatto

7. Il provvedimento dell'Autorità n. 25154 del 22 ottobre 2014 prescriveva la trasmissione da parte del CNF, entro il 28 febbraio 2015, di una relazione scritta finalizzata ad illustrare le misure assunte dal CNF per porre termine all'infrazione dell'art. 101 TFUE accertata nel provvedimento stesso, come disposto dalla lettera b) del dispositivo.

Essendo trascorso il termine sopra indicato, il CNF, con comunicazione del 14 aprile 2015, veniva sollecitato a presentare la citata relazione prevista dalla lettera e) del dispositivo¹³.

A tale richiesta non seguiva, tuttavia, alcuna risposta da parte del CNF.

8. Da accertamenti, effettuati in data 7, 13 e 21 maggio 2015, è emerso che il parere n. 48/2012 risulta ancora pubblicato nel sito istituzionale del CNF, sia nella sezione dedicata alla deontologia professionale (www.codicedeontologico-cnf.it), dove sono raccolti i pareri, la prassi e le sentenze in materia deontologica, sia nella banca dati del CNF, nella sezione "circolari e pareri", accessibile dalla *homepage* del sito istituzionale dello stesso¹⁴.

è inoltre emerso che non risultano pubblicati sul sito del CNF atti e/o comunicazioni di revoca del parere n. 48/2012.

b) Valutazioni e conclusioni sull'inottemperanza alla lettera (b) ed (e) del deliberato del provvedimento n. 25154 del 22 ottobre 2014

9. Dalle evidenze raccolte e dal comportamento passivo tenuto dal CNF a seguito della chiusura dell'istruttoria emerge che il Consiglio non si è conformato a quanto deliberato nel provvedimento adottato dall'Autorità il 22 ottobre 2014, lettere b) ed e), a mente del quale il CNF avrebbe dovuto adottare "*misure atte a porre termine all'infrazione dandone adeguata comunicazione agli iscritti*" e comunicare le stesse all'Autorità mediante specifica relazione scritta, entro il 28 febbraio 2015.

10. Infatti, il CNF non ha provveduto a revocare il parere n. 48/2012 dandone adeguata comunicazione agli iscritti, in tal modo perpetuando la restrizione concorrenziale oggetto dell'accertamento istruttorio.

¹¹ Si ricorda che, per legge prevede quali uniche condizioni per la legittimità della pubblicità degli avvocati che le informazioni trasmesse siano "*trasparenti, veritiere, corrette e non devono essere comparative con altri professionisti, equivoche, ingannevoli, denigratorie o suggestive*" e facciano "*riferimento alla natura e ai limiti dell'obbligazione professionale*" (cfr. art. 10, commi 2 e 3, L. n. 247/2012), senza menzionare ulteriori requisiti quali il "*decoro e la dignità professionali*".

¹² Cfr. AGCM, provv. n. 25154, cit., para. 135-138, nonché 131-133.

¹³ Cfr. doc. 1.

¹⁴ Cfr. doc. 2, 3 e 4.

III. L'INOTTEMPERANZA ALLA LETTERA (C) DEL DELIBERATO DEL PROVVEDIMENTO n. 25154 del 22 ottobre 2014

a) Fatto

11. L'Autorità, nel citato provvedimento n. 25154 del 22 ottobre 2014, oltre ad accertare l'infrazione commessa dal CNF, diffidava quest'ultimo dal porre in essere in futuro comportamenti analoghi a quello oggetto dell'infrazione accertata¹⁵.

12. Tuttavia, in data 21 maggio 2015, si rilevava che il vigente codice deontologico forense, pubblicato in Gazzetta Ufficiale il 16 ottobre 2014 ed entrato in vigore il 15 dicembre 2014¹⁶, all'articolo 35, rubricato "*Dovere di corretta informazione*", prescrive al comma 9 che "*L'avvocato può utilizzare, a fini informativi, esclusivamente i siti web con domini propri senza reindirizzamento, direttamente riconducibili a sé, allo studio legale associato o alla società di avvocati alla quale partecipi, previa comunicazione al Consiglio dell'Ordine di appartenenza della forma e del contenuto del sito stesso*", aggiungendo al comma 11 che "*le forme e le modalità delle informazioni devono comunque rispettare i principi di dignità e decoro della professione*" e stabilendo, infine, al comma 12 che "*la violazione dei doveri di cui ai precedenti commi comporta l'applicazione della sanzione disciplinare della censura*"¹⁷.

