

Una volta pervenuta all'Autorità, la Sua segnalazione sarà attribuita per competenza alla Direzione Generale per la Tutela del Consumatore.

Gli uffici provvederanno a verificare la rilevanza dei fatti segnalati per i profili di competenza e a comunicarle l'eventuale avvio di un procedimento istruttorio, anche ai fini di una Sua possibile partecipazione al procedimento stesso. In caso di mancato avvio dell'istruttoria nel termine di 180 giorni dal ricevimento della segnalazione, quest'ultima si intende definita con una archiviazione o un non luogo a provvedere. In tale ultima ipotesi è facoltà dell'Autorità, anche in funzione di elementi sopravvenuti, di acquisire successivamente agli atti la segnalazione al fine di un eventuale approfondimento istruttorio d'ufficio.

Si rappresenta, in ogni caso, che l'Autorità non ha competenza a risolvere singole controversie tra cittadini e imprese, ma ad accertare e sanzionare pratiche commerciali scorrette e pubblicità ingannevoli o comparative illecite idonee a ledere una pluralità di utenti, ovvero ad accertare la vessatorietà di clausole contenute in contratti tra imprese e consumatori che si concludono mediante adesione a condizioni generali di contratto, o con la sottoscrizione di moduli, modelli e formulari.

Sezione 1. DATI RELATIVI AL SEGNALANTE

Cognome Coricelli Nome Chiara

In caso di impresa indicare:

Ragione sociale Pietro Coricelli S.p.A.

Qualifica/ruolo del segnalante (es. amministratore, legale rappresentante, altro)

Amministratore Delegato

Partita IVA /Codice fiscale 00517410544

Indirizzo Località Madonna di Lugo n. civico 44

città Spoleto provincia PG CAP 06049 telefono 0743/23281 fax 0743/232880

e-mail chiara.coricelli@coricelli.com

Sezione 2. DATI RELATIVI AL SEGNALATO (SOGGETTO O IMPRESA)

Nome impresa Editoriale Novanta S.r.l. (nome commerciale "Il Salvagente")

Partita IVA /Codice fiscale 12865661008

Indirizzo Via Ludovico di Savoia n. civico 2/b

città Roma provincia CAP 00185 telefono 06 91501239 fax

e-mail edit90@pec.it (PEC)

Sezione 3. FATTO CHE SI VUOLE SEGNALARE

Con la presente, si intende segnalare una pratica commerciale, che si ritiene essere scorretta, posta in essere da Editoriale Novanta S.r.l., tramite la relativa rivista on-line Il Salvagente (www.ilsalvagente.it), la quale propone alle aziende produttrici di beni di consumo, l'ottenimento della c.d. "Certificazione Zero Truffe" e si chiede, pertanto, all'AGCM di svolgere indagini in merito a quanto qui di seguito illustrato.

Come noto, Il Salvagente opera - a suo dire - a tutela dei consumatori, svolgendo proprie autonome "indagini", dirette a verificare la qualità o affidabilità sul mercato di prodotti di consumo.

Tra le varie attività promozionali che Il Salvagente propone alle aziende, vi è quella diretta ad ottenere una certificazione privata, creata *ad hoc* da Il Salvagente, denominata "**Certificazione Zero Truffe**", che viene pubblicizzata sul relativo sito internet ([www. https://zerotruffe.it/](http://www.https://zerotruffe.it/)), nel quale l'editoriale invita le aziende ad ottenerla per il seguente scopo: *"per aumentare l'AUTORITÀ della tua azienda agli occhi del consumatore; per incrementare la CREDIBILITÀ del tuo prodotto o servizio attraverso un ente terzo che faccia da garante per te; per guadagnare maggiore VISIBILITÀ in esposizione (punti vendita - motori di ricerca - Mass Media) rispetto ai tuoi competitor diretti privi della Certificazione; per comunicare ai tuoi clienti la TRASPARENZA dei processi produttivi della tua azienda; e per legare il tuo prodotto al concetto SICUREZZA grazie alle informazioni aggiuntive contenute nei codici interattivi del bollino"*.

