

INDICE SOMMARIO

<i>Presentazione di Mario Monti</i>	V
<i>Prefazione</i>	VII
<i>I Curatori</i>	IX
<i>Gli Autori</i>	XI

Parte Prima

IL DIRITTO DELLA CONCORRENZA

Sezione I

PRINCIPI GENERALI

CAPITOLO I

LA CONCORRENZA NELL'ORDINAMENTO

di *Marco Zotta, Ilaria Guadagno e Raimondo Iusto*

Sezione Prima - *La concorrenza nella Costituzione e nei trattati*

1. La concorrenza nell'ordinamento giuridico dell'Unione europea	3
1.1. Il primato europeo	3
1.2. Le attuali disposizioni di principio	4
1.3. Le novità del Trattato di Lisbona	7
1.4. L'economia sociale di mercato	10
2. La tutela della concorrenza nell'ordinamento giuridico italiano	13
2.1. Il difficile cammino della concorrenza nella Costituzione	13
2.2. La giurisprudenza costituzionale	17
2.2.1. La prima fase: la concorrenza come rischio e la deferenza al legislatore	17
2.2.2. La seconda fase: la concorrenza come vantaggio e il riferimento all'utilità sociale	19
2.2.3. La terza fase: la concorrenza come "materia trasversale" e la tendenza accentratrice	21
3. Conclusioni	29

Sezione Seconda - *Enforcement e competition policy*

4. <i>La competition policy</i>	30
5. Il rapporto tra teorie economiche della concorrenza e <i>competition policy</i>	33
6. L'esperienza statunitense e l'esperienza europea. Sistemi di <i>competition policy</i> a confronto	39

INDICE SOMMARIO

7.	Le fonti normative comunitarie e nazionali a tutela della concorrenza e del mercato	43
8.	Riferimenti bibliografici	51

CAPITOLO II

LA NOZIONE DI IMPRESA

di *Sergio Fiorentino e Andrea Giorgi*

1.	L'impresa: una nozione propedeutica all'applicazione del diritto antitrust	53
2.	Il rapporto tra nozione codicistica e nozione antitrust d'impresa. Cenni	57
3.	La nozione economico-funzionale di impresa del diritto europeo della concorrenza	60
4.	L'esercizio di un'attività economica in un contesto di mercato	61
5.	L'irrelevanza dello scopo di lucro	62
6.	L'esercizio di pubblici poteri e lo svolgimento di attività di carattere sociale . .	64
7.	La dottrina della singola unità economica: substrato teorico e conseguenze applicative	69
7.1.	L'esclusione delle intese infragruppo dal perimetro di applicazione dei divieti antitrust	70
7.2.	L'imputazione dell'infrazione anticoncorrenziale alla società madre nell'ambito della relazione parent-subsidiary	73

CAPITOLO III

IL MERCATO RILEVANTE

di *Michele Carpagnano*

1.	Premessa	79
2.	La nozione di mercato rilevante, tra <i>soft law</i> e certezza giuridica	80
3.	Il mercato rilevante e l'analisi delle pressioni concorrenziali	81
4.	Il mercato del prodotto in termini di sostituibilità sul versante della domanda . .	82
5.	Il mercato del prodotto in termini di sostituibilità sul versante dell'offerta . . .	86
6.	Il mercato geografico	89
7.	La definizione del mercato rilevante nell'analisi concorrenziale delle intese restrittive della concorrenza	92
8.	La definizione del mercato rilevante nell'analisi concorrenziale dell'abuso di posizione dominante	95
9.	La definizione del mercato rilevante nell'analisi concorrenziale delle concentrazioni	96

CAPITOLO IV

IL MERCATO RILEVANTE NELL'ERA DIGITALE

di *Roberto Alimonti e Francesca Arduini*

1.	Introduzione	98
2.	La definizione del mercato rilevante	99
2.1.	Requisiti per la definizione del mercato rilevante e il dibattito sul digitale .	101
2.2.	Una lunga crociata contro la definizione del mercato rilevante	102
3.	La definizione del mercato rilevante nell'era digitale: nuove sfide?	106

4.	L'importanza di un ampio contesto di riferimento	109
4.1.	Introduzione	109
4.2.	La sostituibilità dal lato dell'offerta	110
4.3.	Sfruttamento del potere di mercato tra i diversi mercati ed effetti conglomerati	112
4.4.	È ragionevole utilizzare ancora gli strumenti di policy già esistenti e, in particolare, la definizione del mercato rilevante?	115
5.	La definizione del mercato rilevante nell'ambito delle esternalità di rete e delle piattaforme	118
5.1.	Introduzione	118
5.2.	Cos'è una piattaforma?	118
5.3.	Come procedere alla definizione del mercato rilevante nel caso delle piattaforme?	121
5.3.1.	È preferibile definire i mercati rilevanti separatamente per ciascun versante di una piattaforma o per la piattaforma nel suo insieme?	122
5.3.2.	Un approccio a mercato unico può portare a definire un perimetro del mercato rilevante troppo ampio	125
5.3.3.	Un approccio a mercato unico può portare a definire il mercato rilevante in maniera troppo ristretta	127
5.4.	Il ricorso a un approccio a mercati separati per la definizione dei mercati rilevanti	129
5.4.1.	Come si applica il test del monopolista ipotetico su un versante di una piattaforma?	129
6.	Come definire i mercati rilevanti quando le imprese non competono (solo) sul prezzo	133
6.1.	Concorrenza sulla qualità	134
6.2.	Concorrenza sui dati	135
6.3.	Conclusioni	137
7.	Conclusioni: in che direzione si sta muovendo la politica della concorrenza?	137
8.	Riferimenti bibliografici	142

Sezione II
LE INTESE RESTRITTIVE DELLA CONCORRENZA

CAPITOLO V
GLI ELEMENTI COSTITUTIVI DELLA FATTISPECIE

di *Salvatore Lamarca e Andrea Aguggia*

1.	Le intese orizzontali	145
1.1.	Introduzione generale: le norme sostanziali	145
1.2.	L'efficacia diretta dell'art. 101 TFUE	151
1.3.	La nozione di impresa nell'ambito dell'applicazione delle intese e gli accordi infragruppo	155
1.4.	Intesa e comportamento unilaterale	159
1.5.	Oggetto ed effetto anticoncorrenziale	162
1.6.	Pregiudizio sensibile al commercio degli Stati membri	165
1.7.	Le forme di collusione disciplinate dall'art. 101 TFUE	168
1.7.1.	Accordo	168

INDICE SOMMARIO

1.7.2. Pratica concordata	169
1.7.3. Le decisioni di associazioni di imprese	171
1.8. Irrilevanza della qualificazione dell'illecito	172
1.9. La prova dell'illecito	174
1.10. Le fattispecie di intesa orizzontale	179
1.10.1. I Cartelli	179
1.10.2. Gli scambi di informazioni	184
1.10.3. Gli Accordi di Cooperazione	188
1.11. Cenni sulle imprese comuni	197
2. Le intese verticali	199
2.1. I principi generali in tema di accordi verticali, restrizioni anticoncorrenziali ed efficienze nell'applicazione dell'art. 101 TFUE	199
2.2. La disciplina delle fattispecie più tipiche di restrizioni verticali (sintesi)	202
2.3. Conclusioni	214
3. Riferimenti bibliografici	216

CAPITOLO VI

IL BID RIGGING

di *Carlo Edoardo Cazzato*

1. Diritto antitrust e appalti pubblici	218
2. AGCM e appalti pubblici	221
3. L' <i>enforcement</i> negli appalti pubblici	226
4. <i>Bid rigging</i> e sanzioni antitrust	234
5. Riferimenti bibliografici	239

CAPITOLO VII

LE ESENZIONI

di *Simone Gambuto*

1. Le esenzioni individuali	241
1.1. Le condizioni di esenzione	242
1.2. Le considerazioni di efficienza in tempi di pandemia in uno schema di esenzione "eccezionale"	248
2. Le esenzioni per Categoria	253
2.1. La definizione di accordo di distribuzione	266
3. Le restrizioni verticali	267
4. I modelli di distribuzione che non rientrano nel campo di applicazione dell'art. 101, 1 TFUE	270
4.1. I contratti di agenzia commerciale	270
4.2. Accordi di importanza minore e PMI	273
5. L'applicazione del regolamento di esenzione per categoria	274
5.1. Genesi ed evoluzione della valutazione competitiva degli accordi di distribuzione in Europa e negli Stati Uniti	274
5.2. Restrizioni fondamentali: imposizione dei prezzi di rivendita	278
5.3. Restrizioni fondamentali: territoriali e di clientela	283
5.4. La distribuzione esclusiva	286
5.4.1. Nozione di concessione di vendita in esclusiva	286
5.5. La distribuzione selettiva o canalizzata	290

5.5.1.	La distribuzione selettiva qualitativa, quantitativa, mista	295
5.5.2.	Distribuzione selettiva: vendite passive e vendite attive, geoblocking	296
5.5.3.	Distribuzione selettiva e la restrizione “per oggetto” all’utilizzo di siti comparativi	306
5.6.	Restrizioni escluse dall’esenzione di blocco del reg. 330	307
5.6.1.	Obblighi di non concorrenza in vigenza dell’accordo di distribuzione	308
5.6.2.	Obblighi di non concorrenza applicabili dopo la scadenza dell’accordo di distribuzione	309
5.6.3.	Il boicottaggio collettivo	310
6.	Analisi concorrenziale di un accordo non coperto dall’esenzione di blocco . . .	310
6.1.	Gli effetti restrittivi della concorrenza cumulativi: revoca dell’esenzione di blocco	310
6.2.	Gli effetti restrittivi della concorrenza cumulativi: disapplicazione del reg. 330 per regolamento ad hoc	311
6.2.1.	La ‘doppia soglia’ nella valutazione di impatto concorrenziale nel reg. 330. La quota di mercato del distributore	313
6.3.	Analisi di un accordo di distribuzione che non ricade nell’esenzione di blocco: metodologia di analisi e onere della prova	313
6.4.	Alcuni esempi delle linee guida: il monomarchismo	314
6.5.	Alcuni esempi delle linee guida: il franchising. Nozione	317
6.5.1.	Il caso Pronuptia e le sue ricadute	320
6.5.2.	Il caso Apple in Francia tra esclusiva, selettiva e franchising . . .	323

Sezione III
GLI ABUSI DI POSIZIONE DOMINANTE

CAPITOLO VIII
GLI ELEMENTI COSTITUTIVI DELLA FATTISPECIE
di Federico Marini Balestra

1.	Premessa	325
2.	L’impresa	336
3.	Il presupposto: l’individuazione del mercato rilevante	338
4.	L’accertamento di una posizione dominante	340
5.	Altri fattori che attribuiscono una posizione dominante	343
6.	La posizione dominante collettiva	347
7.	Gli effetti sugli scambi infra-comunitari	350
8.	Gli effetti anti-competitivi della condotta contestata	353
9.	La speciale responsabilità	367
10.	Elemento soggettivo	369
11.	Casi particolari: superdominanza e mercati emergenti	375
12.	La giustificazione obiettiva	377
13.	La classificazione degli abusi di posizione dominante	378
14.	Conclusioni	382

CAPITOLO IX
LE FATTISPECIE TIPICHE
di *Ilaria Guadagno e Raimondo Iusto*

1.	Introduzione	384
2.	Le ipotesi tipiche di abuso di posizione dominante	388
2.1.	L'imposizione (diretta e indiretta) di prezzi d'acquisto, di vendita o di altre condizioni di transazione inique (abusi di sfruttamento)	389
2.2.	La limitazione della produzione, degli sbocchi o dello sviluppo tecnico a danno dei consumatori (pratiche escludenti)	394
2.2.1.	(Segue). Predatory pricing	396
2.2.2.	(Segue). Gli sconti	398
2.2.3.	(Segue). Rifiuto di contrarre	404
2.2.4.	(Segue) Rapporti di esclusiva	408
2.3.	L'applicazione di condizioni dissimili per prestazioni equivalenti nei rapporti con gli altri contraenti, con svantaggio concorrenziale (pratiche discriminatorie)	409
2.4.	La subordinazione della conclusione di contratti all'accettazione di prestazioni supplementari non connesse oggettivamente agli stessi (pratiche leganti)	412
3.	Riferimenti bibliografici	416

CAPITOLO X
IL MARGIN SQUEEZE
di *Alessandro Boso Caretta e Bice Di Sano*

1.	Definizione	418
2.	Il <i>margin squeeze</i> come fattispecie autonoma di abuso	419
2.1.	Margin squeeze, prezzi eccessivi e prezzi predatori	419
2.2.	Margin squeeze e rifiuto a contrarre	422
3.	Elementi del <i>margin squeeze</i>	425
4.	Elementi non rilevanti	426
5.	L'effetto escludente	427
6.	I test di prezzo	429
7.	La verifica della replicabilità	432
8.	Il <i>margin squeeze</i> nel settore delle telecomunicazioni	434
8.1.	Le decisioni della Commissione europea	434
8.2.	Le decisioni dell'AGCM	436
8.3.	Alcune decisioni di altre autorità nazionali	438
8.3.1.	Francia	438
8.3.2.	Regno Unito	440
8.3.3.	Belgio	441
9.	Il <i>margin squeeze</i> in altri settori industriali	441
9.1.	Le decisioni della Commissione europea	442
9.2.	Le decisioni dell'AGCM	443
9.3.	Alcune decisioni di altre autorità nazionali	445
9.3.1.	Francia	445
9.3.2.	Regno Unito	445
9.3.3.	Spagna	446
9.3.4.	Portogallo	447

CAPITOLO XI

ABUSI E IP

di *Pietro Merlino e Marianna Meriani*

1. Premessa	448
2. Il rifiuto di licenza di un DPI quale possibile abuso di posizione dominante . . .	449
3. Abuso del sistema brevettuale e di altre procedure regolatorie	454
4. Brevetti essenziali all'implementazione di uno standard e abuso di posizione dominante	462
4.1. Il c.d. patent ambush quale abuso di posizione dominante: il caso Rambus . .	463
4.2. SEP e azioni inibitorie: i casi Samsung e Motorola e la sentenza Huawei/ZTE	465

CAPITOLO XII

BIG DATA E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

di *Guido Bellitti*

1. Big Data: nozione e implicazioni	472
1.1. Il crescente interesse per i Big Data	472
1.2. Una definizione di Big Data	473
1.3. La filiera dei Big Data e i mercati rilevanti	475
1.4. Problemi attinenti alla natura dei dati	477
2. Gli strumenti offerti dal diritto della concorrenza: un'analisi degli interventi a livello europeo	479
2.1. Introduzione	479
2.2. Il rifiuto di fornire determinati dati: una casistica risalente nel tempo . . .	481
2.3. I recenti interventi della Commissione	482
3. Big Data e Autorità nazionali: l'esempio del Bundeskartellamt nel caso Facebook ed il recente intervento dell'AGCM contro Google	484
4. Gli ulteriori interventi delle altre autorità di concorrenza nazionali: necessità di maggiore coordinamento?	488
5. Prospettive future	490
5.1. La decisione Facebook: a che punto siamo?	490
5.2. Altre soluzioni per far fronte a Big Data e piattaforme	491
5.3. Reports, policies e regolazione	494
5.4. Algoritmi ed intelligenza artificiale: uno sguardo al futuro	497

CAPITOLO XIII

L'ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE COLLETTIVA

di *Alberto Corduas*

1. Premessa	500
2. Le origini di una nozione ambigua	502
2.1. La ricerca dei criteri tramite la giurisprudenza europea sull'applicazione degli articoli 101 e 102 TFUE	502
2.2. La ricerca dei criteri estesa nell'ambito della giurisprudenza europea sul controllo delle concentrazioni	507
3. Le difficoltà di una nozione raramente praticata	514
3.1. Una nozione difficilmente applicabile nell'ambito dell'articolo 102 TFUE .	514

3.2. Una nozione più facilmente applicabile attraverso il controllo delle concentrazioni	519
4. Conclusione	524

CAPITOLO XIV

L'ABUSO DI DIPENDENZA ECONOMICA E LA SUA RILEVANZA
PER LA TUTELA DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

di *Enrico Spagnolello*

1. Introduzione	528
2. L'abuso di dipendenza economica: origine della fattispecie	529
3. La nozione di impresa nell'abuso di dipendenza economica	534
4. L'ambito di applicazione oggettivo	535
5. Gli elementi costitutivi della fattispecie: la dipendenza economica	537
6. ...l'abuso	541
7. La rilevanza antitrust dell'abuso di dipendenza economica	547
8. La disciplina dell'abuso di dipendenza economica nella prassi dell'AGCM	551

Sezione IV

IL PROCEDIMENTO ANTITRUST

CAPITOLO XV

IL PROCEDIMENTO ANTITRUST

di *Paolo Ziotti e Isabella Perego*

1. La competenza delle Autorità antitrust	559
2. L' <i>input</i> del procedimento e la fase preistruttoria	567
3. L'avvio del procedimento	576
4. Le garanzie procedimentali	604
5. L'istruttoria antitrust	618
6. La conclusione del procedimento	632
6.1. La sanzione antitrust	632
6.2. Gli impegni	655
6.3. L'archiviazione	663
7. Le misure cautelari	664
8. Il settlement	671

Sezione V

LE ALTRE CONSEGUENZE DELL'ILLECITO ANTITRUST

CAPITOLO XVI

LA NULLITÀ DEI CONTRATTI

di *Pierluigi Tonnara*

1. La nullità nella legge <i>antitrust</i>	677
2. La nullità delle intese	680
3. La sorte dei contratti a valle	683
3.1. Nullità dei contratti a valle	685

INDICE SOMMARIO

3.2. Nullità totale o parziale?	688
4. Questioni processuali	689
5. Il caso delle fidejussioni <i>omnibus</i> e del tasso Euribor	691
6. Le altre ipotesi di nullità: abuso di posizione dominante e abuso di dipendenza economica	693

CAPITOLO XVII

LA PARTECIPAZIONE ALLE GARE PUBBLICHE

di *Carlo Edoardo Cazzato*

1. L'illecito professionale	696
2. Il <i>self-cleaning</i>	714

CAPITOLO XVIII

LA RILEVANZA PENALE DELL'ILLECITO ANTITRUST

di *Ilaria Curti*

1. Gli illeciti antitrust e la scelta della sanzione amministrativa in alternativa alla sanzione penale	723
2. Il concetto penalistico di atti di concorrenza	727
3. Condotte anticoncorrenziali e reati nel settore degli appalti pubblici	731
4. Condotte anticoncorrenziali e reati nel settore privato	735

Sezione VI

I SERVIZI DI INTERESSE GENERALE

CAPITOLO XIX

I SERVIZI DI INTERESSE GENERALE NEL CONTESTO
DEGLI INTERVENTI DELLA COMMISSIONE E DEGLI APPROCCI
NELLA GIURISPRUDENZA DELLA *CGUE*

di *Antonio Fico e Umberto Chianese*

1. La ricostruzione nozionistica dei Servizi di Interesse Generale. I Servizi di interesse economico generale	743
2. L'organizzazione e il finanziamento dei SIEG nel mercato interno	747
2.1. Gli approcci divergenti nella giurisprudenza della <i>CGUE</i> : la tesi "aiuto di stato" e la tesi "compensativa"	750
2.2. La giurisprudenza altalenante della <i>CGUE</i> : le sentenze <i>FFSA</i> , <i>Ferrigna</i> e <i>La Poste</i>	751
2.3. La sentenza <i>Altmark</i> : l'approccio "ambiguo" elaborato <i>CGUE</i>	754
2.4. (Segue) I principali profili di criticità relativi all'applicazione delle condizioni <i>Altmark</i> . Il caso <i>BUPA</i>	757
2.5. (Segue) La giurisprudenza <i>BUPA</i> : un caso isolato?	761
3. Il Pacchetto <i>Monti Kreous</i> : il <i>corpus</i> normativo post- <i>Altmark</i>	762
3.1. La valutazione di impatto delle misure previste dal Pacchetto <i>Monti</i>	764
4. Il pacchetto <i>Almunia</i>	765

5.	La compatibilità degli aiuti di importanza minore “ <i>de minimis</i> ” concessi ad imprese che forniscono servizi di interesse economico generale con le norme del TFUE: il regolamento (UE) n. 360/2012	768
6.	Riflessioni conclusive	770

Sezione VII
IL SINDACATO DEL GIUDICE AMMINISTRATIVO

CAPITOLO XX
IL SINDACATO DEL GIUDICE AMMINISTRATIVO
di *Fabio Elefante*

1.	Giurisdizione del giudice amministrativo sugli atti dell’AGCM in materia antitrust	773
2.	Il rito abbreviato	778
3.	Le azioni esperibili	781
4.	La legittimazione ad agire e l’interesse a ricorrere	783
5.	Gli atti impugnabili	786
6.	Natura e limiti del sindacato di legittimità del giudice amministrativo sugli atti dell’AGCM: <i>Full jurisdiction</i> o <i>judicial deference</i> ?	787
7.	Natura e limiti del sindacato di merito del giudice amministrativo sulle sanzioni	797

CAPITOLO XXI
IL SINDACATO DEL GIUDICE COMUNITARIO
di *Fabio Elefante*

1.	Il ruolo della Corte di giustizia e del Trib. UE	799
2.	I provvedimenti impugnabili e la legittimazione attiva a proporre il ricorso per annullamento	801
3.	L’interesse ad agire e le azioni esperibili	803
4.	Natura e limiti del sindacato di legittimità	807
5.	Natura e limiti del controllo di merito sulle sanzioni	809
6.	La tutela cautelare	810
7.	Il rinvio pregiudiziale	810

Sezione VIII
IL PRIVATE ENFORCEMENT

CAPITOLO XXII
ASPETTI GENERALI DEL *PRIVATE ENFORCEMENT*
di *Giovanni Scoccini*

1.	I fondamenti del private antitrust enforcement	815
2.	Il rapporto tra private e public enforcement	817
3.	La Direttiva 2014/104/UE	819
3.1.	La genesi della Direttiva	819
3.2.	L’attuazione della direttiva in Italia	823

CAPITOLO XXIII

LA LEGITTIMAZIONE GIUDIZIALE ANTITRUST

di *Giovanni Scoccini*

1.	Introduzione	827
2.	La legittimazione attiva	827
3.	La legittimazione degli acquirenti indiretti	829
4.	La legittimazione dell'acquirente indiretto e l'eccezione di trasferimento del danno a valle	832
5.	L'eccezione di trasferimento del prezzo nell'ordinamento dell'Unione europea	834
6.	La legittimazione passiva dell'impresa	837
6.1.	La responsabilità della controllante	839
6.2.	La responsabilità delle società controllate	840
7.	La responsabilità solidale passiva	842
7.1.	Le eccezioni al regime della solidarietà	844
7.2.	La deroga alla responsabilità solidale per l'impresa beneficiaria dell'immunità	844
7.3.	La deroga alla responsabilità solidale per le PMI	845

CAPITOLO XXIV

LA PRESCRIZIONE DEL DIRITTO AL RISARCIMENTO DEL DANNO ANTITRUST

di *Giovanni Scoccini*

1.	Introduzione	847
2.	La lungolatenza del danno antitrust e il principio di effettività	848
3.	La Direttiva sul risarcimento del danno antitrust	850
4.	L'attuazione della Direttiva in Italia	850
5.	La disciplina del <i>dies a quo</i>	851
6.	Gli effetti del <i>public enforcement</i> sulla prescrizione	853
7.	La sospensione della prescrizione in pendenza dei procedimenti di un'autorità della concorrenza	855

CAPITOLO XXV

CONDOTTA ILLECITA E ELEMENTO PSICOLOGICO

di *Luca Baccaro*

1.	Cenni	859
2.	Elemento soggettivo e azioni risarcitorie	860

CAPITOLO XXVI

IL NESSO CAUSALE

di *Claudio Lombardi*

1.	Il nesso di causalità nelle azioni di danno antitrust	863
2.	La funzione del nesso di causalità	865
3.	Causalità generale e causalità individuale	866
4.	Il nesso eziologico nel codice civile	867
5.	Causalità di fatto	868

6.	Causalità giuridica	870
7.	Approcci quantitativi o scalari	871
8.	Teorie del rischio e teorie della probabilità	872
9.	Prevedibilità	873
10.	Cause sopravvenute	873
11.	Il nesso di causalità secondo il diritto europeo	874
12.	Convergenza dei diversi approcci al nesso di causalità	875
13.	Il nesso di causalità secondo le Corti dell'UE	876
14.	La prova del nesso causale	877
15.	L'onere probatorio	880
16.	Lo standard probatorio	882
17.	Le presunzioni in materia di causalità	883
18.	La perdita di <i>chance</i>	885
19.	La prova del nesso causale nel diritto della concorrenza dell'UE	887
20.	Il nesso di causalità nelle azioni "passing-on"	887
21.	Causalità materiale nelle azioni <i>passing on</i>	888
22.	Causalità giuridica nelle azioni <i>passing on</i>	889
23.	Prezzi ombrello	890
24.	Nesso di causalità ed <i>umbrella pricing</i>	891

CAPITOLO XXVII

IL DANNO SUBITO

di *Giacomo Capodaglio e Carlo Scarpa*

1.	Principio generale: Analisi controfattuale (<i>but for</i>)	893
1.1.	Fattispecie e soggetti	894
1.2.	La quantificazione del danno	896
2.	La quantificazione del danno da intese	897
2.1.	Gli effetti di un'intesa	898
2.2.	Il danno da manipolazione del prezzo: struttura logica	900
2.3.	L'overcharge	903
2.3.1.	Scelta del metodo da utilizzare	904
2.3.2.	Metodi comparativi	905
2.3.2.1.	Comparazione nel tempo	906
2.3.2.2.	Comparazione in altri mercati geografici (cd. yardstick)	910
2.3.2.3.	Comparazione nel tempo e in altri mercati	912
2.3.3.	Metodi basati su indicatori di costo	913
2.3.4.	Metodi basati su indicatori finanziari	914
2.3.5.	Metodi strutturali	915
2.4.	La traslazione degli effetti a valle e il vero e proprio danno	917
2.4.1.	Passing-on offensivo	921
2.5.	Il danno generato dall'effetto sui volumi e la perdita di <i>chance</i>	922
2.6.	Il danno da intese escludenti	924
3.	La quantificazione del danno da abusi di posizione dominante	925
3.1.	Prezzi eccessivi	926
3.2.	Pratiche escludenti	929
3.3.	La quantificazione del danno da margin squeeze	934
3.3.1.	La "theory of harm"	935
3.3.2.	L'identificazione dell'illecito	936

3.3.3.	La quantificazione del danno	938
3.3.4.	Margin squeeze e prezzo eccessivo	939
4.	Il danno a seguito di aiuti di stato illeciti	940
4.1.	I soggetti	941
4.2.	Gli effetti di un aiuto di stato	942
4.3.	Conclusione: un evento piuttosto raro	945
5.	Ulteriori aspetti	946
5.1.	Durata ed effetto di trascinamento	946
5.2.	Le vendite trainate	947
5.3.	Interessi e attualizzazione	948
6.	Giurisprudenza sul <i>quantum</i>	949
6.1.	Intese	950
6.1.1.	Italia	950
6.1.1.1.	Assicurazioni RC auto	950
6.1.2.	Unione Europea	951
6.1.2.1.	Autoscuole (Austria)	951
6.1.2.2.	Vitamine (Germania)	952
6.1.2.3.	Asfalto (Finlandia)	952
6.1.2.4.	Autocarri (Spagna)	953
6.1.2.5.	Autocarri (Germania)	954
6.1.2.6.	Buste di carta (Spagna)	954
6.1.2.7.	Cavi elettrici sottomarini (Regno Unito)	955
6.1.2.8.	Infrastrutture ferroviarie (Francia)	955
6.1.2.9.	Zucchero (Spagna)	955
6.2.	Abusi di posizione dominante	956
6.2.1.	Italia	956
6.2.1.1.	Bitume	956
6.2.1.2.	Pacchetti turistici	956
6.2.1.3.	Servizi telefonici	957
6.2.1.4.	Subconcessione di uffici	957
6.2.2.	Unione Europea	958
6.2.2.1.	Servizi informativi telefonici (Spagna)	958
6.2.2.2.	Servizi telefonici (Francia)	958
6.2.2.3.	Lotterie (Germania)	958
7.	Riferimenti bibliografici	959

CAPITOLO XXVIII

LA DISCIPLINA SPECIALE DELLE PROVE NEL PRIVATE
ANTITRUST ENFORCEMENT

di *Giovanni Scoccini e Luca Baccaro*

Sezione Prima - *La disciplina dell'esibizione delle prove*

1.	Introduzione	962
2.	L'esibizione rivolta alle parti o a terzi	965
3.	La tutela delle informazioni riservate	968
4.	La divulgazione delle prove incluse nel fascicolo di un'autorità garante della concorrenza	971
5.	L'esibizione giudiziale e l'accesso amministrativo agli atti	974

INDICE SOMMARIO

6. Il regime sanzionatorio	976
7. I procedimenti di istruzione preventiva	977
Sezione Seconda - <i>Il valore probatorio delle decisioni antitrust</i>	
8. Premessa	978
9. Le decisioni della Commissione	978
10. Le decisioni dell'AGCM, delle altre ANC e il rinvio pregiudiziale	982

CAPITOLO XXIX

LA TUTELA COLLETTIVA

di *Jacopo Nisticò*

1. Il ruolo della tutela collettiva	987
1.1. (Segue): il dialogo in sede europea	990
1.2. (Segue): la tutela collettiva in Italia	995
2. La nuova <i>class action</i>	998
2.1. L'oggetto: le situazioni giuridiche tutelate	999
2.2. I soggetti: legittimazione attiva e passiva	999
2.3. Il procedimento	1002
2.3.1. La prima fase: l'introduzione dell'azione	1002
2.3.2. (Segue): la decisione sull'ammissibilità e il relativo provvedimento	1004
2.3.3. La seconda fase: trattazione, istruzione e decisione	1006
2.3.4. L'adesione post sententiam	1010
2.3.5. La terza fase: liquidazione	1013
2.3.6. L'impugnazione della sentenza e del decreto di liquidazione	1014
2.3.7. Modalità di soddisfazione degli aderenti e chiusura della procedura di adesione	1018
2.4. L'azione inibitoria collettiva	1021
3. Riferimenti bibliografici	1022

CAPITOLO XXX

L'ARBITRABILITÀ DELLE CONTROVERSIE ANTITRUST

di *Francesca Salerno*

1. Premessa	1024
2. Le soluzioni offerte dal diritto comunitario	1025
3. Le soluzioni offerte dal diritto italiano	1027
3.1. Sulla impossibilità per gli arbitri di conoscere delle controversie in materia antitrust perché devolute all'AGO per competenza esclusiva, funzionale e inderogabile	1029
3.2. Sulla impossibilità per gli arbitri di conoscere delle controversie in materia antitrust in quanto relative a diritti indisponibili	1030
3.3. Sulla impossibilità per gli arbitri di conoscere delle controversie in materia antitrust in quanto relative a questioni di nullità dei contratti	1033

Sezione IX
IL MERGER CONTROL

CAPITOLO XXXI
IL CONTROLLO DELLE CONCENTRAZIONI

di *Enzo Marasà*

1.	Finalità del controllo delle concentrazioni e nozioni preliminari	1037
1.1.	La necessità di norme antitrust specifiche per le concentrazioni	1042
1.2.	Gli obiettivi specifici dell'ordinamento UE e italiano	1044
1.3.	Poteri di intervento ex ante e ex post	1046
1.4.	Soglie di notifica obbligatoria ed effetti sostanziali sulla politica di controllo	1048
2.	La nozione giuridica di concentrazione	1052
2.1.	La nozione di impresa nelle concentrazioni	1053
2.1.1.	Le imprese comuni	1058
2.1.2.	Soggetti a cui può essere attribuito il controllo di imprese	1062
2.2.	La nozione di controllo nelle concentrazioni	1063
2.2.1.	Controllo esclusivo di diritto	1065
2.2.2.	L'ipotesi "ibrida" delle opzioni di acquisto o vendita	1067
2.2.3.	Controllo di fatto	1068
2.2.4.	Controllo positivo e controllo negativo	1071
2.2.5.	Decisioni sulla gestione dell'impresa rilevanti per il controllo	1072
2.2.6.	Controllo congiunto	1075
2.2.7.	Controllo congiunto di fatto	1078
2.3.	Stabilità e durata del controllo	1080
2.4.	I passaggi di controllo che costituiscono concentrazioni	1081
2.5.	Il principio di unitarietà: operazioni in successione e interconnesse	1082
3.	Dimensione della concentrazione e ripartizione della competenza	1089
3.1.	Il calcolo del fatturato rilevante per il superamento delle soglie di notifica	1089
4.	La procedura di notifica e di istruttoria delle concentrazioni	1093
4.1.	L'obbligo di notifica preventiva e le conseguenze della violazione	1096
4.2.	Modalità della notifica e poteri istruttori dell'AGCM	1102
4.3.	Possibili esiti del procedimento in Fase 1 e in Fase 2	1106

Sezione X
GLI AIUTI DI STATO

CAPITOLO XXXII
LA DISCIPLINA DEGLI AIUTI DI STATO

di *Marco Serpone*

1.	Introduzione	1111
1.1.	La ratio della disciplina	1111
1.2.	Classificazione: rinvio	1112
1.3.	Il regime dell'incompatibilità	1112
2.	Ambito di applicazione	1115
2.1.	Nozione di impresa ed esercizio di poteri pubblici	1115
2.2.	Nozione di aiuto di Stato	1119

INDICE SOMMARIO

2.2.1.	Risorse statali	1119
2.2.2.	Vantaggio	1126
2.2.3.	Selettività	1129
2.2.4.	Incidenza sugli scambi e sulla concorrenza	1131
3.	Le deroghe al principio di incompatibilità	1133
3.1.	Aiuti compatibili di diritto	1134
3.2.	Aiuti che possono essere dichiarati compatibili	1135
3.3.	Il regolamento generale di esenzione per categoria	1141
4.	Procedura	1142
4.1.	Aiuti nuovi e aiuti esistenti	1142
4.2.	La notifica dei nuovi aiuti: la pre-notifica	1144
4.3.	La fase di esame preliminare	1145
4.4.	Il procedimento di indagine formale	1146
4.5.	Gli aiuti illegali: in particolare il ruolo dei giudici nazionali	1148

Sezione XI
L'ADVOCACY

CAPITOLO XXXIII
I POTERI DI *ADVOCACY*
di Irene Picciano

1.	La politica della concorrenza nell'esercizio dei poteri di <i>advocacy</i>	1157
2.	L'attività di segnalazione e i pareri <i>ex art. 21</i>	1165
3.	I pareri <i>ex art. 22</i>	1171
4.	I pareri <i>ex art. 21-bis</i>	1183
5.	Le indagini conoscitive dell'Autorità	1191

Sezione XII
LA COMPLIANCE ANTITRUST

CAPITOLO XXXIV
LA COMPLIANCE ANTITRUST
di Valerio Mosca

1.	L'adozione delle Linee Guida	1201
2.	Obiettivi delle Linee Guida	1205
3.	Contenuto dei programmi di <i>compliance antitrust</i>	1206
3.1.	Requisiti generali (par. 4-7 delle Linee Guida.)	1206
3.2.	Identificazione e valutazione del rischio antitrust specifico dell'impresa (par. 8-10 delle Linee Guida)	1209
3.3.	Attività di formazione e know-how (par. 11-12 delle Linee Guida)	1210
3.4.	Sistemi di gestione dei processi a rischio antitrust (par. 13 delle Linee Guida)	1211
3.5.	Sistema di incentivi (par. 14 delle Linee Guida)	1213
3.6.	<i>Auditing</i> e miglioramento continuo del programma (par. 15-16 delle Linee Guida)	1213
4.	L'adozione di un programma di <i>compliance</i> come circostanza attenuante	1214

4.1.	Aspetti generali	1214
4.2.	L'adeguatezza del programma alla prevenzione degli illeciti antitrust (par. 22 delle Linee Guida)	1217
4.3.	L'effettiva ed efficace attuazione del programma (par. 23 delle Linee Guida)	1218
5.	L'ammontare della riduzione delle sanzioni	1219
5.1.	Programmi di compliance antitrust adottati dopo l'avvio del procedimento istruttorio (par. 27-29 delle Linee Guida)	1219
5.2.	Programmi di compliance antitrust adottati prima dell'avvio del procedimento istruttorio	1220
5.2.1.	Programmi efficaci (par. 30-32 delle Linee Guida)	1220
5.2.2.	Programmi manifestatamente inadeguati (par. 33-35 delle Linee Guida)	1221
5.2.3.	Programmi non manifestatamente inadeguati (par. 36-39 delle Linee Guida)	1222
5.3.	Ulteriori criteri per la riduzione della sanzione	1223
5.3.1.	Imprese recidive (par. 40-41 delle Linee Guida)	1223
5.3.2.	Programmi di compliance e impegni (par. 42 delle Linee Guida)	1223
5.3.3.	Programmi di compliance nell'ambito di gruppi di imprese (par. 43-44 delle Linee Guida)	1224
5.3.4.	Circostanze aggravanti connesse ai programmi di compliance (par. 45-47 delle Linee Guida)	1225
6.	Prassi decisionale dell'AGCM e giurisprudenza in materia di <i>compliance</i> antitrust.	1225
7.	La gestione delle ispezioni antitrust	1227
7.1.	Il potere dell'AGCM di condurre ispezioni	1227
7.2.	Limiti all'esercizio dei poteri ispettivi	1230
7.3.	Documenti acquisiti nel corso delle ispezioni	1233
7.4.	Luoghi oggetto di accertamento ispettivo	1235
7.5.	Lo svolgimento di ispezioni in un altro Stato Membro	1237

Parte II

IL DIRITTO DEI CONSUMATORI

Sezione XIII

PRINCIPI GENERALI

CAPITOLO I

LA TUTELA DEL CONSUMATORE NELL'ORDINAMENTO COMUNITARIO

di *Simone Gambuto*

1.	Principi di Diritto comunitario	1241
1.1.	Il New Deal for Consumers	1245
1.2.	L'enforcement	1249

CAPITOLO II

LA TUTELA DEL CONSUMATORE NELL'ORDINAMENTO NAZIONALE

di *Fausto Caronna*

1. Diritto nazionale	1253
1.1. Premessa	1253
1.2. Le origini del diritto dei consumatori in Italia: breve excursus storico . .	1254
1.3. Il codice del consumo nel sistema delle fonti di diritto dei consumatori .	1259
1.4. I principi e i diritti fondamentali dei consumatori	1265
1.5. Conclusioni	1276
1.6. Riferimenti bibliografici	1278

Sezione XIV

LE PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE E AGGRESSIVE

CAPITOLO III

LE PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

di *Giusi Bruno*

1. La disciplina in materia di pratiche commerciali scorrette e la sua <i>ratio</i>	1281
2. Rapporti tra la disciplina in materia di pratiche commerciali scorrette ed il diritto generale	1284
2.1. In particolare, rapporti con il diritto penale	1292
3. Ambito soggettivo di applicazione della disciplina in materia di pratiche commerciali scorrette	1298
4. Ambito oggettivo di applicazione della disciplina in materia di pratiche commerciali scorrette	1304
5. Pratiche commerciali ingannevoli	1312
5.1. Azioni ingannevoli	1312
5.2. Omissioni ingannevoli	1317
5.3. <i>Black list</i> di pratiche commerciali ingannevoli	1320
5.4. <i>De iure condendo</i> in materia di pratiche commerciali ingannevoli	1324
6. Riferimenti bibliografici	1328

CAPITOLO IV

LE PRATICHE COMMERCIALI AGGRESSIVE

di *Arturo Leone*

1. Premessa: la struttura delle pratiche commerciali aggressive	1330
2. Presupposti	1334
2.1. Le molestie	1334
2.2. La coercizione	1338
2.3. L'indebito condizionamento	1339
2.4. Gli elementi per la valutazione dell'aggressività	1345
2.5. Pratiche aggressive e consumer rights; autonomia delle norme	1352
2.6. Imputabilità della pratica nel caso di interposizione di terzi	1354
2.7. Pratiche aggressive e rimedi civilistici. In particolare spunti per l'applicazione della responsabilità da contatto sociale	1357

INDICE SOMMARIO

3.	La black list	1362
3.1.	I rilievi critici della dottrina alla scelta tecnica legislativa della black list. La sentenza del Cons. St. n. 2414/2020 sulla valenza della clausola generale dell'art. 20 del c. cons. ai fini dell'individuazione come PCS non tipizzate come ingannevoli o aggressive o non inquadrabili in liste nere (di cui agli artt. 23-26)	1362
3.2.	Esame delle singole fattispecie	1365
4.	Riferimenti bibliografici	1375

CAPITOLO V

L'ENFORCEMENT DELL'AGCM

di *Maria Grazia D'Auria*

1.	Il ruolo dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato nell'applicazione del diritto antitrust	1377
1.1.	La cooperazione tra le Autorità ai sensi della regolamentazione europea. Il contesto normativo di riferimento comunitario e nazionale	1381
1.2.	La competenza dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) alla luce dell'articolo 27 del Codice del Consumo	1389
1.3.	L'input del procedimento	1399
1.4.	L'avvio del procedimento: la fase pre-istruttoria e la moral suasion	1405
1.5.	Le garanzie procedurali	1406
1.6.	Le misure cautelari	1413
1.7.	La fase istruttoria	1419
1.8.	Gli impegni	1423
1.9.	La conclusione del procedimento	1434
1.10.	La sanzione	1436
1.11.	L'inottemperanza	1443
2.	Il sindacato del Giudice amministrativo	1444
3.	La giurisdizione del giudice ordinario. Il <i>private enforcement</i>	1447
4.	Riferimenti bibliografici	1453

Sezione XV

PUBBLICITÀ INGANNEVOLE E COMPARATIVA ILLECITA

CAPITOLO VI

IL D.LGS. N. 145 DEL 2017: AMBITO APPLICATIVO E RAPPORTO CON LE NORME IN TEMA DI PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

di *Valerio Mosca*

1.	Ambito applicativo del D.lgs. n. 145/07 e rapporto con la normativa in materia di pratiche commerciali scorrette	1457
2.	Il professionista come soggetto responsabile del messaggio pubblicitario	1459
3.	Il professionista come soggetto destinatario del messaggio pubblicitario	1460
4.	Aspetti generali relativi all'accertamento dell'illiceità della pubblicità tra imprese	1462
5.	La pubblicità ingannevole	1466
5.1.	Aspetti generali	1466
5.2.	Elementi di valutazione dell'ingannevolezza	1468

6.	La pubblicità comparativa	1474
6.1.	Aspetti generali	1474
6.2.	Le condizioni di liceità della pubblicità comparativa	1475
7.	Trasparenza della pubblicità	1480
8.	Prodotti pericolosi per la salute e la sicurezza	1482
9.	Tutela amministrativa e giurisdizionale	1483

Sezione XVI
CONSUMATORI E CONTRATTI
 a cura di *Francesca Vessia*

CAPITOLO VII
I CONTRATTI DEI CONSUMATORI
 di *Maria Stella Resta*

1.	Il rapporto di consumo	1491
1.1.	Considerazioni introduttive	1491
1.2.	L'evoluzione delle norme consumeristiche a livello comunitario e nazionale	1492
1.3.	(Segue) Le spinte verso la modernizzazione e il rafforzamento della tutela dei consumatori nell'ottica dell'armonizzazione della disciplina comunitaria: il <i>New Deal for Consumers</i>	1494
1.4.	L'ambito soggettivo di applicazione delle disposizioni riguardanti i "contratti dei consumatori"	1497
1.5.	(Segue) Il problema della qualificazione del professionista come consumatore e il criterio del collegamento funzionale del contratto con l'attività esercitata	1500
1.6.	L'art. 39 cod. cons. e i rapporti con l'art. 5, commi 2 e 3, della direttiva 2005/29/CE e con le norme del codice di settore sulle pratiche commerciali scorrette e ingannevoli: la "profilazione" del consumatore	1503
1.7.	L'ambito oggettivo e i diversi tipi di contratti disciplinati alla luce della differente modalità di stipulazione degli stessi	1505
2.	Obblighi informativi e diritto di ripensamento del consumatore	1509

CAPITOLO VIII
LE CLAUSOLE VESSATORIE
 di *Maria Stella Resta*

1.	Le clausole vessatorie nel codice del consumo: la <i>ratio</i> dell'istituto, alla luce della sua evoluzione normativa	1513
2.	Aspetti sostanziali	1514
2.1.	L'ambito soggettivo di applicazione delle norme	1514
2.2.	L'ambito di applicazione oggettivo: il rapporto con le clausole vessatorie di cui agli artt. 1341 e 1342 c.c. e la teoria del "terzo contratto"	1517
2.3.	(Segue) L'interferenza tra le norme del codice del consumo e quelle codicistiche e i suoi riflessi sul piano della tutela del consumatore	1519
2.4.	"Buona fede" soggettiva e oggettiva e "squilibrio" contrattuale	1522
2.5.	(Segue) Il legame tra buona fede e squilibrio "a danno del consumatore"	1524
2.6.	Il "significativo" squilibrio contrattuale e il sindacato di vessatorietà <i>ex artt.</i>	

	34 e 35 cod. cons	1526
2.7.	La c.d. <i>grey list</i> . Le clausole limitative della responsabilità del professionista e quelle che limitano o rendono gravoso il diritto di agire in giudizio del consumatore	1529
2.8.	(Segue) Le clausole che attribuiscono poteri unilaterali al professionista o limitano l'esercizio di un diritto sostanziale da parte del consumatore e le eccezioni previste dalla legge	1533
2.9.	La nullità di protezione e la c.d. <i>black list</i>	1538
3.	Profili processuali	1540
3.1.	L'azione inibitoria ex artt. 37 e 140 cod. cons. (cenni)	1540
3.2.	La tutela amministrativa: il controllo anticipato di vessatorietà dell'AGCM a tutela del consumatore	1543

CAPITOLO IX

I CONTRATTI A DISTANZA

di Arianna Cisternino

1.	I contratti a distanza: definizione e ambito di applicazione della disciplina . . .	1546
2.	Evoluzione della disciplina e implementazione delle tecniche di tutela del consumatore	1548
3.	Profili di tutela del consumatore	1553
4.	Gli obblighi di informazione	1554
4.1.	Violazione dei doveri informativi in merito alla garanzia legale di conformità	1560
4.2.	Violazione dei doveri informativi in merito all'esercizio del diritto di recesso	1562
5.	Lo <i>jus poenitendi</i>	1564
5.1.	L'esercizio del diritto di recesso e gli obblighi delle parti	1569
5.2.	I casi di esclusione del diritto di recesso	1572
5.3.	Apposizione di ostacoli all'esercizio del diritto di recesso: la fornitura onerosa del servizio in pendenza del c.d. periodo di recesso	1574
6.	Altre pratiche commerciali scorrette nell'ambito della contrattazione a distanza. Attivazione di forniture non richieste	1577
6.1.	(Segue). Informazioni ingannevoli e mancata consegna dei prodotti acquistati online	1580

CAPITOLO X

MULTIPROPRIETÀ, PRODOTTI PER LE VACANZE E SERVIZI TURISTICI

di Nicolò Muciaccia

1.	I contratti di <i>timesharing</i> ed i servizi turistici nella cornice delle PCS	1583
2.	Rapporto di consumo e attività	1588
3.	La disciplina sulle pratiche sleali nella prospettiva europea e la <i>ratio</i> dell'intervento dell' <i>Antitrust</i> : il caso degli strumenti di tutela del viaggiatore in una dimensione rimediabile	1593
4.	Il problema del rapporto tra clausola generale, norme intermedie e disposizioni di dettaglio	1600
5.	La nozione di "consumatore medio": ricostruzione teorica e prassi applicative .	1608
5.1.	Il parametro del "consumatore medio" nei contratti di <i>timesharing</i>	1612

6. I servizi turistici e l'intermediazione *online* 1622
 7. La nuova *class action* quale strumento di tutela dei multiproprietari e dei "viaggiatori". Rinvio con qualche spunto di riflessione 1633

Sezione XVII
 LA SICUREZZA DEI PRODOTTI
 a cura di *Francesca Vessia*

CAPITOLO XI
 LA RESPONSABILITÀ DEL PRODUTTORE
 di *Elisabetta Cecchet*

1. Introduzione: la legislazione europea sui prodotti 1639
 2. La responsabilità del produttore: i soggetti responsabili e la messa in circolazione; la legittimazione attiva dell'azione 1641
 3. Ambito oggettivo di applicazione della disciplina: la nozione di prodotto 1646
 4. Il difetto del prodotto: a) il ruolo degli *standard* produttivi 1652
 4.1. (Segue) b) i difetti di progettazione e fabbricazione 1656
 4.2. (Segue) c) I difetti informativi 1657
 5. Il danno risarcibile 1659
 6. Il nesso eziologico tra difetto e danno 1662
 7. Le cause di esclusione della responsabilità 1665
 8. L'onere probatorio 1668
 9. Prescrizione e decadenza 1672
 10. Le ulteriori azioni esperibili dal danneggiato 1676
 11. La garanzia legale di conformità e le garanzie convenzionali 1681
 12. I rimedi esperibili: a) la tutela ripristinatoria; b) la riduzione del prezzo; c) la risoluzione del contratto 1688

Sezione XVIII
 L'ACCESSO ALLA GIUSTIZIA
 a cura di *Francesca Vessia*

CAPITOLO XII
 LE TUTELE INDIVIDUALI DEL CONSUMATORE
 di *Susanna Lopopolo*

1. L'itinerario normativo per il riconoscimento delle tutele consumeristiche e l'incidenza del diritto europeo 1691
 2. Le forme di tutela del consumatore: il c.d. "doppio binario" di protezione 1695
 3. Le nullità di protezione nel codice del consumo 1697
 3.1. La legittimazione ad agire del consumatore e l'uso selettivo delle nullità di protezione 1698
 3.2. La rilevabilità d'ufficio delle nullità di protezione 1702
 4. Annullabilità 1704
 4.1. La rilevanza probatoria dell'accertamento della pratica commerciale scorretta nel giudizio civile di annullamento 1708

5. Le azioni risarcitorie per pratiche commerciali scorrette tra responsabilità pre-contrattuale, contrattuale ed extra-contrattuale 1711

CAPITOLO XIII

LE TUTELE COLLETTIVE DEL CONSUMATORE

di *Susanna Lopopolo*

1. Le azioni inibitorie come tecnica di tutela specifica contro le pratiche commerciali scorrette 1717
- 1.1. La “nuova” azione inibitoria collettiva ex art. 840-sexiesdecies c.p.c.: legittimazione ad agire 1720
- 1.2. L’ambito di applicazione 1723
- 1.3. I rimedi accessori all’inibitoria collettiva e le misure coercitive 1725
- 1.4. Il rapporto tra l’azione inibitoria collettiva e l’azione di classe: divieto di cumulo 1729
2. La “nuova” *class action* della legge 12 aprile 2019, n. 31 1730
- 2.1. Alcune considerazioni introdotte sulla efficacia dell’azione di classe a dieci anni dalla sua introduzione: tanti casi ma pochi risarcimenti 1731
- 2.2. La legittimazione ad agire dei consumatori 1733
- 2.2.1. La legittimazione attiva 1733
- 2.2.2. La legittimazione passiva e la nozione di “impresa” dell’art. 840-bis c.p.c 1736
- 2.3. Le situazioni giuridiche soggettive tutelate 1739
- 2.3.1. Il perimetro dell’“omogeneità” dei diritti individuali 1740
- 2.3.2. La risarcibilità del danno non patrimoniale attraverso l’azione di classe 1745
- 2.4. Tecniche, modalità ed effetti dell’adesione alla *class action* 1749
- 2.5. Le composizioni amichevoli della lite di classe 1753
- 2.5.1. Gli accordi transattivi e conciliativi prima della sentenza di classe . 1753
- 2.5.2. (segue) dopo la sentenza di classe 1755
3. La “*class action* europea” nella Direttiva (UE) 2020/1828 1758
- 3.1. Brevi cenni sul contesto normativo europeo 1758
- 3.2. L’ambito di applicazione e la legittimazione ad agire 1760
- 3.3. La natura dell’azione e gli effetti del giudicato 1762

Parte III

COMPETENZE RESIDUALI DELL’AUTORITÀ ANTITRUST

a cura di *Francesca Vessia*

Sezione XIX

IL RATING DI LEGALITÀ

CAPITOLO I

RATING DI LEGALITÀ: ASPETTI SOSTANZIALI E PROCEDURALI

di *Giovanna Maria Flavia Nitti*

1. Lineamenti dell’istituto 1767

1.1.	Quadro normativo	1767
1.2.	Le ultime modifiche al Regolamento (2018 e 2020)	1768
1.3.	Obiettivi e caratteri generali dell'istituto	1772
1.4.	Le premialità derivanti dal <i>rating</i>	1775
2.	Aspetti sostanziali	1777
2.1.	I requisiti soggettivi per l'attribuzione del <i>rating</i>	1777
2.2.	I requisiti oggettivi minimi per l'attribuzione del <i>rating</i>	1779
2.3.	La "riabilitazione", le deroghe al possesso dei requisiti ai fini dell'attribuzione del <i>rating</i> e le misure di <i>self cleaning</i>	1783
2.4.	I criteri incrementali del punteggio	1786
3.	Aspetti procedurali	1788
3.1.	Presentazione della domanda di attribuzione e di rinnovo e comunicazioni sulle variazioni concernenti i requisiti	1788
3.2.	La fase istruttoria e le verifiche dell'AGCM	1789
3.3.	Accoglimento della domanda ed iscrizione nell'elenco delle imprese con <i>rating</i> di legalità	1792
3.4.	Provvedimento di diniego	1792
3.5.	Revoca, sospensione, riduzione del <i>rating</i>	1793
4.	Problemi interpretativi e di coordinamento	1794
4.1.	La necessaria compensazione del <i>rating</i> di legalità nella valutazione dell'offerta tecnica	1794
4.2.	Natura del controllo dell'AGCM sui requisiti per il miglioramento del punteggio	1796
5.	Effetti e contributo innovativo del <i>rating</i> di legalità	1799
5.1.	Effetti sul mercato e diffusione dell'istituto	1799
5.2.	<i>Rating</i> di legalità e tutela del consumatore	1802
5.3.	Una forma di <i>enforcement</i> di alcune misure di RSI?	1803
5.4.	Conclusioni	1805

Sezione XX
IL CONFLITTO DI INTERESSI

CAPITOLO II

CONFLITTO DI INTERESSI: AMBITO DI APPLICAZIONE E DISCIPLINA
di Nicolò Muciaccia

1.	Ambito di applicazione	1807
2.	Nozione di conflitto di interessi e conflitto di interessi per incompatibilità	1809
2.1.	Fattispecie di incompatibilità: cariche o uffici diversi dal mandato parlamentare e non inerenti alle funzioni dei titolari di carica di governo	1814
2.1.1.	(Segue) enti di diritto pubblico	1817
2.1.2.	(Segue) società aventi fini di lucro e attività di rilievo imprenditoriale	1823
2.1.3.	(Segue) attività professionali o di lavoro autonomo	1831
2.1.4.	(Segue) impiego o lavoro pubblico o privato	1835
2.2.	Le incompatibilità post-carica	1836
3.	Conflitto di interessi per incidenza sul patrimonio	1840
4.	Disciplina – L'obbligo di astensione	1843

4.1.	Nomina di uno o più institori da parte dell'imprenditore individuale e cenni di diritto comparato allo strumento del blind trust	1846
4.2.	La partecipazione ai procedimenti in materia di conflitto di interessi	1850
4.3.	Poteri e funzioni dell'AGCM nel conflitto di interessi	1852
4.4.	Profili sanzionatori	1855
4.5.	La pubblicità dei provvedimenti	1857

Sezione XXI

RELAZIONI COMMERCIALI IN MATERIA DI CESSIONE
DI PRODOTTI AGRICOLI E AGROALIMENTARI

CAPITOLO III

ANTITRUST E PRODOTTI AGROALIMENTARI

di *Giovanna Ginex*

1.	Mercato dei prodotti agricoli e agroalimentari, relazioni commerciali e cessione dei prodotti	1861
2.	Mercato dei prodotti agricoli e agroalimentari, regole di concorrenza, e interessi di produttori, distributori e consumatori	1863
3.	La dimensione del mercato e il contesto nazionale	1866
4.	Le funzioni dell'AGCM nella regolazione dei comportamenti degli operatori alimentari	1867
4.1.	Il controllo sulle regole di concorrenza	1870
4.2.	(Segue) Il contrasto alle intese restrittive della concorrenza	1873
4.3.	(Segue) Il contrasto alle pratiche commerciali scorrette	1874
4.4.	(Segue) Il contrasto alla pubblicità comparativa	1877
4.5.	(Segue) Il contrasto alle pratiche commerciali sleali	1878
5.	Altre funzioni dell'AGCM: poteri di vigilanza sul rispetto delle norme di forma e di contenuto dei contratti di cessione di prodotti agroalimentari	1881
6.	Sguardo al quadro delle tutele amministrative, nazionale ed europea, e civilistiche	1884
7.	Il procedimento dell'AGCM nella disciplina di settore	1885
8.	Lo "squilibrio significativo" negli interventi dell'AGCM: casistica	1887
9.	Realtà e prospettive delle regole europee nella disciplina delle pratiche commerciali sleali	1890
10.	I percorsi delle tutele civilistiche nel settore agroalimentare	1893
11.	Considerazioni di sintesi	1895
	<i>Indice analitico</i>	1899

