

A418C - PROCEDURE SELETTIVE LEGA CALCIO 2010/11 E 2011/12

Provvedimento n. 24206

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 6 febbraio 2013;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990 n. 287 e successive modifiche;

VISTO il D.P.R. 30 aprile 1998 n. 217;

VISTI l'articolo 4, comma 3, del Trattato sull'Unione Europea - TUE (già articolo 10 Trattato CE) e l'articolo 102 Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea - TFUE (già articolo 82 del Trattato CE);

VISTO il Regolamento (CE) n. 1/2003 del Consiglio del 16 dicembre 2002, concernente l'applicazione delle regole di concorrenza di cui agli articoli 81 e 82 del Trattato CE (ora articoli 101 e 102 TFUE);

VISTA la legge 6 febbraio 1996, n. 52, come modificata dalla legge 21 dicembre 1999, n. 526, e, in particolare, l'articolo 54;

VISTO il Decreto Legislativo 9 gennaio 2008, n. 9, recante *"Disciplina della titolarità e della commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi e relativa ripartizione delle risorse"*;

VISTO l'articolo 6, comma 1, del citato Decreto Legislativo, in base al quale la Lega Nazionale Professionisti è tenuta a predeterminare, per le competizioni calcistiche di propria competenza, linee guida *"per la commercializzazione dei diritti audiovisivi recanti regole in materia di offerta e di assegnazione dei diritti audiovisivi medesimi, criteri in materia di formazione dei relativi pacchetti e le ulteriori regole"* previste dal Decreto in modo da garantire ai partecipanti alle procedure competitive *"condizioni di assoluta equità, trasparenza e non discriminazione"*;

VISTO l'articolo 6, comma 6, dello stesso Decreto Legislativo, in cui è stabilito che l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato verifichino, per i profili di rispettiva competenza, la conformità delle linee guida ai principi e alle disposizioni del Decreto Legislativo n. 9/08 e le approvino entro sessanta giorni dal ricevimento delle stesse;

VISTO il successivo articolo 20 del citato Decreto Legislativo, in base al quale, ferme restando le competenze generali e quelle previste dal Decreto medesimo, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, al fine di garantire la concorrenza nel mercato dei diritti audiovisivi, vigila sulla corretta applicazione del Decreto e delle linee guida, avvalendosi dei poteri di cui alla legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la propria delibera del 22 luglio 2009, con la quale è stata avviata un'istruttoria ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, nei confronti della Lega Nazionale Professionisti, per accertare l'eventuale esistenza di violazioni dell'articolo 82 del Trattato CE (ora articolo 102 TFUE) nell'attività di vendita dei diritti audiovisivi relativi alla Competizione di Serie A delle stagioni sportive 2010-2011 e 2011-2012;

VISTA la propria delibera del 1° ottobre 2009, con la quale è stato ampliato l'oggetto dell'istruttoria con riferimento all'invito ad offrire pubblicato dalla Lega Nazionale Professionisti in data 3 settembre 2009, relativo ai diritti audiovisivi di Serie B per le stagioni 2010-11 e 2011-12;

VISTA la comunicazione del 17 novembre 2009, con la quale la Lega Nazionale Professionisti ha presentato impegni, ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90, illustrati nell'apposito *"Formulario per la presentazione degli impegni ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90"*;

VISTA la propria delibera del 18 novembre 2009, con la quale è stata decisa la pubblicazione degli impegni citati sul sito dell'Autorità, al fine di consentire ai terzi interessati di esprimere le loro osservazioni;

VISTE le osservazioni pervenute dai terzi interessati;

VISTA la nota del 28 dicembre 2009, con la quale la Lega Nazionale Professionisti, in esito ai rilievi del *market test*, ha presentato un ulteriore impegno, come previsto dalla Comunicazione sulle procedure di applicazione dell'articolo 14-ter della legge 10 ottobre 1990, n. 287 (come modificata dalla delibera 22089 del 9 febbraio 2011);

VISTI tutti gli atti del procedimento e, in particolare, il proprio provvedimento del 18 gennaio 2010, con il quale è stato deliberato di chiudere il procedimento A418, accogliendo gli impegni presentati da Lega Nazionale Professionisti;

VISTA la sentenza del TAR del Lazio, sezione I, n. 10571 del 10 maggio 2010, con la quale è stato annullato il suddetto provvedimento ed è stato disposto che l'Autorità è *"tenuta a riprendere il procedimento, nel pieno esercizio del potere ad essa attribuito dalla legge, dal momento in cui lo stesso è stato illegittimamente interrotto"*;

VISTA la sentenza del Consiglio di Stato, sezione VI, n. 3230 del 30 maggio 2011, che ha rigettato l'appello proposto dall'Autorità e da Lega Nazionale Professionisti e che ha confermato la pronuncia del TAR Lazio, con conseguente annullamento della decisione dell'Autorità alla quale è stato ordinato di eseguire la sentenza;

VISTA la propria delibera del 28 settembre 2011, con la quale, in ottemperanza all'ordine del giudice amministrativo, è stata deliberata la riapertura del procedimento avviato, in data 22 luglio 2009, nei confronti della Lega Nazionale Professionisti;

VISTA la propria delibera del 28 marzo 2012, con la quale il termine di conclusione del procedimento è stato fissato al 30 ottobre 2012;

VISTA la propria delibera del 23 ottobre 2012, con la quale il termine di conclusione del procedimento è stato fissato al 15 febbraio 2013;

VISTA la Comunicazione delle Risultanze Istruttorie e della data di chiusura dell'acquisizione degli elementi probatori, inviata alle Parti in data 6 novembre 2012;

VISTA la propria comunicazione alla Commissione europea, ai sensi dell'articolo 11, paragrafo 4, del Regolamento (CE) n. 1/2003;

VISTA la propria richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249, inoltrata in data 21 dicembre 2013;

VISTO il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni pervenuto in data 21 gennaio 2013, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249;

VISTI gli atti del procedimento e la documentazione acquisita nel corso dell'istruttoria;

CONSIDERATO quanto segue:

I. IL PROCEDIMENTO ISTRUTTORIO

1. In data 22 luglio 2009 l'Autorità ha avviato, nei confronti della Lega Nazionale Professionisti (di seguito, anche "Lega Calcio"), un procedimento ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, volto ad accertare l'esistenza di violazioni dell'articolo 82 del Trattato CE (ora articolo 102 TFUE) nell'attività di vendita collettiva dei diritti audiovisivi relativi alla Competizione di Serie A delle stagioni sportive 2010/2011 e 2011/2012.

2. Nell'avvio del procedimento l'Autorità ha osservato che le modalità di formazione dei pacchetti di diritti audiovisivi degli incontri calcistici, adottate dalla Lega Calcio nell'invito ad offrire pubblicato in data 10 luglio 2009, potevano risultare in contrasto con i principi posti a tutela della concorrenza e con le disposizioni del Decreto Legislativo n. 9 gennaio 2008 n. 9¹, in quanto suscettibili di condizionare l'allocazione dei diritti ai principali operatori del mercato della pay-tv e della televisione in chiaro.

3. In particolare, nell'invito ad offrire, la Lega Calcio aveva definito due pacchetti in esclusiva per la piattaforma satellitare ("*Platinum live*" e "*Satellite hilites*") e due per la piattaforma digitale terrestre a pagamento ("*Gold live*" e "*Silver live*"). L'Autorità rilevava a riguardo che:

- il pacchetto offerto per la trasmissione in esclusiva delle dirette degli incontri su piattaforma satellitare ("*Platinum Live*"), poteva essere pienamente sfruttabile soltanto da operatori in possesso di un'ampia capacità satellitare, adeguata alla trasmissione in contemporanea di un elevato numero di partite;

- il valore commerciale del secondo pacchetto destinato alla piattaforma satellitare ("*Satellite hilites*") e relativo alla trasmissione dei soli *highlights* nella fascia oraria 17.30-22.30, sarebbe stato compromesso dalla diffusione quasi contemporanea delle stesse immagini in chiaro (da parte del titolare del pacchetto "*Platinum hilites*"), e dal fatto che gli stessi diritti erano assegnati anche all'aggiudicatario del pacchetto "*Platinum Live*", senza limiti di orario;

- per la piattaforma digitale terrestre (DTT), era stata elaborata un'offerta basata su due pacchetti ("*Gold live*" e "*Silver live*"), tra loro non equilibrati in termini di potenziale attrattività e dalle caratteristiche coerenti proprio con la capacità economica e trasmissiva dei due operatori nazionali DTT di pay-tv.

4. L'Autorità aveva inoltre precisato che i pacchetti non apparivano adeguati a garantire condizioni di assoluta equità, trasparenza e non discriminazione ai partecipanti alle procedure competitive e a consentire una partecipazione alle stesse da parte di una pluralità di operatori delle diverse piattaforme, come invece richiesto dal Decreto Legislativo n. 9/2008².

