

**1875 - CNF/NUOVO ARTICOLO 25 BIS DEL CODICE DEONTOLOGICO FORENSE**

*Allegato al provvedimento n. 31724*

## IMPEGNI DA ASSUMERE AI SENSI DELL'ART. 14 TER DELLA LEGGE N. 287/90

### ***Numero del Procedimento***

I875

### ***Parte del procedimento***

Consiglio Nazionale Forense (CNF)

### ***Fattispecie contestata***

Accertamento di una presunta intesa restrittiva della concorrenza, in violazione dell'articolo 101 del TFUE, derivante dall'aver il CNF, mediante la vigente formulazione dell'art. 25 bis del Codice deontologico forense (rubricato “Violazioni delle disposizioni in materia di equo compenso”) *“indebitamente esteso la portata della L. 49/2023 e veicolato agli iscritti il chiaro messaggio circa l'importanza di attenersi alle regole deontologiche in materia di compensi. In virtù delle prerogative di cui gode in materia deontologica e disciplinare, ha posto in essere azioni idonee a orientare e a incidere sul comportamento economico dei professionisti vigilati, dissuadendoli dal pattuire compensi inferiori ai parametri forensi per non essere attenzionati dal CNF stesso e incorrere in tali rilievi, anche attraverso le chiare indicazioni in tal senso fornite ai COA territoriali.”* (punto 55 della Deliberazione AGCM resa nell'adunanza del 25.3.2025).

### ***Mercati interessati***

Servizi di assistenza legale da parte degli avvocati offerti anche a clienti non rientranti nella definizione di “grandi clienti” ai sensi dell’articolo 2 della Legge n. 49/2023. Mercato di dimensione quantomeno nazionale (punto 35 della Deliberazione AGCM resa nell'adunanza del 25.3.2025).

### ***Descrizione degli impegni proposti:***

Con il massimo spirito collaborativo, al fine di superare le contestazioni espresse da AGCM, senza alcuna ammissione di responsabilità quanto al presunto illecito anticoncorrenziale, il CNF propone all’Autorità i seguenti impegni.

### ***Impegni strutturali***

Occorre premettere che le preoccupazioni sollevate dall’Autorità nella comunicazione di avvio del procedimento riguardano, essenzialmente, la *“qualificazione anticoncorrenziale dell’articolo 25 bis del Codice deontologico forense”* e di atti comunque afferenti al tema della disposizione anzidetta, in quanto il CNF non avrebbe - con chiarezza - circoscritto l’applicazione della norma deontologica alle prestazioni rese in favore dei c.d. clienti forti, in aderenza al dettato normativo di fonte primaria (L. n. 49/2023, art. 2).

Preliminarmente, sia consentito rilevare che giammai il CNF ha inteso, né in sede di formulazione dell’art. 25 bis del CDF né nei precedenti o successivi comunicati riferiti alla violazione deontologica della normativa sull’equo compenso, estendere l’ambito di applicazione della disposizione deontologica di cui trattasi ad ogni rapporto professionale, avendo, piuttosto, sempre inteso limitarne l’applicazione ai soli rapporti con i clienti indicati dalla normativa di fonte primaria sull’equo compenso. Difatti, l’art. 25 bis del C.D.F., contiene, sia al comma 1 che al comma 2, l’espresso riferimento alle *vigenti disposizioni in materia di equo compenso*<sup>1</sup>: si tratta, in altri termini, di un c.d. “rinvio mobile”, che comprende

---

<sup>1</sup> Art. 25 bis del C.D.F. “*1. L'avvocato non può concordare o preventivare un compenso che, ai sensi e per gli effetti delle vigenti disposizioni in materia di equo compenso, non sia giusto, equo e proporzionato alla prestazione professionale richiesta e non sia determinato in applicazione dei parametri forensi vigenti. 2. Nei casi in cui la convenzione, il contratto, o qualsiasi diversa forma di accordo con il cliente cui si applica la normativa in materia di equo compenso siano predisposti esclusivamente dall'avvocato, questi ha l'obbligo di avvertire, per iscritto, il cliente che il compenso per la prestazione professionale deve rispettare in ogni caso, pena la nullità della pattuizione, i criteri stabiliti dalle disposizioni vigenti in materia. 3. La violazione del divieto di cui al primo comma comporta l'applicazione della sanzione disciplinare della censura. La violazione dell'obbligo di cui al secondo comma comporta l'applicazione della sanzione disciplinare dell'avvertimento”.*

il riferimento (in quanto onnicomprensivo) anche all'ambito soggettivo di applicazione come definito all'art. 2 della L. n. 49/2023, così escludendo in radice che la disposizione deontologica sia suscettibile di essere applicata in rapporti professionali diversi da quelli individuati nella normativa primaria sull'equo compenso.

Tanto premesso, **al fine comunque di ovviare alle contestazioni dell'Autorità**, il CNF si impegna a modificare il testo dell'art. 25 bis del Codice deontologico, al fine di chiarire espressamente che la norma si applica esclusivamente ai rapporti tra il professionista ed i clienti di cui all'art. 2 della legge n. 49/2023, e che non amplia la portata applicativa delle disposizioni sull'equo compenso.

Di seguito si riporta il nuovo testo dell'art. 25 bis del CDF che il CNF si impegna ad adottare

*“1. Ai sensi e per gli effetti della Legge n. 49/2023 in materia di equo compenso, l'avvocato non può concordare un compenso che non sia giusto, equo e proporzionato alla prestazione professionale richiesta e non sia determinato in applicazione dei parametri forensi vigenti nei rapporti professionali aventi ad oggetto la prestazione d'opera intellettuale di cui all'articolo 2230 del codice civile regolati da convenzioni aventi ad oggetto lo svolgimento, anche in forma associata o societaria, delle attività professionali svolte in favore:*