In particolare, sul sito internet de Il Salvagente, si legge che: *"la Certificazione "ZERO TRUFFE" è un bollino speciale, applicabile sul packaging e sulla comunicazione istituzionale del brand - che certifica L'IDONEITÀ di un prodotto o servizio a seguito di specifici test a tutela del consumatore. Il bollino di Certificazione del Salvagente comporta la verifica di uno standard qualitativo effettuata dalla rivista leader in Italia per i test in laboratorio all'azienda che decide di sottoporsi alle analisi previste per ottenere la certificazione. Si tratta di uno strumento utilizzabile su diversi canali: social, portale aziendale, supporti promozionali, packaging ecc.. Nel corso della validità l'azienda certificata può utilizzare il bollino, attraverso qualsiasi canale - fisico o multimediale - per incrementare la propria reputation, i propri volumi di vendita o semplicemente ottimizzare la comunicazione al pubblico"*.

Peraltro, per incentivare le aziende a richiederla, Il Salvagente le omaggia anche di un regalo, costituito da un'analisi personalizzata della azienda richiedente. Infatti, sulla pagina web [https://ilsalvagente.it/certificato/](http://www.https://ilsalvagente.it/certificato/), si legge **"Scopri cosa significa far parte delle aziende dotate di Certificazione "Zero Truffe" del Salvagente, e ottieni subito in regalo UN'ANALISI PERSONALIZZATA DELLA TUA AZIENDA!"** (Doc. n. 1).

Peccato però che Il Salvagente non sia assolutamente un ente terzo di certificazione, sottoposto come tale alle rigorose regole cui sono assoggettate le Autorità pubbliche di controllo (tra le altre, rispondenza a certificazioni Accredia, rispetto delle Norme tecniche Uni ISO) bensì una società privata che, a pagamento, concede tale Certificazione, sulla base di verifiche svolte senza alcuna garanzia di legge, che - in quanto tali - sono certamente inidonee a garantire la terzietà del risultato e, quindi, l'attendibilità stessa di tale Certificato¹.

Si aggiunga che - peraltro, ambigualmente - è proprio Il Salvagente stesso ad identificare in altri passaggi tale Certificazione come uno strumento di marketing, scrivendo sul proprio sito internet: **"Attenzione! NON richiederci il materiale Zero Truffe se pensi che gli strumenti di marketing non aiutino a vendere di più"**.

Ma una certificazione non è uno strumento di marketing bensì uno strumento di compliance che deve assicurare non certamente l'aumento delle vendite del prodotto ai consumatori bensì attestare la serietà e professionalità dell'operatore che la ottiene.

¹ Sull'inattendibilità dei test svolti da Il Salvagente, si segnala che l'AGCM ha già svolto in passato un'istruttoria (PS10285), che ha condotto all'emissione del provvedimento n. 26072/2016, il quale ha riconosciuto l'inattendibilità delle analisi svolte da Il Salvagente (all'epoca "Il Test"), non assicurando le stesse la riconducibilità certa del campione analizzato al marchio di olio del professionista. Infatti, proprio a parere della Vostra Autorità, le operazioni di prelievo, eseguite da Il Salvagente (all'epoca "Il Test"), sono state effettuate da un "soggetto privato privo di poteri di certificazione ... senza il rispetto delle procedure normativamente previste e con riguardo ad una pluralità di campioni prelevati, talché la possibilità di una errata attribuzione del campione al professionista non può essere esclusa". Tale Vostra Delibera, con la quale Coricelli era stata sanzionata, unitamente ad altri operatori del settore, sulla base però di analisi organolettiche eseguite dalla Procura della Repubblica presso il Tribunale di Torino (e non certo sulla base dei test fatti da Il Salvagente), è stata poi impugnata avanti il Tar del Lazio, con sentenza favorevole per Coricelli. Il Tar del Lazio, difatti, ha riconosciuto la conformità dei prodotti commercializzati dalla nostra Società, sia in ragione della smentita delle analisi della Procura della Repubblica. Presso il Tribunale di Torino attraverso nuove analisi sugli stessi lotti di prodotto eseguite su ordine della Procura della Repubblica presso il Tribunale di Spoleto (dove l'indagine era proseguita per competenza), sia per la valorizzazione dei nostri sistemi preventivi di controllo dei prodotti, il tutto prevedendosi la restituzione degli importi pagati a titolo di sanzioni, di cui alla Vostra citata Delibera (Sentenza Tar del Lazio n. 12608/2018 del 28.12.2018).

In aggiunta, si noti che l'utilizzo della parola "TRUFFA" nella denominazione della citata Certificazione ingenera nel consumatore l'erronea rappresentazione che le aziende, certificate da Il Salvagente, siano società virtuose, che operano nella legalità, mentre tutti gli altri *competitors* siano soggetti, che potrebbero commettere condotte penalmente rilevanti, dirette appunto ad ottenere un vantaggio proprio, inducendo in errore il cliente finale, tramite artifici e raggiri. Ed il messaggio verso i consumatori finali è di per sé stesso sbagliato e fuorviante perché tutte le aziende devono operare nella legalità e nel rispetto delle norme di legge senza che ciò possa costituire per il professionista una qualità di cui positivamente fregiarsi, quasi a rappresentare al pubblico uno stato eccezionale.

Quanto sopra illustrato, trova riscontro diretto nei fatti. Infatti, una volta ottenuta, tale asserita Certificazione viene strumentalmente utilizzata da alcuni operatori del mercato per indurre i consumatori a ritenere che l'azienda produttrice sia una società seria e virtuosa e che il proprio prodotto sia di qualità superiore rispetto ai propri *competitors*, non informando, in alcun modo, i consumatori che tale "certificazione" non è una reale Certificazione e che l'attendibilità della stessa è molto discutibile per tutte le ragioni sopra evidenziate, con una conseguente scorretta influenza sulle scelte di acquisto finale.

Per fare un esempio pratico, inerente il settore di interesse della nostra società (produzione e commercializzazione di olio di oliva), di come questa Certificazione venga utilizzata a fini *marketing* e di *consumers persuasion*, si cita il caso della società Monini S.p.A. che pubblicizza, sul proprio sito internet (<https://www.monini.com/it/n/monini-ottiene-la-certificazione-zero-truffe>), proprio l'ottenimento della "Certificazione Zero Truffe" de Il Salvagente (che, a sua volta, sponsorizza Monini S.p.A., sul proprio sito internet, elogiando la società ed i relativi prodotti e rinviando addirittura, tramite link, al sito internet della Monini- <https://zerotruffe.it/c0005/> - <https://ilsalvagente.it/2019/04/11/olio-extravergine-di-oliva-monini-ottiene-la-certificazione-zero-truffe-del-salvagente/>) e che ha apposto il bollino de Il Salvagente "Zero Truffe" su tutte le etichette delle proprie bottiglie di olio, dirette ai consumatori, determinando un'indiretta e scorretta influenza sulla concorrenza e sulle scelte dei consumatori stessi (doc. n. 2). Tali articoli sono stati poi ripresi da numerose altre testate on-line, tra cui www.reputationreview.org, www.affaritaliani.it; www.quotidiano.net .

Tale condotta appare essere ancor più discutibile se si considera che l'editore, o meglio il socio ed amministratore unico di Editoriale Novanta S.r.l., Sig. Matteo Fago, condivide iniziative imprenditoriali proprio con la Monini S.p.A., la quale - tramite la propria *holding* (Ze.Flor S.r.l.) - è socia insieme al Sig. Fago della società Startupbootcamp Foodtech S.r.l. (Doc. n. 3). Ciò dimostra, ancor più, come Il Salvagente non possa essere considerato un soggetto terzo ed indipendente e che la rivista possa, tramite la strumentalizzazione della propria Certificazione privata, sponsorizzare ed avvantaggiare (scorrettamente) players del mercato, con cui condivide indirettamente interessi privati.

Ma indipendentemente dallo specifico caso di Monini, in linea generale, l'attribuzione della "Certificazione Zero Truffe" ad alcune aziende determina, indirettamente, che Il Salvagente non possa essere (più) considerato quale soggetto imparziale ed indipendente nello svolgere analisi e test sui prodotti di riferimento, a tutela dei consumatori, quale invece dichiara di essere nei servizi comparativi che periodicamente propone, promuovendo alcune aziende e bocciandone altre. Come potrebbe, infatti, la rivista dichiarare non di qualità nei test comparativi il prodotto di un'azienda che ha ottenuto la Certificazione, rilasciata proprio dalla essa stessa? E ciò con un'ulteriore sleale alterazione della concorrenza tra operatori in un determinato settore.

Alla luce di quanto sopra, si ritiene, quindi, che la "Certificazione Zero Truffe", proposta e pubblicizzata da Il Salvagente, concorra a determinare una pratica commerciale scorretta, inducendo i consumatori a ritenere che il prodotto, che ha ottenuto tale certificazione privata, sia migliore rispetto a quello dei concorrenti del settore e che l'azienda produttrice sia più seria e virtuosa rispetto ai propri *competitors*.

Concludendo, si ricorda che Il Salvagente (allora, denominato "Il Test") è già stato protagonista di un presunto scandalo sull'olio extra vergine di oliva nel 2015, che ha determinato gravissime conseguenze reputazionali e di immagine, in danno di alcuni operatori ed, indirettamente, a favore di altri².

In particolare, tramite test organolettici su olio extra-vergine di oliva, eseguiti autonomamente da Il Salvagente (all'epoca, chiamato "Il Test"), senza l'osservanza delle procedure previste dalla legge e dalle norme per la campionatura dei prodotti alimentari ed in assenza di qualsiasi contraddittorio (e senza controanalisi, obbligatorie per legge), la rivista aveva "denunciato" che i prodotti di alcuni operatori del mercato non avrebbero avuto le qualità dichiarate (tra cui, l'olio prodotto da Pietro Coricelli S.p.A.). Tale "scoop" giornalistico aveva determinato anche l'apertura di un'indagine penale contro la Pietro Coricelli

² Tanto che pende una causa civile di risarcimento danni di fronte al Tribunale di Spoleto per il risarcimento danni subiti dalla nostra società anche nei confronti dell'editore (R.G. n. 2273/2020), causa alla quale la rivista ha "risposto" da ultimo prefigurando la prossima uscita di altro servizio comparativo che si ripropone di procurare gli stessi effetti del passato.

S.p.A, che poi si è conclusa, a distanza di anni, con una completa dichiarazione di insussistenza del fatto attribuito alla Società, già con archiviazione in sede di indagini preliminari.³

Nonostante l'esito di tale lunga e complessa vicenda che, come sopra detto, ha avuto anche profili penali, sia stato positivo per la Pietro Coricelli S.p.A., le conseguenze a livello di immagine e di posizionamento sul mercato sono state molto gravi e solo dopo un lungo e faticoso lavoro, nel 2020-2021, la Società ha finalmente recuperato le quote di mercato, perse in passato.

La scrivente Società ha deciso di inviare, ora, la presente segnalazione poiché, dopo tutto quanto verificatosi nel 2015, lo scorso 31 marzo 2021 (guarda caso a pochi giorni di distanza dalla pubblicazione delle nuove quote di mercato del settore, rilevate da parte di Nielsen), Il Salvagente ha scritto nuovamente a Pietro Coricelli S.p.A per "denunciare" una nuova analisi che avrebbe svolto, sempre in via autonoma e senza il rispetto di alcuna procedura di legge (doc. n. 4), segnalando che gli esiti di tale verifica, svolti da un laboratorio nemmeno identificato (doc. n. 5), dimostrerebbero che l'olio commercializzato come extra vergine sarebbe in realtà vergine. Chiaramente, scopo di tale verifica è di pubblicare un articolo che riporti gli esiti di tale "test", determinando nuovamente un presunto scandalo, finalizzato a denigrare ancora il prodotto di Pietro Coricelli S.p.A., in favore di altri produttori che (guarda caso!) hanno ottenuto la "Certificazione Zero Truffe" de Il Salvagente (tra cui, la Monini S.p.A.) e che, in tal modo, recupererebbero, con grande facilità e con modalità non corrette, le quote di mercato perse negli ultimi anni.

PRODOTTO/SERVIZIO RECLAMIZZATO "Certificazione Zero Truffe"

A) PER SEGNALARE UN MESSAGGIO PUBBLICITARIO/INIZIATIVA PROMOZIONALE, COMPILARE I CAMPI SOTTOSTANTI

Indicare, ove possibile, l'esatta denominazione e della relativa data di diffusione al fine di consentire un intervento tempestivo e mirato

Nome promozione: "Certificazione Zero Truffe"

Mezzo di comunicazione utilizzato:

☒ Internet (indicare il sito) **www.ilsalvagente.it**

☒ stampa (nome quotidiano/periodico/altra pubblicazione) **Il Salvagente**

☐ televisione/radio (indicare emittente, canale e programma)

☐ volantino/depliant

☐ cartellone

☐ catalogo

☒ confezione

prodotto

☐ posta ordinaria

☐ sms

☐ e-mail

☐ pubblicità telefonica

☒ altro (specificare) **Siti internet delle aziende che hanno acquisito la "Certificazione Zero Truffe"**

Diffusione:

data (giorno, mese, anno)

ora (per messaggi via Tv, radio)

luogo (per depliant/volantini/cartelloni/affissionali)

Il messaggio è ritenuto ingannevole riguardo a:

le caratteristiche dell'offerta:

☐ indisponibilità/disponibilità limitata

☐ assistenza post vendita

☐ consegna

☐ caratteristiche, funzioni e/o risultati prospettati

☐ proprietà salutistiche e terapeutiche

☐ proprietà ecologiche

☐ trattamento reclami

☒ altro (specificare) Non si tratta di una vera Certificazione

le condizioni economiche:

☐ prezzo/sconto

☐ modalità calcolo prezzo/sconto

☐ spese accessorie

☐ modalità pagamento

☐ false affermazioni di gratuità

☐ finanziamento finalizzato al consumo

☐ costi/penali per l'esercizio del diritto di recesso

☐ altro (specificare)

³ Il GIP del Tribunale di Spoleto ha pronunciato provvedimento di archiviazione del 3.7.2017 entrando nel merito della vicenda e dando atto, per quanto qui interessa, oltre che della scarsa affidabilità della prova organolettica (c.d. panel test), anche e soprattutto del fatto che le analisi organolettiche eseguite su ordine della Procura della Repubblica presso il Tribunale di Spoleto sugli stessi lotti di prodotto già analizzati dai Nas di Torino aveva dato esito completamente regolare.

le qualifiche dell'impresa:

✓ capacità/autorizzazione a svolgere l'attività

☐ titolarità marchi, brevetti o altri riconoscimenti

✓ la sua riconoscibilità (pubblicità occulta) per gli operatori del settore che l'hanno ottenuta

☐ il pericolo per la salute e la sicurezza dei consumatori

☐ i destinatari (messaggio diretto a bambini o adolescenti)

B) PER SEGNALARE ALTRI COMPORTAMENTI SCORRETTI, COMPLETARE I CAMPI SOTTOSTANTI

Ha sottoscritto un contratto? ☐ sì ☒ no

In caso di risposta affermativa

nome intestatario

n. utenza n. contratto

Data sottoscrizione contratto

Luogo di sottoscrizione contratto:

- ☐ presso un punto vendita (indicare denominazione)
☐ fuori dai locali commerciali (es. proprio domicilio/luoghi pubblici/aeroporti/stazioni)
☐ telefonicamente ☐ via internet

Quale comportamento dell'impresa segnalata ritiene scorretto?

- ☐ fornitura non richiesta di un prodotto/servizio
☐ disattivazione non richiesta di una fornitura/servizio
☐ modifica contrattuale (es. aumento potenza Kwh, piano tariffario, tassi di interesse, altro) non preceduta da informativa
☐ ostacolo al passaggio ad altro operatore
☐ mancata consegna prodotto ☐ mancato rispetto tempi di consegna
☐ false vincite di concorsi a premio
☐ sollecitazioni commerciali, ripetute e non richieste, tramite telefono, fax, posta elettronica, sms
☐ visite porta a porta insistenti finalizzate alla vendita di beni o servizi
☐ altro (specificare) Certificazione di prodotto non attendibile

Mancanza di informazioni sui diritti dei consumatori:

- ☐ condizioni o limitazioni all'esercizio del diritto di recesso
☐ garanzia sul prodotto acquistato
☐ rimborsi al consumatore
☐ altro (specificare)

Ostacoli ai diritti dei consumatori (rifiuto, ritardo, oneri):

- ☐ esercizio del diritto di recesso
☐ garanzia sul prodotto acquistato
☐ rimborsi al consumatore
☐ altro (specificare)

Ha già inoltrato reclami all'impresa? [] sì [X] no

La conoscenza del tipo di reclamo, delle modalità seguite e della relativa data consentono di valutare il comportamento complessivo tenuto dal professionista

In caso di risposta affermativa

Quando ?

Con quali modalità? (tramite posta, e-mail, telefono, servizio clienti)

Ha ricevuto risposta ? ☐ sì ☐ no quando? (data)

Il problema è stato risolto? ☐ sì ☐ no quando? (data)

Come?

C) ULTERIORI INFORMAZIONI SUL FATTO SEGNALATO

I dati richiesti in questo riquadro forniscono indicazioni circa la rilevanza economica della transazione e degli effetti sul consumatore derivanti dal comportamento oggetto di segnalazione; entrambi tali elementi rientrano tra le informazioni di cui l'Autorità tiene conto nel determinare il proprio ordine di priorità in relazione al complesso dei possibili illeciti rispetto ai quali viene sollecitato il suo intervento.

Valore della transazione

Indicare nel campo sottostante l'importo pagato dal (o richiesto al) consumatore per il bene/servizio interessato dalla segnalazione (indicare valore in euro)

Spese, perdite o altri oneri economici sostenuti dal consumatore

Indicare nel campo sottostante l'importo complessivo delle spese, delle perdite o degli altri oneri economici eventualmente sostenuti dal consumatore a causa del comportamento segnalato (indicare il valore in euro)

Indicare se tale importo complessivo deriva da spese/perdite/oneri economici sostenuti per:

- ☐ acquisto del prodotto/servizio non consegnato/non fornito
- ☐ ritiro/restituzione del prodotto non corrispondente all'ordine
- ☐ riparazione del prodotto difettoso/acquisto di un prodotto sostitutivo
- ☐ riparazione di danni causati dall'utilizzo del prodotto difettoso
- ☐ impossibilità di fruire di altri beni/servizi già acquistati
- ☐ mancato pagamento o prestazione di servizi dovuti in base a una copertura assicurativa o a una garanzia legale o commerciale
- ☐ penali o altri oneri connessi alla risoluzione del contratto
- ☐ costi di attivazione/disattivazione/fruizione di servizi a pagamento non richiesti
- ☐ assistenza tecnica e/o consulenza legale
- ☐ comunicazioni telefoniche e/o postali
- ☐ trasporto/spedizione/deposito
- ☐ altro (specificare)

Sezione 4. ALLEGATI

Documenti a supporto della segnalazione (Il totale della dimensione dei file non deve superare i 3MB):

- ☐ copia volantino o altro materiale pubblicitario segnalato
- ☒ copia delle schermate di cui si compone il messaggio segnalato e diffuso a mezzo internet
- ☐ copia del messaggio segnalato diffuso a mezzo stampa
- ☐ rilievi fotografici del messaggio segnalato
- ☐ copia contratto sottoscritto o inviato dall'impresa
- ☐ copia reclamo/i inviato/i all'impresa ed eventuale esito
- ☐ copia documenti di fatturazione oggetto di contestazione
- ☐ copia nota d'ordine compilata per acquisti via internet
- ☐ copia della prova d'acquisto (scontrino, fattura)
- ☐ altro (specificare)

Si allega quanto segue:

- 1) Pagina web de Il Salvagente;
- 2) Foto della bottiglia Monini con bollino "Zero Truffe"
- 3) Visura di Startupbootcamp Foodtech S.r.l.
- 4) E-mail inviata da Il Salvagente a Pietro Coricelli S.p.A. in data 31 marzo 2021
- 5) Certificato di laboratorio allegato all'e-mail de Il Salvagente del 31 marzo 2021

Sezione 5. Riservatezza e informativa ai sensi del Regolamento (UE) 2016/679

Indicare eventuali esigenze di riservatezza relative alle informazioni fornite nelle precedenti sezioni

(ai sensi dell'art. 4 comma 3, del Regolamento sulle procedure istruttorie-delibera AGCM n. 25411, 1 aprile 2015)

L'Autorità Garante della concorrenza e del mercato, in qualità di titolare (con sede in Piazza G. Verdi n. 6A, IT-00198, Roma; email-PEC: protocollo.agcm@pec.agcm.it; Centralino: +39 06858211), tratterà i dati personali conferiti nel rispetto delle disposizioni di cui al Regolamento (UE) 2016/679 (di seguito "Regolamento"), in particolare per lo svolgimento delle attività ad essa demandate dalla disciplina in materia di tutela del consumatore (Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "Codice del Consumo" e successive modificazioni, Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 145, Art. 30, comma 1 bis del Decreto Legislativo n. 59/2010, Decreto Legislativo n. 70/2003).

Il conferimento di questi dati è strettamente funzionale allo svolgimento di tali attività e il relativo trattamento verrà effettuato, anche tramite strumenti informatici e telematici, nei modi e nei limiti necessari al perseguimento di dette finalità o comunque connessi all'esercizio dei propri pubblici poteri, ivi incluse le finalità di archiviazione, di ricerca storica e di analisi per scopi statistici.

I dati personali saranno conservati per un arco di tempo non superiore al conseguimento delle finalità per le quali sono trattati e in conformità alle norme sulla conservazione della documentazione amministrativa. Tali dati potranno essere conservati per periodi più lunghi esclusivamente a fini di archiviazione nel pubblico interesse, di ricerca scientifica o storica o a fini statistici.

I dati conferiti saranno conosciuti da personale incaricato del trattamento e potranno essere comunicati a soggetti pubblici sulla base delle disposizioni di legge o regolamento ed eventualmente ai soggetti privati che vi abbiano interesse in applicazione della disciplina sull'accesso ai documenti amministrativi. I medesimi dati possono essere diffusi nel bollettino e sul sito istituzionale dell'Autorità (www.agcm.it) nei limiti consentiti dalla legge e dai regolamenti.

Gli interessati hanno il diritto di chiedere al titolare del trattamento l'accesso ai propri dati personali e la rettifica o la cancellazione degli stessi o la limitazione del trattamento che li riguarda o di opporsi al trattamento (artt. 15 e ss. del Regolamento). L'apposita istanza è presentata contattando il Responsabile della protezione dei dati presso l'Autorità (Autorità Garante della concorrenza e del mercato - Responsabile della Protezione dei dati personali, Piazza G. Verdi n. 6A, 00198, Roma, email: rpd@agcm.it).

Gli interessati, ricorrendone i presupposti, hanno altresì il diritto di proporre reclamo al Garante per la protezione dei dati personali, quale autorità di controllo, o di adire le opportune sedi giudiziarie.

X Autorizzo l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato al trattamento e alla diffusione dei dati personali ai fini delle attività amministrative conseguenti alla presente segnalazione, incluso l'eventuale accesso agli atti (art. 7 e artt. 13 e ss. del Regolamento UE 2016/679).

Data

Firma

Data

Firma