13. La Relazione illustrativa del codice deontologico specifica che: "*l'art. 35 ("dovere di corretta informazione") trova ora collocazione sempre in questo titolo e, in applicazione dell'art. 17 dei principi generali (che mutua la previsione legislativa), affina, semplifica e razionalizza gli articoli 17 e 17 bis del codice ancora vigente e si pone in diretta saldatura con il divieto di accaparramento di clientela; degne di particolare menzione sono le previsioni di cui ai commi 9 e 10 destinate a presidiare, con la realistica consapevolezza dell'arduità del compito, il complesso ed articolato mondo di internet; il comma 11, con il valore che assume come previsione "di chiusura", riflette una linea interpretativa da sempre fatta propria ed avallata dalla giurisprudenza del Consiglio Nazionale Forense e della Corte di legittimità*"¹⁸.

b) Valutazioni e conclusioni sull'inottemperanza alla lettera (c) del deliberato del provvedimento n. 25154 del 22 ottobre 2014

14. In via preliminare si ricorda che, secondo la consolidata giurisprudenza comunitaria e nazionale, i professionisti sono qualificabili quali imprese ai fini dell'applicazione delle norme in materia di concorrenza e, agli stessi fini, gli ordini professionali costituiscono associazioni di imprese¹⁹.

¹⁵ Cfr. AGCM, provv. n. 25154, cit., lett. c), del deliberato.

¹⁶ Nuovo codice deontologico forense, approvato dal Consiglio Nazionale Forense nella seduta del 31 gennaio 2014 e pubblicato sulla G.U. n. 241 del 16 ottobre 2014.

¹⁷ Cfr. doc. 5. Si ricorda che, ai sensi dell'articolo 51, comma 1, della Legge n. 247/2012: "*le infrazioni ai doveri e alle regole di condotta dettati dalla legge o dalla deontologia sono sottoposte al giudizio dei consigli distrettuali di disciplina*". L'art. 53 della medesima legge prescrive inoltre che: "*[...] la censura consiste nel biasimo formale e si applica quando la gravità dell'infrazione, il grado di responsabilità, i precedenti dell'incolpato e il suo comportamento successivo al fatto inducono a ritenere che egli non incorrerà in un'altra infrazione*" (comma 2), mentre "*la sospensione consiste nell'esclusione temporanea dall'esercizio della professione o dal praticantato e si applica per le infrazioni consistenti in comportamenti e in responsabilità gravi quando non sussistono le condizioni per irrogare la sola sanzione della censura*". Il codice deontologico vigente prevede inoltre che "*nei casi più gravi, la sanzione disciplinare può essere aumentata nel suo massimo: [...] b) fino alla sospensione dall'esercizio dell'attività professionale non superiore a un anno, nel caso in cui sia prevista la sanzione della censura [...]*" (art. 22 comma 2).

¹⁸ Cfr. doc. 5.

¹⁹ Infatti, la nozione di impresa abbraccia qualsiasi entità che eserciti un'attività economica, a prescindere dal suo status giuridico e dalle relative modalità di finanziamento. Si tratta pertanto di un'interpretazione funzionale della nozione di impresa, in base alla quale è qualificabile come impresa qualsiasi soggetto che eserciti un'attività economica, ossia

Parimenti, la giurisprudenza comunitaria e nazionale ha espressamente riconosciuto che i codici deontologici costituiscono deliberazioni di associazioni di imprese, rientrando, in quanto tali, nel campo materiale di applicazione dell'articolo 101 del TFUE²⁰.

15. Le disposizioni contenute nell'art. 35 del vigente codice deontologico forense ripropongono sostanzialmente quanto contenuto nel parere n. 48/2012, giungendo a ritenere, al pari del parere, deontologicamente scorretto – pertanto sanzionabile disciplinarmente – l'utilizzo di piattaforme digitali messe a disposizione degli avvocati da soggetti terzi per veicolare informazioni relative all'attività professionale, in tal modo *“limitando l'utilizzo di un canale promozionale e informativo attraverso il quale si veicola anche la convenienza economica della prestazione”*²¹.

Così facendo, il CNF ha reiterato l'infrazione accertata e stigmatizzata nel provvedimento di chiusura dell'istruttoria del caso 1748.

In particolare, le disposizioni del codice deontologico recepiscono le argomentazioni del CNF in merito alla distinzione tra l'utilizzo – legittimo – di siti web con nomi di dominio propri per veicolare la pubblicità professionale e l'impiego – illegittimo – di siti messi a disposizione da terzi per svolgere la medesima attività, che, come visto sopra, sono state espressamente rigettate dall'Autorità nel proprio provvedimento.