- a) di imprese bancarie e assicurative, delle loro società controllate, e delle loro mandatarie;*
  - b) delle imprese che nell'anno precedente al conferimento dell'incarico hanno occupato alle proprie dipendenze più di cinquanta lavoratori o hanno presentato ricavi annui superiori a 10 milioni di euro;*
  - c) della pubblica amministrazione e delle società disciplinate dal testo unico in materia di società a partecipazione pubblica, di cui al decreto legislativo 19 agosto 2016, n. 175, ad esclusione delle prestazioni rese in favore di società veicolo di cartolarizzazione e in favore degli agenti della riscossione<sup>2</sup>;*
- 2. Nei casi in cui la convenzione, il contratto, o qualsiasi diversa forma di accordo con i clienti **di cui al comma 1**, siano predisposti esclusivamente dall'avvocato, questi ha l'obbligo di avvertire, per iscritto, il cliente che il compenso per la prestazione professionale deve rispettare in ogni caso, pena la nullità della pattuizione, i criteri stabiliti dalle disposizioni vigenti in materia.*
- 3. Il divieto di cui al primo comma e l'obbligo di cui al secondo comma non si applicano ai rapporti professionali con soggetti diversi da quelli individuati dal primo comma del presente articolo.*
- 4. La violazione del divieto di cui al primo comma comporta l'applicazione della sanzione disciplinare della censura. La violazione dell'obbligo di cui al secondo comma comporta l'applicazione della sanzione disciplinare dell'avvertimento”.*

---

<sup>2</sup> La norma riproduce fedelmente il contenuto dell'art. 2, comma 1, della legge 49/2023, che qui si riporta per completezza:

*“1. La presente legge si applica ai rapporti professionali aventi ad oggetto la prestazione d'opera intellettuale di cui all'articolo 2230 del codice civile regolati da convenzioni aventi ad oggetto lo svolgimento, anche in forma associata o societaria, delle attività professionali svolte in favore di imprese bancarie e assicurative nonché delle loro società controllate, delle loro mandatarie e delle imprese che nell'anno precedente al conferimento dell'incarico hanno occupato alle proprie dipendenze più di cinquanta lavoratori o hanno presentato ricavi annui superiori a 10 milioni di euro, fermo restando quanto previsto al secondo periodo del comma 3.*

*2. Le disposizioni della presente legge si applicano a ogni tipo di accordo preparatorio o definitivo, purché vincolante per il professionista, le cui clausole sono comunque utilizzate dalle imprese di cui al comma 1.*

*3. Le disposizioni della presente legge si applicano altresì alle prestazioni rese dai professionisti in favore della pubblica amministrazione e delle società disciplinate dal testo unico in materia di società a partecipazione pubblica, di cui al decreto legislativo 19 agosto 2016, n. 175. Esse non si applicano, in ogni caso, alle prestazioni rese dai professionisti in favore di società veicolo di cartolarizzazione né a quelle rese in favore degli agenti della riscossione. Gli agenti della riscossione garantiscono comunque, all'atto del conferimento dell'incarico professionale, la pattuizione di compensi adeguati all'importanza dell'opera, tenendo conto, in ogni caso, dell'eventuale ripetitività della prestazione richiesta”.*

La modifica dell'art. 25 bis del Codice deontologico che il CNF si impegna ad adottare determina il venir meno delle criticità evidenziate da Codesta Autorità, in quanto chiarisce definitivamente (come in realtà già evincibile dalla formulazione del vigente art. 25 bis) che la disposizione di cui trattasi si applica esclusivamente ai rapporti professionali individuati dall'art. 2 della Legge n. 49/2023, senza alcuna possibilità di interpretazione e/o applicazione estensiva, ossia oltre l'ambito di applicazione soggettivo definito dalla fonte primaria. Per un verso, difatti, il "nuovo" comma 1 dell'art. 25 bis riporta pedissequamente la formulazione letterale dell'art. 2 della L. n. 49/2023, chiarendo che il divieto si applica solo nei rapporti con *imprese bancarie e assicurative nonché loro società controllate, loro mandatarie e imprese che nell'anno precedente al conferimento dell'incarico hanno occupato alle proprie dipendenze più di cinquanta lavoratori o hanno presentato ricavi annui superiori a 10 milioni di euro, pubblica amministrazione e società disciplinate dal testo unico in materia di società a partecipazione pubblica, di cui al decreto legislativo 19 agosto 2016, n. 175, ad esclusione delle prestazioni rese in favore di società veicolo di cartolarizzazione e in favore degli agenti della riscossione*". Per altro verso, anche l'obbligo di cui al comma 2, per effetto del richiamo ai "clienti di cui al comma 1" è inequivocabilmente applicabile ai soli rapporti con i clienti di cui all'art. 2 della L. n. 49/2023. Al fine di ulteriormente chiarire tale elemento, è stata prevista altresì l'introduzione di un nuovo comma 3 dell'art. 25 bis del CDF, in cui si esclude espressamente che il divieto/obbligo di cui ai commi 1 e 2 possa applicarsi a rapporti professionali diversi da quelli con i soggetti di cui all'art. 2 della L. n. 49/2023 (che vengono elencati in modo puntuale).

Ne deriva che la modifica del Codice deontologico che il CNF si impegna ad adottare è idonea a superare i supposti profili anticoncorrenziali dell'attuale formulazione della norma deontologica stigmatizzati da Codesta Autorità.

Sotto il profilo procedurale, il CNF si impegna a dare corso senza indugio all'iter, disciplinato dalla legge, di modifica del Codice deontologico. Si deve difatti rammentare che ai sensi dell'art. 35, comma 1, lett. d) della Legge professionale forense (Legge 247/2012) il Codice deontologico è adottato dal CNF, che ne cura la pubblicazione e la diffusione in modo da favorirne la più ampia conoscenza, **sentiti i consigli dell'ordine circondariali**.

Alla luce di ciò, si segnala che il CNF, **non appena comunicata l'approvazione definitiva degli impegni da parte dell'Autorità**, si impegna ad iniziare l'iter di modifica del codice deontologico e a concluderlo **non oltre sei mesi** dalla predetta approvazione da parte dell'Autorità. Il procedimento è infatti scandito dall'ordinamento forense (legge 247/2012) e prevede i seguenti passaggi:

- 1) Convocazione di seduta amministrativa per la approvazione della proposta di modifica dell'art. 25bis cdf, con deliberazione dell'avvio della consultazione dei consigli dell'ordine circondariali, ed assegnazione del termine di 30 giorni per l'espressione del parere da parte dei predetti Consigli;
- 2) All'esito della consultazione, convocazione di apposita seduta amministrativa per la Deliberazione del CNF di approvazione definitiva della modifica del testo dell'art. 25 bis del CDF;
- 3) Pubblicazione in Gazzetta Ufficiale, del nuovo art. 25 bis il più presto possibile<sup>3</sup>, con conseguente entrata in vigore due mesi dopo la pubblicazione in GU, come previsto dalla legge.

**Il CNF si impegna fin d'ora a tenere puntualmente informata l'Autorità circa lo svolgimento di ogni fase del procedimento di approvazione della nuova norma deontologica.**

#### *Impegni comportamentali*

---

<sup>3</sup> I tempi della pubblicazione in Gazzetta non dipendono dal CNF, ma dal competente ufficio ministeriale.

Il CNF, una volta entrato in vigore il nuovo art. 25 bis del CDF, si impegna ad adottare la seguente circolare

“Circolare n.....del.....

Oggetto: Circolare sulla modifica dell’art. 25 bis del Codice deontologico forense

Ai Signori Presidenti dei COA e, tramite essi, agli iscritti agli Albi forensi.

Il Consiglio Nazionale Forense, tenuto conto delle contestazioni sollevate AGCM in merito alla formulazione dell’art. 25 bis del Codice Deontologico Forense circa la possibile applicazione estensiva della norma ad ogni rapporto professionale, ha provveduto con Deliberazione n..... del.....a modificare il testo della disposizione deontologica rubricata “Violazioni delle disposizioni in materia di equo compenso”, esplicitando (rispetto alla previgente formulazione dell’art. 25 bis del CDF che al comma 1 e al comma 2, faceva riferimento, mediante un c.d. rinvio mobile, alla normativa in materia di equo compenso) che la norma si applica solo ed esclusivamente in caso di condotte violative poste in essere dagli Avvocati nei confronti di «imprese bancarie e assicurative nonché delle loro società controllate, delle loro mandatarie e delle imprese che nell’anno precedente al conferimento dell’incarico hanno occupato alle proprie dipendenze più di cinquanta lavoratori o hanno presentato ricavi annui superiori a 10 milioni di euro» nonché «in favore della pubblica amministrazione e delle società disciplinate dal testo unico in materia di società a partecipazione pubblica, di cui al decreto legislativo 19 agosto 2016, n. 175.», ossia dei soggetti indicati nell’ambito di applicazione soggettiva della L. 49/2023, pedissequamente riportati sia al comma 1 che al comma 3, nonché richiamati al comma 2 dell’art. 25 bis.

Si ribadisce pertanto che i divieti e gli obblighi prescritti dall’art. 25 bis del CDF si applicano esclusivamente ai rapporti professionali con i soggetti individuati dal predetto art. 2 della l. n. 49/2023, ovvero nei confronti di «imprese bancarie e assicurative nonché delle loro società controllate, delle loro mandatarie e delle imprese che nell’anno precedente al conferimento dell’incarico hanno occupato alle proprie dipendenze più di cinquanta lavoratori o hanno presentato ricavi annui superiori a 10 milioni di euro» nonché «in favore della pubblica amministrazione e delle società disciplinate dal testo unico in materia di società a partecipazione pubblica, di cui al decreto legislativo 19 agosto 2016, n. 175.»

La normativa, come specificato dal comma 3 dell’art. 25 del CDF, non si applica ai rapporti con soggetti diversi da quelli individuati dal predetto art. 2 della l. n. 49/2023.

Si raccomanda pertanto ai Consigli dell’Ordine degli Avvocati a dare massima diffusione agli iscritti agli Albi forensi e ad attenersi strettamente alle indicazioni del Codice e della presente circolare”

Il CNF si impegna altresì, a partire dalla entrata in vigore della nuova norma deontologica,

A) a dare massima diffusione alla norma deontologica oggetto di modifica e alla Circolare con le seguenti modalità:

- i. comunicati stampa indirizzati a una mailing list di testate nazionali sia di carattere più specializzato (Sole 24 Ore, Italia Oggi, ecc.), sia generaliste (agenzie di stampa, quotidiani, quotidiani online);
- ii. utilizzo dei seguenti strumenti digitali: Facebook; - Instagram; - X (ex Twitter)- Linkedin, Youtube
- iii. invio della delibera di approvazione del nuovo testo dell’art. 25 bis e della circolare a tutti gli iscritti via e-mail mediante la “newsletter” del CNF;
- iv. trasmissione a tutti i Presidenti dei COA, con obbligo di questi ultimi di dare massima diffusione a tutti gli iscritti agli albi forensi;
- v. pubblicazione sul sito istituzionale del CNF;

- vi. pubblicazione sulla testata giornalistica “Il dubbio”;
- vii. intervento del Presidente del CNF, o di suo delegato, al primo incontro utile, successivo all’approvazione della modifica dell’art. 25 bis del CDF, dei lavori dell’osservatorio nazionale sull’equo compenso istituto con decreto n.6 del 2024 del Ministero della Giustizia (al quale partecipano i rappresentanti di tutti i Consigli nazionali degli Ordini professionali) al fine di chiarire, anche a beneficio degli altri ordini professionali, le ragioni e l’oggetto della modifica dell’art. 25 bis del CDF. Si rammenta che l’osservatorio nazionale sull’equo compenso è l’organismo tenuto a vigilare sull’osservanza e corretta applicazione della legge 49/2023.

Si riporta di seguito il testo della comunicazione che sarà oggetto di pubblicazione/diffusione ovvero dell’intervento presso l’Osservatorio nazionale sull’equo compenso

**“VIOLAZIONE DISPOSIZIONI EQUO COMPENSO RILEVANTI NEI SOLI RAPPORTI CON I CLIENTI**

**FORTI**

*Il CNF ha adottato la seguente modifica dell’art. 25 bis del CDF relativo alle “Violazioni delle disposizioni in materia di equo compenso”, volta a chiarirne l’applicazione esclusiva ai rapporti tra i professionisti ed i clienti di cui all’art. 2 della L. n. 49/2023, ossia «imprese bancarie e assicurative nonché delle loro società controllate, delle loro mandatarie e delle imprese che nell’anno precedente al conferimento dell’incarico hanno occupato alle proprie dipendenze più di cinquanta lavoratori o hanno presentato ricavi annui superiori a 10 milioni di euro» nonché «in favore della pubblica amministrazione e delle società disciplinate dal testo unico in materia di società a partecipazione pubblica, di cui al decreto legislativo 19 agosto 2016, n. 175.»*

*(SEGUE TESTO ART 25 BIS MODIFICATO)*

B) ad organizzare, ogni anno, per tre anni consecutivi (2026, 2027, 2028), al fine di favorire la diffusione della conoscenza della nuova norma anche in favore dei nuovi iscritti e più in generale di tutti i cittadini, un Convegno/incontro formativo di dimensione nazionale in modalità ibrida (quindi con possibilità di partecipare sia in presenza che da remoto), sul tema delle “DISPOSIZIONI IN MATERIA DI EQUO COMPENSO (art. 25 bis del CDF)”. Gli eventi potranno tenersi ogni primavera, nel mese di aprile o maggio. Al fine di garantire la massima partecipazione ai predetti incontri, il CNF prevederà, per gli Avvocati, l’attribuzione di crediti formativi e deontologici (che, come noto, sono obbligatori per gli esercenti la professione forense). La partecipazione ai predetti Convegni/incontri formativi sarà aperta anche ai cittadini, imprese e pubbliche amministrazioni. Al fine di assicurare la massima partecipazione (sia dei professionisti, che dei cittadini/imprese/amministrazioni interessate), il CNF darà massima pubblicità ai Convegni/eventi formativi, oltre che mediante pubblicazione sul proprio sito istituzionale, nonché tramite i COA e mediante la propria newsletter (quindi con invio di apposita e-mail agli iscritti) anche attraverso pubblicazione sulla testa giornalistica il dubbio, ed inviterà a partecipare quale Relatori anche i rappresentanti dei c.d. clienti forti, con eventuale collaborazione anche di Università (previa ovviamente acquisizione delle relative disponibilità).

C) Il CNF si impegna a tenere costantemente aggiornata l’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato circa l’adempimento degli impegni assunti.

*Eventuale periodo di validità*

La modifica del CDF, così come la circolare esplicativa e i relativi comunicati, hanno validità illimitata, sino ad una eventuale successiva modifica della normativa di fonte primaria (ossia della L. n. 49/2023) che ne richieda un adeguamento.

***Considerazioni circa l'idoneità degli impegni a far venire meno i profili anticoncorrenziali oggetto dell'istruttoria***

Gli impegni in questa sede proposti sono idonei a superare le preoccupazioni manifestate dall'Autorità: difatti, la modifica dell'art. 25 bis del Codice deontologico forense chiarisce inequivocabilmente che le violazioni in materia di disposizioni sull'equo compenso si applicano solo nei rapporti con *imprese bancarie e assicurative nonché loro società controllate, loro mandatarie e imprese che nell'anno precedente al conferimento dell'incarico hanno occupato alle proprie dipendenze più di cinquanta lavoratori o hanno presentato ricavi annui superiori a 10 milioni di euro, pubblica amministrazione e società disciplinate dal testo unico in materia di società a partecipazione pubblica, di cui al decreto legislativo 19 agosto 2016, n. 175, ad esclusione delle prestazioni rese in favore di società veicolo di cartolarizzazione e in favore degli agenti della riscossione*", come prescritto dall'art. 2 della L. n. 49/2023. Sia i Consigli dell'ordine territoriali che tutti gli iscritti agli albi forensi, nonché i cittadini grazie all'ampia diffusione della notizia della modifica normativa, saranno edotti del nuovo art. 25 bis e dell'applicazione della disposizione deontologica solo ai predetti rapporti professionali con i soggetti di cui all'art. 2 della L. n. 49/2023.

Inoltre, le forme di pubblicità che il CNF assicura, unitamente all'organizzazione periodica con cadenza annuale per i prossimi 3 anni, di n. tre Convegni/eventi formativi all'anno, aperti al pubblico, garantiscono la massima diffusione della modifica del Codice e della applicazione in via esclusiva dell'art. 25 bis del C.D.F. ai rapporti professionali con i soli soggetti di cui all'art. 2 della l. n. 49/2023.

Roma, 15.7.2025

Avv. Francesco Greco

CNF

**PS12844 - (CPC 663962) RICHIESTA DI MISURE ESECUTIVE AI SENSI DELL'ART. 12 REG.  
(CE) - 2017/2394 /BBB SPA**  
*Allegato al provvedimento n. 31725*

Via delle Quattro Fontane 20, 00184 Roma  
T + 39 06 478751 F + 39 06 4871101

Roma, 14 agosto 2025

Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato  
Piazza G. Verdi 6/A  
00198 – Roma

Dipartimento per la Tutela del Consumatore 2  
Direzione Manifatturiero, Agroalimentare, Farmaceutico e Distribuzione Commerciale

*Via PEC all'indirizzo: [protocollo.agcm@pec.agcm.it](mailto:protocollo.agcm@pec.agcm.it)*

*Alla cortese attenzione del Dott. Francesco Giuseppe Baliano*

**Oggetto: PS/12844 – BBB S.p.A.– Impegni ai sensi dell'art. 27, comma 7, del D.lgs. n. 205/2005 e dell'art. 10 della Delibera AGCM del 5 novembre 2024, n. 31356 – “Regolamento sulle procedure istruttorie nelle materie di tutela del consumatore e pubblicità ingannevole e comparativa”.**

Nell'interesse di BBB S.p.A. (“**Boggi**” o la “**Società**”), si trasmette la versione confidenziale del formulario impegni predisposto ai sensi dell'art. 27, comma 7, del D.lgs. n. 205/2005 (“**Codice del Consumo**”) e dell'art. 10 della Delibera AGCM del 5 novembre 2024, n. 31356 – “Regolamento sulle procedure istruttorie nelle materie di tutela del consumatore e pubblicità ingannevole e comparativa” (“**Regolamento**”).

Si resta a disposizione per ogni chiarimento.

  
Avv. Piero Fattori

Avv. Giorgio Blandino

**FORMULARIO PER LA PRESENTAZIONE DEGLI IMPEGNI AI SENSI DELL'ART. 27, COMMA 7, DEL CODICE DEL CONSUMO, DELL'ART. 8, COMMA 7, DEL D.LGS. 145/2007 E DELL'ART. 10 DEL REGOLAMENTO SULLE PROCEDURE ISTRUTTORIE NELLE MATERIE DI TUTELA DEL CONSUMATORE E PUBBLICITÀ INGANNEVOLE E COMPARATIVA**

**1) NUMERO DEL PROCEDIMENTO, DATA DI RICEZIONE DELLA COMUNICAZIONE DI AVVIO DEL PROCEDIMENTO DA PARTE DEL PROFESSIONISTA**

La presente proposta di impegni si riferisce al procedimento PS/12844 (il “**Procedimento**”). La comunicazione di avvio del Procedimento (“**Comunicazione di Avvio**”) è stata notificata a BBB S.p.A. il 1° luglio 2025.

**2) PROFESSIONISTA CHE PRESENTA GLI IMPEGNI**

BBB S.p.A. (“**Boggi**” o la “**Società**”) con sede legale a Milano (MI), Via Lancetti n. 28 - 20158.

**3) CONDOTTA O CLAUSOLA OGGETTO DELLA COMUNICAZIONE DI AVVIO DEL PROCEDIMENTO**

In data 1° luglio 2025, l’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (“**Autorità**” o “**AGCM**”) ha notificato a Boggi, nell’ambito delle ispezioni eseguite presso la sede operativa (sita in Monza, via Emilio Borsa n. 23) e l’unità locale della Società (sita in Milano, via Durini n. 28), la comunicazione di avvio del procedimento istruttorio PS12844 (“**Comunicazione di avvio**”) avente ad oggetto le modalità di prospettazione degli sconti applicati sui prodotti Boggi commercializzati.

Più in particolare, secondo l’ipotesi accusatoria degli Uffici, la Società avrebbe utilizzato “*modalità ambigue e scorrette per indicare i prezzi dei prodotti in offerta e gli annunci di riduzione di prezzo dei prodotti da esso commercializzati tramite il sito [https://www.boggi.com/it\\_IT/default-homepage](https://www.boggi.com/it_IT/default-homepage) (anche il “**Sito**”)* nonché – eventualmente – *tramite gli altri canali distributivi da esso impiegati, inclusi i punti vendita fisici*” (cfr. Comunicazione di avvio, § 7).

Infatti, “*nell’ambito di sconti e/o promozioni*”, Boggi avrebbe “*pubblicizza[to] i prodotti in offerta: (i) omettendo di indicare il “prezzo precedente” quale prezzo più basso degli ultimi 30 giorni e (ii) indicando una percentuale di sconto calcolata (non sul prezzo più basso degli ultimi 30 giorni ma) sul prezzo di listino/pieno*” (cfr. Comunicazione di avvio, § 13), e ciò in asserito contrasto con quanto previsto dall’art. 17bis del Codice del Consumo.

**4) CONTENUTO TESTUALE DEGLI IMPEGNI PROPOSTI ED EVENTUALE PERIODO DI VALIDITÀ IN RELAZIONE AI SINGOLI PROFILI OGGETTO DELLA COMUNICAZIONE DI AVVIO DEL PROCEDIMENTO**

I presenti impegni sono proposti - ai sensi di quanto stabilito dall'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dall'art. 10 della Delibera AGCM del 5 novembre 2024, n. 31356 – *“Regolamento sulle procedure istruttorie nelle materie di tutela del consumatore e pubblicità ingannevole e comparativa”* - al fine di pervenire a una tempestiva definizione del Procedimento senza l'accertamento di alcun illecito nei confronti della Società<sup>1</sup>.

Prima di descrivere il contenuto delle misure individuate, appare opportuno richiamare alcune informazioni circa la prassi operativa della Società, indispensabili per inquadrare correttamente la condotta oggetto di contestazione e apprezzare compiutamente la portata, la rilevanza e gli effetti di tali impegni per la platea dei potenziali beneficiari.

In questo senso, richiamando integralmente le informazioni e i documenti già forniti con risposta alla richiesta di informazioni depositata in data 31 luglio u.s. (**"Risposta"**), si precisa che:



<sup>1</sup> La presente proposta di impegni non implica in ogni caso alcuna acquisenza rispetto alle ipotesi di violazione configurate nella Comunicazione di avvio del Procedimento.

Tutto ciò premesso, si riporta di seguito una descrizione delle misure che la Società propone di adottare per risolvere le asserite criticità riscontrate dagli Uffici nella Comunicazione di avvio e

<sup>3</sup> Come noto, le vendite di fine stagione rientrano tra le ipotesi di vendite straordinarie che sono disciplinate, *inter alia*, dall'art. 15 del D. Lgs. 31 marzo 1998, n. 114 e dalle ulteriori disposizioni regionali e locali rilevanti.

Più in dettaglio, per quanto attiene a tale ipotesi di vendita promozionale trova applicazione una disciplina parzialmente derogatoria rispetto a quella generalmente prevista dall'art. 17bis del Codice del Consumo: infatti, da un lato, l'art. 15, co. 5 del D. Lgs. 114/98 stabilisce che *"nelle vendite disciplinate dal presente articolo lo sconto o il ribasso effettuato deve essere espresso in percentuale sul prezzo normale di vendita che deve essere comunque esposta"* e, dall'altro lato, l'art. 17bis, co. 6 del Codice del Consumo prescrive che *"il presente articolo si applica anche ai fini dell'individuazione del prezzo normale di vendita da esporre in occasione delle vendite straordinarie ai sensi dell'articolo 15, comma 5, del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114"*.

Considerato che la durata delle vendite di fine stagione è di norma superiore ai 30 giorni e viene peraltro definita a livello pubblicitario (l'art. 15, co. 6 del D. Lgs. 114/98 stabilisce che *"le regioni, sentite i rappresentanti degli enti locali, le organizzazioni dei consumatori e delle imprese del commercio, disciplinano [...] la durata delle vendite di liquidazione e delle vendite di fine stagione"*), le suddette previsioni devono essere lette nel senso che, una volta identificato correttamente il *"prezzo normale di vendita"* quale prezzo più basso dei 30 giorni precedenti l'inizio delle vendite di fine stagione, tale prezzo possa essere mantenuto quale prezzo di riferimento anche nel caso di durata della campagna superiore a 30 giorni.

sanare, per quanto possibile, le conseguenze negative eventualmente scaturite dalla condotta della Società.

\*\*\*

#### A. IMPEGNO 1

**Boggi si impegna ad inviare un voucher ai clienti che, nell'ambito delle campagne promozionali indette nel periodo compreso tra il 1° aprile 2024 e il 31 maggio 2025<sup>4</sup> (cfr. Risposta, All. 2), abbiano acquistato tramite il sito internet italiano della Società almeno un prodotto in relazione al quale lo sconto prospettato sia stato calcolato rispetto ad un prezzo di riferimento diverso dal prezzo più basso applicato per la vendita dello stesso nel corso dei 30 giorni precedenti.**

Più in dettaglio, ai clienti del *cluster* sopra identificato verrà inviata una comunicazione con la quale verrà offerto loro un *voucher* di importo pari al valore, **aumentato del 10%**, del Differenziale (**Differenziale di spesa**) tra il prezzo effettivamente pagato per l'acquisto di uno o più prodotti Boggi a prezzo scontato e il prezzo che sarebbe stato pagato ove la medesima percentuale di sconto fosse stata applicata non sul prezzo di listino, ma sul prezzo più basso praticato per il medesimo prodotto nei trenta giorni precedenti l'inizio della campagna promozionale in cui è stato effettuato l'acquisto (**Prezzo precedente**).

Detto *voucher* potrà essere utilizzato in un'ampia finestra temporale (12 mesi) per l'acquisto di prodotti Boggi tramite il sito internet o presso i punti vendita fisici della Società.

Razionale dell'impegno: Con tale misura Boggi intende riconoscere al *cluster* di clienti potenzialmente impattati dalla condotta contestata dagli Uffici un congruo controvalore economico che risulta essere di importo perfino superiore al presunto danno dagli stessi asseritamente subito. Infatti, con il riconoscimento di un *voucher* di valore anche superiore al Differenziale di spesa il cliente verrebbe posto in una condizione migliorativa rispetto a quella in cui si sarebbe trovato se Boggi avesse applicato la medesima percentuale di sconto prospettata al momento dell'acquisto sul Prezzo precedente e non sul prezzo di listino.

---

<sup>4</sup> Il perimetro temporale preso a riferimento per l'identificazione del *cluster* dei clienti destinatari delle misure restitutorie ricomprende quindi anche il periodo antecedente al 26 settembre 2024, data di adozione della sentenza interpretativa con la quale la Corte di Giustizia dell'Unione Europea ha fornito alcuni chiarimenti circa la portata applicativa della nuova disciplina sugli annunci di riduzione di prezzo definendo la questione pregiudiziale sollevata nel caso Aldi (caso C-330/23).

Si precisa che, il *cluster* di beneficiari della presente misura è costituito dai clienti che hanno acquistato [5.000-10.000] prodotti nel corso del periodo compreso tra il 1° aprile 2024 e il 31 maggio 2025 e la relativa implementazione tramite l'erogazione dei *voucher* comporta un impatto economico per la Società che, tenuto conto dell'incremento del 10% del valore del Differenziale di spesa<sup>5</sup>, può essere allo stato attuale stimato in [200.000-300.000] euro.

## B. IMPEGNO 2

**Boggi si impegna altresì a inviare il medesimo *voucher* di cui all'impegno 1 anche a tutti i clienti che hanno acquistato, tramite il sito internet belga della Società, almeno un prodotto a prezzo ridotto nel corso delle campagne promozionali indette nel periodo compreso tra il 1° aprile 2024 e il 31 maggio 2025<sup>6</sup>.**

Razionale dell'impegno: Con la seconda misura, Boggi intende ampliare sotto il profilo soggettivo la platea dei beneficiari del *voucher* di cui all'impegno 1, includendo anche i clienti che abbiano acquistato uno dei prodotti dei prodotti sopra identificati tramite il sito internet belga della Società.

Infatti, tenuto conto che la richiesta originaria di intervento dell'AGCM è pervenuta dall'Autorità belga a tutela dei consumatori, la Società ritiene opportuno estendere l'applicazione della misura prevista per i clienti italiani anche ai clienti belgi.

Il *cluster* di beneficiari della presente misura è costituito dai clienti che hanno acquistato, tramite l'e-commerce belga, [0-5.000] prodotti nel corso del periodo compreso tra il 1° aprile 2024 e il 31 maggio 2025 e la relativa implementazione tramite l'erogazione dei *voucher* comporta un impatto economico per la Società che, tenuto conto dell'incremento del 10% del valore del Differenziale di spesa<sup>7</sup>, può essere allo stato attuale stimato in [50.000-100.000] euro.

## 5) TEMPISTICHE DI IMPLEMENTAZIONE DEGLI IMPEGNI

<sup>5</sup> Nel caso di specie, il Differenziale di spesa corrisponderebbe a [200.000-300.000] euro.

<sup>6</sup> Il perimetro temporale preso a riferimento per l'identificazione del *cluster* dei clienti destinatari delle misure restitutorie ricomprende quindi anche il periodo antecedente al 26 settembre 2024, data di adozione della sentenza interpretativa con la quale la Corte di Giustizia dell'Unione Europea ha fornito alcuni chiarimenti circa la portata applicativa della nuova disciplina sugli annunci di riduzione di prezzo definendo la questione pregiudiziale sollevata nel caso Aldi (caso C-330/23).

<sup>7</sup> Nel caso di specie, il Differenziale di spesa corrisponderebbe a [50.000-100.000] euro.

Boggi, tenuto conto delle tempistiche tecniche necessarie all'estrazione dai propri sistemi gestionali delle generalità dei clienti aventi diritto ai *voucher* di cui agli Impegni nn. 1 e 2, ritiene di poter inviare agli stessi la relativa comunicazione **entro il termine di 60 giorni dalla data di eventuale adozione da parte dell'AGCM del provvedimento di accoglimento dei presenti impegni.**

**6) CONSIDERAZIONI CIRCA L'AMMISSIBILITÀ E L'IDONEITÀ DEGLI IMPEGNI A RIMUOVERE I PROFILI DI ILLEGITTIMITÀ CONTESTATI NELL'AVVIO DELL'ISTRUTTORIA**

Si ritiene che le misure in questa sede proposte siano pienamente ammissibili e idonee a risolvere i profili di contestazione degli Uffici e a mitigarne sostanzialmente gli effetti, essendo peraltro connotate da uno specifico *quid pluris*.

Sotto il profilo dell'ammissibilità è noto che l'Autorità nel valutare le proposte di impegni trovi un limite, normativamente previsto (art. 27, co. 7 del Codice del Consumo) nei soli casi di *"manifesta scorrettezza e gravità"* della pratica commerciale.

Nella Comunicazione di avvio la **pratica contestata non viene definita come *"manifestamente grav[e] e scorrett[a]"*** ed anzi la stessa circostanza che l'AGCM abbia preliminarmente indirizzato alla Società due *moral suasion* è di per sé stessa sintomatica dell'assenza dei presupposti affinché la condotta tenuta dalla Società possa essere considerata grave: sul punto, si noti infatti che lo stesso art. 3, co. 3 del Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di tutela del consumatore esclude che si possa ricorrere alla *moral suasion* nei *"casi di particolare gravità"*<sup>8</sup>.

Preme inoltre osservare che la condotta contestata si sarebbe realizzata in una fase di prima applicazione della normativa sugli annunci di riduzione dei prezzi e in un contesto ancora caratterizzato da alcune incertezze interpretative circa la portata applicativa di tale nuova disciplina<sup>9</sup> (che peraltro, a quanto risulta alla Società, continua ad essere largamente ignorata da molti operatori del mercato, anche di dimensioni maggiori di Boggi).

---

<sup>8</sup>Infatti, la sentenza interpretativa emessa dalla Corte di Giustizia dell'Unione Europea sulla questione pregiudiziale sollevata nel caso Aldi (causa C-330/23) è stata adottata in data 26 settembre 2024, mentre gli Uffici contestano la condotta tenuta dalla Società nel periodo compreso tra il 1<sup>o</sup> aprile 2024 e il 31 maggio 2025: pertanto, l'asserito illecito si sarebbe consumato in larga parte in un lasso temporale antecedente alla data di pubblicazione dei chiarimenti interpretativi dalla Corte.

Infine, e sotto diverso profilo, si osserva che la condotta contestata non è risultata particolarmente pregiudizievole per il cliente finale posto che lo sconto applicato sui prodotti, per quanto non sempre calcolato prendendo a riferimento il Prezzo precedente, è in ogni caso stato calcolato sulla base di un parametro certo e comprovato.

In questo senso, preme ribadire che, come anche osservato nella Comunicazione di avvio (cfr. § 13), Boggi ha sempre calcolato gli sconti sui prodotti commercializzati sul prezzo di listino. Pertanto, gli sconti prospettati sono sempre stati parametrati ad un prezzo che risulta essere effettivo in quanto corrispondente al prezzo pieno al quale i singoli prodotti vengono normalmente venduti al di fuori dei periodi promozionali, ciò che ha sempre messo il consumatore nella posizione di valutare la convenienza dell'acquisto rispetto ad un prezzo concretamente applicato da Boggi.

Un tale circostanza contribuisce con ogni evidenza a mitigare significativamente quei profili di ingannevolezza e omissione che gli Uffici istruttori ritengono essere sottesi alla condotta tenuta dalla Società ed è peraltro idonea ad escludere la sussistenza dei profili di contestazione mossi dall'AGCM in alcuni provvedimenti sanzionatori adottati nei confronti di altri operatori con riferimento alle modalità di prospettazione degli sconti<sup>10</sup>.

A ben vedere, quindi, la condotta tenuta da Boggi costituirebbe una violazione di carattere essenzialmente formale dei criteri per la corretta identificazione del “prezzo precedente” formalizzati dall'art. 17bis del Codice del Consumo, [REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

Quanto all'idoneità, la Società ritiene che le misure proposte siano pienamente atte a sanare completamente i profili di contestazione riportati nella Comunicazione di Avvio, attribuendo altresì un vantaggio aggiuntivo ai consumatori.

---

<sup>10</sup> A mero titolo esemplificativo, non potrebbe essere contestato a Boggi quanto recentemente contestato a un professionista, ossia di aver adottato “*modalità ingannevoli di pubblicizzazione del prezzo dei materassi in promozione - e degli “sconti” - apparente fittizio il “valore commerciale” (prezzo “ pieno” o di “listino”) del materasso, che non risulta di fatto essere sostanzialmente mai applicato neppure al di fuori delle promozioni in maniera non isolata e consistente nel tempo*” (cfr. AGCM, 23 luglio 2025, PS12706), né tantomeno quanto in precedenza contestato a un diverso professionista, ossia di aver prospettato “*ai consumatori un prezzo finale scontato di diversi prodotti sostanzialmente analogo al prezzo pieno effettivamente praticato dallo stesso Professionista prima del pricing/repricing immediatamente precedente la promozione*” (cfr. AGCM, 13 gennaio 2023, PS11852).

Le misure proposte da Boggi, infatti, sono finalizzate a ristorare i clienti che, volendo aderire alle contestazioni mosse dagli Uffici, potrebbero aver subito un ipotetico danno dalla modalità di prospettazione degli sconti adottate dalla Società.

In quest'ottica, il combinato disposto dell'**Impegno 1** e dell'**Impegno 2** garantisce ai clienti dell'*e-commerce* italiano e belga la possibilità di ottenere un *voucher* di valore superiore al danno asseritamente subito e comporta per la Società un impatto economico complessivamente stimabile in oltre [250.000-400.000] euro (somma che, peraltro, è di gran lunga superiore rispetto all'importo che l'AGCM potrebbe irrogare a titolo di sanzione in caso di accertamento dell'illiceità della condotta tenuta da Boggi<sup>11</sup>).

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

---

<sup>11</sup> Sul punto, si segnala che la condotta contestata si esaurisce, sulla base della stessa prospettazione accusatoria degli Uffici di cui alla Comunicazione di avvio, nell'asserita violazione delle prescrizioni dell'art. 17bis del Codice del Consumo che, come noto, prevede un trattamento sanzionatorio *ad hoc* che si pone in un rapporto di *lex specialis/lex generalis* rispetto alle sanzioni previste per le ipotesi di pratiche commerciali scorrette. Infatti, l'art. 17bis, co. 7 del Codice del Consumo prevede che *"chiunque violi le disposizioni del presente articolo è soggetto alla sanzione amministrativa pecuniaria di cui all'articolo 22, comma 3, del citato decreto legislativo n. 114 del 1998"* che, a sua volta, prevede l'irrogazione della *"sanzione amministrativa del pagamento di una somma da lire 1.000.000 a lire 6.000.000"* (ossia, da 500 a 3.000 euro circa)

Via delle Quattro Fontane 20, 00184 Roma  
T + 39 06 478751 F + 39 06 4871101

Roma, 24 settembre 2025

Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato  
Piazza G. Verdi 6/A  
00198 – Roma

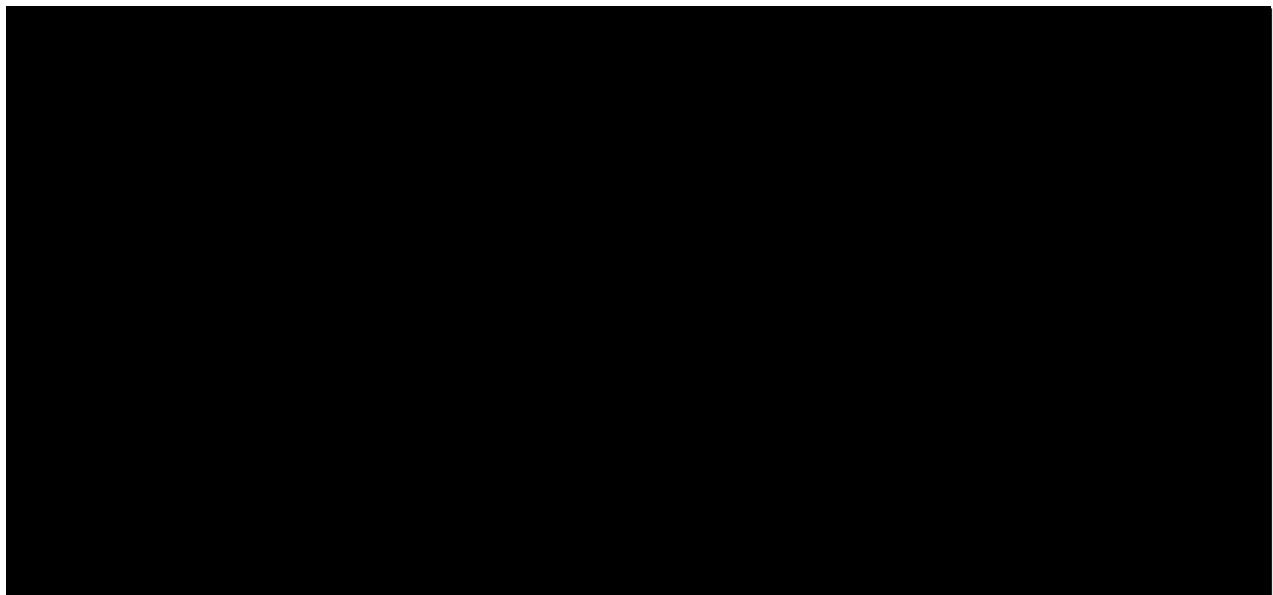
Dipartimento per la Tutela del Consumatore 2  
Direzione Manifatturiero, Agroalimentare, Farmaceutico e Distribuzione Commerciale

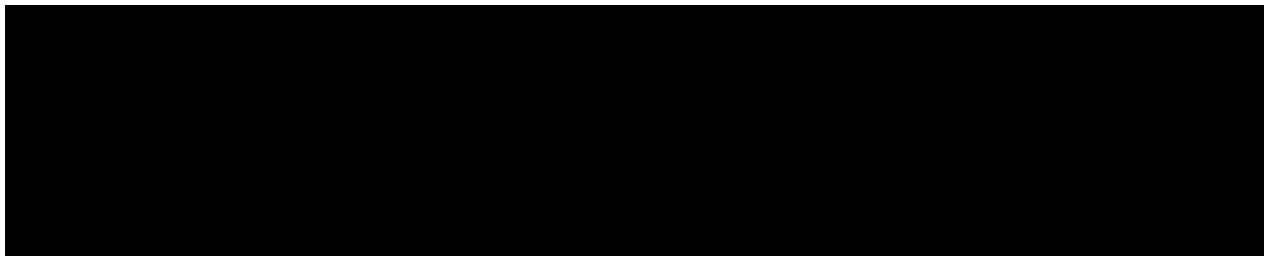
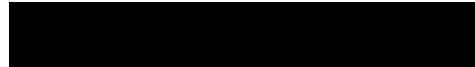
*Via PEC all'indirizzo: [protocollo.agcm@pec.agcm.it](mailto:protocollo.agcm@pec.agcm.it)*

*Alla cortese attenzione del Dott. Francesco Giuseppe Baliano*

**Oggetto: PS/12844 – BBB S.p.A.– Comunicazione integrativa al Formulario Impegni depositato in data 14 agosto 2025**

Con la presente, BBB S.p.A. (“**Boggi**” o la “**Società**”), facendo seguito alle interlocuzioni intercorse per le vie brevi con gli Uffici istruttori, intende confermare e precisare la portata delle misure proposte, in data 14 agosto u.s., con il formulario impegni (“**Formulario impegni**”) predisposto ai sensi dell’art. 27, comma 7, del D.lgs. n. 205/2005 (“**Codice del Consumo**”) e dell’art. 10 della Delibera AGCM del 5 novembre 2024, n. 31356 – “*Regolamento sulle procedure istruttorie nelle materie di tutela del consumatore e pubblicità ingannevole e comparativa*”.





Ciò comporta che, anche in futuro, il prezzo di riferimento su cui Boggi applicherà gli sconti sarà in ogni caso corrispondente:

- al prezzo di listino (i.e. il prezzo normale di vendita) nel caso in cui, nei trenta giorni precedenti all'applicazione dello sconto, i prodotti interessati non siano stati offerti in vendita a prezzo scontato; o
- al prezzo inferiore a quello di listino (i.e. il prezzo effettivo di vendita) nel caso in cui, nell'arco dei trenta giorni precedenti all'applicazione dello sconto, i prodotti interessati siano già stati offerti in vendita a condizioni promozionali.

Si resta a disposizione per ogni ulteriore chiarimento ritenuto necessario.

Avv. Piero Fattori

A black ink signature of Avv. Piero Fattori, consisting of a stylized 'P' and 'F' followed by a curved line.

Avv. Giorgio Blandino

A blue ink signature of Avv. Giorgio Blandino, consisting of a series of fluid, overlapping loops.