5. Successivamente, con delibera del 1° ottobre 2009, l'Autorità ha ampliato l'oggetto dell'istruttoria con riferimento ad un ulteriore invito ad offrire, pubblicato dalla Lega Calcio il 3 settembre 2009, riguardante i diritti audiovisivi per il Campionato di Calcio di Serie B, stagioni 2010/11 e 2011/12. In tale invito era prevista, per gli assegnatari dei pacchetti *Platinum Live*, *Gold Live* e *Silver Live* di Serie A, la possibilità di fruire di una riduzione del corrispettivo di assegnazione dei pacchetti citati in caso di acquisizione di pacchetti di serie B. Secondo l'Autorità, tale previsione era

¹ [Recante "Disciplina della titolarità e della commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi e relativa ripartizione delle risorse", emanato in attuazione della legge delega 19 luglio 2007, n. 106, e pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 27 del 1° febbraio 2008 (Rettifica G.U. n. 93 del 19 aprile 2008).]

² [Il potenziale effetto distortivo della concorrenza derivante da siffatte modalità di formazione dei pacchetti era stato già evidenziato dall'Autorità nel provvedimento di approvazione delle linee guida adottato il 1° luglio 2009, che esortava a definire più pacchetti nell'ambito di ciascuna piattaforma, nell'ottica di promuovere la "massima partecipazione possibile alle procedure competitive e l'ingresso di nuovi operatori, nonché lo sviluppo di una concorrenza infra-piattaforma".]

suscettibile di determinare un ingiustificato vantaggio a favore dei principali operatori di *pay-tv*, limitando la possibilità di crescita e di ingresso di altri operatori.

6. In data 17 novembre 2009 la Lega Calcio ha presentato all'Autorità alcuni impegni ai sensi dell'articolo 14-*ter* della legge n. 287/90. Gli impegni presentati sono stati sottoposti al *market test*, al fine di consentire ai terzi interessati di esprimere le loro osservazioni. A seguito delle osservazioni formulate dai terzi sugli impegni, la Lega Calcio, in data 28 dicembre 2009, ha aggiunto un ulteriore impegno, che non è stato oggetto di una nuova pubblicazione, in quanto ritenuto accessorio a quelli presentati il 17 novembre 2009 e già sottoposti al *market test*.

7. L'Autorità, con provvedimento n. 20687 del 18 gennaio 2010, deliberava di rendere obbligatori gli impegni presentati dalla Lega Calcio e di chiudere il procedimento senza accertamento dell'infrazione. L'Autorità riteneva che gli impegni presentati fossero idonei a far venire meno i profili anticoncorrenziali oggetto dell'istruttoria, in quanto diretti a promuovere una più accesa competizione nella fase di acquisizione dei diritti e una maggiore concorrenza all'interno delle piattaforme, assicurando contestualmente l'osservanza delle indicazioni fornite a valle della prima applicazione del Decreto Legislativo n. 9/2008.

8. Con sentenze nn. 10571 e 10572 del 10 maggio 2010, il TAR del Lazio, accogliendo i ricorsi proposti rispettivamente da Adiconsum e dalla società Conto TV S.r.l., ha annullato il provvedimento dell'Autorità del 18 gennaio 2010, ritenendo fondate due censure: *a)* la violazione del contraddittorio procedimentale per la mancata pubblicazione dell'impegno aggiuntivo presentato il 28 dicembre 2009; *b)* l'eccesso di potere nella valutazione degli impegni come idonei a rimuovere i profili anticoncorrenziali individuati nella delibera di avvio dell'istruttoria. Il giudice ha quindi disposto che l'Autorità riprendesse il procedimento, *"nel pieno esercizio del potere ad essa attribuito dalla legge, dal momento in cui lo stesso è stato illegittimamente interrotto"*.

9. Il Consiglio di Stato, con sentenza n. 3230 del 30 maggio 2011 ha confermato la pronuncia del TAR del Lazio n. 10571/2010 e annullato il provvedimento impugnato. In virtù della rilevanza del vizio procedimentale, il giudice ha ritenuto assorbita ogni ulteriore valutazione in ordine alla effettiva idoneità degli impegni a rimuovere i profili anticoncorrenziali inizialmente riscontrati dall'Autorità. Con sentenza n. 52380 del 5 agosto 2010 il Consiglio di Stato ha invece annullato la sentenza del TAR Lazio n. 10572/2010, per avvenuta rinuncia da parte di Conto TV S.r.l. al ricorso di primo grado e agli effetti favorevoli della sentenza.

10. In ottemperanza alla sentenza del TAR Lazio n. 10571/2010, in data 28 settembre 2011 l'Autorità ha deliberato la riapertura del procedimento A418, avviato in data 22 luglio 2009 nei confronti della Lega Nazionale Professionisti (ora LNPA e LNPB), dal momento della presentazione dell'impegno del 28 dicembre 2009.

11. Nel corso del procedimento sono stati sentiti in audizione, in data 4 novembre 2011, i rappresentanti della LNPA e della LNPB. In data 16 dicembre 2011 la LNP Serie A ha trasmesso la propria memoria difensiva³ e il 9 marzo 2012 ha fornito le informazioni richieste dall'Autorità con comunicazione del 3 febbraio 2012.

12. In data 28 marzo 2012, l'Autorità ha prorogato il termine per la conclusione del procedimento al 30 ottobre 2012, e in data 23 ottobre 2012 ha nuovamente prorogato il termine per la conclusione del procedimento al 15 febbraio 2013.

13. In data 6 novembre 2012 è stata inviata alle Parti la Comunicazione delle Risultanze Istruttorie. Il 7 dicembre 2012 la società Sky Italia S.r.l. ha fatto pervenire la propria memoria conclusiva.

II. LE PARTI

14. La Lega Nazionale Professionisti Serie A (di seguito, "LNPA") associa in forma privatistica le società sportive affiliate alla Federazione Italiana Gioco Calcio ("FIGC") che partecipano al Campionato di Serie A e che, a tal fine, si avvalgono delle prestazioni di calciatori professionisti. Essa gode di autonomia organizzativa e amministrativa e organizza le seguenti competizioni sportive: Campionato di Serie A, Coppa Italia, Supercoppa, Campionato Primavera, Coppa Italia Primavera, Supercoppa Primavera.

15. La Lega Nazionale Professionisti Serie B (di seguito, "LNPB") associa in forma privatistica le società sportive affiliate alla Federazione Italiana Gioco Calcio ("FIGC") che partecipano al Campionato di Serie B e che, a tal fine, si avvalgono delle prestazioni di calciatori professionisti. Essa gode di autonomia organizzativa e amministrativa e organizza il Campionato di Serie B.

16. A decorrere dal 1° luglio 2010, la LNPA e la LNPB sono subentrate alla Lega Calcio. Nel corso del procedimento A418 sono state accolte le richieste di partecipazione formulate dall'Associazione Italiana Difesa Consumatori e Ambiente e dalle società Sky Italia S.r.l. e Conto Tv S.r.l.

17. L'Associazione Italiana Difesa Consumatori ed Ambiente (di seguito, "Adiconsum") è un'associazione di tutela dei consumatori iscritta nell'elenco delle associazioni dei consumatori e degli utenti rappresentative a livello nazionale, di cui all'articolo 137 del Codice del Consumo.

³ [Doc. 1.13.]

18. Sky Italia S.r.l. (di seguito, "SKY") è l'operatore televisivo satellitare nato nel luglio 2003 dalla fusione delle piattaforme Stream e Tele+. SKY è soggetta all'attività di direzione e coordinamento esercitata da The News Corporation Ltd., società a capo del gruppo Newscorp, attivo nel settore dei media su scala mondiale. Le attività di Newscorp includono la produzione e la distribuzione di film e di programmi televisivi, la trasmissione di programmi televisivi via satellite e via cavo, la pubblicazione di giornali, riviste e libri, la produzione e la distribuzione di prodotti e servizi promozionali e pubblicitari, lo sviluppo di mezzi di trasmissione digitale e la creazione e la distribuzione di programmazioni online.

19. Conto Tv S.r.l. (di seguito, "Conto TV") è un'emittente televisiva che trasmette programmi a pagamento su piattaforma satellitare, su internet e, limitatamente ad alcune aree del territorio, sul digitale terrestre. La programmazione dell'emittente include, tra l'altro, film in *pay-per-view* ed eventi calcistici.

III. LE RISULTANZE ISTRUTTORIE

1. Il quadro normativo di riferimento: il Decreto Legislativo 9 gennaio 2008, n. 9

20. Il Decreto Legislativo n. 9/2008 ha introdotto in Italia la vendita collettiva dei diritti audiovisivi degli eventi sportivi di campionati, coppe e tornei professionistici a squadre, disponendo che *"l'organizzatore della competizione e gli organizzatori degli eventi sono contitolari dei diritti audiovisivi relativi agli eventi della competizione medesima"* e che *"l'esercizio dei diritti audiovisivi relativi ai singoli eventi della competizione spetta all'organizzatore della competizione medesima"* (artt. 3 e 4). Nel caso dei campionati di calcio di Serie A e B gli organizzatori sono, rispettivamente, la LNPA e la LNPB.