16. Tale continuità tra i principi e gli argomenti alla base del parere n. 48/2012 e le disposizioni dell'art. 35 del vigente codice deontologico forense emerge inoltre dal contenuto della relazione illustrativa del codice. Questa, infatti, espressamente individua l'art. 35 quale anello di congiunzione tra le disposizioni deontologiche in materia di pubblicità e quelle in materia di accaparramento della clientela, fattispecie quest'ultima sotto la quale, in assenza di una disposizione analoga all'attuale art. 35, il parere n. 48/2012 sussume la condotta dei professionisti che utilizzano piattaforme digitali per pubblicizzare i propri servizi professionali.

17. Parimenti, la prescrizione contenuta nel comma 9 dell'art. 35 del codice deontologico sull'obbligo di comunicazione preventiva al Consiglio dell'Ordine di appartenenza della forma e del contenuto dei siti utilizzati per lo svolgimento di attività pubblicitarie, nonché la disposizione di chiusura di cui al comma 11 con cui si subordinano *“le forme e le modalità delle informazioni”* al rispetto dei *“principi di dignità e decoro della professione”*, oltre a contrastare con le vigenti disposizioni di legge, si pongono in contrasto con quanto contenuto nel citato provvedimento dell'Autorità.

18. Infatti, tali prescrizioni confermano e inaspriscono le limitazioni introdotte dal CNF per mezzo del parere n. 48/2012 all'impiego di un nuovo canale di diffusione delle informazioni relative all'attività professionale, idoneo a veicolare anche la convenienza economica della prestazione.

19. In conclusione, le sopra citate disposizioni dell'art. 35 del codice deontologico forense, entrato in vigore il 15 dicembre 2014, si pongono in contrasto con i principi e le valutazioni effettuate dall'Autorità nel provvedimento n. 25154 del 22 ottobre 2014; esse, pertanto, costituiscono una violazione di quanto disposto alla lettera c) del deliberato del provvedimento, con il quale l'Autorità diffidava il CNF dal porre in essere in futuro comportamenti analoghi a quello oggetto dell'infrazione accertata.

un'attività consistente nell'offrire beni e servizi sul mercato. Cfr. *ex multis*, Corte di Giustizia, causa C-1/12, *Ordem dos Técnicos Oficiais de Contas (OTOC)*, ECLI:EU:C:2013:127, para. 33-38 e causa C-136/12, *Consiglio Nazionale dei Geologi v. AGCM*, ECLI:EU:C:2013:489, para. 41-45, Consiglio di Stato, Sez. VI, sent. n. 238 del 22 gennaio 2015 (Geologi); TAR Lazio, Sez. I, sent. n. 4943 del 1° aprile 2015 (FNOMCEO)

²⁰ Cfr. Corte di Giustizia, causa C-136/12, *Consiglio Nazionale dei Geologi v. AGCM*, cit., para. 46-47, Consiglio di Stato, sent. n. 238/2015, cit. (Geologi); TAR Lazio, sent. n. 4943/2015, cit. (FNOMCEO)

²¹ Cfr. AGCM, provv. n. 25154, para. 146.

RITENUTO, pertanto, che la permanenza e la mancata revoca con adeguata comunicazione agli iscritti del parere n. 48/2012 rappresenti una violazione del deliberato del provvedimento n. 25154 del 22 ottobre 2014, perpetuando l'accertata situazione anticoncorrenziale, e che la riproposizione nell'art. 35 del codice deontologico di disposizioni già censurate nel provvedimento n. 25154 del 22 ottobre 2014 integri una violazione del divieto di reiterare comportamenti analoghi a quelli oggetto dell'infrazione accertata;

DELIBERA

a) di contestare al Consiglio Nazionale Forense (CNF) la violazione di cui all'articolo 15, comma 2, della Legge n. 287/90 per inottemperanza al provvedimento dell'Autorità n. 25154 del 22 ottobre 2014;

b) che il responsabile del procedimento è il dott. Matteo Pierangelo Negrinotti;

c) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione Manfatturiero e Servizi della Direzione Generale per la Concorrenza di questa Autorità dai legali rappresentanti del Consiglio Nazionale Forense, nonché da persone da essi delegate;

d) con riguardo all'inottemperanza contestata, che, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, della Legge n. 689/81, entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, gli interessati possono far pervenire all'Autorità scritti difensivi e documenti e chiedere di essere sentiti;

e) che il procedimento deve concludersi entro centottanta giorni dalla notificazione del presente provvedimento.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella
