



*Autorità Garante
della Concorrenza e del Mercato*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 7 marzo 2019;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione della società Sky Italia S.r.l., pervenuta il 28 novembre 2018;

VISTA la richiesta di informazioni, inviata in data 27 dicembre 2018, con conseguente interruzione dei termini ai sensi dell'articolo 5, comma 3, del D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTE le informazioni aggiuntive inviate dalla società Sky Italia S.r.l. pervenute in data 14 febbraio 2019;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Sky Italia S.r.l. (nel seguito, "SI", "Sky" o "Sky Italia") è un operatore televisivo attivo nell'offerta di servizi di *pay-tv* e nell'offerta di servizi televisivi gratuiti. SI è controllata dalla Sky Italian Holdings S.p.A. ("SIH") a sua volta controllata indirettamente dalla società britannica Sky plc

(“Gruppo Sky”) e, a sua volta, da Comcast Corporation¹. Si ha altresì ottenuto l’autorizzazione generale *ex* articolo 25 del Decreto Legislativo 1° agosto 2003, n. 259 (“Codice delle Comunicazioni Elettroniche”) per la fornitura di servizi telefonici e internet e di reti di comunicazione elettronica. Nell’esercizio concluso nel giugno 2018, SI ha realizzato un fatturato di circa 2,97 miliardi di euro di cui [2-3]* realizzati in Italia.

2. R2 S.r.l. (“R2”) è una società costituita in data 3 maggio 2018 e operativa dal 3 giugno 2018 per effetto del conferimento del ramo “*operation pay*” di Mediaset Premium S.p.A. consistente nella piattaforma tecnica del digitale terrestre, funzionale all’offerta degli editori a pagamento di una serie di servizi tecnico, amministrativi e commerciali al fine della predisposizione di un’offerta televisiva a pagamento sul digitale terrestre (DTT)². Secondo stime contabili, il fatturato annuale del complesso aziendale di R2 per il 2018 è di circa 35,4 milioni di euro, interamente realizzati in Italia. Il capitale di R2 è stato detenuto interamente da Mediaset Premium S.p.A. fino al *closing* dell’operazione del 30 novembre 2018. Come comunicato in data 6 dicembre 2018³ da Sky Italia, il capitale di R2 è stato acquisito interamente da Sky Italian Holdings S.p.A..

3. Mediaset Premium S.p.A. (“Mediaset Premium” o “MP”) è la società produttrice di contenuti, destinati in via principale al mercato *pay-tv*, ed è titolare dell’omonima piattaforma che eroga i servizi televisivi a pagamento al pubblico. MP è controllata da Reti Televisive Italiane S.p.A. (“RTI”), a cui si è fusa per incorporazione in data 16 gennaio 2019⁴, che svolge la propria attività nel settore televisivo ed è editore dei canali gratuiti del gruppo. Infine, RTI è controllata da Mediaset S.p.A..

4. Mediaset S.p.A. (“Mediaset”) è la società a capo dell’omonimo gruppo societario attivo, tra le altre, (i) nella realizzazione, manutenzione e gestione delle reti televisive, disponendo di cinque *multiplex* nazionali, (ii) nella produzione e gestione di contenuti televisivi, (iii) nella diffusione di contenuti televisivi in modalità *free* e *pay*, (iv) nella raccolta pubblicitaria e (v) nella distribuzione cinematografica. Il fatturato consolidato di Mediaset relativo all’ultimo bilancio disponibile del 31 dicembre 2017 è pari a 3,63 miliardi di

¹ Cfr. Decisione della Commissione Europea del 15 giugno 2018, caso COMP/M.8861 – Comcast/Sky.

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

² Cfr. Bilancio di esercizio di R2 S.r.l. al 30 giugno 2018.

³ Cfr. doc. 16.

⁴ Cfr. Dati Camera di Commercio – Infocamere.

euro, di cui 2,64 miliardi realizzati in Italia⁵.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

5. L'operazione comunicata consiste nell'acquisizione da parte di SIH del controllo esclusivo della società R2 – nella quale è stato conferito in data 3 giugno 2018 il ramo “*operation pay*” di MP – o di parte di tale complesso aziendale⁶. Tale ramo di azienda svolge le attività di natura tecnico-amministrativa per le trasmissioni in tecnica digitale terrestre (DTT) in modalità a pagamento che permettono la gestione di diversi servizi ai fini della predisposizione al pubblico di un'offerta commerciale di televisione a pagamento, quali la gestione della crittografia del segnale (accesso condizionato), servizi commerciali, gestione amministrativa dei clienti, attivazione e disattivazione dei servizi, *call center* e assistenza.

6. La cessione di tale ramo di azienda si innesta in un più ampio insieme di accordi commerciali con i quali sussiste un legame tecnico-funzionale e/o economico-contrattuale. Tra tali contratti i più significativi riguardano: *i*) l'accordo relativo ai servizi di distribuzione e diffusione di canali televisivi mediante la capacità trasmissiva detenuta da Mediaset (per il tramite di Elettronica Industriale S.p.A.); *ii*) la licenza dei canali *pay-tv* di Mediaset Premium (Cinema e Serie TV), nonché l'opzione di esclusiva per il digitale terrestre; *iii*) la cessione delle numerazioni detenute da Mediaset Premium e i contratti di gestione di tali numerazioni.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

7. L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/90.

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90 non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE 139/2004, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge in quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate è stato

⁵ Cfr. Bilancio consolidato di esercizio di Mediaset S.p.A. al 31 dicembre 2017.