21. La vendita centralizzata deve essere svolta dall'organizzatore della competizione attenendosi a un'articolata disciplina, volta ad assicurare che i diritti siano assegnati mediante procedure competitive tali da garantire la parità di trattamento di tutti i soggetti interessati all'acquisto, al fine di promuovere un mercato dei diritti audiovisivi sportivi trasparente ed efficiente.

22. Ai partecipanti alle procedure competitive devono essere garantite *"condizioni di assoluta equità, trasparenza e non discriminazione"*. A tal fine, l'organizzatore della competizione è tenuto a predeterminare apposite *linee guida per la commercializzazione dei diritti audiovisivi* recanti regole in materia di offerta e di assegnazione dei diritti medesimi, nonché di formazione dei relativi pacchetti (articolo 6, comma 1).

23. L'organizzatore della competizione è tenuto ad *"offrire i diritti audiovisivi a tutti gli operatori della comunicazione di tutte le piattaforme, attraverso distinte procedure competitive"* relative al mercato nazionale e al mercato internazionale, nonché alla piattaforma radiofonica (articolo 7, comma 1).

24. I diritti audiovisivi devono essere offerti mediante più procedure competitive, *"ai fini dell'esercizio degli stessi per singola piattaforma ovvero mettendo in concorrenza le diverse piattaforme, ovvero con entrambe le modalità"*. Nell'ipotesi in cui vengano messe in concorrenza diverse piattaforme, l'organizzatore della competizione è tenuto a predisporre più pacchetti. L'organizzatore della competizione deve predisporre pacchetti tra loro equilibrati in modo da garantire la presenza, in ciascuno di essi, di eventi della competizione di elevato interesse per gli utenti. L'organizzatore della competizione fissa inoltre il prezzo minimo di ciascun pacchetto al di sotto del quale, previa comunicazione all'Autorità, può decidere di revocare l'offerta (articolo 8).

25. Ai sensi dell'articolo 9, comma 4, *"è fatto divieto a chiunque di acquisire in esclusiva tutti i pacchetti relativi alle dirette, fermi restando i divieti previsti in materia di formazione di posizioni dominanti"*.

26. La verifica della conformità delle *linee guida* predisposte dall'organizzatore ai principi e alle disposizioni del Decreto Legislativo n. 9/2008 è demandata all'Autorità e all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, per i profili di rispettiva competenza (articolo 6, comma 6). Inoltre, ferme restando le competenze generali e quelle previste dal Decreto Legislativo n. 9/2008, l'Autorità, al fine di garantire la concorrenza nel mercato dei diritti audiovisivi, vigila sulla corretta applicazione del medesimo decreto e delle linee guida, avvalendosi dei poteri di cui alla legge 10 ottobre 1990, n. 287 (articolo 20).

2. Il mercato rilevante e i mercati collegati

27. Il presente procedimento, avente ad oggetto la vendita centralizzata dei diritti audiovisivi relativi agli incontri dei Campionati di Calcio di Serie A e di Serie B nelle stagioni sportive 2010/2011 e 2011/2012, interessa il mercato dei diritti di trasmissione degli eventi calcistici che si svolgono regolarmente ogni anno e a cui partecipano squadre nazionali, nonché i mercati collegati dei servizi televisivi a pagamento (*pay-tv*) e della raccolta pubblicitaria sul mezzo televisivo.

2.1. Il mercato dei diritti audiovisivi relativi agli eventi calcistici che si svolgono regolarmente ogni anno e a cui partecipano squadre nazionali

28. I diritti audiovisivi relativi ad eventi sportivi costituiscono tipicamente una delle principali componenti della programmazione televisiva in chiaro e a pagamento. Insieme ai diritti audiovisivi sui film di maggiore successo e popolarità, i diritti relativi ai principali eventi sportivi costituiscono prodotti di qualità (*"diritti premium"*) idonei a valorizzare la programmazione televisiva, attraendo inserzionisti pubblicitari per le emittenti in chiaro e abbonati per le tv a pagamento.

29. Tra i contenuti di natura sportiva è possibile distinguere i diritti relativi ad eventi calcistici da quelli aventi ad oggetto altri sport, in considerazione della rilevanza e preminenza del calcio, contenuto altamente "motivante" per gli utenti. Dato il preponderante interesse suscitato dal gioco del calcio in Europa, gli eventi sportivi calcistici sono infatti in grado di ottenere un numero elevato di spettatori e di raggiungere in modo regolare un pubblico identificabile, che costituisce uno specifico *target* per gli inserzionisti pubblicitari e per gli operatori di *pay-tv*, non altrimenti raggiungibile con altri programmi. Nella televisione a pagamento il calcio è la principale forza trainante per la vendita di abbonamenti mentre nella televisione in chiaro il calcio attrae una particolare fascia demografica di pubblico, e quindi anche una certa pubblicità.

30. Con specifico riferimento ai diritti audiovisivi relativi a contenuti calcistici, secondo la prassi comunitaria, i diritti di trasmissione degli eventi calcistici disputati regolarmente da squadre nazionali ogni anno per tutto l'anno, quali gli eventi dei Campionati di Serie A e B e di Coppa Italia, nonché della UEFA *Champions League* e della UEFA *Europa League*, costituiscono un mercato distinto⁴. Tali diritti si differenziano dai diritti di trasmissione degli eventi calcistici che non si svolgono regolarmente (come i Mondiali di Calcio), in considerazione della diversa periodicità e durata che caratterizza le due tipologie di competizioni calcistiche, tale da limitare la sostituibilità tra le stesse nella composizione delle offerte televisive.

31. L'ambito geografico del mercato dei diritti di trasmissione degli eventi calcistici che si svolgono regolarmente ogni anno e a cui partecipano squadre nazionali risulta essere nazionale, corrispondente al territorio italiano, in ragione di fattori culturali e di preferenze dei diversi pubblici nazionali. L'interesse suscitato dagli eventi calcistici appare infatti legato alla partecipazione delle squadre del proprio Paese ed alla trasmissione nella propria lingua madre.

32. Dal lato della domanda, i diritti in questione sono acquisiti principalmente dagli operatori di *pay-tv*. Più specificamente, le dirette degli incontri dei campionati nazionali (Serie A e Serie B) sono trasmesse esclusivamente in modalità a pagamento, gli incontri dei campionati internazionali sono trasmessi principalmente in modalità a pagamento con alcuni incontri trasmessi (anche) in chiaro, la Coppa Italia è normalmente trasmessa in chiaro.

2.2. I mercati collegati

33. I diritti oggetto del mercato rilevante rivestono un ruolo centrale nella predisposizione dei palinsesti sia delle emittenti televisive a pagamento sia di quelle in chiaro. L'acquisizione di tali diritti è pertanto in grado di determinare effetti anche nei mercati collegati della *pay-tv* e della raccolta pubblicitaria sul mezzo televisivo.

Il mercato della pay-tv

34. Il mercato della *pay-tv* corrisponde al mercato complessivo dei servizi televisivi a pagamento, erogati attraverso le diverse reti trasmissive e piattaforme disponibili (satellite, digitale terrestre, internet).

35. Secondo la consolidata prassi della Commissione europea e dell'Autorità, il mercato rilevante della *pay-tv* è distinto dal mercato rilevante della televisione in chiaro (*free-to-air*) e, più specificamente, dal mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo televisivo⁵.

36. Infatti, nonostante i legami orizzontali esistenti⁶, il mercato della raccolta pubblicitaria televisiva e il mercato dei servizi televisivi a pagamento sono stati tradizionalmente distinti da un punto di vista *antitrust* in considerazione delle differenze concernenti:

i) le relazioni esistenti tra operatori televisivi e consumatori. Nella televisione a pagamento s'instaura una relazione economica diretta tra emittenti ed abbonati; nella televisione in chiaro, invece, vi è un'unica relazione commerciale intercorrente tra l'operatore televisivo e gli inserzionisti pubblicitari;

ii) le modalità di finanziamento e quindi le funzioni obiettivo degli operatori. La principale fonte di ricavi degli operatori attivi nella *pay-tv* è rappresentata dagli abbonamenti e dalla vendita di programmi in *pay-per-view*; gli operatori attivi nel mercato della televisione in chiaro si finanziano invece con la pubblicità (e/o con contributi statali)⁷. Mentre la concorrenza tra emittenti televisive a pagamento è sostanzialmente incentrata sull'acquisizione di utenti a pagamento, la concorrenza tra emittenti in chiaro è rivolta all'acquisizione di telespettatori e inserzionisti pubblicitari. Pertanto,

⁴ [Cfr. decisioni COMP/C-2/37.214 *Joint selling of the media rights to the German Bundesliga*, del 19 gennaio 2005 e COMP/C.2-37.398 *Joint selling of the commercial rights of the UEFA Champions League*, del 23 luglio 2003 e, in Italia, provv. n. 7340 *Vendita diritti televisivi* (I362), del 1° luglio 1999, in Boll. n. 26/99.]

⁵ [Cfr. provv. n. 15632 del 28 giugno 2006, A362 *Diritti Calcistici e le decisioni della Commissione europea nei casi: COMP/M.5932 – News Corp/BSkyB* del 21 dicembre 2010; COMP/M.5121 *NewsCorp/Premiere* del 25 giugno 2008; COMP/M.4504 *SFR/Télé2 France* del 18 luglio 2007; COMP/M.4204 *Cinven/UPC France* del 13 luglio 2006; COMP/M.3411 *UGC/Noos* del 17 maggio 2004; e COMP/M.2876 *NewsCorp/Telepiù* del 13 luglio 2003.]

⁶ [Il consumo di programmi televisivi a pagamento può infatti ridurre la fruizione di programmi televisivi in chiaro da parte dei telespettatori e l'offerta televisiva in chiaro può incidere sulle decisioni di acquisto di servizi di *pay-tv*. Da un lato, dunque, l'offerta di servizi di *pay-tv* può avere un impatto sull'audience e sui ricavi realizzati dagli operatori televisivi in chiaro attraverso la raccolta pubblicitaria; dall'altro lato, l'offerta televisiva in chiaro può avere un impatto sulla capacità degli operatori di *pay-tv* di acquisire utenti a pagamento e sulle condizioni prevalenti di offerta.]

⁷ [Si noti che l'inclusione della raccolta pubblicitaria su emittenti a pagamento non pregiudica la definizione di un distinto mercato nazionale dei servizi di *pay-tv*. Gli operatori di televisione a pagamento si configurano, infatti, come società multi-prodotto che operano simultaneamente sia nella raccolta pubblicitaria sia nei servizi di *pay-tv*.]

mentre il livello di *audience* diventa fondamentale nel determinare il risultato economico di un'emittente gratuita, è il numero di utenti a pagamento che costituisce l'elemento determinante dei ricavi di un operatore di *pay-tv*.

iii) I differenti contenuti televisivi offerti ai telespettatori. Le offerte televisive in chiaro sono tradizionalmente costituite per la gran parte da un numero limitato di canali "generalisti"; l'offerta televisiva a pagamento, invece, si caratterizza per l'ampiezza e la varietà dei canali offerti, molti dei quali di natura tematica, nonché per la programmazione di contenuti televisivi "*premium*", quali le dirette di incontri calcistici nazionali e internazionali e i *film* in prima visione.

37. Anche l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha accreditato la validità della consolidata distinzione operata in ambito *antitrust* tra il mercato della *pay-tv* e il mercato della televisione in chiaro, evidenziando l'esistenza di sostanziali differenze sia dal lato della domanda che dal lato dell'offerta⁸.

38. Nella memoria pervenuta in data 7 dicembre 2012, SKY ritiene superata la distinzione tra il mercato rilevante della pubblicità in chiaro e il mercato rilevante della *pay-tv*⁹. Si rileva al riguardo come la definizione dei mercati rilevanti adottata in questa sede sia giustificata sulla base delle considerazioni sostanziali sopra riportate, del tutto coerenti con le citate recenti decisioni comunitarie. Inoltre, sotto il profilo dell'acquisizione dei contenuti audiovisivi, tale distinzione appare ulteriormente supportata dal fatto che i diritti *premium* per la trasmissione delle dirette degli incontri di calcio del Campionato di Serie A e di Serie B oggetto del presente procedimento sono stati offerti al mercato esclusivamente per la modalità trasmissiva a pagamento. In ogni caso, come riconosciuto dalla stessa SKY nella propria memoria¹⁰, anche laddove si fosse individuato un unico mercato televisivo, non si sarebbe giunti a conclusioni diverse circa la valutazione della condotta della Lega Nazionale Professionisti oggetto del presente procedimento.

39. In Italia, i servizi di *pay-tv* sono erogati principalmente attraverso il satellite, il digitale terrestre e le reti di telecomunicazione. Coerentemente con la prassi comunitaria, tuttavia, non si ritiene necessario operare un'ulteriore distinzione all'interno del mercato della *pay-tv* in funzione della specifica piattaforma trasmissiva utilizzata per la fornitura dei servizi, attesa la rilevanza della pressione concorrenziale che gli operatori attivi su una piattaforma sono in grado di esercitare sugli operatori attivi su piattaforme diverse¹¹.

40. Sotto il profilo geografico, il mercato della *pay-tv* ha dimensione nazionale, in considerazione del regime normativo e regolatorio, delle barriere linguistiche, di fattori culturali nonché in ragione del fatto che i diritti audiovisivi per i contenuti trasmessi attraverso il mezzo televisivo sono generalmente limitati al solo territorio nazionale.

41. Il mercato della *pay-tv* risulta caratterizzato da significative barriere all'entrata, connesse agli ingenti costi, in larga parte irrecuperabili, per l'acquisizione dei contenuti da trasmettere, per ottenere la disponibilità della necessaria capacità trasmissiva e per approntare un'adeguata rete commerciale. Una delle principali voci di costo è rappresentata dall'acquisizione dei contenuti *premium*, il cui livello estremamente elevato contribuisce a rendere il mercato particolarmente concentrato.

42. Come illustrato nella seguente tabella, l'offerta a pagamento è dominata dall'operatore SKY, se pur con una quota di mercato decrescente negli anni.

Tabella 1 - Quote di mercato in valore nelle offerte televisive a pagamento

Operatore	2009	2010	2011
SKY	81,5%	79,2%	77,4%
RTI	10,6%	15,1%	17,4%
Altri operatori	7,9%	5,7%	5,2%
Totale	100%	100%	100%

Fonte: Relazioni Annuali dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni degli anni 2011 e 2012

Il mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo televisivo

43. Il mercato della raccolta pubblicitaria sul mezzo televisivo è definito dal punto di vista merceologico come la vendita agli inserzionisti di spazi pubblicitari – quali spot, minispot, telepromozioni e televendite – su emittenti televisive.

⁸ [Cfr. in particolare l'allegato A alla Delibera n. 555/10/CONS, recante Procedimento per l'individuazione dei mercati rilevanti nell'ambito del sistema integrato delle comunicazioni, pagg. 114 e ss..]

⁹ [In particolare, Sky osserva come nel settore televisivo si sia sempre più delineato un sistema "misto" nel quale la raccolta pubblicitaria e il livello di audience hanno assunto sempre maggior valore per gli operatori pay. Ad avviso della società, inoltre, sarebbe venuta meno la differenziazione tra contenuti in chiaro e a pagamento e tra le modalità di fruizione dei medesimi. La convergenza tra mercato della pay-tv e mercato della televisione in chiaro sarebbe inoltre accentuata dalle recenti evoluzioni tecnologiche e, in particolare, dalla diffusione della piattaforma del digitale terrestre.]

¹⁰ [Sky osserva sul punto che "se [...] fossero stati configurati i mercati di riferimento individuando un unico mercato televisivo comprensivo sia del modello di business pay che di quello in chiaro, si sarebbe giunti ancora più agevolmente alle medesime conclusioni".]

¹¹ [Cfr. le decisioni della Commissione Europea sopra citate.]

44. Da un punto di vista geografico, il suddetto mercato possiede una dimensione nazionale in considerazione del regime normativo, delle barriere linguistiche, nonché di fattori culturali. È peraltro possibile distinguere anche un ambito locale rispetto a quello nazionale, in base alle caratteristiche della domanda di inserzioni.

45. Il mercato nazionale della raccolta pubblicitaria televisiva è caratterizzato dall'offerta di spazi pubblicitari agli inserzionisti da parte delle emittenti per il tramite delle concessionarie di pubblicità. Tale mercato costituisce un tipico mercato a due versanti dove le emittenti televisive, da un lato, forniscono contenuti ai telespettatori e, dall'altro lato, offrono inserzioni agli investitori pubblicitari.

46. Il principale operatore del mercato è RTI (Mediaset) che ha realizzato, nel 2011, il 57% del fatturato complessivo del mercato pubblicitario televisivo. Il secondo principale operatore è RAI con una quota del 22% circa, in leggero calo rispetto all'anno precedente. Si rileva, infine, la presenza di SKY quale terzo operatore, il quale ha realizzato, nel 2010, una quota del 6%.

Tabella 2 - Quote di mercato nella raccolta pubblicitaria televisiva

Operatore	2009	2010	2011
RTI (Mediaset)	55,9%	56,8%	57,2%
RAI	22,6%	22,1%	21,7%
SKY	3,8%	6,3%	6%
Telecom Italia Media	3,6%	3,6%	3,9%
Altre imprese	13,9%	11,2%	11,2%
Totale	100%	100%	100%

Fonte: Elaborazioni degli Uffici su dati pubblicati nelle Relazioni Annuali dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni degli anni 2011 e 2012

3. I diritti audiovisivi relativi al Campionato di Serie A nelle stagioni 2010/2011 e 2011/2012

47. Nel corso del presente procedimento la LNPA ha fornito evidenze volte a illustrare l'insieme dei pacchetti di diritti audiovisivi del Campionato di Serie A offerti al mercato per le stagioni 2010-2012 e le relative assegnazioni¹².

48. Quanto alla piattaforma satellitare (DTH) e con specifico riferimento alla Serie A, oltre al pacchetto *Platinum Live* contenente tutte le dirette del campionato (assegnato all'operatore SKY in data 28 luglio 2009), la Lega Calcio aveva originariamente messo a gara il Pacchetto *Satellite Hillites*, avente ad oggetto i diritti di trasmissione di immagini salienti in differita. Tale pacchetto aveva suscitato l'interesse da parte dell'editore del canale Sportitalia (Interactive Group S.p.A.) in sede di trattativa privata; tuttavia l'assegnazione non era avvenuta in quanto l'offerta economica presentata era stata ritenuta non congrua rispetto al valore dei diritti contenuti nel pacchetto.

49. La Lega Calcio ha quindi sostituito il pacchetto *Satellite Hillites* con un altro pacchetto (D) contenente i diritti di trasmissione a pagamento delle sintesi (della durata massima di 10 minuti per ciascun tempo) di tutti gli eventi del campionato di Serie A, richiedendo un prezzo di complessivi euro 61 milioni (i pacchetti relativi alle dirette degli incontri valevano circa un miliardo di euro).

Tale pacchetto non è stato tuttavia oggetto di alcuna offerta.

Il medesimo pacchetto è stato successivamente riproposto dalla LNPA, al medesimo prezzo, anche nell'invito a presentare offerte edito il 6 settembre 2011 e relativo alle stagioni sportive 2012/2013, 2013/2014 e 2014/2015. Anche in questo caso, non sono state presentate offerte.

Nella determinazione dei prezzi minimi, la LNPA ha dichiarato di essersi basata sui valori emersi nelle ultime vendite individuali dei diritti televisivi, condotte dalle singole società sportive.

50. Con riguardo alla piattaforma digitale terrestre (DTT), la Lega Calcio aveva suddiviso l'offerta dei diritti relativi alla Serie A in due pacchetti autonomi contenenti le dirette degli incontri: il *Gold Live*, relativo alle partite di 12 squadre, e il *Silver Live*, avente ad oggetto le partite delle restanti 8 squadre. Il prezzo minimo di ciascun pacchetto per entrambe le stagioni era pari, rispettivamente, a 435 milioni e a 145 milioni di euro.

51. Il pacchetto *Gold Live* è stato assegnato a RTI in data 28 luglio 2009, mentre il pacchetto *Silver Live*, contenente 248 eventi, dei quali 56 in esclusiva, non ha trovato acquirenti nella prima fase della procedura competitiva. A conclusione della successiva trattativa privata, in data 25 agosto 2009, il pacchetto è stato assegnato –ad un prezzo inferiore di oltre la metà rispetto a quello minimo richiesto nell'invito ad offrire– all'operatore Dahlia TV S.r.l.¹³ (di seguito "Dahlia").

¹² [Cfr. verbale di audizione del 4 novembre 2011 (doc. 1.12), memoria del 16 dicembre 2011 (doc. 1.13) e informazioni del 9 marzo 2012 (doc. 1.16).]

¹³ [Si tratta di una società controllata dal gruppo Wallenberg e partecipata dal gruppo Telecom Italia.]

52. Tuttavia, nel febbraio 2011, Dahlia ha interrotto la trasmissione delle partite assegnate e, nell'aprile dello stesso anno, ha avviato la procedura di liquidazione¹⁴15.

53. Infine, il 5 agosto 2010, la società Vodafone Omnitel n.v. ha acquistato il pacchetto Mobile (non esclusivo), contenente i diritti di trasmissione, in diretta e in differita, di tutti gli eventi per intero e delle immagini salienti della durata massima di 4 minuti per ciascun evento¹⁶.

54. La procedura si è quindi conclusa con l'assegnazione dei diritti a diversi operatori attivi su cinque piattaforme trasmissive: satellitare (DTH), digitale terrestre (DTT), mobile e, attraverso la ritrasmissione dei contenuti audiovisivi dei licenziatari operanti sulle piattaforme satellitare e digitale terrestre, IPTV e Internet.

55. Le tabelle seguenti illustrano la distribuzione ultima dei pacchetti del Campionato di Calcio di Serie A tra i vari operatori nelle stagioni 2010-2012.

Tabella 3 - Diritti audiovisivi del Campionato di Serie A nelle stagioni 2010-2012

Numero pacchetti con partite in diretta	Numero pacchetti totali per il territorio domestico (di cui esclusivi)	Piattaforme calcio in diretta (* di cui ritrasmissione)	Operatori con calcio in diretta (esclusa ritrasmissione)
3 (esclusivi) 1 (non esclusivo)	9 (5)	DTH, DTT, Mobile, IPTV(*), Internet(*)	3 (SKY, RTI, Vodafone)

Fonte: Centro Studi Lega Serie A

Tabella 4 - Dettaglio dei pacchetti di diritti non esclusivi offerti al mercato per il Campionato di Serie A nelle stagioni 2010-2012

Nome/contenuto pacchetto	Assegnatario	Piattaforma/e	In chiaro/a pagamento	Ambito nazionale/locale
Mobile	Vodafone	Telefonia mobile	A pagamento	Nazionale
Web hilites	Vodafone	Internet	A pagamento/in chiaro	Nazionale
Web hilites	RTI	Internet	A pagamento/in chiaro	Nazionale
Web hilites	RCS	Internet	A pagamento/in chiaro	Nazionale
Gold hilites	RTI	Analogica terrestre, DTT, Satellite	A pagamento/in chiaro	Nazionale
Gold hilites	Interactive	Analogica terrestre, DTT, Satellite	A pagamento/in chiaro	Nazionale
Silver hilites	33 emittenti locali	Analogica terrestre, DTT	A pagamento/in chiaro	Locale

Fonte: Centro Studi Lega Serie A

4. I diritti audiovisivi relativi al Campionato di Serie B nelle stagioni 2010/2011 e 2011/2012

56. Con riguardo al Campionato di Serie B, in data 3 settembre 2009 la Lega Calcio aveva pubblicato un invito ad offrire riguardante i diritti audiovisivi delle stagioni 2010-2011 e 2011-2012. Tale invito prevedeva, per gli assegnatari dei pacchetti *Platinum Live*, *Gold Live* e *Silver Live* di Serie A, la possibilità di fruire di una riduzione del corrispettivo di assegnazione dei pacchetti citati in caso di acquisizione di pacchetti di Serie B.

57. Anche in relazione a tale campionato, l'offerta è stata successivamente ampliata con la suddivisione del Pacchetto *Platinum Live* di Serie B, per la piattaforma satellitare, in 3 pacchetti autonomi (A, B e C), da offrire mediante procedura competitiva, aventi ciascuno ad oggetto una parte delle dirette del campionato di Serie B¹⁷. È stata inoltre eliminata la previsione dello sconto in un primo momento compresa nell'offerta dei diritti.

58. Le procedure selettive per le stagioni 2010/2011 e 2011/2012 si sono così concluse:

¹⁴ [Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.]

¹⁵ [Omissis].

¹⁶ [Il pacchetto consente la trasmissione dei prodotti audiovisivi mediante terminali di telefonia mobili, ivi inclusi dispositivi "smart phone" e dispositivi muniti di "data card" con accesso condizionato a pagamento mediante SIM dell'operatore mobile.]

¹⁷ [Il primo pacchetto contiene le partite in casa e in trasferta relative a 12 squadre, il secondo pacchetto è formato dalle partite in casa e in trasferta relative alle 10 squadre rimanenti, mentre il terzo pacchetto contiene le gare giocate in anticipo ed in posticipo, trasmesse in forma condivisa con gli assegnatari dei primi due pacchetti. Inoltre, ciascuno degli assegnatari dei primi due pacchetti può offrire ai consumatori, in differita, gli highlights delle partite del proprio pacchetto e delle partite non facenti parte del proprio pacchetto.]

- in data 18 settembre 2009 la società Dahlia ha acquisito il pacchetto *Gold Live* di Serie B, contenente i diritti esclusivi di trasmissione in diretta sulla piattaforma digitale terrestre di tutti gli eventi della competizione¹⁸;
- il 16 aprile 2010 SKY ha acquisito i primi due pacchetti *Platinum Live* di Serie B, contenenti i diritti esclusivi di trasmissione in diretta sulla piattaforma satellitare di tutti gli eventi della competizione;
- il 31 marzo e il 6 settembre 2011 RTI ha acquistato il pacchetto *Gold Live* di Serie B, di seconda commercializzazione.

59. Gli *highlights* degli incontri sono stati assegnati alle società RAI (*Superplatinum Hilites* Serie B) e Interactive Group (*Platinum Hilites* Serie B), mentre i pacchetti non esclusivi sono stati assegnati secondo il schema illustrato nella Tabella seguente.

Tabella 5 - Il dettaglio dei pacchetti di diritti non esclusivi offerti al mercato per il campionato di Serie B nelle stagioni 2010/2012

Nome/contenuto pacchetto	Assegnatario	Piattaforma/e	In chiaro/a pagamento	Ambito nazionale/locale
Web hilites	RCS	Internet	A pagamento/in chiaro	Nazionale
Web hilites	Sportsnetwork	Internet	A pagamento/in chiaro	Nazionale
Web hilites	Bwin	Internet	A pagamento/in chiaro	Nazionale
Web hilites	Elemedia	Internet	A pagamento/in chiaro	Nazionale
Silver hilites	23 emittenti locali	Analogica terrestre, DTT	A pagamento/in chiaro	Locale

Fonte: Centro Studi Lega Serie A

5. Il confronto europeo

60. Nel corso del procedimento è emerso che, tra i Paesi europei nei quali si effettua la vendita centralizzata, l'Italia è l'unico in cui ben tre operatori detengono i diritti per la trasmissione in diretta dell'intero Campionato di Serie A o comunque di una parte consistente dello stesso, esercitandoli, nel complesso, su 5 differenti piattaforme trasmissive. Inoltre, negli altri Paesi non vi sono assegnatari di pacchetti contenenti tutte le dirette delle partite del campionato di Serie A in forma non esclusiva per la piattaforma mobile.

61. Va poi aggiunto che in Italia le partite di Serie A trasmesse corrispondono al totale del campionato, a differenza di alcuni Paesi europei, come l'Inghilterra, in cui viene trasmessa in diretta soltanto una parte delle partite disputate. Inoltre, la durata dei contratti di licenza proposti al mercato ha avuto una durata più breve (due anni), rispetto a quella di Inghilterra (tre anni), Francia e Germania (quattro anni). Infine, l'Italia è il Paese in cui la trasmissione in chiaro delle immagini salienti inizia prima rispetto agli altri Paesi e a pochissima distanza di tempo dal termine degli incontri.

62. La Tabella 6 seguente illustra le modalità di commercializzazione dei diritti audiovisivi del campionato di Serie A nei principali Paesi europei in cui si effettua la vendita centralizzata, nelle stagioni 2010-2012.

Tabella 6 – Le modalità di commercializzazione dei diritti audiovisivi del campionato di Serie A nei principali Paesi europei nelle stagioni 2010-2012

	Serie A (ITA)	Premier League (ING)	Bundesliga (GER)	Ligue 1 (FRA)
Durata Contratto	2 anni (2010/2012)	3 anni (2010/2013)	4 anni (2009/2013)	4 anni (2008/2012)
Partite trasmesse sul territorio nazionale	380/380	138/380	306/306	380/380
Modalità commercializzazione diritti	Centralizzata	Centralizzata	Centralizzata	Centralizzata
Configurazione pacchetti	Per piattaforma	Per prodotto	Per piattaforma	Per prodotto
Numero pacchetti con partite in diretta	3 (esclusivi) 1 (non esclusivo)	6 (esclusivi)	7 + 2 composti di due partite ciascuno (tutti esclusivi)	8 (esclusivi)
Numero pacchetti totali per il territorio domestico (di cui	9 (5)	11 (9)	20 (17)	12 (12)

¹⁸ [Il contratto con Dahlia è stato tuttavia risolto in data 24 febbraio 2011, a causa dell'avviata procedura di liquidazione.]

esclusivi)				
Piattaforme calcio in diretta (* di cui ritrasmissione)	SAT, DTT, Mobile, IPTV(*), Internet(*)	SAT, CAB(*), DTT, IPTV(*), Mobile(*), Internet(*)	SAT, CAB(*), DTT (quattro gare), IPTV, Internet, Mobile	SAT, Internet(*), IPTV, Mobile
Operatori con calcio in diretta (esclusa ritrasmissione)	3 (Sky, Mediaset, Vodafone)	2 (BSkyB, ESPN)	2 (Sky, Deutsche Telekom) + 4 gare su ARD	2 (Canal Plus, Orange)
Embargo calcio in chiaro	18.00	22.30	18.30 (+ 4 gare trasmesse in diretta in chiaro)	Assenza di calcio in chiaro

Fonte: Centro Studi Lega Serie A

63. La Tabella 7 illustra dettagliatamente la ripartizione dei diversi pacchetti in Inghilterra, Germania e Francia.

Tabella 7 – Le modalità di commercializzazione dei diritti audiovisivi del campionato di Serie A nei principali Paesi europei nelle stagioni 2010-2012

Campionato	Nome/ contenuto pacchetto	Diretta/ differita	Assegnatario	Piattaforma/ e	In chiaro/a pagamento	Esclusivo/ non esclusivo	Prezzo di assegnazione e medio annuo
Premier League	A – 23 partite	Diretta	BSKYB	Tutte	A pagamento	Esclusivo	540 mln £
	B – 23 partite	Diretta	BSKYB	Tutte	A pagamento	Esclusivo	
	C – 23 partite	Diretta	BSKYB	Tutte	A pagamento	Esclusivo	
	D – 23 partite	Diretta	BSKYB	Tutte	A pagamento	Esclusivo	
	E – 23 partite	Diretta	BSKYB	Tutte	A pagamento	Esclusivo	
	F – 23 partite	Diretta	ESPN	Tutte	A pagamento	Esclusivo	53,3 mln £
	Highlites	Differita	BBC	Tutte	In chiaro	Esclusivo	53,7 mln £
	121 partite "near live"	Differita	BSKYB	Tutte	A pagamento	Esclusivo	13,3 mln £
	121 partite "near live"	Differita	BSKYB	Tutte	A pagamento	Esclusivo	
	Near live clips	Differita	Yahoo + sublicenze	Internet	A pagamento	Non esclusivo	2,7 mln £
	Mobile	Differita	ESPN	Telefonia mobile	A pagamento	Non esclusivo	5 mln £
Bundesliga	Tutti gli anticipi del venerdì sera (1/sett)	Diretta	Sky Deutschland	Satellite	A pagamento	Esclusivo	265 mln €
	Tutte le partite del sabato pom. e 2° posticipo domenica pom. (6/sett)	Diretta	Sky Deutschland	Satellite	A pagamento	Esclusivo	
	Tutti i posticipi sabato pom. (1/sett)	Diretta	Sky Deutschland	Satellite	A pagamento	Esclusivo	
	Tutti i posticipi domenica pom. (1/sett)	Diretta	Sky Deutschland	Satellite	A pagamento	Esclusivo	
	Highlights sabato e domenica	Differita	Sky Deutschland	Satellite	A pagamento	Esclusivo	
	Tutte le partite	Diretta	Sky Deutschland	Internet	A pagamento	Esclusivo	
	Tutte le partite	Differita	Sky Deutschland	Internet	A pagamento	Esclusivo	
	Clips	Differita	Sky Deutschland	Internet	A pagamento	Esclusivo	
	Due gare inaugurali girone	Diretta	ARD	DTT	In chiaro	Esclusivo	120 mln €

Campionato	Nome/ contenuto pacchetto	Diretta/ differita	Assegnatario	Piattaforma/ e	In chiaro/a pagamento	Esclusivo/ non esclusivo	Prezzo di assegnazione e medio annuo
	di andata e ritorno						17 mln €
	Due gare di Play-out	Diretta	ARD	DTT	In chiaro	Esclusivo	
	Highlights sabato pom.	Differita	ARD	DTT	In chiaro	Esclusivo	
	Highlights domenica sera	Differita	ARD	DTT	In chiaro	Esclusivo	
	Highlights sabato sera	Differita	ZDF	DTT	In chiaro	Esclusivo	
	Tutte le partite	Diretta	Deutsche Telekom	IPTV	A pagamento	Esclusivo	10 mln €
	Tutte le partite	Diretta	Deutsche Telekom	Telefonia mobile	A pagamento	Esclusivo	
	Tutte le partite	Differita	Deutsche Telekom	IPTV	A pagamento	Esclusivo	
	Tutte le partite	Differita	Deutsche Telekom	Telefonia mobile	A pagamento	Esclusivo	
	Tutte le partite	Differita	Vari	IPTV	A pagamento	Non esclusivo	
	Clips	Differita	Vari	Internet	A pagamento	Non esclusivo	
	Tutte le partite	Differita	Vari	Telefonia mobile	A pagamento	Non esclusivo	
LFP	1 Premium – 10 partite "top" della stagione	Differita	Canal Plus	Tutte esclusa telefonia mobile	A pagamento	Esclusivo	465 mln €
	2 Premium – tutti gli anticipi sabato sera (38)	Differita	Orange	Tutte esclusa telefonia mobile	A pagamento	Esclusivo	
	3 Premium – tutti i posticipi dom sera (28)	Differita	Canal Plus	Tutte esclusa telefonia mobile	A pagamento	Esclusivo	
	Multiplex – "Diretta gol" nelle quattro giornate giocate in contempo-ranea	Differita	Canal Plus	Tutte esclusa telefonia mobile	A pagamento	Esclusivo	
	Fans 1 – tutte le gare 6 club	Diretta/ diff.ta	Canal Plus	Tutte no tel. mobile	A pagamento	Esclusivo	
	Fans 2 – tutte le gare 7 club	Diretta/ diff.ta	Canal Plus	Tutte no tel. mobile	A pagamento	Esclusivo	
	Fans 3 – tutte le gare 7 club	Diretta/ diff.ta	Canal Plus	Tutte no tel. mobile	A pagamento	Esclusivo	
	Highlights sab e dom sera	Differita	Canal Plus	Tutte no tel. mobile	A pagamento	Esclusivo	
	Highlights dom pomeriggio	Differita	Canal Plus	Tutte no tel. mobile	A pagamento	Esclusivo	
	Highlights lunedì	Differita	Canal Plus	Tutte no tel. mobile	A pagamento	Esclusivo	
	2 Premium – tutti gli anticipi sabato sera (38)	Diretta	Orange	Tutte no tel. mobile	A pagamento	Esclusivo	203 mln €
	Highlights VoD	Differita	Orange	Tutte no tel. mobile	A pagamento	Esclusivo	
	Tutte le gare esclusi anticipi/posticipi serali	Diretta	Orange	Telefonia mobile	A pagamento	Esclusivo	

Fonte: Centro Studi Lega Serie A

64. Si rileva, infine, che da uno studio comparato svolto dall'Autorità di settore del Regno Unito e dalle rilevazioni dell'Autorità è emerso che negli anni 2009-2010 vi è stata in Italia una riduzione dei prezzi nei servizi televisivi a pagamento: per i servizi "di base" di circa il 19% e per i servizi "premium" di circa il 16%¹⁹. Nel confronto con gli altri Paesi europei, è possibile affermare che, nel 2010, la situazione dei prezzi in Italia si è attestata sulla media. In tutta Europa, del resto, questi mercati sono caratterizzati da elevata concentrazione e la concorrenza si svolge sempre tra pochi operatori. Anche nel 2011, i prezzi per i servizi di base di *pay-tv* sono stati in Italia e in Francia più bassi rispetto a quelli registrati in Regno Unito, Germania e Spagna²⁰.

Oltre alla diminuzione dei prezzi, nel mercato nazionale, si è constatata una moltiplicazione delle offerte, anche di servizi innovativi, e una loro differenziazione, con conseguente aumento della possibilità di scelta per i consumatori.

6. Le linee guida della LNPA relative alla commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi per le stagioni 2012-2015

65. In applicazione dell'articolo 6 del Decreto Legislativo n. 9/2008, la LNPA ha adottato le linee guida per la vendita centralizzata dei diritti audiovisivi relativi alle competizioni nazionali di calcio Campionato di Serie A, Coppa Italia, Supercoppa, Campionato Primavera, Coppa Italia Primavera e Supercoppa Primavera, per le stagioni 2012/13, 2013/14 e 2014/15.

66. Con delibera del 4 agosto 2011, l'Autorità ha approvato le suddette linee guida, sottolineando, tra le altre, che l'organizzatore della competizione dovrebbe procedere alla definizione dei pacchetti tenendo conto di tutte le diverse piattaforme esistenti, in modo da preservare una sufficiente concorrenza inter-piattaforma, e non limitarsi ad un numero minimo di esse.

7. Gli impegni presentati dalla Lega Calcio

67. In data 17 novembre 2009 la Lega Calcio ha presentato all'Autorità alcuni impegni ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90 che prevedevano, in sintesi: i) la suddivisione del pacchetto "*Platinum Live*" di Serie B per la piattaforma satellitare in tre pacchetti autonomi da offrire mediante procedura competitiva entro il 26 febbraio 2010; ii) l'eliminazione della riduzione dei corrispettivi per l'acquisizione dei pacchetti relativi alla serie B a favore degli assegnatari dei pacchetti di serie A; iii) la presentazione all'Autorità, ai fini dell'approvazione di cui all'articolo 6, comma 6, del Decreto Legislativo n. 9/2008, di nuove linee guida per tre stagioni sportive a partire dal Campionato 2012-2013 (anticipando di un anno la scadenza delle precedenti linee guida), conformi alle indicazioni formulate dalla stessa Autorità in relazione ai criteri di formazione dei pacchetti.

68. A seguito delle osservazioni formulate dai terzi sugli impegni durante il *market test*, la Lega Calcio, in data 28 dicembre 2009, ha aggiunto un ulteriore pacchetto (pacchetto D), destinato alla piattaforma satellitare, contenente i diritti di trasmissione a pagamento delle sintesi di tutti gli eventi del Campionato di Serie A, di durata massima di 10 minuti per tempo e trasmissibili in differita e in forma esclusiva, salvo il concorrente esercizio dei medesimi diritti da parte dell'assegnatario del pacchetto "*Platinum Live*" in determinate fasce orarie.

IV. VALUTAZIONI

1. La posizione dominante della Lega Calcio

69. Il presente procedimento concerne le modalità attraverso le quali la Lega Calcio, ora divenuta LNPA e LNPA, ha posto in vendita i diritti audiovisivi relativi agli incontri calcistici dei Campionati di calcio di Serie A e di Serie B per le stagioni sportive 2010/2011 e 2011/2012.

70. Il Decreto Legislativo n. 9/2008 ha assegnato alla Lega Calcio, contitolare dei diritti audiovisivi insieme alle singole società sportive, un ruolo esclusivo nella commercializzazione in via centralizzata dei diritti in questione. Le competizioni organizzate dalla Lega Calcio includevano i Campionati di calcio di Serie A e di Serie B, la Coppa Italia e la Supercoppa, vale a dire la quasi totalità degli eventi compresi nel mercato rilevante. Tali circostanze consentono di ritenere che, all'epoca dei fatti oggetto del procedimento, la Lega Calcio detenesse una posizione dominante nel mercato italiano dei diritti audiovisivi relativi agli eventi calcistici che si svolgono regolarmente ogni anno e a cui partecipano squadre nazionali.

71. La posizione dell'organizzatore della competizione risulta poi rafforzata dalla facoltà, prevista dall'articolo 13 del decreto, di realizzare una propria piattaforma o realizzare prodotti audiovisivi e distribuirli direttamente agli utenti attraverso un proprio canale tematico, accedendo ai necessari servizi tecnici e commerciali a condizioni eque, trasparenti, non discriminatorie e orientate ai costi. Tale previsione consente di valorizzare i diritti audiovisivi gestiti anche in assenza della cessione degli stessi a un operatore televisivo.

¹⁹ [Cfr. OFCOM, *International Communications Market Report*, 2010. Si vedano altresì i numerosi articoli di stampa, quali: "Sky sfida Mediaset: prezzi -25%", *IlSole24ore* del 29 giugno 2010; "Offensiva Sky, 50 reti hd entro il 2011 "Nuovi prezzi, risposta alla recessione". Strategia anti-Mediaset con sconti", *Corriere della Sera* del 29 giugno 2010; "Pay-tv, la battaglia tra Sky e Mediaset si combatte a colpi di convenienza", *la Repubblica* del 21 luglio 2010; "Grandi saldi di inizio stagione. Infuria la battaglia della pay-tv", *la Repubblica* del 29 luglio 2010; "Sky abbassa i prezzi (per non farsi fregare da Mediaset)", sub <http://www.ilpost.it/2010/06/28/sky-prezzi-mediaset-pay-tv-televisione-decoder/> e "Televisione ad alta concorrenza: Sky abbassa i prezzi per sfidare Mediaset", sub <http://www.ditascanostra.it/2010/televisione-ad-alta-concorrenza-sky-abbassa-i-prezzi-per-sfidare-mediaset/>]

²⁰ [OFCOM, *International Communications Market Report*, 2011, pp. 6 e 91.]

72. Pertanto, la Lega Calcio era in grado di esercitare per legge un ruolo esclusivo nella commercializzazione dei diritti relativi alle competizioni dalla stessa organizzate, potendo determinare rilevanti effetti sull'acquisizione di tali diritti e, di conseguenza, sulle dinamiche concorrenziali tra gli operatori della comunicazione attivi nei mercati della *pay-tv* e della televisione in chiaro.

2. I diritti audiovisivi relativi al Campionato di Serie A nelle stagioni 2010/2011 e 2011/2012

73. Secondo quanto prospettato nel provvedimento di avvio del procedimento, i pacchetti di diritti di Serie A offerti dalla Lega Calcio per le stagioni 2010-2012, avendo caratteristiche sostanzialmente ritagliate sulla capacità economica e trasmissiva dei principali operatori della *pay-tv* in Italia, erano inadeguati a garantire lo svolgimento di una procedura effettivamente competitiva e suscettibili di condizionare l'allocazione dei diritti a tali soggetti, ostacolando l'ingresso e la crescita di altre imprese. La definizione di più pacchetti tra loro equilibrati in ciascuna piattaforma avrebbe invece potuto stimolare la competizione sulla piattaforma satellitare e su quella digitale terrestre. Ciò non avrebbe impedito, in ogni caso, che un unico operatore potesse aggiudicarsi tutti i pacchetti relativi alla propria piattaforma, dato che la previsione di diverse procedure competitive in relazione alle diverse piattaforme avrebbe comunque garantito l'assegnazione dei diritti a più operatori.

74. Si osserva a riguardo che, secondo le evidenze raccolte nel corso del presente procedimento, la prima applicazione delle procedure di vendita centralizzata dei diritti audiovisivi del Campionato di Serie A da parte della Lega Calcio ha condotto allo sviluppo di una maggiore concorrenza inter-piattaforma, piuttosto che all'ampliamento del numero di operatori in grado di operare all'interno di ciascuna piattaforma, come inizialmente auspicato dall'Autorità.