⁶ In particolare, l'operazione prevede la possibilità di trasferire anche solo il contratto esclusivo in essere tra R2 e Nagravision per la fornitura di servizi di accesso condizionato (CAS).

superiore a 495 milioni di euro e il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 30 milioni di euro.

IV. I MERCATI RILEVANTI

8. L'operazione in esame riguarda principalmente la piattaforma tecnica⁷ (o tecnologica) della televisione a pagamento utilizzata da Mediaset Premium per il digitale terrestre, o parte di essa, il cui ramo di azienda è confluito in R2. L'accesso alla piattaforma tecnica di R2 permette l'erogazione dei servizi di televisione a pagamento ai clienti finali, mediante l'utilizzo dei dispositivi (STB – *set-top-box*⁸ e CAM – modulo di accesso condizionato⁹) e delle schede (*smart.card*) compatibili con l'offerta a pagamento di Mediaset Premium. L'acquisizione di R2, pertanto, permette a Sky di attivare la propria offerta a pagamento ai clienti che già dispongono di tali dispositivi e schede.

9. In ragione di tale circostanza, si ritiene che la concentrazione in esame interessi il mercato della vendita al dettaglio dei servizi televisivi a pagamento (mercato della *pay-tv*), di dimensione geografica nazionale, che coincide con il mercato complessivo dei servizi televisivi a pagamento, che possono essere erogati con diversi mezzi di trasmissione, e in particolare via satellite (DTH) e attraverso il digitale terrestre (DTT), nonché via cavo e internet (IPTV¹⁰ e OTT¹¹). Nella prassi nazionale ed europea¹², il mercato

⁷ Con la terminologia piattaforma tecnica si indicano i sistemi hardware/software che svolgono funzioni necessarie e/o accessorie per la distribuzione dei contenuti audiovisivi agli utenti finali all'interno di una specifica rete trasmissiva. Cfr. Provvedimento AGCM n. 26258 del 30 novembre 2016, caso IC41 – Indagine conoscitiva sul settore audiovisivo.

⁸ Dispositivo collegato ad una rete di trasmissione (ad esempio, satellitare digitale, digitale terrestre o alla linea telefonica) e ad un televisore che permette la visione dei contenuti televisivi veicolati utilizzando le suddette piattaforme trasmissive. Un esempio di set-top-box è rappresentato dai decoder.

⁹ Il conditional-access module (CAM) è un dispositivo elettronico destinato ad essere installato in un apparecchio televisivo (televisore, set-top box, videoregistratore, ecc.) che permette quindi, all'utente dell'apparecchio televisivo, la fruizione di contenuti televisivi criptati.

¹⁰ Internet Protocol Television (IPTV), indica un servizio audiovisivo gestito direttamente dal fornitore di connettività internet. La veicolazione delle immagini non avviene utilizzando la rete internet pubblica, ma seguendo canali preferenziali, così da poter garantire agli utenti degli standard di qualità minimi che consentono una visione del tutto simile a quella ottenibile sulle piattaforme trasmissive tradizionali terrestri o satellitari.

¹¹ Over The Top (OTT), è la categoria che riguarda servizi audiovisivi trasmessi sulla rete internet pubblica e tendenzialmente destinati a una fruizione su uno schermo televisivo connesso. I fornitori di tali servizi predispongono anche una interfaccia grafica di navigazione, così da consentire un accesso agevole contenuto richiesto. A differenza dei servizi IPTV, si tratta di piattaforme che non utilizzano reti IP chiuse e, dunque, sono disponibili a tutti gli utenti che dispongono di un accesso ad internet a banda larga. Non sono previsti livelli minimi di qualità del servizio, che è erogato in best effort, benché i servizi a pagamento

della *pay-tv* è tradizionalmente considerato distinto dal mercato della televisione in chiaro e, più specificamente, dal mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo televisivo, benché tra questi intercorrano collegamenti derivanti da relazioni orizzontali. Ciò, in primo luogo, in quanto i programmi e i contenuti “*premium*” normalmente distribuiti attraverso la *pay-tv* non sono di norma sostituibili con i programmi e i contenuti trasmessi dai canali in chiaro. Inoltre, la principale fonte di ricavi degli operatori attivi nella *pay-tv* è rappresentata in misura quasi totalitaria dagli abbonamenti e dalla vendita di programmi in *pay-per-view*; mentre i ricavi degli operatori attivi nel mercato della televisione in chiaro derivano invece dalla pubblicità e/o dai contributi statali. Pertanto, le caratteristiche della domanda e dell’offerta sono profondamente diverse nei due mercati e risulta limitata anche la sostituibilità dal lato dell’offerta tra televisione *free-to-air* e *pay-tv*.

10. 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.

11. Tale mercato esprime un fatturato totale di circa 3,05 miliardi nel 2017¹³, ed è caratterizzato da un indice di concentrazione (HHI) estremamente elevato e superiore a 6.321 punti¹⁴. Sky è l’operatore storicamente dominante nel mercato al dettaglio della *pay-tv*. Le quote di mercato sono mostrate nella Tabella 1 *infra*.

Tabella 1 - Quote di mercato degli operatori *pay-tv* (2017)

Operatore	Quota di mercato in valore (%) ¹⁵	Quota di mercato in valore (%) ¹⁶
Sky	[75-80%]	77,0%
Mediaset Premium	[15-20%]	19,8%
Altri	[0-5%]	3,2%

utilizzano solitamente tecnologie in grado di limitare i fenomeni di ritardo ed interruzione del flusso audiovisivo.

¹² Cfr. Provvedimento AGCM n. 18932 del 2 ottobre 2008, caso A407 – Conto TV/Sky Italia; Provvedimento AGCM n. 15632 del 28 giugno 2006, A362 – Diritti calcistici; Provvedimento AGCM n. 24206 del 6 febbraio 2013, A418C - Procedure selettive Lega calcio 2010/11 e 2011/12; Decisione della Commissione del 25 giugno 2008, caso COMP/M.5121 – News Corp/Premiere; Decisione della Commissione Decisione della Commissione del 2 aprile 2003, caso COMP/M.2876 – Newscorp/Telepiù.

¹³ Cfr. Relazione annuale 2018 dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, pag. 120.

¹⁴ Cfr. Orientamenti relativi alla valutazione delle concentrazioni orizzontali a norma del regolamento del Consiglio relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese (2004/C 31/03).

¹⁵ Cfr. doc. 4.

¹⁶ Cfr. Relazione annuale 2018 dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, pag. 121.

12. Sky è l'unico operatore *pay-tv* in Italia che veicola la propria offerta con un approccio multiplatforma mediante digitale satellitare, digitale terrestre (utilizzando R2) e internet. Quanto all'incidenza della piattaforma digitale terrestre, che nel 2017 non era nella disponibilità di Sky, si osserva che i clienti Sky sulla piattaforma digitale terrestre di R2 rappresentano circa il [5-10%] del totale dei clienti di Sky Italia a novembre 2018¹⁷.

13. Inoltre, in ragione della posizione detenuta da Sky in tale mercato e dei possibili effetti di natura verticale dell'operazione di concentrazione, si ritiene necessario individuare anche i seguenti mercati rilevanti, tutti di dimensione geografica nazionale, che si pongono a monte o a valle del mercato della *pay-tv*: *i*) mercato dei servizi di accesso all'ingrosso alla piattaforma tecnica della televisione a pagamento del digitale terrestre; *ii*) mercato dei servizi di diffusione televisiva terrestre in tecnica digitale (mercato del *broadcasting digitale*); *iii*) mercato della fornitura all'ingrosso di canali televisivi preconfezionati per la televisione a pagamento e i suoi possibili sub-segmenti (*basic* e *premium*)¹⁸; *iv*) mercato della licenza dei diritti di trasmissione di contenuti audiovisivi e i suoi possibili sub-segmenti (per tipologia di contenuto, per l'eventuale natura *premium* del contenuto, per finestra di programmazione).

14. Il mercato dei servizi di accesso all'ingrosso alla piattaforma tecnica della televisione a pagamento del digitale terrestre, consiste nell'offerta di una serie di servizi tecnici, operativi e amministrativi che permette la predisposizione delle offerte di televisione a pagamento e consente ai clienti di un operatore di *pay-tv* di fruire di tale offerta commerciale. Il mercato ha dimensione nazionale in ragione dell'estensione geografica delle reti di trasmissione digitale terrestre.

15. Secondo il contratto stipulato tra Mediaset Premium e Sky il 30 marzo 2018, dal 1° giugno 2018 Mediaset Premium, tramite il ramo di azienda confluito in R2, ha iniziato ad erogare i servizi di piattaforma tecnologica a Sky, consistenti nell'ospitalità e gestione dell'offerta Sky DTT sui dispositivi e *smart.card* di Mediaset Premium e/o compatibili con l'offerta Mediaset Premium¹⁹. Tali servizi hanno permesso a Sky l'attivazione di un'offerta sul digitale terrestre in assenza di una propria piattaforma tecnologica sul DTT. Successivamente al passaggio di controllo di R2, avvenuto in data 30

¹⁷ Cfr. doc. 50, all. 7.

¹⁸ Cfr. Decisione della Commissione Europea del 15 giugno 2018, caso COMP/M.8861 – Comcast/Sky.

¹⁹ Tra i servizi erogati vi sono quelli di marketing operativo, promozionale e comunicazione, gestione operativa della vendita e della messa a disposizione delle smart card e dei dispositivi necessari alla erogazione dell'offerta commerciale, la gestione della clientela (attivazione, fatturazione, assistenza), gestione dei processi necessari al criptaggio del segnale.

novembre 2018, R2 ha erogato i medesimi servizi di piattaforma tecnica a favore di Mediaset Premium. L'opzione di cessione di R2 era condizionato alla circostanza che Mediaset Premium [omissis]. R2 appare l'unico fornitore di servizi di accesso alla piattaforma tecnologia sul digitale terrestre attualmente attivi²⁰.

16. Inoltre, in ragione dei contratti accessori alla concentrazione, Mediaset potrà cedere a Sky le risorse di numerazione dei canali della televisione digitale terrestre (LCN) ad essa assegnate per l'offerta a pagamento di Mediaset Premium. Inoltre, alcuni contratti stipulati tra Mediaset e Sky regolano l'ospitalità dei canali a seconda del detentore degli archi di numerazione. La numerazione dei canali del digitale terrestre è soggetta a regolamentazione da parte dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni²¹. Allo stato le risorse di numerazione disponibili per i servizi televisivi a pagamento sono individuate negli archi di numerazione IV (canali 301-399) e V (canali 401-499). Mediaset detiene le numerazioni dal canale 301 al canale 309, pari al 50% delle risorse di numerazione, mentre Sky detiene le numerazioni dal canale 455 al canale 494, pari al 20% circa delle risorse di numerazione. Pertanto, la cessione dei canali da Mediaset a Sky comporterà l'acquisizione da parte di quest'ultima del 70% circa delle risorse di numerazione destinate ai servizi televisivi a pagamento sul digitale terrestre. Le restanti numerazioni sono assegnate ad operatori di televisione a pagamento terzi²².

17. Nel mercato della fornitura all'ingrosso di canali televisivi preconfezionati per la televisione a pagamento e i suoi possibili sub-segmenti (*basic* e *premium*), operano gli editori televisivi che acquistano contenuti di vario genere e confezionano canali lineari che vengono dati in licenza agli operatori televisivi a pagamento, questi ultimi li inseriscono nel proprio servizio al dettaglio di *pay-tv*. Secondo gli orientamenti nazionali e comunitari²³, è necessario identificare il mercato della fornitura all'ingrosso

²⁰ Sul punto, si osserva che la società Pangea S.r.l. (P.IVA 03060810136) che forniva una piattaforma tecnica multioperatore, che permetteva ai fornitori di contenuti DTT di offrire programmi pay-tv e pay-per-view in tecnologia digitale terrestre risulta cancellata dal Registro delle Imprese in data 06 ottobre 2015 a seguito di procedura di liquidazione volontaria iniziata in data 23 dicembre 2013. Cfr. Registro delle Imprese – Telemaco.

²¹ Cfr. Delibera AGCOM n. 237/13/CONS recante “Nuovo piano di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre, in chiaro e a pagamento, modalità di attribuzione dei numeri ai fornitori di servizi di media audiovisivi autorizzati alla diffusione di contenuti audiovisivi in tecnica digitale terrestre e relative condizioni di utilizzo”

²² L'operatore Italia Way S.r.l. tramette attualmente nelle numerazioni 417-429.

²³ Cfr. Provvedimento AGCM n. 23112 del 14 dicembre 2011, caso A422 – Sky Italia/Auditel; Decisione della Commissione Europea del 24 febbraio 2015, caso COMP/M.7194 – Liberty Global/Corelio/W&W/De Vijver Media.

di canali per la *pay-tv* come mercato differente rispetto a quelli per la televisione gratuita; inoltre la Commissione Europea ha rilevato che in Italia la distinzione tra canali gratuiti e *pay-tv*, nonché tra canali *basic pay-tv* e *premium pay-tv* risulta ancora rilevante²⁴. In relazione alla possibile individuazione di mercati rilevanti di dimensioni inferiori coincidenti con i sub-segmenti dei canali di tipo *basic* e *premium*, è possibile lasciare aperta la definizione di mercato in quanto le valutazioni concorrenziali che saranno svolte sono le medesime in entrambe le configurazioni.

18. Si ritiene che il mercato rilevante così individuato abbia estensione nazionale in ragione dalle caratteristiche culturali, sociologiche e linguistiche di ogni paese, nonché della distribuzione prettamente nazionale adottata da ciascuno degli operatori. In tale mercato, Sky è principalmente acquirente di canali televisivi per le proprie offerte sulle piattaforme satellitari, internet e digitale terrestre. La società, inoltre, produce i propri canali televisivi che integra nelle proprie offerte commerciali e, in alcuni casi, cede tali canali ad operatori *pay-tv* terzi. Le quote di spesa per acquisto di contenuti sono mostrate nella Tabella 2 *infra*.

Tabella 2 – Spesa per acquisto di canali degli operatori *pay-tv* (2017 e 2018)²⁵

Operatore	Quota di spesa 2017 (%)	Quota di spesa 2018 (%)
Sky	[90-95%]	[80-90%]
Mediaset Premium	[0-5%]	[0-5%]
Altri	[inferiore all'1%]	[5-10%]

19. Si rileva, inoltre, che Mediaset e Sky hanno stipulato un contratto di licenza *[omissis]* di otto canali cinema e serie TV di Mediaset Premium relativa al digitale satellitare e, *[omissis]*, al digitale terrestre, nonché in co-esclusiva su altri mezzi trasmissivi.

20. Il mercato all'ingrosso della licenza dei diritti di trasmissione di contenuti audiovisivi e i suoi possibili sub-segmenti consiste nella fornitura di contenuti pre-confezionati di varia natura (*film*, eventi sportivi, programmi TV) agli editori che possono allestire canali televisivi di tipo lineare o inserirli nella propria offerta *on-demand*²⁶. In passato, la Commissione Europea ha considerato una possibile sub-segmentazione di tale contenuti a seconda segmenti della tipologia di contenuto (*film*, eventi sportivi, programmi TV), per l'eventuale natura *premium* del contenuto, per finestra

²⁴ Cfr. Decisione della Commissione Europea del 15 giugno 2018, caso COMP/M.8861 – Comcast/Sky.

²⁵ Cfr. Elaborazioni su dati del Formulario di Notifica, doc. 4.

²⁶ Cfr. Decisione della Commissione Europea del 24 febbraio 2015, caso COMP/M.7194 – Liberty Global/Corelio/W&W/De Vijver Media. Si veda anche la decisione della Commissione Europea del 15 giugno 2018, caso COMP/M.8861 – Comcast/Sky.

di programmazione²⁷ ma ha lasciato aperta la definizione del mercato. In merito alla dimensione geografica del mercato, si ritiene che esso sia nazionale in ragione delle caratteristiche culturali, nonché del regime di circolazione prevalentemente nazionale dei diritti d'autore. In tale mercato, Sky è principalmente acquirente di diritti audiovisivi. Tra i diritti sportivi, Sky detiene quelli relativi a sette competizioni settimanali su dieci del Campionato di Serie A organizzato dalla Lega Nazionale Professionisti Serie A, nonché di tutte le competizioni disputate nei campionati UEFA Champions League e UEFA Europa League organizzate da UEFA, nel campionato di Formula 1 e nelle gare di Moto GP. In merito ai diritti cinematografici, Sky detiene diversi contratti in esclusiva di “*output deal*”²⁸ per i film prodotti da: [omissis]. Mediante i contratti stipulati con Mediaset, Sky potrà trasmettere altresì i contenuti per i film prodotti da: [omissis].

21. Il mercato dei servizi di diffusione televisiva terrestre in tecnica digitale (mercato del *broadcasting digitale*) include la capacità trasmissiva (impianti e frequenze) destinata alla trasmissione del segnale televisivo terrestre²⁹. Il mercato ha dimensione nazionale in ragione dell'estensione delle reti frequenziale di trasmissione, nonché dei regimi normativo-regolamentari. Mediaset detiene, per il tramite di Elettronica Industriale, 5 *multiplex* nazionali e gestisce in modalità *full service*. L'insieme dei contratti stipulati tra Mediaset e Sky, collaterali e funzionali a quello relativo alla piattaforma tecnologica di R2, prevedono altresì la messa a disposizione a favore di Sky della capacità trasmissiva pari a [omissis] Mbit/s a partire dal 1° giugno 2018 e [omissis] Mbit/s dal 1° novembre 2018, nonché la possibilità di aumentare tale capacità trasmissiva. Secondo i documenti agli atti del fascicolo, il prezzo della capacità trasmissiva fornita a Sky è [omissis].

²⁷ Cfr. Decisione della Commissione Europea del 24 febbraio 2015, caso COMP/M.7194 – Liberty Global/Corelio/W&W/De Vijver Media; Decisione della Commissione del 7 aprile 2017, caso M.8354 – Fox/Sky; Decisione della Commissione Europea del 15 giugno 2018, caso COMP/M.8861 – Comcast/Sky.

²⁸ Si tratta di contratti in base ai quali i broadcaster si impegnano ad acquisire, per un periodo di tempo determinato, diritti di trasmissione per una serie di film, distribuiti da un determinato operatore nell'arco di tempo di vigenza del contratto e che presentano determinati requisiti. Gli effetti del contratto, tuttavia, si estendono solitamente allo scadere dell'ultima finestra di programmazione stabilita contrattualmente. Allo scadere del periodo di tempo negoziato, tali diritti di trasmissione possono poi essere nuovamente acquistati dal medesimo broadcaster ovvero da altri soggetti. Sebbene, quindi, i diritti riguardino i film prodotti in un determinato arco temporale, ad esempio tutti i film distribuiti negli anni 2015-2018, gli effetti del contratto si estendono all'ultima finestra di programmazione che solitamente si pone a circa tre anni dall'uscita al cinema del film. Cfr. Provvedimento AGCM n. 26258 del 30 novembre 2016, caso IC41 – Indagine conoscitiva sul settore audiovisivo.

²⁹ Cfr. Provvedimenti AGCM n. 25359 del 10 marzo 2015 e n. 25452 del 30 aprile 2015, caso C11987 – El Towers/Rai Way; Provvedimento AGCM n. 23117 del 14 dicembre 2011, caso C11205 – Elettronica Industriale/Digital Multimedia Technologies; Provvedimento AGCM n. 24679 del 10 dicembre 2013, caso C7493B – Elettronica Industriale/Modifica tecnologia DVB-H/DVB-T. Decisione della Commissione del 30 maggio 2017, caso COMP/M.8465 – Vivendi/Telecom Italia.

22. Infine, si ritiene altresì di individuare il mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo televisivo, definito dal punto di vista merceologico come la vendita agli inserzionisti di spazi pubblicitari su mezzo televisivo. La dimensione geografica del suddetto mercato è nazionale, in considerazione del regime normativo, delle barriere linguistiche, nonché di fattori culturali³⁰. Il peso delle risorse pubblicitarie sui proventi delle offerte televisive a pagamento è estremamente ridotto, inferiore al 10%³¹. Tuttavia, occorre osservare che Sky raccoglie pubblicità per conto di editori terzi i cui canali sono inseriti nella propria offerta televisiva a pagamento, secondo un meccanismo di *revenue sharing*. L'incidenza della raccolta pubblicitaria per conto terzi sul totale di pubblicità di canali *pay-tv* compresi nell'offerta Sky è pari a circa il [20-30%].

V. VALUTAZIONI

23. L'operazione in esame riguarda principalmente il mercato della *pay-tv*, in cui Sky acquisisce la piattaforma tecnologica R2 – vale a dire i mezzi tecnico-amministrativi necessari alla predisposizione di un'offerta televisiva a pagamento sul digitale terrestre – di Mediaset Premium, il quale ha rappresentato in passato sostanzialmente l'unico concorrente di Sky in tale mercato. Inoltre, si ritiene che esso sia suscettibile di restringere la concorrenza nei mercati verticalmente collegati indicati in precedenza e nel contiguo mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo televisivo.

24. L'operazione di concentrazione in esame trae origine da una serie di accordi stipulati in data 30 marzo 2018 tra Sky Italia e le società del gruppo Mediaset, che operano nei diversi mercati della filiera audiovisiva individuati *supra*. In particolare, le Parti hanno stipulato:

- a. un accordo transitorio per la fornitura da Elettronica Industriale a Sky Italia di capacità trasmissiva (frequenziale), nonché un contratto di licenza transitorio da Sky a Mediaset Premium che congiuntamente sono stati utilizzati per la trasmissione transitoria di alcuni canali di Sky nell'offerta a pagamento di Mediaset Premium;
- b. un contratto di fornitura da Elettronica Industriale a Sky Italia di capacità trasmissiva (frequenziale) necessario per la predisposizione di

³⁰ Cfr. Provvedimento AGCM n. 25957 del 13 aprile 2016, caso C12017 – Reti Televisive Italiane/Gruppo Finelco; ex multis, Provvedimento AGCM n. 24206 del 6 febbraio 2013, A418C – Procedure selettive Lega calcio 2010/11 e 2011/12; Provvedimento AGCM n. 23112 del 14 dicembre 2011, A422 – Sky Italia/Auditel.

³¹ Cfr. Relazione annuale 2018 dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, pag. 120.

- un'offerta commerciale sul digitale terrestre da parte di Sky;
- c. un contratto di fornitura di servizi di piattaforma tecnologica da Mediaset Premium (poi R2) a Sky che permetteva la fornitura da parte di quest'ultima di un servizio televisivo a pagamento sul digitale terrestre;
 - d. un contratto di licenza dei canali film e serie TV di Mediaset Premium, editi da RTI, per l'inserimento di tali canali nell'offerta a pagamento di Sky su tutte le piattaforme (satellitare, digitale terrestre e internet), nonché un'opzione relativa al regime di esclusiva degli stessi;
 - e. un contratto di licenza dei canali gratuiti di RTI al fine di permettere la visione di tali canali tramite i decoder satellitari di Sky;
 - f. un'opzione per la cessione di R2 da Mediaset Premium a Sky, da esercitare tra il 1° ed il 30 novembre 2018, nonché pattuizioni relative al passaggio di proprietà o all'ospitalità della numerazione LCN.

25. Secondo la documentazione agli atti del fascicolo, infatti, l'operazione di concentrazione è stata strutturata in modo tale da prevedere la cessione del ramo di azienda di Mediaset Premium confluito in R2 e definire una serie di contratti paralleli che, mediante legami tecnico-funzionali ed economico-contrattuali, hanno l'effetto di cedere di fatto altri *asset* essenziali all'attività di operatore *pay-tv*, quali i contenuti e la capacità trasmissiva. Inoltre, i medesimi contratti presentavano una struttura di incentivi tale da restringere la capacità competitiva di Mediaset Premium, obbligandola all'uscita dal mercato, comportando una migrazione verso la nuova offerta commerciale di Sky sul digitale terrestre. Tale struttura dell'operazione appare discendere da una precisa scelta contrattuale delle Parti e, nella sostanza, comportare i medesimi effetti restrittivi della concorrenza dell'acquisizione dell'intera Mediaset Premium e dunque la scomparsa, anche in chiave prospettica, della pressione competitiva del gruppo Mediaset sul mercato della televisione a pagamento.

26. In merito al mercato della *pay-tv*, Sky è un soggetto dominante e detiene una quota di mercato in valore del 77% circa nel 2017. Il principale concorrente è rappresentato da Mediaset Premium, mentre altri operatori presentano una quota di mercato congiunta inferiore al 5% nel medesimo anno. Con l'operazione in esame, Sky acquista la piattaforma tecnologia di Mediaset Premium, che è necessaria alla predisposizione di un'offerta al dettaglio di televisione a pagamento e a raggiungere i clienti finali sul digitale terrestre.

27. Mediante l'accesso e l'acquisto di R2, Sky è in grado di raggiungere con costi di acquisizione estremamente ridotti tutti gli attuali e i precedenti

clienti di Mediaset Premium. Tali clienti hanno a disposizione i dispositivi (STB e CAM) necessari ad accedere all'offerta a pagamento sul digitale terrestre e possono persino attivare l'offerta di Sky mediante la comunicazione del solo numero seriale della *smart.card* di Mediaset Premium a loro disposizione. L'acquisto di R2, pertanto, consente a Sky di acquisire con estrema facilità un'ampia platea di utenti, i quali hanno già fruito in passato o fruiscono attualmente di un'offerta televisiva a pagamento e, quindi, presentano una maggiore propensione all'acquisto di un'offerta di *pay-tv* rispetto ai soggetti che non hanno mai acquistato un tale servizio.

28. Su questo punto, si osservi che – secondo i dati forniti da Sky – il numero di *smart.card* già distribuite e compatibili con i sistemi di R2 sia intorno ai [3-5] milioni di unità. L'utilizzo della tecnica diffusiva digitale terrestre presenta il vantaggio di raggiungere quasi tutte le famiglie italiane. Inoltre, R2 gestisce tutte le informazioni relative alle offerte di Mediaset Premium e ai dati dei suoi clienti. Pertanto, Sky è in grado di utilizzare tali informazioni e infrastrutture ai fini dell'acquisizione di ulteriori clienti.

29. Ciò è desumibile da alcuni elementi agli atti, dai quali emerge che: i) R2 presta attività di *marketing* operativo, promozionale e comunicazione svolte da R2 in favore di Sky; ii) il *call center* di R2 mette a disposizione dei clienti che richiedono assistenza tecnica o commerciale nei confronti di Mediaset Premium dei punti di preselezione per l'attivazione delle offerte commerciali di Sky; iii) documenti interni di Sky mostrano lo studio di attività volte a far leva sugli *asset* di R2 ai fini dell'acquisizione di ulteriori clienti che attualmente o in passato sono stati clienti di Mediaset Premium.

30. L'acquisizione di R2 da parte di Sky, pertanto, appare *prima facie* idonea a conferire a Sky un vantaggio competitivo idoneo a rafforzare la posizione di dominanza già detenuta nello stesso mercato, mediante una strategia di acquisizione dei clienti di Mediaset Premium e la presenza su tutte le piattaforme trasmissive (digitale satellitare, digitale terrestre e internet).

31. Ne consegue, quindi, che l'operazione in esame appare suscettibile di ridurre la concorrenza nel mercato dei servizi televisivi a pagamento, con la riduzione della capacità competitiva del principale concorrente di Sky e un conseguente aumento dei prezzi. La struttura dell'operazione in esame, peraltro, appare aver già permesso a tali effetti di esplicitarsi sul mercato.

32. In merito al mercato dei servizi di accesso all'ingrosso alla piattaforma tecnica della televisione a pagamento del digitale terrestre (DTT), R2 svolge

le attività di piattaforma tecnica nei confronti di Mediaset Premium e Sky, permettendo agli stessi di fornire offerte commerciali di televisione a pagamento nei confronti degli utenti. Sky detiene, inoltre, l'unica piattaforma tecnica per la *pay-tv* del digitale satellitare (DTH) e ha ottenuto l'autorizzazione generale *ex* articolo 25 del Decreto Legislativo n. 259/2003 ("Codice delle Comunicazioni Elettroniche") per la fornitura di servizi telefonici e internet e di reti di comunicazione elettronica.

33. L'integrazione della piattaforma R2 in Sky appare pertanto idonea a creare effetti preclusivi nei confronti di altri operatori televisivi a pagamento, nonché nei confronti di editori di canali televisivi che volessero avviare un'offerta commerciale *pay*. In particolare, Sky potrebbe negare l'accesso alla piattaforma ad operatori *pay-tv* terzi. Peraltro, tale intenzione è espressamente confermata da Sky, nonché appare confermata dalla circostanza di aver condizionato la realizzazione dell'operazione all'assenza di offerte di *pay-tv* terze.

34. Oltre all'utilizzo dei servizi di piattaforma tecnologia, una ulteriore strategia escludente potrebbe far leva anche sulle risorse di numerazione LCN del digitale terrestre. Inoltre, tali effetti preclusivi sono potenzialmente accentuati dalla circostanza che il prezzo della capacità trasmissiva fornita a Sky è *[omissis]*.

35. L'utilizzo strategico della piattaforma tecnologia di R2 e delle risorse frequenziali e di numerazione, pertanto, appare idoneo *prima facie* a innalzare le barriere all'entrata nel mercato della televisione a pagamento e a rafforzare la posizione dominante di Sky in tale mercato.

36. In merito ai mercati della fornitura all'ingrosso di canali televisivi preconfezionati per la televisione a pagamento (e i possibili sub-segmenti) e della licenza dei diritti di trasmissione di contenuti audiovisivi (e i possibili sub-segmenti), l'operazione di concentrazione appare potenzialmente idonea a rafforzare il potere di mercato di Sky quale acquirente di canali e contenuti, nonché di detentore delle due piattaforme tecnologiche per la diffusione televisiva a pagamento sul satellite (DTH) e sul digitale terrestre (DTT).

37. Con riguardo ai canali televisivi forniti all'ingrosso, Sky diverrebbe sostanzialmente l'unico interlocutore per la distribuzione di canali a pagamento sia sul digitale terrestre che sul digitale satellitare. Tali piattaforme rappresentano congiuntamente il 90-95% della spesa per acquisto di canali preconfezionati nel 2018. Inoltre, tali piattaforme appaiono essere le principali piattaforme utilizzate per la trasmissione di canali lineari, mentre l'utilizzo di internet appare associato principalmente a una fruizione

on demand che prescinde dalla trasmissione di un canale. L'accresciuto potere di mercato potrebbe comportare effetti di natura escludente verso taluni editori di canali all'ingrosso, nonché l'imposizione a questi ultimi di termini contrattuali iniqui e restrittivi, sia con riferimento ai prezzi di cessione dei canali, sia a pattuizioni restrittive riguardanti la trasmissione in chiaro di altri prodotti editoriali (canali) dei medesimi editori, di simile tematica o con medesimi marchi, sia riguardanti la raccolta pubblicitaria effettuata sui canali ceduti a Sky.

38. Inoltre, il contratto di licenza esclusiva dei canali a pagamento di Mediaset Premium a Sky equivale nella sostanza a una cessione che appare idonea a conferire a Sky la posizione di unico soggetto in grado di trasmettere la quasi totalità della produzione cinematografica delle *major* americane.

39. Con riferimento ai diritti di trasmissione di contenuti audiovisivi, la disponibilità di tutte le piattaforme appare idonea ad accrescere i rischi che questa possa precludere gli *input*, rappresentati dai contenuti, per altri operatori della televisione a pagamento. L'accresciuta platea di utenti e la molteplicità di piattaforme detenute, infatti, innalzando il potere contrattuale nei confronti dei fornitori di contenuti, aumenta il grado di esclusività degli stessi. Ad esempio, in relazione alle finestre di programmazione cinematografiche, la presenza in piattaforme tradizionalmente utilizzate per la televisione a pagamento di tipo lineare (satellite e terrestre) può essere utilizzata come leva per estendere l'esclusiva a finestre di programmazione (quali la finestra *library*³²) utilizzate principalmente da fornitori c.d. *over the top*.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame sia suscettibile di determinare, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sul mercato dei servizi al dettaglio dei servizi televisivi a pagamento (mercato della *pay-tv*) e nel mercato dei servizi di accesso all'ingrosso alla piattaforma tecnica della televisione a pagamento del digitale terrestre, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza in tali mercati e nei mercati ad essi connessi in virtù di legami di tipo verticale e conglomerale e, nello specifico: *i*) nel mercato dei servizi di diffusione televisiva terrestre in tecnica digitale (mercato del *broadcasting digitale*); *ii*) nel mercato della

³² Cfr. Provvedimento AGCM n. 26258 del 30 novembre 2016, caso IC41 – Indagine conoscitiva sul settore audiovisivo.

fornitura all'ingrosso di canali televisivi preconfezionati per la televisione a pagamento e i suoi possibili sub-segmenti (*basic* e *premium*)³³; *iii*) nel mercato della licenza dei diritti di trasmissione di contenuti audiovisivi e i suoi possibili sub-segmenti (per tipologia di contenuto, per l'eventuale natura *premium* del contenuto, per finestra di programmazione);

DELIBERA

- a) l'avvio dell'istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, nei confronti delle società Sky Italia S.r.l., Sky Italian Holdings S.p.A., R2 S.r.l. e Mediaset S.p.A.;
- b) la fissazione del termine di giorni dieci, decorrente dalla data di notificazione del presente provvedimento, per l'esercizio da parte dei legali rappresentanti delle Parti, ovvero da persone da esse delegate, del diritto di essere sentiti, ai sensi dell'articolo 14, comma 1, della legge n. 287/90, precisando che la richiesta di audizione dovrà pervenire alla Direzione Comunicazioni della Direzione Generale per la Concorrenza di questa Autorità almeno tre giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;
- c) che il responsabile del procedimento è il Dott. Luigi Di Gaetano;
- d) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione Comunicazioni della Direzione Generale per la Concorrenza di questa Autorità dai rappresentanti legali delle Parti, nonché dai soggetti aventi un interesse giuridicamente rilevante o da persona da essi delegata;
- e) che il procedimento deve concludersi entro quarantacinque giorni decorrenti dalla data di delibera del presente provvedimento, fatti salvi i termini necessari per l'acquisizione del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera *c*), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249.

³³ Cfr. Decisione della Commissione Europea del 15 giugno 2018, caso COMP/M.8861 – Comcast/Sky.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE *f.f.*
Gabriella Muscolo