75. Si è visto, infatti, che il pacchetto di minori dimensioni destinato alla piattaforma satellitare (il *Satellite Hilites*, sostituito poi dal pacchetto D contenente le sintesi di tutti gli incontri del Campionato), non è stato oggetto di acquisto da parte di alcun operatore, neanche per le successive stagioni sportive 2012-2015. Sulla piattaforma digitale terrestre, invece, l'operatore Dahlia, risultato assegnatario del pacchetto *Silver Live*, acquistato ad un prezzo notevolmente inferiore rispetto a quello minimo richiesto, è stato comunque costretto ad avviare la procedura di liquidazione e ad interrompere la trasmissione delle proprie partite.

76. Ciononostante, la commercializzazione dei diritti audiovisivi mediante la modalità c.d. per piattaforma (con la quale i contenuti *premium* sono resi contemporaneamente disponibili su più piattaforme trasmissive), in linea con quanto previsto dal Decreto Legislativo 9/2008, ha permesso l'assegnazione dei diritti a diversi operatori su un numero considerevole di piattaforme trasmissive: il satellitare, il digitale terrestre, il mobile e, attraverso la ritrasmissione dei contenuti audiovisivi dei licenziatari operanti sulle piattaforme satellitare e digitale terrestre, l'IPTV e Internet.

77. Degna di nota appare, in particolare, l'assegnazione del pacchetto mobile non esclusivo, contenente i diritti di trasmissione, in diretta e in differita, di tutti gli incontri per intero, oltre alle immagini salienti. Gli eventi del Campionato di Serie A sono stati quindi trasmessi mediante terminali di telefonia mobile, ivi compresi i dispositivi "*smarticologophone*" e quelli muniti di "*data card*", con accesso condizionato a pagamento.

78. Dalle evidenze raccolte è inoltre emerso che è stato assegnato un considerevole numero di pacchetti non esclusivi, sia nell'ambito dell'emittenza locale sia sulle piattaforme emergenti (cfr. Tabella 5).

79. L'esame del contesto europeo di riferimento consente poi di affermare che nei Paesi europei in cui si effettua la vendita centralizzata dei diritti, quali l'Inghilterra, la Germania e la Francia, pur in presenza di un maggior numero di pacchetti offerti al mercato, quelli contenenti le partite in diretta sono stati assegnati ad un numero di operatori complessivamente inferiore rispetto ai tre operatori assegnatari in Italia (cfr. Tabelle 6 e 7). Inoltre, nel nostro Paese, i contratti di licenza proposti al mercato hanno avuto una durata più breve (pari a due anni) rispetto ai menzionati Paesi europei.

Si è visto, infine, che la detenzione dei diritti in capo ad operatori attivi su diverse piattaforme *pay* ha innescato dinamiche competitive che hanno portato, negli ultimi anni, a una riduzione dei prezzi e a un miglioramento complessivo dell'offerta.

80. Da quanto sopra illustrato emerge come nel mercato si sia preservata una sufficiente concorrenza inter-piattaforma - l'importanza della quale è stata del resto recentemente sottolineata dall'Autorità nel provvedimento di approvazione delle linee guida per le stagioni calcistiche 2012/2015 - tale da far venir meno i motivi di intervento contenuti nella delibera di avvio del procedimento istruttorio.

3. I diritti audiovisivi relativi al Campionato di Serie B nelle stagioni 2010/2011 e 2011/2012

81. Con riguardo al Campionato di calcio di Serie B, nella delibera di ampliamento oggettivo del procedimento, l'Autorità aveva rilevato che la riduzione del corrispettivo di assegnazione dei pacchetti di Serie A in caso di acquisizione anche di pacchetti di Serie B, prevista nell'invito ad offrire del 3 settembre 2009, era suscettibile di determinare un ingiustificato vantaggio a favore dei principali operatori di *pay-tv*, limitando la possibilità di crescita e di ingresso di altri operatori.

82. Nel corso del procedimento, in una fase antecedente l'assegnazione dei diritti, è stata eliminata la previsione dello sconto in esame, che pertanto non risulta essere mai stato applicato. Inoltre, l'offerta dei pacchetti di Serie B è stata ampliata con la suddivisione del Pacchetto *Platinum Live*, per la piattaforma satellitare, in 3 pacchetti autonomi (A, B e C), da offrire mediante procedura competitiva, aventi ciascuno ad oggetto una parte delle dirette del campionato di Serie B.

83. Si ritiene che le descritte modalità di vendita abbiano fatto venir meno i presupposti da cui muovevano le contestazioni formulate nella delibera del 1° ottobre 2009 relativamente ai diritti audiovisivi del Campionato di calcio di Serie B.

84. Le suesposte considerazioni rendono superflua la valutazione degli impegni presentati dalla Lega Calcio, nella loro configurazione definitiva a seguito dell'integrazione del 28 dicembre 2009, in quanto risultano venuti meno i motivi di intervento alla base dell'avvio dell'istruttoria in data 22 luglio 2009 e del suo successivo ampliamento in data 1° ottobre 2009.

V. IL PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

85. In data 21 dicembre 2012 è stato inviato all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni lo schema di provvedimento di chiusura del presente procedimento, ai fini dell'emanazione del relativo parere.

Nella propria delibera, pervenuta in data 21 gennaio 2013, l'AGCom ha espresso parere favorevole allo schema di provvedimento nei termini di seguito esposti.

86. L'AGCom condivide, in primo luogo, la definizione merceologica e geografica del mercato rilevante individuato nel mercato dei diritti di trasmissione televisiva in Italia degli eventi calcistici che si disputano su base regolare annuale, rappresentati principalmente dagli incontri del campionato di Serie A e B e di Coppa Italia, nonché della UEFA *Champions League* e della UEFA *Europa League* (ex Coppa UEFA), relativamente agli eventi sportivi disputati da squadre italiane. L'AGCom ritiene che, *"ai fini della tutela del diritto della concorrenza, l'individuazione e la definizione di tale mercato appaia condivisibile, in ragione dei criteri utilizzati nonché dei precedenti comunitari"*. L'AGCom osserva, infatti, che, *"conformemente all'orientamento più volte espresso dalla Commissione europea, il mercato a monte della vendita ed acquisizione dei diritti di trasmissione televisiva degli eventi calcistici che si disputano su base regolare annuale rappresenta il mercato rilevante nell'ambito della presente istruttoria, in ragione dell'assenza di sostituibilità fra tali competizioni e altri diritti televisivi, caratterizzati da una minore attrattività per i telespettatori. Gli eventi calcistici creano una particolare immagine di marchio per un canale televisivo e consentono all'emittente di raggiungere determinati livelli di audience non paragonabili con quelli connessi alla trasmissione di altri programmi sportivi"*.

87. L'AGCom concorda, inoltre, con la valutazione dell'Autorità in merito alla posizione dominante della Lega Calcio nel mercato rilevante individuato. Secondo l'AGCom tale valutazione è *"condivisibile, anche in ragione della speciale attrattività del Campionato di calcio di Serie A e B, e della circostanza che le competizioni calcistiche internazionali su base regolare (Champions League e Europa League) presentano caratteristiche di maggiore aleatorietà per le squadre nazionali e quindi, di norma, di minor appeal per l'insieme dei telespettatori italiani"*²¹.

87. Alla luce delle risultanze istruttorie, l'AGCom condivide sostanzialmente la valutazione dell'Autorità sulla insussistenza *"delle condizioni per contestare alla Lega Nazionale Professionisti Serie A e alla Lega Nazionale Professionisti Serie B un abuso di posizione dominante tale da restringere o alterare il gioco della concorrenza nel mercato rilevante"*.

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, che alla luce degli elementi di fatto e di diritto illustrati, non sussistano le condizioni per contestare alla Lega Nazionale Professionisti Serie A e alla Lega Nazionale Professionisti Serie B un abuso di posizione dominante tale da restringere o alterare il gioco della concorrenza nel mercato dei diritti di trasmissione degli eventi calcistici che si svolgono regolarmente ogni anno e cui partecipano squadre nazionali, con effetti nei mercati dei servizi televisivi a pagamento (*pay-tv*) e della raccolta pubblicitaria sul mezzo televisivo;

DELIBERA

che, in base alle informazioni disponibili, sono venuti meno i motivi di intervento nei confronti della Lega Nazionale Professionisti Serie A e della Lega Nazionale Professionisti Serie B in relazione all'abuso di posizione dominante contestato, in violazione dell'articolo 102 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea, nel mercato dei diritti di trasmissione degli eventi calcistici che si svolgono regolarmente ogni anno e a cui partecipano squadre nazionali.

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 135, comma 1, lettera b), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'articolo 41, comma 5, del

²¹ [Ciò in ragione del fatto che, a differenza del Campionato di calcio, le squadre possono essere eliminate nei primi turni di tali competizioni, con relativa perdita di interesse da parte dei telespettatori, così come della circostanza che la qualificazione di tali tornei è incerta ed ogni anno riguarda un numero ristretto di squadre italiane.]

Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 8, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella