



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XX - n. 35

Pubblicato sul sito *www.agcm.it*
il 27 settembre 2010

SOMMARIO

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE	5
A411 - SORGENIA/A2A	
<i>Provvedimento n. 21528</i>	5
A411A – SORGENIA/ACEA	
<i>Provvedimento n. 21529</i>	30
A411B – SORGENIA/ITALGAS	
<i>Provvedimento n. 21530</i>	49
A411D – SORGENIA/IRIDE	
<i>Provvedimento n. 21531</i>	64
A419 – GIOCHI24/SISAL	
<i>Provvedimento n. 21532</i>	89
OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	91
C10723 - S'RADIVARIUS ITALIA/RAMO DI AZIENDA DI FIORDALISO	
<i>Provvedimento n. 21554</i>	91
C10724 - ZARA ITALIA/RAMO DI AZIENDA DI FIORDALISO	
<i>Provvedimento n. 21555</i>	95
C10725 - BERSHKA ITALIA/RAMO DI AZIENDA DI FIORDALISO	
<i>Provvedimento n. 21556</i>	98
C10726 - GRANI & PARTNERS/SIP TOYS	
<i>Provvedimento n. 21557</i>	101
C10727 - SPESA INTELLIGENTE/RAMO DI AZIENDA DI GARAU	
<i>Provvedimento n. 21558</i>	104
C10728 - SODIAAL INTERNATIONAL/ENTREMONT ALLIANCE	
<i>Provvedimento n. 21559</i>	107
C10729 - PHILIPS MEDICAL SYSTEMS TECNOLOGIES /RAMO DI AZIENDA DI C.D.P. MEDICAL DEVELOPMENT	
<i>Provvedimento n. 21560</i>	110
C10730 - COLABETON/MONTE VERDE CALCESTRUZZI	
<i>Provvedimento n. 21561</i>	114
C10731 - INTERNATIONAL BUSINESS MACHINES/UNICA	
<i>Provvedimento n. 21562</i>	119
C10733 – ELECTROLUX HOME PRODUCTS CORPORATION-NEWCO/RAMO DI AZIENDA DI UKRAINIAN HOUSCHOLD APPLIANCES - DUE RAMI DI AZIENDA DI ANTONIO MERLONI	
<i>Provvedimento n. 21563</i>	124
C10734 - PHILIPS HOLDING USA/BURTON MEDICAL PRODUCTS	
<i>Provvedimento n. 21564</i>	127
C10735 - LOTTOMATICA VIDEOLOT RETE/COIN-NET	
<i>Provvedimento n. 21565</i>	132

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA	135
AS754 – COMUNE DI VERONA - BANDO DI GARA PER IL SERVIZIO DI BROKERAGGIO ASSICURATIVO	135
AS755 - GESTIONE INFORMATIZZATA DEGLI ATENEI UNIVERSITARI	137
AS756 - COMUNE DI MINORI (SA) - SERVIZIO DI VIGILANZA DELLE AREE DI SOSTA E GESTIONE DEI PARCOMETRI	141
AS757 - COMUNE DI SANTA MARIA DEL CEDRO (CS) - SERVIZI DI IGIENE AMBIENTALE	142
AS758 - COMUNE DI ROSIGNANO MARITTIMO (LI) - SERVIZIO DI DISTRIBUZIONE DEL GAS NATURALE	145
PUBBLICITA' INGANNEVOLE E COMPARATIVA	146
PI5723A - COSTI SERVIZIO 48469-RIDETERMINAZIONE SANZIONE TELECOM <i>Provvedimento n. 21566</i>	146
PI5723B - COSTI SERVIZIO 48469-RIDETERMINAZIONE SANZIONE VODAFONE <i>Provvedimento n. 21567</i>	150
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	154
PS3180 - STANDA-PROMOZIONE SU VOLANTINO <i>Provvedimento n. 21541</i>	154
PS3553 - VALPADANA COSTRUZIONI <i>Provvedimento n. 21543</i>	160

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

A411 - SORGENIA/A2A

Provvedimento n. 21528

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 settembre 2010;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287, e in particolare l'art. 14-ter introdotto dalla legge 4 agosto 2006, n. 248, che ha convertito con modifiche il decreto legge 4 luglio 2006, n. 223;

VISTO l'articolo 102 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea ("TFUE");

VISTA la propria delibera del 29 aprile 2009, con la quale è stata avviata, ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, un'istruttoria nei confronti delle società A2A S.p.A., A2A Reti Elettriche S.p.A. e A2A Reti Gas S.p.A., volta ad accertare eventuali violazioni dell'articolo 82 del Trattato CE (ora art. 102 TFUE);

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 del TFUE);

VISTA la "*Comunicazione sulle procedure di applicazione dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90*", adottata dall'Autorità con delibera del 12 ottobre 2006 e pubblicata sul bollettino n. 39 del 16 ottobre 2006;

VISTA la comunicazione del 6 agosto 2009, modificata per ultimo il 16 novembre 2009, con la quale le società A2A S.p.A., A2A Reti Gas S.p.A. e A2A Reti Elettriche S.p.A., secondo modalità e tempistiche indicate specificatamente nell'apposito "*Formulario per la presentazione degli impegni ai sensi dell'art. 14 ter della legge n. 287/90*", hanno presentato impegni ai sensi dell'art. 14-ter della legge n. 287/90;

VISTA la richiesta di informazioni inviata all'Autorità per l'Energia Elettrica ed il Gas il 4 dicembre 2009 e la risposta pervenuta il 25 febbraio 2010;

VISTA la propria delibera adottata in data 18 marzo 2010, con cui è stata disposta la pubblicazione degli impegni presentati dalle società A2A S.p.A., A2A Reti Gas S.p.A. e A2A Reti Elettriche S.p.A. ed è stato fissato al 30 giugno 2010 il termine per l'adozione di una decisione sugli impegni ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90;

VISTE le osservazioni dei terzi interessati e le controdeduzioni da parte di A2A S.p.A., A2A Reti Gas S.p.A. e A2A Reti Elettriche S.p.A.;

VISTE le modifiche accessorie agli impegni, comunicate da A2A S.p.A., A2A Reti Gas S.p.A. e A2A Reti Elettriche S.p.A. in data 7 giugno 2010 e 26 luglio 2010 e infine nella versione consolidata definitiva del 1° settembre 2010;

VISTA la propria delibera adottata in data 9 giugno 2010, con cui è stata disposta la proroga al 31 ottobre 2010 del termine per l'adozione di una decisione sugli impegni ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90 e del termine per la conclusione del procedimento;

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

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. A2A S.p.A. è una *multiutility* a capo di un gruppo di società operanti nella produzione, distribuzione e vendita di energia elettrica, nella distribuzione e vendita di gas naturale, nel teleriscaldamento, nel ciclo idrico integrato e nell'offerta di servizi ambientali, nonché nella produzione ed esplorazione di idrocarburi.

A2A è nata nel 2007 dalla fusione per incorporazione di ASM Brescia S.p.A. in AEM S.p.A.¹ ed è controllata congiuntamente dai Comuni di Milano e Brescia.

A2A controlla, congiuntamente a Electricité de France S.A., la società Edison S.p.A., uno dei maggiori operatori del settore del gas e dell'elettricità in Italia ed in Europa.

Il gruppo A2A opera nella distribuzione di gas e di elettricità attraverso A2A Reti Elettriche S.p.A. e A2A Reti Gas S.p.A. controllate al 100% dalla capogruppo. A2A Reti Elettriche S.p.A. (nata dalla fusione di AEM Distribuzione Milano S.p.A. e di ASM Elettricità S.r.l.) è attiva a Milano e Brescia e in altri comuni lombardi, distribuiti nell'hinterland milanese e nelle zone del Lago di Garda e della Valsabbia nella provincia di Brescia. A2A Reti Gas S.p.A. gestisce impianti di distribuzione del gas a Milano e Brescia nonché in numerosi altri comuni situati in Lombardia ed altre regioni italiane.

Il gruppo A2A opera inoltre nella vendita di energia elettrica (sia al mercato libero che ai clienti in maggior tutela) e di gas attraverso A2A Energia S.p.A., ASM Energia e Ambiente – ASMEA S.r.l., BasOmniservizi S.r.l. e Tidone Energie S.r.l., controllate al 100% da A2A S.p.A..

Nel 2009 il fatturato consolidato realizzato da A2A è stato di circa 5,76 miliardi di euro, realizzato in larga misura in Italia.

2. Sorgenia S.p.A. è una società attiva sia nella generazione di energia elettrica – attraverso impianti termoelettrici, idroelettrici, eolici e solari – sia nella vendita di energia elettrica e gas a clienti finali.

Sorgenia è controllata, attraverso CIR S.p.A., dalla famiglia De Benedetti, che ne detiene il 52% circa del capitale sociale attraverso Sorgenia Holding. Le rimanenti quote sono di proprietà di Verbund A.G., il maggior produttore e distributore di energia elettrica in Austria nonché uno dei maggiori produttori europei da fonte idroelettrica (44,8%), del management (2,2%) e del Monte dei Paschi di Siena S.p.A. (1,2%).

Il fatturato consolidato realizzato da Sorgenia nel 2009 è stato pari a 2.326 milioni di euro.

¹ Cfr. provv. n. 17723, A2A /ASM BRESCIA (C8835), deciso il 13 dicembre 2007, in Boll. n. 47/07.

II. IL FATTO

II.1. I comportamenti contestati

a) Il contesto: switching, misure e ruolo del distributore

3. Oggetto del presente procedimento è il rapporto tra distributore (di energia elettrica o di gas) e venditore al dettaglio (di energia elettrica e/o di gas), con particolare riferimento ai processi di cambiamento del fornitore di energia elettrica e/o gas (c.d. *switching*) e alle comunicazioni da parte del distributore dei dati di misura relativi ai prelievi effettuati dai clienti del venditore.

4. Con particolare riferimento allo *switching*, è possibile distinguere una fase di *switching* operativo ed una successiva di *switching* commerciale.

Lo *switching* operativo è preceduto da una attività di individuazione, contatto e acquisizione clienti piuttosto onerosa per i venditori.

Nella fase di *switching operativo* il distributore e il venditore entrante si scambiano informazioni e dati funzionali all'attivazione del servizio di trasporto a favore del cliente acquisito da parte del venditore entrante e al passaggio del punto di prelievo oggetto di *switching* dal contratto di trasporto e dispacciamento del venditore uscente a quello del venditore entrante.

L'esecuzione materiale dello *switching* operativo richiede la comunicazione da parte del venditore entrante al distributore di una coppia di dati che identificano univocamente il punto di prelievo oggetto di *switching* (POD e codice fiscale / partita IVA per il settore elettrico, PDR e matricola contatore per il settore gas)². Il Distributore verifica che la coppia comunicata sia presente nel suo database³ e, in caso affermativo, effettua lo *switching*. In caso negativo, la richiesta è respinta.

Nel settore del gas, inoltre, lo *switching* operativo a livello di distributore deve avvenire contestualmente alla richiesta di subentro nella capacità di trasporto nazionale prima allocata al venditore uscente e alla richiesta di subentro nella capacità di stoccaggio prima conferita al venditore uscente per quel cliente. Per effettuare tali richieste con successo il venditore entrante deve conoscere il codice del punto di consegna del gas al distributore perché lo trasporti al cliente finale (c.d. codice REMI), l'identità degli utenti del trasporto e dello stoccaggio uscenti.

La fase di *switching commerciale* inizia quando quella operativa si conclude e ha a sua volta termine con la comunicazione al venditore entrante e a quello uscente della c.d. "lettura di *switching*", che chiude il rapporto commerciale pre-esistente e apre quello con il nuovo fornitore.

5. Una volta avvenuto lo *switching* ed instauratosi il rapporto commerciale con il nuovo fornitore, nell'attuale assetto regolatorio il venditore dipende dal distributore per la messa a disposizione dei dati di misura dei prelievi di elettricità o di gas dalla rete. Tali dati sono essenziali per una corretta fatturazione del cliente finale – e quindi sia per la qualità percepita del servizio reso dal venditore al cliente finale, sia per il regolare finanziamento dell'attività di vendita stessa. Inoltre, tali dati vengono utilizzati per la fatturazione al venditore dei servizi di rete forniti direttamente e indirettamente dal distributore e per la regolazione degli sbilanciamenti in prelievo da parte dei venditori.

² POD (*Point of Delivery*) e PdR (Punto di Riconsegna) sono codici alfanumerici associate univocamente ad un certo punto di prelievo, rispettivamente di elettricità o di gas.

³ La coppia di dati deve corrispondere ad una presente nel database del distributore. Il fatto che i singoli dati siano presenti non è sufficiente ad ammettere lo *switching*. Si noti che ciò che conta è la corrispondenza tra quanto comunicato dal venditore e quanto presente nel database del distributore, non l'esattezza del dato comunicato dal venditore.

b) la denuncia di Sorgenia e l'avvio del procedimento

6. Il procedimento istruttorio è stato avviato a seguito di una segnalazione da parte di Sorgenia – pervenuta il 27 ottobre 2008 ed integrata il 3 febbraio, 7 e 10 aprile 2009 - concernente presunti abusi di posizione dominante commessi da diversi gruppi societari verticalmente integrati, attivi sia nella distribuzione, sia nella vendita di energia elettrica e di gas, tra cui il gruppo A2A, con particolare riferimento alle condotte delle società di distribuzione del gas e dell'elettricità, A2A Reti Elettriche ("A2A RE") e A2A Reti Gas ("A2A RG").

7. In data 29 aprile e 7 maggio 2009 l'Autorità ha avviato diverse istruttorie nei confronti di distributori di gas ed energia elettrica su fattispecie simili (i "procedimenti paralleli")⁴.

In particolare, l'Autorità ha avviato il 29 aprile 2009 un'istruttoria volta a verificare l'esistenza di ostacoli e ritardi messi in atto dalle società di distribuzione del gruppo A2A nei confronti degli operatori nuovi entranti nella vendita ai clienti del mercato elettrico domestico e delle piccole imprese in BT e dei clienti gas con consumi inferiori a 200.000 mc. Tali condotte, in una situazione di scarsa dinamicità del mercato della vendita di energia elettrica e gas, avrebbero, da un lato, costituito un ulteriore freno ad operazioni di *switching* dei clienti verso società nuove entranti e, contestualmente, per il fatto di mantenere lo *status quo ante*, avrebbero favorito la società di vendita del gruppo A2A, che avrebbe potuto far leva sulla propria reputazione e sulla disponibilità di dati storici sui piccoli clienti serviti alla tariffa definita dal regolatore settoriale per mantenerne il controllo – predisponendo offerte appetibili ai clienti desiderosi di passare al mercato libero nel caso elettrico o di scegliere una offerta diversa dalla tariffa regolata per il gas, oppure continuando a servire i clienti non interessati a cambiare offerta.

8. In particolare, la condotta di A2A RE e A2A RG nei confronti dei venditori entranti nelle aree da essi servite sarebbe stata caratterizzata da: (i) uno scarso rispetto della tempistica prevista dalla regolazione, con conseguenti ritardi nell'esecuzione degli *switching*; (ii) il mancato svolgimento di qualsiasi attività utile a correggere eventuali errori nei dati comunicati dal venditore entrante, pur disponendo delle informazioni necessarie ad individuare la fonte dell'errore; (iii) la mancanza di strumenti informatici adeguati per interfacciarsi con i venditori, tra cui un applicativo *web based* che consentisse di verificare l'iter dello *switching*; ciò avrebbe reso eccessivamente oneroso lo *switching* operativo anche nel caso in cui fosse andato a buon fine.

A2A RE avrebbe inoltre: (a) fornito con difficoltà le misure di *switching* previste dalla delibera dell'Autorità per l'Energia Elettrica ed il Gas ("AEEG") n. 42/08 e lo storico dei consumi (anch'esso previsto dalla del. n. 42/08); (b) fornito ai venditori non integrati, ai fini della fatturazione dei loro clienti finali, misure dei prelievi significativamente diverse da quelle inviate ai fini del pagamento del servizio di trasporto; inoltre, in taluni casi di clienti tornati ad A2A Energia, vi sarebbero state significative discrepanze tra i dati di misura periodici comunicati ai venditori non integrati e le letture di *switching*; (c) comunicato con ritardo i dati di lettura definitivi necessari alla regolazione degli sbilanciamenti in prelievo sulla base del *load profiling* (del. AEEG n. 111/06 e n. 278/07); (d) frapposto difficoltà nell'ottenimento delle informazioni relative ai punti di prelievo acquisiti (profilo, potenza impegnata, potenza disponibile, dati del contatore e altro); (e) frapposto ostacoli e ritardi nell'esecuzione delle prestazioni relative ad aumenti di potenza.

Con specifico riferimento a A2A RG, inoltre, veniva messa in luce la significativa incidenza di *switching* non riusciti (pari al 43% delle richieste effettuate da Sorgenia) a causa della discrepanza tra i dati a disposizione del nuovo fornitore e i dati del distributore relativamente alla matricola del contatore, al codice del punto di riconsegna, o di consegna, tutti elementi essenziali per effettuare il cambio fornitore. Infine, anche A2A RG avrebbe messo a disposizione con ritardo le “letture di *switching*” e i dati di misura e il servizio di rilevazione dei dati di misura sarebbe stato svolto a condizioni assai onerose.

9. In data 7 maggio 2009 sono state svolte ispezioni presso le sedi di A2A, A2A RE, A2A RG e presso le società di vendita A2A Energia e ASMEA, nel corso delle quali sono state richieste informazioni regolarmente fornite dalle Parti.

c) I mercati rilevanti individuati nel provvedimento di avvio

10. Nel provvedimento di avvio si è ipotizzato che i mercati rilevanti per la valutazione delle condotte in esame fossero quattro mercati a monte – quelli della distribuzione – e tre mercati a valle – quella della vendita al dettaglio di gas ed elettricità.

I mercati a monte ipotizzati nell’avvio erano i seguenti:

a) *distribuzione di energia elettrica*, di dimensione geografica locale, coincidente con l’area di attribuzione di ciascuna concessione esclusiva, in prima approssimazione il territorio comunale; il concessionario risulta in posizione di monopolio nel mercato rilevante; nel caso di specie, i mercati rilevanti coincidono con i territori dei comuni di Milano, Brescia e di altri comuni lombardi appartenenti prevalentemente alla provincia di Brescia.

b) *distribuzione di gas naturale*, di dimensione geografica locale, coincidente con l’area di attribuzione di ciascuna concessione esclusiva, di estensione comunale; il concessionario risulta in posizione di monopolio nel mercato rilevante; nel caso di specie, i mercati rilevanti coincidono con i territori dei comuni di Milano, Brescia, Bergamo nonché con quelli di oltre altri 200 comuni, prevalentemente lombardi;

c) *servizi di misura dell’energia elettrica*; tali attività, pur non facendo parte della concessione di distribuzione⁵, risultano egualmente attribuite al distributore⁶; esse configurano un mercato rilevante distinto di dimensione geografica locale, pari a quella del collegato mercato della distribuzione; su di esso risultano quindi in posizione dominante i singoli distributori locali;

d) *servizi di misura del gas naturale*: tali attività non fanno parte della concessione di distribuzione, ma sono state tradizionalmente svolte dal distributore, su richiesta del venditore, in particolare per i clienti di minore dimensione; la delibera dell’AEEG n. 159/08 ha previsto che, a partire dal 1° luglio 2009, unico responsabile di tale attività sia il distributore di gas, a prezzi regolati; tali attività configurano un mercato rilevante distinto di dimensione geografica locale, pari a quella del collegato mercato della distribuzione; su di esso risultano quindi in posizione dominante i singoli distributori locali.

11. I mercati rilevanti a valle ipotizzati nel provvedimento di avvio erano invece i seguenti:

⁴ Cfr. provv. 19803, *Sorgenia / ACEA*, provv. 19804, *Sorgenia / Italgas*, del 29 aprile 2009, in Boll. n. 17/09; provv. 19836, *Sorgenia / HERA*, provv. 19837, *Sorgenia / Iride*, del 7 maggio 2009, in Boll. n. 18/09

⁵ Cfr. delibera AEEG 37/01 e i decreti del Ministero dell’Industria del 3/5/01 di approvazione di numerose concessioni di distribuzione elettrica.

⁶ Secondo la delibera AEEG 348/07, art. 21.2: Il soggetto responsabile della raccolta e della validazione e registrazione delle misure dell’energia elettrica è [...] con riferimento ai punti di prelievo, l’impresa distributrice per i clienti finali che prelevano l’energia elettrica da tali punti.

- a) vendita di energia elettrica al dettaglio a clienti domestici;
- b) vendita di energia elettrica al dettaglio a clienti non domestici allacciati in bassa tensione;
- c) vendita di gas a clienti finali con consumi inferiori ai 200.000 mc anno.

Per quanto riguarda la vendita di energia elettrica, secondo costante giurisprudenza comunitaria e nazionale, possono essere distinti separati mercati del prodotto per la vendita a categorie diverse di clienti finali, in particolare tra vendita ai clienti domestici e non domestici e, tra questi ultimi, tra vendita a clienti di differenti dimensioni e caratteristiche, sintetizzate nel tipo di allacciamento alla rete (bassa tensione, media tensione, alta tensione)⁷. Non sono stati finora individuati mercati distinti per i clienti idonei che si approvvigionano a prezzi di mercato e per i clienti idonei che hanno invece continuato ad approvvigionarsi alla tariffa di riferimento definita dal regolatore⁸.

Considerato che i comportamenti segnalati riguardano prevalentemente clienti allacciati in bassa tensione, i mercati del prodotto rilevanti per la loro valutazione sono pertanto: la vendita al dettaglio ai clienti domestici e la vendita al dettaglio ai clienti non domestici connessi in bassa tensione.

A causa della prevalenza tra i clienti domestici della fornitura in regime di maggior tutela effettuata dalla società di vendita facente parte dello stesso gruppo societario del distributore di elettricità⁹, si è ipotizzato che la dimensione geografica del mercato della vendita ai clienti finali domestici fosse locale. Anche per il mercato della vendita al dettaglio ai clienti non domestici connessi in bassa tensione è stata ipotizzata una dimensione geografica di carattere locale¹⁰, tenuto conto del limitato tasso di *switching* verso società di vendita non collegate al distributore locale, della politica dei venditori collegati ai distributori locali di concentrare la propria azione nella difesa del territorio e dei costi connessi alla acquisizione dei clienti su base nazionale o comunque pluriregionale.

12. Nel mercato della vendita di energia elettrica ai clienti domestici dei comuni di Milano e Rozzano (MI), il gruppo A2A opera attraverso A2A Energia, società che esercita anche il servizio di maggior tutela nello stesso comune. Nei mercati della vendita di energia elettrica ai clienti domestici del comune di Brescia, nonché negli altri comuni della provincia, il gruppo A2A opera attraverso ASMEA, società che esercita anche il servizio di maggior tutela nei medesimi comuni. In questi mercati il gruppo A2A detiene una posizione quasi monopolistica attraverso le sue società di vendita.

A2A Energia e ASMEA sono tra i principali operatori del mercato della vendita di energia elettrica ai clienti non domestici connessi in bassa tensione in Lombardia.

13. Per quanto riguarda il mercato della vendita di gas ai clienti con consumi annui inferiori a 200.000 mc/anno, dati i bassissimi tassi di *switching* verso società di vendita concorrenti con quella collegata al distributore locale, l'estensione geografica è stata ipotizzata locale e coincidente, in prima approssimazione, con il mercato nel quale opera il distributore locale¹¹.

⁷ cfr. M3440 – *Eni – GDP – EDP*, §64 e *GdF/Suez* (M1480), deciso il 14 novembre 2006, §§688-692.

⁸ Cfr. C4438 – *ENEL - France Telecom / New WIND* e A333 – *ENEL Trade / Clienti idonei*.

⁹ Secondo i dati pubblicati dall'AEEG sul proprio sito, al 31 marzo 2010 solo il 3,2% dei clienti domestici era passato al mercato libero con un venditore non collegato al distributore. Un ulteriore 7,4% era passato al mercato libero con una società collegata al distributore, mentre il rimanente 89,4% era ancora in maggior tutela.

¹⁰ Cfr. la decisione dell'autorità di regolazione inglese Ofgem del 12 settembre 2003, n. 100/03, in applicazione del Competition Act del 1998, relativa alle offerte di *'win back'* di London Electricity PLC.

¹¹ Cfr. da ultimo, C9969 - E.ON Italia/E.T. Energia e Territorio Servizi Commerciali.

A causa di tali bassissimi tassi di *switching*, dopo la liberalizzazione del mercato del gas, i venditori facenti parte dello stesso gruppo societario del distributore - A2A Energia, ASMEA, BasOmniservizi e Tidone Energie nel caso di A2A RG - hanno mantenuto nei singoli mercati locali la posizione dominante ereditata dal precedente regime in cui un'unica società operava sia la distribuzione e sia la vendita di gas.

d) le preoccupazioni concorrenziali espresse nel provvedimento di avvio

14. Il distributore di energia elettrica e gas è il fulcro dei rapporti contrattuali che assicurano l'esecuzione della fornitura di energia elettrica e gas ai clienti finali ed ha, quindi, la responsabilità di gestire i cambi di fornitore, le nuove attivazioni e le cessazioni. Inoltre, in quanto responsabile del servizio di misura, svolge una funzione essenziale ai fini di un corretto rapporto tra venditore e cliente finale, nonché ai fini dell'individuazione degli eventuali sbilanciamenti in prelievo che abbiano richiesto interventi correttivi da parte del gestore della rete di trasporto¹².

Infine, a fronte di tale centralità del distributore, nell'attuale configurazione della filiera elettrica e della filiera gas i clienti finali hanno come unica interfaccia sistemica il venditore. Un buon livello di servizio fornito dal distributore ai venditori nuovi entranti si riflette quindi in una migliore qualità del servizio reso da tali venditori ai clienti.

15. In questo contesto, le preoccupazioni concorrenziali dell'Autorità nascevano dalla possibilità che A2A RE e A2A RG avrebbero potuto sfruttare la propria centralità per degradare la qualità dei servizi forniti ai venditori concorrenti di quelli del gruppo A2A – riguardo sia allo *switching*, sia alle misure e alle altre prestazioni (verifiche gruppi di misura, attivazioni, variazioni della potenza impegnata ecc.) -, al fine di innalzare i costi di competere dei nuovi entranti (*raising rivals' costs*) con grave impatto finanziario e reputazionale e in questo modo difendere le quote di mercato storicamente detenute dai venditori del gruppo A2A nei mercati rilevanti.

16. La peggiore qualità dei servizi forniti può aumentare i costi dei venditori in vario modo.

Per esempio, i ritardi nello *switching* allungano i tempi di gestione della singola richiesta e comportano un maggior numero di contatti (telefonici, via e-mail etc.) con il singolo cliente, generando maggiori costi. Qualora a causa del ritardo il cliente rinunci allo *switching* i costi di acquisizione sostenuti non potranno essere recuperati. Centinaia di clienti con *switch* falliti o fortemente ritardati possono far circolare notizie sulla scarsa qualità del servizio fornito dal nuovo entrante, generando elevati costi reputazionali.

Una preponderanza dei dati di misura stimati su quelli reali e la comunicazione discontinua o ritardata di tali dati rende inoltre più incerto il flusso di ricavi del venditore e aumenta le sue necessità di capitale circolante, crea contrasti con i clienti finali, rende più difficilmente prevedibili i costi degli input – perché l'incertezza sulle misure rende più difficile un corretto approvvigionamento del gas e/o dell'elettricità (e più frequenti gli sbilanciamenti), più probabili gli sbilanciamenti, meno prevedibile il costo dei servizi di rete.

Ritardi nell'esecuzione dei lavori di attivazione delle nuove forniture o di variazioni della connessione impongono costi sia di gestione della pratica che di carattere reputazionale. In generale, l'essere l'unica interfaccia sistemica del cliente finale fa sì che il venditore sia incolpato dal cliente della cattiva qualità del servizio ricevuto, anche laddove la responsabilità sia di altri, con evidenti ricadute negative sul piano reputazionale.

¹² Terna S.p.A. nel caso dell'elettricità, SNAM Rete Gas S.p.A. nel caso del gas.

17. Tale degradazione avrebbe potuto sostanziarsi sia in una aperta discriminazione, sia nella deliberata adozione di procedure del tutto inadeguate a gestire, secondo gli standard di qualità richiesti dai clienti del mercato libero, le relazioni con una pluralità di venditori indipendenti dotati di propri autonomi sistemi informativi e gestionali. Tale condotta inefficiente accresce il costo di competere dei venditori nuovi entranti, limita la concorrenza che i venditori integrati incumbent devono fronteggiare e, in definitiva, distorce il processo concorrenziale e ostacola il processo di liberalizzazione dei mercati al dettaglio dell'energia.

18. Queste condotte inefficienti sembravano assumere particolare rilievo nella situazione italiana. L'esplicitarsi della concorrenza nella vendita di gas ed energia elettrica al dettaglio richiede la scelta di una fornitura ad un prezzo diverso dalle tariffe di riferimento fissate dal regolatore (il "passaggio al mercato libero") e lo *switching* da un fornitore ad un altro, appartenente ad un altro gruppo societario.

Lo *switching* verso i fornitori nuovi entranti è reso più difficile dalla storica e naturale asimmetria informativa tra i venditori integrati e i venditori nuovi entranti, costituita dal possesso o dalla maggiore facilità di reperimento di una serie di informazioni identificative del cliente (POD, PDR, codice fiscale ecc.) e delle sue caratteristiche (consumi, morosità ecc.), alle quali i venditori entranti possono aver accesso in modo molto più difficoltoso e soltanto dopo aver contattato il potenziale cliente. Ciò si traduce in una maggiore frequenza di *switching* non riusciti a causa di discrepanze tra i dati forniti dai venditori e quelli presenti nella banca dati del distributore e avvantaggia sul piano reputazionale i venditori *incumbent*, aiutandoli a mantenere la loro base clienti – o alla tariffa di riferimento, o sul mercato libero.

In aggiunta a ciò, vi sono peculiarità del contesto italiano che lo rendono relativamente meno favorevole di altri allo *switching*: (i) una scarsa informazione e consapevolezza dei clienti finali – soprattutto domestici – riguardo alle offerte del mercato libero, (ii) un alto costo percepito di cambiamento fornitore¹³, (iii) una tariffa di riferimento fissata dal regolatore – alla quale sono serviti tutti gli utenti domestici e le piccole imprese che non hanno un fornitore sul mercato libero – che costituisce un impegnativo *benchmark* di riferimento per i venditori di gas ed elettricità al dettaglio.

19. In un tale contesto, l'adozione di condotte efficienti da parte dei distributori nei processi di cui essi sono il fulcro è essenziale per assicurare lo sviluppo della concorrenza. Tali condotte efficienti, infatti, riducono i vantaggi di cui godono i venditori integrati *incumbent*, ponendoli su un piano di parità sostanziale con i venditori concorrenti ed evitano che i venditori integrati *incumbent* siano favoriti dai maggiori costi che esse impongono sui loro rivali.

La mancata adozione di tali condotte efficienti si tradurrebbe, invece, in una discriminazione a favore dei venditori integrati *incumbent* e costituirebbe perciò un abuso di posizione dominante.

20. Nel complesso, quindi, le preoccupazioni concorrenziali dell'Autorità derivavano dal fatto che, in un contesto caratterizzato da una peggiore qualità delle informazioni a disposizione dei nuovi entranti e da fattori che rendevano più difficile lo *switching*, i comportamenti discriminatori di A2A RE e A2A RG avrebbero favorito le società di vendita al dettaglio di elettricità e gas del

¹³ Tale costo – che si riflette nella richiesta di elevati sconti per cambiare fornitore (sconti che risultano più elevati nel caso del gas) – appare fortemente influenzato dalla reputazione del potenziale nuovo fornitore. Nel settore elettrico l'importanza di tale fattore appare testimoniata dal fatto che oltre due terzi dei passaggi al mercato libero sono avvenuti infragruppo – senza cioè un vero cambio di fornitore.

gruppo A2A, riducendo il grado di concorrenza nei mercati rilevanti e quindi prevenendo o rallentando la naturale erosione delle loro quote di mercato seguente alla completa liberalizzazione dei mercati della vendita al dettaglio di energia elettrica e di gas.

Tali condotte discriminatorie, limitando l'accesso al mercato per i nuovi entranti, avrebbero costituito un abuso di posizione dominante, indipendentemente dalla loro eventuale rilevanza anche in termini di violazione di specifiche previsioni di regolazione.

e) esistenza di un pregiudizio al commercio tra Stati membri

21. Nel provvedimento di avvio è stata inoltre individuata la sussistenza di un possibile pregiudizio al commercio tra Stati Membri derivante dai comportamenti descritti, in ragione della loro estensione e portata.

22. Infatti, un nuovo operatore – sia italiano che estero - anche alla luce dei costi menzionati in precedenza, troverà più conveniente concentrare lo sforzo di entrata in alcune aree del territorio nazionale (quali ad es. le principali aree metropolitane), ove esiste una concentrazione di clienti profittevoli potenzialmente disposti a cambiare fornitore, al fine di realizzare più velocemente le economie di scala necessarie.

L'area di Milano è tra le più importanti aree metropolitane italiane. Brescia, Bergamo e le rispettive province sono tra le aree più ricche del paese e a maggiore densità di imprese industriali. Nel complesso, tali aree rappresentano il 4% circa dei consumi nazionali di elettricità e il 6% circa dei consumi nazionali di gas. Perciò, ostacolare l'entrata in tali aree può contribuire ad impedire una entrata economicamente sostenibile da parte non solo di imprese italiane, ma anche di imprese aventi la sede principale in un altro degli Stati membri dell'Unione Europea che intendano entrare nei mercati della vendita al dettaglio di elettricità o gas in Italia.

II.2. Gli ulteriori elementi emersi

a) Le prestazioni di A2A RE e A2A RG

23. A seguito degli accertamenti ispettivi è emerso come – al momento dell'apertura del procedimento – la comunicazione tra A2A RE e A2A RG, da un lato, e i venditori, dall'altro, non avvenisse attraverso uno strumento evoluto quale un portale web.

Dai dati relativi al semestre ottobre 2008 – marzo 2009 richiesti in ispezione è emerso come, nel caso di A2A RE, in media il tasso di riuscita degli *switching* richiesti dalle società di vendita concorrenti di quelle del gruppo A2A fosse di 10 punti percentuali inferiore a quello registrato dai venditori del gruppo, pur mantenendosi su livelli elevati (circa 88%). Gli insuccessi apparivano dovuti in particolare a problemi di anagrafica.

Riguardo alle letture di *switching*, nel semestre esaminato A2A RE ha fornito le letture di *switching* con un ritardo medio di 2 mesi rispetto a quanto previsto dalla regolamentazione; il ritardo nel fornire tali dati ai venditori concorrenti di quelli appartenenti al gruppo A2A è stato più elevato di una settimana circa. Tale deludente performance appare essere stata dovuta ad inefficienze interne.

Nel periodo in esame A2A RE non è stata in grado di fornire i dati di misura storici a causa di difficoltà di ordine tecnico-informatico.

24. Per quanto concerne i dati periodici di misura dei consumi, essi venivano forniti da A2A RE ai venditori con le fatture di trasporto, trasmesse ufficialmente in formato cartaceo o attraverso *files*

pdf, entro la fine del mese successivo al periodo a cui si riferisce la fatturazione. Con alcuni venditori vi era una convenzione grazie alla quale essi ricevevano un file di testo contenente le letture.

25. Infine, è emerso come oltre la metà dei clienti in maggior tutela di A2A che passano al mercato libero restino con una società del gruppo A2A.

26. Con riferimento invece a A2A RG, è emersa una forte disparità nel tasso di successo degli *switching* dei concorrenti rispetto ai venditori integrati del gruppo A2A: mentre per questi ultimi gli insuccessi sono circa l'1,55%, per i concorrenti oltre un quinto (21,9%) delle richieste hanno avuto esito almeno inizialmente negativo. La stragrande maggioranza degli *switching* non riusciti appare dovuta a problemi di anagrafica: non corrispondenza tra PDR e matricola contatore, PDR o matricola contatore inesistenti.

Per quanto riguarda i tempi di esecuzione degli *switching*, il tempo intercorrente tra la richiesta di *switching* e la conferma è del 15% più lungo per i concorrenti dei venditori integrati.

Non sono invece emersi ritardi né discriminazioni riguardo all'invio delle letture di *switching*.

Nell'invio delle letture periodiche sono emesse le stesse difficoltà emerse per A2A RE.

b) Evoluzione della regolamentazione nel corso del procedimento

27. In tema di standard di comunicazione nel settore del gas, a partire dal 1° luglio 2009 (i) è operativo l'obbligo regolamentare per i maggiori distributori gas di dotarsi di uno strumento di comunicazione evoluto per i rapporti con i venditori, quale un portale internet (cfr. delibera AEEG ARG/gas 185/08 e le Istruzioni Operative rilasciate nel corso della prima metà del 2009), e (ii) i distributori di gas sono divenuti titolari dell'attività di misura gas (che in precedenza poteva essere svolta direttamente dai venditori) (cfr. delibera ARG/gas 69/09).

In ottemperanza a tali delibere, A2A RG ha reso disponibile, a partire dal 1° luglio 2009, un portale *web* (*NetGate*), che — ad oggi — permette la gestione completamente automatizzata dei flussi di comunicazione ordinaria distributore/venditori relativi sia allo *switching* che all'esecuzione di lavori e alla attivazione/disattivazione di forniture. Su tale portale attualmente sono messe direttamente a disposizione dei venditori le letture di *switching* con l'indicazione della tipologia (effettiva / stimata) della lettura stessa.

28. L'AEEG ha anche modificato il Codice di Rete tipo (del. ARG/gas 193/09), in coerenza con i nuovi obblighi dei distributori, prevedendo — tra l'altro — la comunicazione della quantità di gas riconsegnata per singolo Punto di riconsegna, eventualmente stimata utilizzando i profili di prelievo standard.

29. In tema di standard di comunicazione nel settore elettrico, nel 2009 l'AEEG aveva avviato un procedimento per la definizione di standard unici obbligatori nazionali di comunicazione tra distributori e venditori di energia elettrica, riguardo sia alla qualità dei servizi di distribuzione, misura e vendita di energia elettrica e allo *switching* (del. 59/09).

La delibera ARG/elt 13/2010 del 4 febbraio 2010 ha definito lo standard di comunicazione relativo alla qualità dei servizi di distribuzione, misura e vendita di energia elettrica¹⁴ e ha introdotto l'obbligo per i maggiori distributori elettrici di dotarsi, entro il 1° ottobre 2010, di uno "*strumento*

¹⁴ Preventivazione lavori, esecuzione lavori, attivazione e disattivazione della fornitura su richiesta del cliente finale, messa a disposizione di dati tecnici acquisibili con lettura di un gruppo di misura, messa a disposizione di altri dati tecnici, disattivazione della fornitura su richiesta del cliente finale, riattivazione-ripristino della fornitura in seguito a sospensione per morosità.

di comunicazione evoluto”, consistente in “una soluzione del tipo “Application-to-Application” o una applicazione internet per lo scambio di informazioni”.

È stato inoltre avviato un procedimento per la definizione di un o standard unico relativo ai flussi informativi inerenti i dati di misura (del. 10/10).

30. L'AEEG ha inoltre incaricato la società Acquirente Unico¹⁵ S.p.A. della realizzazione di un sistema informatico centralizzato per la gestione dei profili descrittivi dei clienti finali¹⁶ prefigurato dalla del. 134/08 (cfr. delibera GOP 71/09 del 28 dicembre 2009).

Nel giugno 2010 l'AEEG ha svolto una consultazione sulla modalità di realizzazione di tale sistema informatico¹⁷.

III. GLI IMPEGNI PROPOSTI DA A2A, A2A RE e A2A RG

31. In data 16 novembre 2009 è pervenuta la versione finale degli impegni presentati da A2A S.p.A., A2A Reti Elettriche S.p.A. e A2A Reti Gas S.p.A..

III.1. Impegni presentati da A2A RE

32. A2A Reti Elettriche si è impegnata ad estendere il portale NetGate – operativo dal 1° luglio 2009 nel settore gas - anche al settore elettrico, offrendo tutte le funzionalità previste per il gas anche ai venditori di energia elettrica.

Nel settore elettrico, quindi, NetGate gestirà tutte le richieste aventi ad oggetto attivazioni, disattivazioni, aumenti di potenza, preventivi nuovi impianti relativi a clienti serviti sul mercato libero e sul mercato di salvaguardia, nonché gli *switching* di tutti clienti allacciati alla rete di A2A Reti Elettriche.

33. A2A Reti Elettriche si è impegnata a rendere disponibili anche per il settore elettrico le funzionalità aggiuntive di *pre-check* (“verifica preliminare”) e di messa a disposizione dei dati di misura.

Il servizio di *pre-check* per un singolo POD prevede l’inserimento da parte del venditore in una apposita maschera di interrogazione di un insieme di dati costituito da: nome/cognome o ragione sociale del cliente, POD, codice fiscale / partita IVA, indirizzo completo di fornitura. A2A verificherà la congruità dei dati forniti con quelli presenti nel suo database.

Nel caso il codice fiscale / partita IVA associato agli altri dati non coincida con quello presente nei propri archivi, il sistema non segnalerà incongruenze, purché i primi tre caratteri alfanumerici coincidano con quelli presenti nel database di A2A e la struttura del codice comunicato sia corretta. In altri termini, A2A Reti Elettriche si è impegnata a dar comunque corso allo *switching* nel caso il codice fiscale non sia trascritto correttamente ma il POD che desidera cambiare fornitore sia altrimenti identificato.

Tale verifica preliminare potrà avvenire on-line per singoli POD, oppure attraverso richieste massive il cui risultato verrà comunicato con un ritardo massimo di un giorno lavorativo.

¹⁵ Acquirente Unico S.p.A., società a totale controllo pubblico, è responsabile dell’approvvigionamento di energia elettrica per i clienti in maggior tutela e svolge altri servizi di interesse pubblico, quali l’organizzazione delle gare per il servizio di salvaguardia e per l’individuazione del fornitore di ultima istanza nel settore gas.

¹⁶ Si tratta dei dati anagrafici (POD e PDR inclusi), dei dati di misura dei prelievi nonché di dati relativi ad eventuali inadempimenti contrattuali che descrivono il singolo cliente finale. Tale sistema centralizzato, secondo l’AEEG, dovrebbe facilitare la gestione dei rapporti contrattuali e le loro variazioni.

¹⁷ DCO 14/10, “Sistema informativo integrato per la gestione dei rapporti fra i diversi operatori dei mercati liberalizzati (SII)”, 21 maggio 2010.

34. A2A Reti Elettriche si impegna inoltre a mettere a disposizione dei venditori una modalità di verifica preliminare che permetta loro di recuperare il POD, nel caso per un qualsiasi motivo il cliente non sia in grado di fornirlo.

In particolare, A2A Reti Elettriche si è impegnata a fornire al venditore il POD se questi fornirà una serie di informazioni, necessarie ad identificare univocamente il punto di prelievo, ed esse risulteranno congruenti con quelle presenti nella banca dati di A2A Reti Elettriche.

Le informazioni richieste sono costituite da: nome/cognome o ragione sociale del cliente, matricola contatore, codice fiscale / partita IVA, indirizzo completo di fornitura.

Tale funzionalità di recupero del POD non sarà disponibile in modalità massiva, per impedire comportamenti opportunistici da parte dei venditori.

35. Per quanto concerne i dati di misura da fornire in occasione dello *switching*, A2A Reti Elettriche si è impegnata a mettere a disposizione dei venditori tramite NetGate sia le letture di *switching* che i dati di misura storici, secondo le tempistiche previste dalla regolazione.

Per quanto concerne invece i dati di misura periodici, A2A Reti Elettriche si è impegnata a mettere a disposizione dei venditori tramite NetGate i dati di misura rilevati nei punti di prelievo ad essi assegnati, relativi sia ai POD dotati di misuratore elettronico, sia ai tentativi di lettura dei contatori elettromeccanici, nonché i dati stimati utilizzati ai fini della fatturazione del servizio di distribuzione dell'energia elettrica per i POD per i quali non sia stato possibile effettuare una lettura.

36. A2A RE si impegnava infine a dare separata evidenza all'AEEG delle spese sostenute per il servizio di *pre-check* e ad *“accettarne l'eventuale mancato riconoscimento in tariffa”*

III.2. Impegni presentati da A2A RG

37. Al momento in cui gli impegni sono stati presentati, NetGate – il portale di A2A RG - permetteva ai venditori di gas abilitati di interagire con il distributore attraverso procedure automatizzate riguardanti: attivazione fornitura, generazione di preventivi per lavori, esecuzione lavori, disattivazione e riattivazione, verifica misuratori, richiesta dati tecnici, gestione *switching*. Il portale inoltre metteva direttamente a disposizione dei venditori le letture di *switching* con l'indicazione della tipologia (effettiva / stimata) della lettura stessa, in anticipo rispetto alla ricezione delle fatture di trasporto.

A2A RG si è impegnata ad estendere le funzionalità del proprio portale oltre quanto strettamente previsto dalla regolamentazione vigente, permettendo di effettuare lo *switching* in modalità massiva e aggiungendo le seguenti funzionalità:

- *pre-check* (“verifica preliminare”), con possibilità di recupero del PDR o della matricola contatore attraverso l'inserimento dei dati identificativi del punto di riconsegna;
- messa a disposizione dei dati di misura (sia periodici che di *switching*) sul portale.

38. Innanzitutto, A2A RG svilupperà il proprio portale, rendendo disponibili i flussi di comunicazione relativi alle richieste di *switching* e relativa verifica anche in modalità massiva, permettendo la risposta automatica degli esiti positivi e negativi, a fronte della comunicazione dei dati indispensabili all'operazione di *switch* da parte del venditore (PDR e matricola contatore).

39. In secondo luogo, A2A RG si impegna a predisporre un servizio di verifica preliminare (*pre-check*), che consentirà a ciascuna impresa di vendita di verificare la congruità dei dati in proprio

possesto che sono necessari ad ultimare la procedura di *switching* (in particolare, codice PdR e la matricola del contatore).

Il servizio di *pre-check* permetterà sia la verifica on-line della correttezza di singole coppie PDR/matricola contatore, sia la verifica di un file contenente un gran numero di coppie (“verifica massiva”), con risposta entro un giorno lavorativo.

In caso di esito positivo della verifica, il sistema fornirà al venditore anche il codice del punto di consegna (codice REMI) dell'impianto di distribuzione che alimenta il punto di riconsegna (PDR). Inoltre, nel caso per un qualsiasi motivo il cliente che ha intenzione di cambiare fornitore non sia in grado di procurarsi il PDR o la matricola contatore relativi ad un punto di riconsegna nella propria titolarità, il venditore potrà recuperare il dato mancante inserendo in una apposita finestra di dialogo una serie di informazioni che permettano di identificare *univocamente* il punto di riconsegna e il cliente: (i) codice fiscale/P.IVA, (ii) nome e cognome (o ragione sociale) del cliente interessato, (iii) indirizzo completo di fornitura, (iv) codice PDR o matricola contatore. Il sistema fornirà, assieme al dato mancante, anche il codice REMI.

40. Per ciò che concerne i dati di misura, quelli provenienti dai tentativi di lettura effettuati mensilmente dal distributore verranno messi a disposizione del venditore sul portale internet nei tempi previsti dalla regolazione¹⁸.

41. A2A RG si è impegnata infine a dare separata evidenza all'AEEG delle spese sostenute per il servizio di *pre-check* e ad “accettarne l'eventuale mancato riconoscimento in tariffa”.

IV. LE OSSERVAZIONI PERVENUTE IN MERITO AGLI IMPEGNI

IV.1. Il parere preliminare dell'AEEG

42. Gli impegni delle società del gruppo A2A sono stati sottoposti il 4 dicembre 2009 all'AEEG, per una valutazione preliminare di compatibilità degli impegni con la regolamentazione in essere ed *in fieri*. La risposta dell'AEEG è giunta il 25 febbraio 2010.

43. L'AEEG ha riconosciuto che gli impegni dei distributori del gruppo A2A introducono “importanti elementi innovativi” nelle procedure di *switching*, che “dovrebbero contribuire [...] a ridurre i ritardi denunciati relativi all'esecuzione dello *switching*”.

Secondo l'AEEG, tuttavia, occorre evitare disomogeneità tra le procedure di *pre-check* proposte dai distributori del gruppo A2A e quelle proposte da altri distributori nell'ambito dei “procedimenti paralleli”, nonché con quelle implementate da ENEL Distribuzione¹⁹ a seguito della chiusura del procedimento A410, al fine di non ostacolare lo sviluppo della concorrenza.

Occorre inoltre, secondo l'AEEG, mantenere omogeneità tra le soluzioni previste per il settore elettrico e quelle previste per il settore del gas, anche al fine di permettere ai venditori di operare efficacemente in maniera congiunta nei due settori.

L'AEEG ha poi sottolineato la necessità che gli impegni si inseriscano coerentemente nel quadro regolatorio *in fieri* relativo ai flussi informativi e allo *switching* dei clienti finali e ha ribadito la

¹⁸ Soprattutto nel caso di *files* piuttosto grossi – come può accadere a venditori che abbiano numerosi PDR allacciati alla rete di un distributore - la disponibilità per il *download* sul portale permette di evitare alcune difficoltà di acquisizione dei *files* che si possono invece generare con la posta elettronica certificata.

¹⁹ Cfr. Prov. n. 20549 del 10 dicembre 2009, *Exergia / ENEL – Servizio di salvaguardia*, in Boll. n. 49/09.

propria volontà di procedere ad una sempre maggiore standardizzazione dei flussi informativi, testimoniata dalla recente evoluzione regolamentare.

44. Infine, l'AEEG ritiene essenziale che le società evidenzino *“le risorse necessarie per [l']implementazione [degli impegni] al fine di escluderle, indipendentemente da quale sarà l'evoluzione della regolazione nelle materie in esame, dalla determinazione dei costi riconosciuti”*.

45. Il parere dell'AEEG si conclude con alcune osservazioni puntuali sugli impegni presentati dai distributori del gruppo A2A.

Con riferimento alla messa a disposizione dei dati di misura e delle letture di *switching*, l'AEEG ha osservato che gli impegni coincidono con il rispetto della regolamentazione esistente.

Con riferimento al *pre-check*, e in particolare alle modalità proposte di recupero del POD fornendo altri dati identificativi del punto di prelievo, l'AEEG osserva che la matricola contatore potrebbe essere un dato di difficile reperimento; per tale motivo, l'AEEG ritiene che la richiesta della matricola contatore per ottenere il POD potrebbe non rispondere pienamente alle esigenze di facilitazione del processo di *switching* che il *pre-check* dovrebbe soddisfare.

IV.2. le osservazioni dei partecipanti al market test

46. Hanno partecipato al *market test* 3 venditori di energia elettrica al dettaglio – Sorgenia, ENEL Energia S.p.A. e Edison Energia S.p.A. – e un istituto di studi indipendente, l'Istituto Bruno Leoni. Gran parte delle osservazioni sono state presentate in forma generica, senza specifico riferimento ad un distributore o all'altro.

Le osservazioni presentate riguardavano i seguenti profili: omogeneizzazione delle procedure, modalità di *pre-check*, dati di misura, parità di trattamento, siti contendibili, vulture.

Omogeneizzazione delle procedure

47. Tutti i partecipanti al *market test* hanno sottolineato l'esigenza di una omogeneizzazione delle procedure, al fine di contenere i costi dei venditori²⁰ e massimizzare il beneficio dall'introduzione di strumenti quali i portali web dei distributori e il *pre-check*.

Con riferimento agli standard di comunicazione, Sorgenia ha rilevato che, a seguito dell'evoluzione della regolamentazione, gli impegni dei distributori di gas riguardanti l'adozione di un portale internet siano ormai superati dalla regolamentazione e che *“gli impegni presentati relativamente al sistema di comunicazione evoluto nel settore elettrico vanno nella direzione già intrapresa dalla regolazione di settore e sono, pertanto, da ritenersi obblighi oggettivi per tutti i distributori”*. Secondo Sorgenia, A2A RE dovrebbe impegnarsi ad estendere, a partire dal 1° ottobre 2010, il sistema attualmente previsto per le prestazioni di qualità commerciale alle richieste di *switching* e alle comunicazioni sulle letture e sui consumi stimati.

Modalità di pre-check

48. Con riferimento al *servizio di pre-check*, Sorgenia, Edison ed ENEL Energia hanno esplicitamente indicato come standard di riferimento ENEL Distribuzione per il settore elettrico²¹;

²⁰ La preoccupazione dei venditori che si interfacciano con diversi distributori è, nelle parole di Edison Energia, quella di dover “programmare ed ingegnerizzare processi specifici per ogni singolo applicativo informatico, con prevedibili oneri sia operativi sia commerciali. La maggiore complessità si tradurrebbe in un peggioramento della qualità del servizio ai clienti e in un aumento, anziché una riduzione, dei costi complessivi del sistema”.

²¹ Cfr. *Exergia / ENEL*, cit.

Edison e ENEL Energia hanno indicato l'applicativo *GasOnLine* implementato da Italgas come standard di riferimento per il settore gas.

49. Riguardo al settore elettrico, ENEL Energia ha osservato come la modalità di “correzione” del codice fiscale utilizzata da ENEL Distribuzione – fornitura del codice fiscale / partita IVA corretto associato ad un dato POD qualora il codice fiscale / partita IVA inserito sia difforme per non più di due caratteri alfanumerici – appaia superiore ad altre proposte, in quanto garantirebbe *“l’univoca individuazione del cliente interessato contenendo, peraltro, il rischio di condotte commerciali scorrette che potrebbero essere attuate dalle agenzie di vendita in presenza di sistemi di controllo / verifica particolarmente laschi”*. Edison Energia, al contrario, ha auspicato che *“il servizio di pre-check [renda] disponibili al venditore [...] anche i dati fiscali (codice fiscale o partita IVA) fondamentali alla corretta acquisizione e gestione del cliente, ad esempio per il godimento del beneficio del Bonus sociale”*.

Riguardo invece alle modalità di recupero del POD, ENEL Energia ha rilevato che l'utilità e l'efficacia della funzionalità di recupero del POD mancante potrebbe essere compromessa dalla richiesta di inserimento di dati che identifichino univocamente il punto di prelievo di difficile reperimento.

Dati di misura

50. Edison e Sorigenia hanno sottolineato le criticità relative ai dati di misura, in particolare riguardo sia alla qualità dei dati stessi, sia alle tempistiche di comunicazione dei dati, sia alle incongruità tra i dati comunicati dai distributori ai venditori ai fini della fatturazione dei clienti finali e quelli utilizzati dai distributori ai fini dell'addebito dei costi dei servizi di rete forniti dai distributori stessi – in primo luogo, il trasporto del gas e dell'elettricità sulla propria rete.

51. Sorigenia ha osservato che un generico impegno di messa a disposizione dei dati di misura *“non ha in sé nessun valore di certezza e di trasparenza né sull'effettivo scambio di dati, né (soprattutto) sulla qualità dei dati scambiati”*.

Sorigenia richiede quindi che *“le società di distribuzione, responsabili anche del servizio di misura, mettano a disposizione dei venditori, ancor prima dei dati relativi ai consumi, tutti i dati tecnici²² rilevanti al fine di individuare le caratteristiche di ogni singolo PDR o POD”*, dai quali dipendono i consumi fatturati ai clienti finali, i servizi di rete fatturati al venditore e la congruità tra i volumi su cui sono basati i corrispettivi per i servizi di rete e i volumi consumati dai clienti serviti da un certo venditore.

52. In merito alla qualità dei dati scambiati, Sorigenia chiede che i distributori si impegnino a fornire *“i dati di misura al venditore rispettando un livello di qualità almeno pari al 90%, dove per qualità si intende che il dato di lettura deve essere reale (non stimato) e direttamente utilizzabile in quanto validato attraverso un algoritmo che certifichi la coerenza del dato stesso”*. Una richiesta analoga è stata formulata da Edison Energia.

²² Per il gas, si tratterebbe di: codice identificativo prestazione, codice identificativo mittente e destinatario, PDR, matricola contatore, presenza o meno di apparecchiature di correzione volumi gas, coefficiente di conversione C, data e ora della lettura, accessibilità del misuratore (accessibile, parzialmente acces., non acces.), se la lettura è stata effettuata dal distributore o dal cliente finale, motivazione dell'eventuale fallimento tentativo di lettura, tipo di lettura (*switch*, commerciale, tecnica). Per l'elettricità, si tratterebbe di: codice identificativo prestazione, codice identificativo mittente e destinatario, POD, matricola contatore, potenza impegnata maggiore o minore di 16,5 kW, data e ora della lettura, accessibilità del misuratore (accessibile, parzialmente acces., non acces.), se la lettura è stata effettuata dal distributore o

I distributori dovrebbero inoltre rendere pubbliche le statistiche sulla qualità dei dati di lettura rilevati sulla propria rete (in termini di percentuale di dati reali rilevati sul totale dei punti di prelievo) e le metodologie per la stima dei consumi non rilevati.

53. Edison Energia ha sottolineato che i clienti passati al mercato libero *“hanno maggiori aspettative di servizio, di qualità e di precisione nella fatturazione sia in termini di tempestività di emissione che di correttezza dei volumi di consumo esposti (i.e. valori reali e non stimati)”* e ha auspicato che i distributori (elettrici in particolare, grazie ai contatori elettronici) si impegnino a *“rispettare la periodicità mensile nell’esecuzione delle letture elettroniche dei contatori”* e a *“assicurare [...] tempestività nella comunicazione dei dati di misura alle società di vendita”*.

Per facilitare il rispetto della periodicità mensile nell’esecuzione delle letture, evitando un accumulo all’inizio del mese, Edison Energia propone inoltre *“l’introduzione di processi di lettura frazionati nel mese”* (p.es. a inizio mese, al 10 del mese ecc.), a condizione che *“le tempistiche per il singolo cliente siano costanti”* e che sia *“equa la distribuzione delle periodicità all’interno del portafoglio clienti di ogni singola società di vendita”*.

54. Sorigenia sottolinea infine l’importanza della congruità tra i dati di misura comunicati al venditore e quelli utilizzati dal distributore per la fatturazione dei servizi di rete.

Sorigenia richiede quindi di integrare gli impegni con la messa a disposizione di due servizi di verifica preliminare, uno riguardante *“la congruità dei dati di misura (effettivi o stimati) rilevati dal distributore (o dal consumatore in caso di autolettura) [...] e i dati corrispondenti utilizzati per l’allocazione delle quantità fisiche e inviati al venditore per la fatturazione dei servizi di trasmissione, distribuzione e misura”* e l’altro concernente *“la correttezza e la congruità dei dati di connessione e dei dati di consumo relativi ai PdR e POD dei clienti forniti”*.

Sorigenia inoltre richiede che vengano messe a disposizione dei venditori *“tutte le informazioni sottostanti al calcolo delle componenti tariffarie di trasporto, distribuzione, misura e, per quanto di competenza del distributore stesso, del dispacciamento”* e che vengano previsti specifici standard per la raccolta delle letture rilevanti per la fatturazione dei servizi di rete.

Parità di trattamento

55. ENEL Energia ha sottolineato la necessità di garantire nel settore elettrico la parità di trattamento per i venditori operanti sul mercato libero.

In particolare, ENEL Energia *“ritiene necessario che le Parti implementino procedure interne in grado di garantire la completa ed effettiva separazione delle banche dati relative ai clienti appartenenti al regime di maggior tutela e quelle relative ai clienti passati al mercato libero. Tali misure [...] dovrebbero prevedere specifiche procedure - opportunamente tracciate - di disclosure dati, che consentano agli operatori terzi di poter disporre delle stesse informazioni cui ha avuto accesso la società di vendita nella formulazione delle proprie offerte per il mercato libero”*.

56. ENEL Energia ha inoltre sottolineato la necessità che venga garantita uniformità di trattamento nei confronti di ENEL Distribuzione *“riguardo alla eventuale ammissione [...] della remunerazione tariffaria dei costi sostenuti dalle Parti per l’implementazione e l’operatività delle misure proposte in materia di pre-check”*.

Quest’ultimo punto è stato sottolineato anche dall’Istituto Bruno Leoni.

dal cliente finale, motivazione dell’eventuale fallimento tentativo di lettura, modalità di accesso ai dati teleletti, tipo di lettura (switch, commerciale, tecnica).

Siti contendibili

57. ENEL Energia ricorda che le prese non attive o cessate rappresentano potenziali clienti del mercato libero e quindi la loro conoscenza contribuirebbe a ridurre le barriere all'ingresso nei mercati *retail*.

Perciò, essa richiede *“la pubblicazione sui portali web dei distributori, con riferimento sia al mercato del gas sia al mercato elettrico, dei c.d. siti contendibili (prese non attive o cessate)”*.

V. LE CONTRODEDUZIONI DI A2A, A2A RE E A2A RG

58. In data 7 giugno 2010 sono pervenute le controdeduzioni di A2A, A2A RE e A2A RG alle osservazioni formulate sugli impegni pubblicati in data 24 marzo 2010. Tali controdeduzioni sono state arricchite da chiarimenti pervenuti il 28 giugno 2010.

59. Riguardo alla generale richiesta di *omogeneità* delle procedure, A2A ha osservato che, a fronte della non univoca individuazione di uno standard da parte dei partecipanti al *market test*, *“difficilmente potrebbe essere codesta Autorità nell'esercizio delle proprie funzioni ad imporre la predisposizione di misure omogenee in quanto tale compito di standardizzazione è prerogativa dell'AEEG”*.

Inoltre, A2A ritiene che le modalità di implementazione di alcuni nuovi servizi offerti che essa propone siano superiori, dal punto di vista concorrenziale, a quelle implementate da altri distributori e per tale motivo ha deciso di non modificare i propri impegni in senso maggiormente omogeneo a quelli di altri distributori.

60. A2A ha contestato poi le affermazioni secondo cui gli impegni proposti sarebbero stati, almeno in parte, superati dalla regolamentazione.

Infatti, essi coprirebbero profili (*pre-check*, gestione dello *switching*, comunicazione delle letture via web) che non sono previsti dalla regolamentazione applicabile al settore elettrico e lo sono solo parzialmente nel caso del gas.

61. Riguardo al *pre-check*, A2A RE ritiene che il meccanismo da essa proposto sia “più pro-competitivo e più facilitante nei confronti del venditore” di quello di ENEL Distribuzione. Infatti, A2A RE non bloccherà la richiesta di *switching* neppure in presenza di una difformità tra il codice fiscale / P.IVA comunicato dal venditore e quello presente nella propria banca dati, in associazione ad un certo POD, più ampia di quella prevista nel *pre-check* implementato da ENEL Distribuzione: A2A RE non segnalerà infatti incongruenze nel caso il codice fiscale / P.IVA comunicato in associazione ad un determinato POD in sede di *pre-check* risulti coincidente per le prime tre cifre con quello presente nella banca dati di A2A RE in associazione al medesimo POD e abbia la medesima struttura. Di fatto, quindi, il sistema tollererà ben più dei 2 errori previsti da ENEL Distribuzione.

Riguardo alla funzionalità di recupero del POD, A2A RE ha proposto di eliminare dall'insieme dei dati richiesti l'indirizzo di fornitura, mentre ha ribadito la compresenza degli altri dati – e in particolare della matricola contatore – per identificare in maniera univoca il punto di fornitura.

62. Con riferimento alla qualità delle *misure* e alla congruità tra i dati inviati al venditore e quelli impiegati dal distributore per la fatturazione dei servizi di rete, A2A RE ha dichiarato che entro la fine del 2010 (e quindi con un anno di anticipo rispetto alle tempistiche regolatorie) il 95% dei punti di prelievo da essa serviti saranno dotati di un misuratore elettronico e che oltre il 91% di

essi sarà telegestito. A partire dal 1° gennaio 2011 tutti i contatori telegestiti saranno programmati per leggere a fine mese in 3 fasce orarie.

A2A RE ha inoltre precisato che *“la normale difettosità dei misuratori, i problemi di connessione con i concentratori e gli endemici problemi di trasmissione su rete elettrica comportano una riduzione del numero di letture effettive in una misura stimata tra il 10 e il 15%”*, proporzione che potrebbe ridursi a seguito di successivi interventi di ottimizzazione del sistema di telegestione.

Mensilmente, quindi, tra il 74% e il 79% almeno delle letture inviate ai venditori sarà costituito da letture reali.

63. Relativamente alle misure del gas, A2A RG, dopo aver sottolineato che l'indisponibilità di contatori teleggibili e la frequenza con cui i clienti risultano assenti al momento stabilito per la lettura del proprio contatore rende più difficilmente affrontabile il problema della qualità delle misure nel settore del gas, ha ricordato che è in corso una consultazione tra gli operatori, promossa dall'AEEG con il Documento di Consultazione 6/10, volta a definire (i) l'algoritmo di validazione delle letture che tutti i distributori saranno tenuti ad utilizzare nonché (ii) l'introduzione della cadenza dei tentativi di raccolta delle misure e la pubblicazione del relativo calendario e (iii) l'allineamento dei metodi di stima e di ripartizione dei volumi a fini allocativi e di fatturazione dei clienti finali.

In ogni caso, A2A RG *“conferma la congruità tra i dati”* comunicati al venditore e quelli utilizzati per l'allocazione delle quantità fisiche e inviati al venditore per la fatturazione dei servizi di trasmissione, distribuzione e misura.

64. A2A RE e A2A RG hanno poi rilevato che il ciclo delle letture nell'arco del mese è organizzato sulla base di criteri neutrali e non discriminatori quali la localizzazione dei contatori e gli obblighi normativi in relazione alla frequenza della rilevazione.

Sarebbe inefficiente organizzare il ciclo delle letture sulla base di altri criteri.

65. Riguardo alla richiesta di Sorgenia che *“le società di distribuzione, responsabili anche del servizio di misura, mettano a disposizione dei venditori, ancor prima dei dati relativi ai consumi, tutti i dati tecnici rilevanti al fine di individuare le caratteristiche di ogni singolo PDR o POD”*, A2A ha osservato che nel settore del gas tali dati tecnici sono già messi a disposizione da A2A RG nelle forme previste dalla regolamentazione esistente, mentre nel settore elettrico A2A RE fornisce già gran parte delle informazioni elencate da Sorgenia, sulla base di quanto previsto dalla delibera AEEG 156/07. Nel settore elettrico sarebbe comunque in corso di definizione l'insieme minimo di informazioni che i distributori devono comunicare ai venditori in relazione ai dati di misura.

66. Riguardo alle osservazioni di ENEL sulla necessità di garantire nel settore elettrico la parità di trattamento per i venditori operanti sul mercato libero, con particolare riferimento alla possibilità di disporre delle medesime informazioni sui clienti appartenenti al regime di maggior tutela, A2A RE ritiene che la parità di trattamento sia pienamente garantita dall'obbligo imposto ai distributori di permettere l'accesso tempestivo e non discriminatorio ai dati di base²³ dei clienti connessi alle proprie reti.

²³ La del. AEEG 157/07 definisce “dati di base” i dati relativi al cliente finale domestico necessari per l'invio di proposte commerciali relative alla fornitura di energia elettrica. I dati di base sono costituiti da: i) cognome e nome; ii) indirizzo civico del punto di prelievo per la fornitura di energia elettrica; iii) tipo di misuratore installato (monofase o trifase) e conformità o meno del misuratore medesimo ai requisiti previsti dagli articoli 4 e 6 della deliberazione n. 292/06; iv) consumo totale annuo espresso in kWh e indicazione del periodo cui tale consumo si riferisce; v) potenza impegnata espressa in kW.

Inoltre, le disposizioni sulla separazione amministrativa e contabile dettate dal regolatore (del. AEEG 11/07) distinguono la vendita ai clienti del mercato libero da quella ai clienti “tutelati”, distinguendo poi questi ultimi tra clienti in maggior tutela e clienti in salvaguardia.

Infine, le società del gruppo A2A “assicureranno la separazione delle banche dati secondo le modalità e le tempistiche definite dalla delibera dell’AEEG n. 11/07 e s.m.i. nonché delle eventuali norme applicative”. A2A ha chiarito che attualmente è già operante la separazione delle banche dati relative alla vendita e alla distribuzione di energia elettrica con riferimento ai clienti serviti dalle strutture ex- ASM Brescia.

VI. LE MODIFICHE ACCESSORIE AGLI IMPEGNI

67. A2A RE e A2A RG hanno apportato alcune modifiche agli impegni, che raccolgono alcune proposte migliorative emerse dal *market test*.

VI.1. Impegni accessori di A2A RE e A2A RG

68. In relazione alla richiesta che “*le società di distribuzione, responsabili anche del servizio di misura, mettano a disposizione dei venditori, ancor prima dei dati relativi ai consumi, tutti i dati tecnici rilevanti al fine di individuare le caratteristiche di ogni singolo PDR o POD*”, A2A RE si è impegnata ad includere nelle informazioni relative ai dati di misura anche l’indicazione della tipologia di misura (*switching*, commerciale, tecnica).

69. Sia A2A RG che A2A RE metteranno a disposizione dei venditori sui rispettivi portali un elenco di siti contendibili, aggiornato periodicamente, contenente per ciascuno di essi le seguenti indicazioni: per il settore elettrico: POD, indirizzo completo di fornitura, matricola contatore (ove presente), tensione, potenza contrattuale, stato del punto; per il settore del gas: PDR, indirizzo completo di fornitura, matricola contatore (ove presente), calibro del contatore (ove presente), stato del punto.

70. Sia A2A RE che A2A RG hanno eliminato l’indirizzo completo di fornitura dai dati che devono essere forniti per recuperare il POD nel settore elettrico e il PDR o la matricola contatore nel settore del gas.

VI.2. tempistica definitiva di attuazione

71. Gli impegni sono a tempo indeterminato. A2A RE e A2A RG si sono impegnate a dare attuazione ai propri impegni entro il termine massimo di tre mesi dalla loro eventuale accettazione da parte dell’Autorità per quanto riguarda gli impegni originari e nel termine di quattro mesi per quanto riguarda la pubblicazione dell’elenco dei siti contendibili.

VII. VALUTAZIONI

72. Gli impegni presentati dalle parti appaiono idonei a rimuovere le preoccupazioni concorrenziali evidenziate in sede di avvio e proporzionati all’obiettivo perseguito.

Nel caso di specie, le preoccupazioni concorrenziali dell’Autorità nascevano dalla constatazione che la discriminazione nella qualità dei servizi forniti, in particolare attraverso l’adozione di procedure inefficienti, accresce il costo di competere dei venditori al dettaglio di energia elettrica e gas nuovi entranti. Ciò favorisce i venditori *incumbent* – che appartengono allo stesso gruppo societario dei distributori – i quali sono avvantaggiati dal possesso di un patrimonio informativo

sui piccoli clienti ancora attuale, sia riguardo all'anagrafica che ai profili di consumo; tale patrimonio deriva loro dall'essere stati i fornitori storici di tali clienti prima che diventassero idonei e dall'esserlo rimasti per la maggior parte di essi anche dopo che essi hanno acquisito la capacità di scegliere liberamente i propri fornitori, a causa dei bassi tassi di *switching*.

In un quadro dominato da una tariffa di riferimento fissata dal regolatore a livelli che comprendono solo una modesta copertura dei costi di commercializzazione al dettaglio e da una bassa propensione al cambio fornitore da parte soprattutto dei clienti domestici, ogni efficienza di costo risulta preziosa per favorire lo sviluppo di una concorrenza sostenibile dal punto di vista economico-finanziario nei mercati della vendita al dettaglio di energia elettrica e gas. Un comportamento inefficiente dei distributori configura quindi una oggettiva limitazione della concorrenza nei mercati della vendita al dettaglio di energia elettrica e gas.

73. Gli impegni presentati da A2A, A2A RE e A2A RG sono volti a introdurre procedure efficienti per la gestione dei rapporti con i venditori, che ridurranno i costi che i venditori devono sostenere sia in fase di *switching* che nella successiva prosecuzione del rapporto commerciale e che limiteranno fortemente il vantaggio informativo di cui godono i venditori *incumbent* – nel caso di specie, A2A Energia, ASMEA, BasOmniServizi e Tidone Energie – nei mercati della vendita di energia elettrica e gas ai piccoli clienti.

Nel complesso, quindi, grazie anche all'evoluzione della regolamentazione, verranno in larga misura rimosse le opportunità di discriminazione dei venditori concorrenti dei venditori integrati da parte dei distributori del gruppo.

74. Gli impegni appaiono proporzionati allo scopo, in quanto non esistono impegni altrettanto efficaci e meno gravosi per le imprese, che ottengano il medesimo risultato.

Da un lato, infatti, le procedure che verranno introdotte a seguito dell'accettazione degli impegni incideranno in misura minimale sul percorso di integrazione delle strutture informatiche delle società che hanno dato vita al gruppo A2A.

Dall'altro lato, gli impegni tengono conto del fatto che il livello raggiunto dall'installazione di contatori elettronici e dal tasso di successo della tele-lettura riduce grandemente nel settore elettrico il ricorso a stime dei consumi e quindi la possibilità di errori, nonché l'eventualità di disallineamenti tra i dati di misura inviati ai venditori e quelli usati per la fatturazione dei servizi di rete.

Infine, gli impegni accettati appaiono sostanzialmente coerenti con l'evoluzione prevedibile della regolamentazione e appaiono prefigurare un sistema che fluidifica notevolmente i meccanismi di *switching* e facilita la concorrenza.

Il portale web

75. L'adozione di uno strumento di comunicazione evoluto per gli scambi di informazioni tra distributore e venditore appare una misura minimale diretta a facilitare tali comunicazioni e quindi a ridurre i costi operativi dei venditori.

Nonostante allo stato attuale essa sia ormai un obbligo regolamentare, va rilevato che mentre l'obbligo regolamentare è riferito in primo luogo alle prestazioni commerciali del distributore, negli impegni presentati da A2A RE e A2A RG l'adozione di uno strumento di comunicazione evoluto è diretto in primo luogo alle procedure di *switching* e a creare un'interfaccia e una struttura adatti allo svolgimento del *pre-check* e alla messa a disposizione dei dati di misura. Esso appare

quindi funzionale a migliorare le prestazioni del distributore in aree rilevanti per lo sviluppo della concorrenza, che non sono state lo scopo primario dell'obbligo regolamentare.

In questo senso, l'impegno delle Parti ha un valore che trascende e arricchisce la regolazione esistente.

Le procedure di pre-check

76. Il *pre-check* appare incidere direttamente su una delle preoccupazioni concorrenziali dell'Autorità – l'asimmetria informativa tra venditori integrati e non integrati e il maggior costo medio di acquisizione del cliente collegato alla minore qualità dei dati del nuovo entrante – mettendo a disposizione dei venditori uno strumento di verifica e miglioramento della qualità dei dati a propria disposizione, anche attraverso interrogazioni massive.

Esso quindi rappresenta un importante strumento – non previsto dalla regolamentazione esistente ma ad essa complementare – per accrescere la concorrenzialità dei mercati della vendita di energia elettrica al dettaglio, attraverso una fluidificazione delle procedure di *switching*.

77. In questo contesto, occorre rilevare che, pur essendo vero che le procedure proposte per il *pre-check* richiedono un insieme di dati più ampio di quello richiesto dalle procedure di ENEL Distribuzione e di Italgas²⁴, si tratta di dati senza alcun dubbio già nella disponibilità dei venditori al momento in cui effettuano il *pre-check*.

In ogni caso, l'oggetto del *pre-check* rimane la verifica della coppia di dati in possesso del venditore. L'esito del *pre-check* non potrà in alcun modo essere subordinato alla verifica dell'esattezza degli altri dati forniti in sede di verifica preliminare – cosa peraltro non prevista dagli impegni di A2A RE e A2A RG.

78. Nel settore elettrico, inoltre, il minor rigore dei requisiti di conformità del codice fiscale /P.IVA comunicato dal venditore con quello presente nella banca dati di A2A RE potrebbe avere una importante e positiva conseguenza: quella di permettere lo *switching* anche senza aver effettuato la voltura, in situazioni quali quella in cui un figlio sia subentrato al padre in un appartamento ma abbia lasciato a nome del padre il contratto di fornitura dell'energia elettrica.

L'asserita maggiore concorrenzialità della procedura proposta da A2A RE andrà comunque giudicata non solo in termini di successo degli *switching*, ma anche rispetto ad un eventuale aumento delle contestazioni di tali *switching*, riconducibili a codici fiscali errati.

In tal caso, l'Autorità valuterà se sussistono i presupposti per riaprire il presente procedimento.

79. Per quanto riguarda le limitazioni imposte alle funzionalità di recupero del POD e del PDR (possibile *on-line* ma non in modalità massiva), esse appaiono giustificate dall'esigenza di impedire comportamenti opportunistici da parte dei *traders*.

I dati richiesti per il recupero del POD e del PDR / matricola contatore mancante, inoltre, appaiono comunque di facile reperibilità per il cliente finale e per il venditore. In ogni caso, si osserva che il POD è facilmente rilevabile dai contatori elettronici e quindi l'uso di tale funzionalità dovrebbe essere limitato alla quota residuale di contatori elettromeccanici ancora in servizio, sui quali è ben visibile la matricola contatore.

²⁴ Per ENEL Distribuzione, cfr. *Exergia / ENEL*, cit. L'applicativo GasOnLine di Italgas, a fronte dell'inserimento del solo PDR o della matricola contatore, restituisce il dato mancante e una serie di altre informazioni sul punto di prelievo.

Impegni relativi alle misure

80. Gli impegni di A2A RE relativi ai dati di misura vanno inquadrati nel contesto della installazione dei contatori elettronici – che entro il 2010 copriranno il 95% degli utenti di A2A RE – e della telelettura di tali misuratori.

A2A RE si è dichiarata in grado di teleggere ogni mese – ossia di ottenere una lettura effettiva – tra l'85% e il 90% dei contatori elettronici telegestiti. Ciò significa che in media A2A RE sarà in grado di fornire una lettura effettiva per almeno il 74% dei POD allacciati alla propria rete. Tale percentuale salirà almeno all'80% quando tutti i contatori elettronici saranno anche telegestiti. Per i rimanenti POD, A2A RE disporrà di una lettura stimata, dovuta soltanto a temporanei problemi tecnici nel caso di contatori elettronici²⁵.

Tali percentuali, per quanto inferiori a quelle richieste dai venditori partecipanti al *market test*, possono essere ritenute, allo stato, proporzionate all'esperienza e alle capacità di A2A RE.

81. I dati di misura composti in così larga misura da dati effettivi (e non stimati) verranno utilizzati ai fini della fatturazione dei venditori e verranno messi a disposizione dei venditori stessi attraverso il portale.

Per i dati effettivi, dunque, non potranno sorgere differenze tra i dati comunicati ai venditori e quelli impiegati da A2A RE per la fatturazione dei servizi di rete. Tali dati effettivi saranno disponibili – tenuto conto della frequenza dei guasti al sistema di tele-lettura o al contatore stesso – per almeno il 74% dei POD sulla rete A2A RE, destinato a divenire almeno l'80% una volta che tutti i contatori elettronici siano telegestiti.

In presenza di una così elevata proporzione di letture effettive, è possibile escludere significative e sistematiche discrasie tra i dati comunicati ai venditori e quelli impiegati dal distributore per la fatturazione dei servizi di rete.

Inoltre, verrà drasticamente ridotta la possibilità che siano imputate ad un punto di prelievo stime largamente erranee.

Infine, l'elevata percentuale di contatori telegestiti²⁶ ridurrà significativamente lo spazio per comportamenti opportunistici legati alla comunicazione di stime deliberatamente errate, nella misura in cui A2A RE non scenda al di sotto delle percentuali di letture reali sul totale dichiarate nelle proprie controdeduzioni al *market test*.

82. Le modalità di messa a disposizione di questi dati di misura cui A2A RE si è impegnata, inoltre, non solo rappresentano un significativo miglioramento rispetto alla situazione esistente al momento dell'avvio, ma permetteranno ai venditori di ottenere dati di misura affidabili – perché validati – in tempi brevi secondo la modalità più avanzata prevista dalla regolamentazione che non implichi investimenti aggiuntivi da parte loro.

83. Gli impegni di A2A RG vanno valutati con riferimento alla diversa situazione esistente nel settore del gas, dove la gran parte delle misure è stimata, in quanto mancano contatori elettronici e i contatori esistenti sono generalmente all'interno delle abitazioni e quindi di più difficile lettura.

La messa a disposizione dei dati di misura attraverso il portale rappresenta un significativo miglioramento nei rapporti con i venditori, permettendo loro di accedere ai dati di misura in tempi brevi e secondo la modalità più avanzata prevista dalla regolamentazione che non implichi

²⁵ La disponibilità di una serie di misure tele-lette permette inoltre di stimare in maniera più precisa il dato mensile mancante a causa di un problema tecnico.

²⁶ Ossia, di contatori elettronici effettivamente in grado di fornire una lettura reale attraverso il sistema di tele-lettura.

investimenti aggiuntivi da parte loro. Ciò permetterà loro di svolgere tempestivamente verifiche volte all'identificazione di eventuali dati errati, riducendo la possibilità che i venditori al dettaglio di gas incorrano in costi finanziari e reputazionali ingiustificati a causa di letture errate.

L'elenco dei siti contendibili

84. La messa a disposizione sui rispettivi portali degli elenchi dei siti contendibili sulle proprie reti permette a tutti i *trader* di accedere ad informazioni utili per acquisire nuovi clienti, che prima erano nella sola disponibilità di A2A RE e A2A RG e, eventualmente, dei venditori del gruppo A2A, favorendo lo sviluppo della concorrenza nei mercati rilevanti per il procedimento.

La parità di trattamento tra venditori

85. Per ciò che concerne la richiesta di approntare procedure che garantiscano ai venditori non integrati operanti sul mercato libero dell'energia elettrica l'accesso ai medesimi dati ai quali hanno accesso i venditori incumbent operanti sia sul mercato libero che come fornitori dei clienti in maggior tutela, si osserva come lo stesso *pre-check* miri a ridurre il vantaggio informativo detenuto dai venditori integrati in assenza di separazione almeno logica delle banche dati relative ai clienti del mercato libero e dei clienti in maggior tutela – o di misure di effetto equivalente. In tale direzione va senza dubbio anche l'obbligo per i distributori elettrici di garantire accesso tempestivo e non discriminatorio ai c.d. "dati di base".

86. Il gruppo A2A ha comunque dichiarato che le proprie società di vendita sul mercato libero intraprendano azioni commerciali nei confronti dei clienti serviti in maggior tutela basandosi soltanto sui "dati di base" ai quali i venditori non integrati avrebbero accesso.

Tale elemento suggerisce che il gruppo A2A sia ben cosciente della problematica della parità di trattamento delle società di vendita operanti sul mercato libero e che stia già ponendo in essere azioni volte ad impedire lo sfruttamento dei vantaggi informativi di cui possono godere i venditori integrati di energia elettrica appartenenti al gruppo A2A.

87. Nel complesso, gli impegni presentati appaiono quindi in grado di fugare le preoccupazioni concorrenziali espresse dall'Autorità nel provvedimento di avvio, a condizione che il quadro prestazionale relativo alle letture reali nel settore elettrico non peggiori rispetto a quanto dichiarato e che non venga meno il rispetto delle tempistiche previste per la messa a disposizione dei dati di misura ai venditori al dettaglio.

88. L'Autorità, ai fini e per gli effetti di quanto previsto dall'articolo 14-ter della legge n. 287/90, vigilerà sull'esecuzione di questi impegni e verificherà la persistente idoneità degli impegni stessi a eliminare le preoccupazioni concorrenziali espresse nel provvedimento di avvio. In tal senso, l'Autorità si riserva di riaprire d'ufficio il procedimento in presenza di una modifica della situazione di fatto e di diritto rispetto ad ogni elemento su cui si fonda la decisione – e in particolare con riguardo (i) alla proporzione di letture effettive comunicate ai venditori e al loro impiego per la fatturazione dei servizi di rete da parte dei distributori al fine di evitare discrasie, (ii) al rispetto della parità di trattamento dei venditori sul mercato libero, (iii) al rispetto delle tempistiche di comunicazione dei dati di misura, (iv) alla variazione delle condizioni concorrenziali dei mercati rilevanti e (v) all'evoluzione regolamentare -, nonché qualora le parti contravvenissero agli impegni assunti e resi obbligatori con il presente provvedimento.

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati dalle società A2A S.p.A., A2A Reti Elettriche S.p.A. e A2A Reti Gas S.p.A. in data 16 novembre 2009, così come integrati da ultimo in data 1° settembre 2010, sono tali da fare venire meno i profili anticoncorrenziali oggetto dell'istruttoria;

RITENUTO di dover disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni, ai sensi dell'articolo 14-ter, comma 1, della legge n. 287/90;

RITENUTO, infine, di poter chiudere il procedimento nei confronti di A2A S.p.A., A2A Reti Elettriche S.p.A. e A2A Reti Gas S.p.A. senza accertare l'infrazione ai sensi dell'articolo 14-ter della legge citata;

DELIBERA

a) di rendere obbligatori gli impegni, ai sensi dell'articolo 14-ter, comma 1, della legge n. 287/90, nei confronti delle società A2A S.p.A., A2A Reti Elettriche S.p.A. e A2A Reti Gas S.p.A. nei termini sopra descritti e allegati al presente provvedimento di cui fanno parte integrante;

b) di chiudere il procedimento nei confronti delle società A2A S.p.A., A2A Reti Elettriche S.p.A. e A2A Reti Gas S.p.A. senza accertare l'infrazione ai sensi dell'articolo 14-ter, comma 1, della legge n. 287/90;

c) che la società A2A Reti Elettriche S.p.A. dovrà presentare, entro centoventi giorni dalla notifica del presente provvedimento, e successivamente con cadenza semestrale, per i due anni seguenti, una relazione dettagliata sull'attuazione dell'insieme degli impegni assunti e delle attività connesse, nonché su alcuni elementi strutturali su cui si fonda la presente decisione, con particolare riferimento: (i) all'effettuazione degli *switching* attraverso il portale e al tasso di successo delle richieste di *switching*, distinguendo quelle presentate dalle società di vendita del gruppo A2A da quelle presentate dall'insieme degli altri trader, (ii) alle funzionalità di *pre-check*, descrivendone l'attuazione, l'uso da parte dei *trader* e le eventuali difficoltà riscontrate nel recupero del POD o nell'accettazione di codici fiscali e partite IVA parzialmente difformi, (iii) al contenzioso eventualmente verificatosi sugli *switching* effettuati, evidenziando quello originato da contestazioni in merito al codice fiscale, (iv) ai costi sostenuti per l'implementazione del *pre-check*, (v) alla messa a disposizione dei dati di misura (sia in occasione degli *switching* che con riguardo alle letture periodiche), descrivendo le modalità di accesso ai dati di misura, fornendo esempi dei *files* messi a disposizione e segnalando i motivi di eventuali ritardi (rispetto alle tempistiche regolamentari o previste dagli impegni), (vi) al peso dei contatori elettronici installati sul totale dei POD serviti, alla percentuale di contatori elettronici effettivamente telegestiti e alla percentuale di tele-letture validate, (vii) alla congruenza tra i dati di misura messi a disposizione dei venditori e quelli utilizzati per la fatturazione dei servizi di rete, (viii) alla messa a disposizione dei dati sui siti contendibili;

d) che la società A2A Reti Gas S.p.A. dovrà presentare, entro centoventi giorni dalla notifica del presente provvedimento, e successivamente con cadenza semestrale, per i successivi due anni, una relazione dettagliata sull'attuazione dell'insieme degli impegni assunti e delle attività connesse,

con particolare riferimento: (i) all'effettuazione degli *switching* attraverso il portale e al tasso di successo delle richieste di *switching*, distinguendo quelle presentate dalle società di vendita del gruppo A2A da quelle presentate dall'insieme degli altri trader, (ii) alle funzionalità di *pre-check*, descrivendone l'attuazione, l'uso da parte dei *trader* e le eventuali difficoltà riscontrate nel recupero di PDR o matricola contatore, (iii) ai costi sostenuti per l'implementazione del *pre-check*, (iv) alla messa a disposizione dei dati di misura (sia in occasione degli *switching* che con riguardo alle letture periodiche), descrivendo le modalità di accesso ai dati di misura, fornendo esempi dei *files* messi a disposizione e segnalando i motivi di eventuali ritardi (rispetto alle tempistiche regolamentari o previste dagli impegni), (v) alla congruenza tra i dati di misura messi a disposizione dei venditori e quelli utilizzati per la fatturazione dei servizi di rete, (vi) alla messa a disposizione dei dati sui siti contendibili;

e) che la società A2A S.p.A. dovrà presentare, entro centoventi giorni dalla notifica del presente provvedimento, e successivamente con cadenza semestrale, per i successivi due anni, una relazione dettagliata sulle azioni messe in atto per garantire parità di accesso alle informazioni sui clienti in maggior tutela allacciati alla rete di A2A Reti Elettriche S.p.A. a tutti i venditori operanti sul mercato libero.

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 Lazio, ai sensi dell'articolo 33, comma 1, della legge n. 287/90, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, 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.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

A411A – SORGENIA/ACEA

Provvedimento n. 21529

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 settembre 2010;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287, e in particolare l'art. 14-ter introdotto dalla legge 4 agosto 2006, n. 248, che ha convertito con modifiche il decreto legge 4 luglio 2006, n. 223;

VISTO l'articolo 102 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea ("TFUE");

VISTA la propria delibera del 29 aprile 2009, con la quale è stata avviata, ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, un'istruttoria nei confronti delle società ACEA S.p.A. e ACEA Distribuzione S.p.A., volta ad accertare eventuali violazioni dell'articolo 82 del Trattato CE (ora art. 102 TFUE);

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 del TFUE);

VISTA la "*Comunicazione sulle procedure di applicazione dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90*", adottata dall'Autorità con delibera del 12 ottobre 2006 e pubblicata sul bollettino n. 39 del 16 ottobre 2006;

VISTA la comunicazione del 5 agosto 2009, modificata per ultimo il 9 marzo 2010, con la quale le società ACEA S.p.A. e ACEA Distribuzione S.p.A., secondo modalità e tempistiche indicate specificatamente nell'apposito "*Formulario per la presentazione degli impegni ai sensi dell'art. 14-ter della legge n. 287/90*", hanno presentato impegni ai sensi dell'art. 14-ter della legge n. 287/90;

VISTA la propria delibera adottata in data 18 marzo 2010, con cui è stata disposta la pubblicazione degli impegni presentati dalle società ACEA S.p.A. e ACEA Distribuzione S.p.A. ed è stato fissato al 30 giugno 2010 il termine per l'adozione di una decisione sugli impegni ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90;

VISTE le osservazioni dei terzi interessati e le controdeduzioni da parte di ACEA S.p.A. e ACEA Distribuzione S.p.A.;

VISTE le modifiche accessorie agli impegni, comunicate da ACEA S.p.A. e ACEA Distribuzione S.p.A. in data 10 giugno 2010;

VISTA la propria delibera adottata in data 9 giugno 2010, con cui è stata disposta la proroga al 31 ottobre 2010 del termine per l'adozione di una decisione sugli impegni ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90 e del termine per la conclusione del procedimento;

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

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Acea S.p.A. (ACEA) opera, direttamente e tramite società controllate, nell'attività di approvvigionamento, produzione, trasporto, trasformazione e distribuzione di energia elettrica e calore; nella gestione integrata delle risorse idriche e nella progettazione, realizzazione e gestione dei sistemi di illuminazione pubblica e di impianti semaforici.

ACEA opera nella distribuzione di energia elettrica nei comuni di Roma e Formello (RM) tramite Acea Distribuzione S.p.A. e nella vendita di energia elettrica e gas tramite AceaElectrabel Elettricità S.p.A..

Il 51% del capitale sociale di ACEA è detenuto dal Comune di Roma. Gli altri azionisti principali sono il gruppo GdF Suez (10%), il gruppo Caltagirone (8%), Pictet Funds (4%). La restante parte del capitale sociale è quotata sul mercato azionario.

Nel 2009 il fatturato consolidato di ACEA è stato pari a 2,9 miliardi di euro circa, realizzato quasi totalmente in Italia.

2. Sorigenia S.p.A. è una società attiva sia nella generazione di energia elettrica – attraverso impianti termoelettrici, idroelettrici, eolici e solari – sia nella vendita di energia elettrica e gas a clienti finali.

Sorigenia è controllata, attraverso CIR S.p.A., dalla famiglia De Benedetti, che ne detiene il 52% circa del capitale sociale attraverso Sorigenia Holding. Le rimanenti quote sono di proprietà di Verbund A.G., il maggior produttore e distributore di energia elettrica in Austria nonché uno dei maggiori produttori europei da fonte idroelettrica (44,8%), del management (2,2%) e del Monte dei Paschi di Siena S.p.A. (1,2%).

Il fatturato consolidato realizzato da Sorigenia nel 2009 è stato pari a 2.326 milioni di euro.

II. IL FATTO

II.1. I comportamenti contestati

a) Il contesto: switching, misure e ruolo del distributore

3. Oggetto del presente procedimento è il rapporto tra distributore di energia elettrica e venditore al dettaglio di energia elettrica, con particolare riferimento ai processi di cambiamento del fornitore di energia elettrica (c.d. *switching*) e alle comunicazioni da parte del distributore dei dati di misura relativi ai prelievi effettuati dai clienti del venditore.

4. Con particolare riferimento allo *switching*, è possibile distinguere una fase di *switching* operativo ed una successiva di *switching* commerciale.

Lo *switching* operativo è preceduto da una attività di individuazione, contatto e acquisizione clienti piuttosto onerosa per i venditori.

Nella fase di *switching operativo* il distributore e il venditore entrante si scambiano informazioni e dati funzionali all'attivazione del servizio di trasporto a favore del cliente acquisito da parte del venditore entrante e al passaggio del punto di prelievo oggetto di *switching* dal contratto di trasporto e dispacciamento del venditore uscente a quello del venditore entrante.

L'esecuzione materiale dello *switching* operativo richiede la comunicazione da parte del venditore entrante al distributore di una coppia di dati che identificano univocamente il punto di prelievo

oggetto di *switching* (POD e codice fiscale / partita IVA)¹. Il Distributore verifica che la coppia comunicata sia presente nel suo database² e, in caso affermativo, effettua lo *switching*. In caso negativo, la richiesta è respinta.

La fase di *switching commerciale* inizia quando quella operativa si conclude e ha a sua volta termine con la comunicazione al venditore entrante e a quello uscente della c.d. “lettura di *switching*”, che chiude il rapporto commerciale pre-esistente e apre quello con il nuovo fornitore.

5. Una volta avvenuto lo *switching* ed instauratosi il rapporto commerciale con il nuovo fornitore, nell’attuale assetto regolatorio il venditore dipende dal distributore per la messa a disposizione dei dati di misura dei prelievi di elettricità dalla rete. Tali dati sono essenziali per una corretta fatturazione del cliente finale – e quindi sia per la qualità percepita del servizio reso dal venditore al cliente finale, sia per il regolare finanziamento dell’attività di vendita stessa. Inoltre, tali dati vengono utilizzati per la fatturazione al venditore dei servizi di rete forniti direttamente e indirettamente dal distributore e per la regolazione degli sbilanciamenti in prelievo da parte dei venditori.

b) La denuncia di Sorgenia e l’avvio del procedimento

6. Il procedimento istruttorio è stato avviato a seguito di una segnalazione da parte di Sorgenia – pervenuta il 27 ottobre 2008 ed integrata il 3 febbraio, 7 e 10 aprile 2009 - concernente presunti abusi di posizione dominante commessi da diversi gruppi societari verticalmente integrati, attivi sia nella distribuzione, sia nella vendita di energia elettrica e di gas, tra cui il gruppo ACEA, con particolare riferimento alle condotte della società di distribuzione elettrica, ACEA Distribuzione (“AD”).

7. In data 29 aprile e 7 maggio 2009 l’Autorità ha avviato diverse istruttorie nei confronti di distributori di gas ed energia elettrica su fattispecie simili (i “procedimenti paralleli”)³.

In particolare, l’Autorità ha avviato il 29 aprile 2009 un’istruttoria volta a verificare l’esistenza di ostacoli e ritardi messi in atto dalle società di distribuzione del gruppo ACEA nei confronti degli operatori nuovi entranti nella vendita ai clienti del mercato elettrico domestico e delle piccole imprese in BT. Tali condotte, in una situazione di scarsa dinamicità del mercato della vendita di energia elettrica, avrebbero, da un lato, costituito un ulteriore freno ad operazioni di *switching* dei clienti verso società nuove entranti e, contestualmente, per il fatto di mantenere lo *status quo ante*, avrebbero favorito la società di vendita del gruppo ACEA – ACEA Electrabel Elettricità (“AEE”) - , che avrebbe potuto far leva sulla propria reputazione e sulla disponibilità di dati storici sui piccoli clienti serviti alla tariffa definita dal regolatore settoriale per mantenerne il controllo – predisponendo offerte appetibili ai clienti desiderosi di passare al mercato libero nel caso elettrico oppure continuando a servire i clienti non interessati a cambiare offerta.

8. In particolare, la condotta di AD nei confronti dei venditori entranti nelle aree da essa servita sarebbe stata caratterizzata da: (i) uno scarso rispetto della tempistica prevista dalla regolazione, con conseguenti ritardi nell’esecuzione degli *switching*; (ii) il mancato svolgimento di qualsiasi attività utile a correggere eventuali errori nei dati comunicati dal venditore entrante, pur

¹ Il POD (*Point of Delivery*) è un codice alfanumerico associato univocamente ad un certo punto di prelievo di elettricità.

² La coppia di dati deve corrispondere ad una presente nel database del distributore. Il fatto che i singoli dati siano presenti non è sufficiente ad ammettere lo *switching*. Si noti che ciò che conta è la corrispondenza tra quanto comunicato dal venditore e quanto presente nel database del distributore, non l’esattezza del dato comunicato dal venditore.

disponendo delle informazioni necessarie ad individuare la fonte dell'errore; (iii) la mancanza di strumenti informatici adeguati per interfacciarsi con i venditori, tra cui un applicativo *web based* che consentisse di verificare l'iter dello *switching*; ciò avrebbe reso eccessivamente oneroso lo *switching* operativo anche nel caso in cui fosse andato a buon fine.

AD avrebbe inoltre: (iv) fornito con difficoltà le misure di *switching* previste dalla delibera dell'Autorità per l'Energia Elettrica ed il Gas ("AEEG") n. 42/08 e lo storico dei consumi (anch'esso previsto dalla del. n. 42/08); (v) comunicato con ritardo i dati di lettura definitivi necessari alla regolazione degli sbilanciamenti in prelievo sulla base del *load profiling* (del. AEEG n. 111/06 e n. 278/07); (vi) frapposto difficoltà nell'ottenimento delle informazioni relative ai punti di prelievo acquisiti (profilo, potenza impegnata, potenza disponibile, dati del contatore e altro); (vii) frapposto ostacoli e ritardi nell'esecuzione delle prestazioni relative ad aumenti di potenza.

9. In data 7 maggio 2009 sono state svolte ispezioni presso le sedi di ACEA, AD e AEE, e sono state richieste informazioni regolarmente fornite dalle Parti.

c) I mercati rilevanti individuati nel provvedimento di avvio

10. Nel provvedimento di avvio si è ipotizzato che i mercati rilevanti per la valutazione delle condotte in esame fossero due mercati a monte – quelli della distribuzione – e due mercati a valle – quelli della vendita al dettaglio di elettricità.

I mercati a monte ipotizzati nell'avvio erano i seguenti:

a) *distribuzione di energia elettrica*, di dimensione geografica locale, coincidente con l'area di attribuzione di ciascuna concessione esclusiva, in prima approssimazione il territorio comunale; il concessionario risulta in posizione di monopolio nel mercato rilevante; nel caso di specie, i mercati rilevanti coincidono con il territorio dei comuni di Roma e Formello.

b) *servizi di misura dell'energia elettrica*; tali attività, pur non facendo parte della concessione di distribuzione⁴, risultano egualmente attribuite al distributore⁵; esse configurano un mercato rilevante distinto di dimensione geografica locale, pari a quella del collegato mercato della distribuzione; su di esso risultano quindi in posizione dominante i singoli distributori locali.

11. I mercati rilevanti a valle ipotizzati nel provvedimento di avvio erano invece i seguenti:

a) vendita di energia elettrica al dettaglio a clienti domestici;

b) vendita di energia elettrica al dettaglio a clienti non domestici allacciati in bassa tensione.

Per quanto riguarda la vendita di energia elettrica, secondo costante giurisprudenza comunitaria e nazionale, possono essere distinti separati mercati del prodotto per la vendita a categorie diverse di clienti finali, in particolare tra vendita ai clienti domestici e non domestici e, tra questi ultimi, tra vendita a clienti di differenti dimensioni e caratteristiche, sintetizzate nel tipo di allacciamento alla rete (bassa tensione, media tensione, alta tensione)⁶. Non sono stati finora individuati mercati

³ Cfr. provv. 19802, *Sorgenia / A2A*, provv. 19804, *Sorgenia / Italgas*, del 29 aprile 2009, in Boll. n. 17/09; provv. 19836, *Sorgenia / HERA*, provv. 19837, *Sorgenia / Iride* del 7 maggio 2009, in Boll. n. 18/09.

⁴ Cfr. delibera AEEG 37/01 e i decreti del Ministero dell'Industria del 3 maggio 2001 di approvazione di numerose concessioni di distribuzione elettrica.

⁵ Secondo la delibera AEEG 348/07, art. 21.2: Il soggetto responsabile della raccolta e della validazione e registrazione delle misure dell'energia elettrica è [...] con riferimento ai punti di prelievo, l'impresa distributrice per i clienti finali che prelevano l'energia elettrica da tali punti.

⁶ cfr. M3440 – *Eni – GDP – EDP*, §64 e *GdF/Suez* (M1480), deciso il 14 novembre 2006, §§688-692.

distinti per i clienti idonei che si approvvigionano a prezzi di mercato e per i clienti idonei che hanno invece continuato ad approvvigionarsi alla tariffa di riferimento definita dal regolatore⁷.

Considerato che i comportamenti segnalati riguardano prevalentemente clienti allacciati in bassa tensione, i mercati del prodotto rilevanti per la loro valutazione sono pertanto: la vendita al dettaglio ai clienti domestici e la vendita al dettaglio ai clienti non domestici connessi in bassa tensione.

A causa della prevalenza tra i clienti domestici della fornitura in regime di maggior tutela effettuata dalla società di vendita facente parte dello stesso gruppo societario del distributore di elettricità⁸, si è ipotizzato che la dimensione geografica del mercato della vendita ai clienti finali domestici fosse locale. Anche per il mercato della vendita al dettaglio ai clienti non domestici connessi in bassa tensione è stata ipotizzata una dimensione geografica di carattere locale⁹, tenuto conto del limitato tasso di *switching* verso società di vendita non collegate al distributore locale, della politica dei venditori collegati ai distributori locali di concentrare la propria azione nella difesa del territorio e dei costi connessi alla acquisizione dei clienti su base nazionale o comunque pluriregionale.

12. Nel mercato della vendita di energia elettrica ai clienti domestici dei comuni di Roma e Formello, il gruppo ACEA opera attraverso AEE, società che esercita anche il servizio di maggior tutela a Roma e Formello. In questo mercato AEE detiene una posizione quasi monopolistica.

AEE è uno dei principali operatori del mercato della vendita di energia elettrica ai clienti non domestici connessi in bassa tensione nel Lazio.

d) Le preoccupazioni concorrenziali espresse nel provvedimento di avvio

13. Il distributore di energia elettrica è il fulcro dei rapporti contrattuali che assicurano l'esecuzione della fornitura di energia elettrica ai clienti finali ed ha, quindi, la responsabilità di gestire i cambi di fornitore, le nuove attivazioni e le cessazioni. Inoltre, in quanto responsabile del servizio di misura, svolge una funzione essenziale ai fini di un corretto rapporto tra venditore e cliente finale, nonché ai fini dell'individuazione degli eventuali sbilanciamenti in prelievo che abbiano richiesto interventi correttivi da parte del gestore della rete di trasporto¹⁰.

Infine, a fronte di tale centralità del distributore, nell'attuale configurazione della filiera elettrica i clienti finali hanno come unica interfaccia sistemica il venditore. Un buon livello di servizio fornito dal distributore ai venditori nuovi entranti si riflette quindi in una migliore qualità del servizio reso da tali venditori ai clienti.

14. In questo contesto, le preoccupazioni concorrenziali dell'Autorità nascevano dalla possibilità che AD avrebbe potuto sfruttare la propria centralità per degradare la qualità dei servizi forniti ai venditori concorrenti di AEE – riguardo sia allo *switching*, sia alle misure e alle altre prestazioni (verifiche gruppi di misura, attivazioni, variazioni della potenza impegnata ecc.) -, al fine di innalzare i costi di competere dei nuovi entranti (*raising rivals' costs*) con grave impatto

⁷ Cfr. C4438 – ENEL - France Telecom / New WIND e A333 – ENEL Trade / Clienti idonei.

⁸ Secondo i dati pubblicati dall'AEEG sul proprio sito, al 31 marzo 2010 solo il 3,2% dei clienti domestici era passato al mercato libero con un venditore non collegato al distributore. Un ulteriore 7,4% era passato al mercato libero con una società collegata al distributore, mentre il rimanente 89,4% era ancora in maggior tutela.

⁹ Cfr. la decisione dell'autorità di regolazione inglese Ofgem del 12 settembre 2003, n. 100/03, in applicazione del Competition Act del 1998, relativa alle offerte di *'win back'* di London Electricity PLC.

¹⁰ Terna S.p.A. nel caso dell'elettricità.

finanziario e reputazionale e in questo modo difendere le quote di mercato storicamente detenute da AEE nei mercati rilevanti.

15. La peggiore qualità dei servizi forniti può aumentare i costi dei venditori in vario modo.

Per esempio, i ritardi nello *switching* allungano i tempi di gestione della singola richiesta e comportano un maggior numero di contatti (telefonici, via e-mail etc.) con il singolo cliente, generando maggiori costi. Qualora a causa del ritardo il cliente rinunci allo *switching* i costi di acquisizione sostenuti non potranno essere recuperati. Centinaia di clienti con *switch* falliti o fortemente ritardati possono far circolare notizie sulla scarsa qualità del servizio fornito dal nuovo entrante, generando elevati costi reputazionali.

Una preponderanza dei dati di misura stimati su quelli reali e la comunicazione discontinua o ritardata di tali dati rende inoltre più incerto il flusso di ricavi del venditore e aumenta le sue necessità di capitale circolante, crea contrasti con i clienti finali, rende più difficilmente prevedibili i costi degli input – perché l'incertezza sulle misure rende più difficile un corretto approvvigionamento dell'elettricità (e più frequenti gli sbilanciamenti), più probabili gli sbilanciamenti, meno prevedibile il costo dei servizi di rete.

Ritardi nell'esecuzione dei lavori di attivazione delle nuove forniture o di variazioni della connessione impongono costi sia di gestione della pratica che di carattere reputazionale. In generale, l'essere l'unica interfaccia sistemica del cliente finale fa sì che il venditore sia incolpato dal cliente della cattiva qualità del servizio ricevuto, anche laddove la responsabilità sia di altri, con evidenti ricadute negative sul piano reputazionale.

16. Tale degradazione avrebbe potuto sostanzarsi sia in una aperta discriminazione, sia nella deliberata adozione di procedure del tutto inadeguate a gestire, secondo gli standard di qualità richiesti dai clienti del mercato libero, le relazioni con una pluralità di venditori indipendenti dotati di propri autonomi sistemi informativi e gestionali. Tale condotta inefficiente accresce il costo di competere dei venditori nuovi entranti, limita la concorrenza che i venditori integrati incumbent devono fronteggiare e, in definitiva, distorce il processo concorrenziale e ostacola il processo di liberalizzazione dei mercati al dettaglio dell'energia.

17. Queste condotte inefficienti sembravano assumere particolare rilievo nella situazione italiana.

L'esplicarsi della concorrenza nella vendita di energia elettrica al dettaglio richiede la scelta di una fornitura ad un prezzo diverso dalle tariffe di riferimento fissate dal regolatore (il "passaggio al mercato libero") e lo *switching* da un fornitore ad un altro, appartenente ad un altro gruppo societario.

Lo *switching* verso i fornitori nuovi entranti è reso più difficile dalla storica e naturale asimmetria informativa tra i venditori integrati e i venditori nuovi entranti, costituita dal possesso o dalla maggiore facilità di reperimento di una serie di informazioni identificative del cliente (POD, codice fiscale ecc.) e delle sue caratteristiche (consumi, morosità ecc.), alle quali i venditori entranti possono aver accesso in modo molto più difficoltoso e soltanto dopo aver contattato il potenziale cliente. Ciò si traduce in una maggiore frequenza di *switching* non riusciti a causa di discrepanze tra i dati forniti dai venditori e quelli presenti nella banca dati del distributore e avvantaggia sul piano reputazionale i venditori *incumbent*, aiutandoli a mantenere la loro base clienti – o alla tariffa di riferimento, o sul mercato libero.

In aggiunta a ciò, vi sono peculiarità del contesto italiano che lo rendono relativamente meno favorevole di altri allo *switching*: (i) una scarsa informazione e consapevolezza dei clienti finali –

soprattutto domestici – riguardo alle offerte del mercato libero, (ii) un alto costo percepito di cambiamento fornitore¹¹, (iii) una tariffa di riferimento fissata dal regolatore – alla quale sono serviti tutti gli utenti domestici e le piccole imprese che non hanno un fornitore sul mercato libero – che costituisce un impegnativo *benchmark* di riferimento per i venditori di elettricità al dettaglio.

18. In un tale contesto, l'adozione di condotte efficienti da parte dei distributori nei processi di cui essi sono il fulcro è essenziale per assicurare lo sviluppo della concorrenza. Tali condotte efficienti, infatti, riducono i vantaggi di cui godono i venditori integrati *incumbent*, ponendoli su un piano di parità sostanziale con i venditori concorrenti ed evitano che i venditori integrati *incumbent* siano favoriti dai maggiori costi che esse impongono sui loro rivali.

La mancata adozione di tali condotte efficienti si tradurrebbe, invece, in una discriminazione a favore dei venditori integrati *incumbent* e costituirebbe perciò un abuso di posizione dominante.

19. Nel complesso, quindi, le preoccupazioni concorrenziali dell'Autorità derivavano dal fatto che, in un contesto caratterizzato da una peggiore qualità delle informazioni a disposizione dei nuovi entranti e da fattori che rendevano più difficile lo *switching*, i comportamenti discriminatori di AD avrebbero favorito la società di vendita al dettaglio di elettricità del gruppo ACEA, riducendo il grado di concorrenza nei mercati rilevanti e quindi prevenendo o rallentando la naturale erosione delle loro quote di mercato seguente alla completa liberalizzazione dei mercati della vendita al dettaglio di energia elettrica.

Tali condotte discriminatorie, limitando l'accesso al mercato per i nuovi entranti, avrebbero costituito un abuso di posizione dominante, indipendentemente dalla loro eventuale rilevanza anche in termini di violazione di specifiche previsioni di regolazione.

e) Esistenza di un pregiudizio al commercio tra Stati membri

20. Nel provvedimento di avvio è stata inoltre individuata la sussistenza di un possibile pregiudizio al commercio tra Stati Membri derivante dai comportamenti descritti, in ragione della loro estensione e portata.

21. Infatti, un nuovo operatore – sia italiano che estero - anche alla luce dei costi menzionati in precedenza, troverà più conveniente concentrare lo sforzo di entrata in alcune aree del territorio nazionale (quali ad es. le principali aree metropolitane), ove esiste una concentrazione di clienti profittevoli potenzialmente disposti a cambiare fornitore, al fine di realizzare più velocemente le economie di scala necessarie.

L'area di Roma è tra le più importanti aree metropolitane italiane, rappresentando da sola il 3,6% dei consumi nazionali di energia elettrica. Perciò, ostacolare l'entrata in tale area può contribuire ad impedire una entrata economicamente sostenibile da parte non solo di imprese italiane, ma anche di imprese aventi la sede principale in un altro degli Stati membri dell'Unione Europea che intendano entrare nei mercati della vendita al dettaglio di elettricità in Italia.

II.2. Gli ulteriori elementi emersi

a) Le prestazioni di AD

22. A seguito degli accertamenti ispettivi è emerso come a partire dal 1° aprile 2009 – circa un mese prima dell'apertura del procedimento – AD si fosse dotata di un portale internet attraverso il

¹¹ Tale costo – che si riflette nella richiesta di elevati sconti per cambiare fornitore – appare fortemente influenzato dalla reputazione del potenziale nuovo fornitore. Nel settore elettrico l'importanza di tale fattore appare testimoniata dal fatto che

quale i venditori potevano caricare direttamente le richieste di *switching* e quelle di sospensione e riattivazione fornitura a clienti morosi, in modalità sia singola che massiva¹². I dati venivano caricati secondo un *template* basato su un file di formato .xls, scaricabile dal portale stesso. Tale *template* contiene delle macro che effettuano un controllo di coerenza dei dati (cifre del POD, caratteri del codice fiscale o partita IVA etc.).

Attualmente, attraverso il portale si può accedere ad un database di AD dal quale è possibile scaricare le anagrafiche dei POD di titolarità del venditore e i relativi consumi storici annui.

23. Dai dati relativi al semestre ottobre 2008 – marzo 2009 richiesti in ispezione è emerso come, nel caso di AD, in media il tasso di riuscita degli *switching* richiesti dai concorrenti fosse di circa 7 punti percentuali inferiore a quello registrato da AEE, pur mantenendosi su livelli elevati (> 89%). Gli *switching* non riusciti sono dovuti in oltre tre quarti dei casi a problemi di anagrafica (POD o codice fiscale errato, voltare non eseguite).

Riguardo alle letture di *switching*, dalla documentazione agli atti sono emersi fortissimi ritardi nella fornitura delle letture di *switching* prima del 31 dicembre 2008 (docc. 66-68, 89). In questo periodo i dati rilevanti venivano messi a disposizione dei venditori nelle fatture del trasporto.

Dal gennaio 2009 AD fornisce via e-mail mensilmente ai singoli venditori le letture di *switching* per i clienti che hanno cambiato fornitore a partire del primo giorno del mese stesso. Tali letture possono essere sia effettive, sia calcolate dal sistema di fatturazione trasporto. Assieme a tali letture sono stati messi a disposizione anche i dati storici previsti dalla del. AEEG 42/08. La tempistica si è progressivamente allineata nel corso del primo trimestre 2009 a quanto previsto dalla regolamentazione per le letture di *switching*, pur permanendo nel periodo una percentuale di *switching* – pari all'1% per AEE e al 5% per i concorrenti (ma con valori anche molto più elevati per alcuni di essi) - per i quali né le letture né i dati storici sono stati forniti.

24. Per quanto concerne i dati periodici di misura dei consumi, essi venivano usualmente forniti ai venditori attraverso le bollette di fatturazione del trasporto dell'energia elettrica. Tale flusso di fatturazione non è in grado di assicurare il rispetto della tempistica prevista dalla regolamentazione e, di per sé, non permette una rapida utilizzazione dei dati di misura ricevuti, che sono contenuti in bollette cartacee o file pdf.

A partire dall'inizio del 2009 ACEA Distribuzione fornisce ai venditori, mediante posta elettronica inoltrata automaticamente, i dati di misura rilevati presso i punti di prelievo.

Attualmente tale invio è effettuato entro il giorno 20 del mese successivo a quello di rilevazione / competenza.

25. Infine, è emerso come circa metà dei clienti in maggior tutela di AEE che passano al mercato libero restino con la medesima società.

26. Dalla documentazione acquisita in ispezione è anche emersa l'esistenza di un forte ritardo del gruppo ACEA relativamente all'*unbundling* tra distribuzione e vendita, dovuto al fatto che tutti i dati di misura e la fatturazione di tutti i clienti su rete AD venivano gestite da AEE.

È in corso di implementazione un progetto volto alla realizzazione del totale *unbundling* fisico delle attività di distribuzione e vendita.

oltre due terzi dei passaggi al mercato libero sono avvenuti infragruppo – senza cioè un vero cambio di fornitore.

¹² AD ha dichiarato che attualmente le richieste massive “sono evase sequenzialmente (le code sono interrogate e “svuotate” parallelamente, con tempi di processo di circa 30 minuti per 500 richieste)”.

b) Evoluzione della regolamentazione nel corso del procedimento

27. In tema di standard di comunicazione nel settore elettrico, nel 2009 l'AEEG aveva avviato un procedimento per la definizione di standard unici obbligatori nazionali di comunicazione tra distributori e venditori di energia elettrica, riguardo sia alla qualità dei servizi di distribuzione, misura e vendita di energia elettrica e allo *switching* (del. 59/09).

La delibera ARG/elt 13/2010 del 4 febbraio 2010 ha definito lo standard di comunicazione relativo alla qualità dei servizi di distribuzione, misura e vendita di energia elettrica¹³ e ha introdotto l'obbligo per i maggiori distributori elettrici di dotarsi, entro il 1° ottobre 2010, di uno "*strumento di comunicazione evoluto*", consistente in "*una soluzione del tipo "Application-to-Application" o una applicazione internet per lo scambio di informazioni*".

È stato inoltre avviato un procedimento per la definizione di un o standard unico relativo ai flussi informativi inerenti i dati di misura (del. 10/10)

28. L'AEEG ha inoltre incaricato la società Acquirente Unico¹⁴ S.p.A. della realizzazione del sistema informatico centralizzato per la gestione dei profili descrittivi dei clienti finali¹⁵ prefigurato dalla del. 134/08 (cfr. delibera GOP 71/09 del 28 dicembre 2009).

Nel giugno 2010 l'AEEG ha svolto una consultazione sulla modalità di realizzazione di tale sistema informatico¹⁶. Sulla base dei risultati di tale consultazione, l'AEEG ha dato disposizioni all'Acquirente Unico per la predisposizione di un sistema che centralizzi sia la gestione dei dati relativi ai punti di prelievo sia le relative comunicazioni (cfr. del. AEEG ARG/com 128/10).

III. GLI IMPEGNI ORIGINARIAMENTE PROPOSTI DA ACEA e AD

29. In data 11 marzo 2009 è pervenuta la versione finale degli impegni presentati da ACEA S.p.A. e ACEA Distribuzione S.p.A..

III.1. Impegni presentati da ACEA

30. ACEA, "*nelle more del definitivo completamento dei processi di unbundling fisico dei sistemi informatici a supporto, rispettivamente, dell'attività di distribuzione e di vendita di energia elettrica (c.d. "Programma Volta")*", si è impegnata a rafforzare le procedure di abilitazione all'accesso al database comune attualmente esistente, definendo dei "*profili autorizzativi*" associati a ciascun utilizzatore del sistema di gestione utenze che identifichino i dati e le informazioni cui tale utilizzatore può accedere e le operazioni consentite; i profili autorizzativi creeranno due gruppi disgiunti di utilizzatori – gli addetti alla distribuzione e gli addetti alla vendita di energia elettrica – , che avranno accesso ad insiemi di informazioni differenti, ottenendo in tal modo, secondo ACEA, una completa separazione logica tra distribuzione e vendita.

¹³ Preventivazione lavori, esecuzione lavori, attivazione e disattivazione della fornitura su richiesta del cliente finale, messa a disposizione di dati tecnici acquisibili con lettura di un gruppo di misura, messa a disposizione di altri dati tecnici, disattivazione della fornitura su richiesta del cliente finale, riattivazione-ripristino della fornitura in seguito a sospensione per morosità.

¹⁴ Acquirente Unico S.p.A., società a totale controllo pubblico, è responsabile dell'approvvigionamento di energia elettrica per i clienti in maggior tutela e svolge altri servizi di interesse pubblico, quali l'organizzazione delle gare per il servizio di salvaguardia e per l'individuazione del fornitore di ultima istanza nel settore gas.

¹⁵ Si tratta dei dati anagrafici (POD e PDR inclusi), dei dati di misura dei prelievi nonché di dati relativi ad eventuali inadempimenti contrattuali che descrivono il singolo cliente finale. Tale sistema centralizzato, secondo l'AEEG, dovrebbe facilitare la gestione dei rapporti contrattuali e le loro variazioni.

¹⁶ DCO 14/10, "**Sistema informativo integrato per la gestione dei rapporti fra i diversi operatori dei mercati liberalizzati (SII)**", 21 maggio 2010.

III.2. Impegni presentati da ACEA Distribuzione

31. AD ha innanzitutto ricordato che il proprio portale permette di svolgere sia le normali tipologie di *switching*, sia il passaggio di un POD al mercato libero con contestuale voltura del cliente finale intestatario della voltura, sia il rientro in maggior tutela o in salvaguardia.

32. AD si è impegnata ad attivare *“tramite il proprio portale web (PAD) un servizio di pre – check che consentirà ai trader di verificare gratuitamente – anche in forma massiva – i dati rilevanti ai fini dello switching, interrogando il PAD mediante l’inserimento dei dati relativi al singolo punto di prelievo. In seguito a tale interrogazione sarà fornito al richiedente l’esito in modalità on line”*.

In caso di esito negativo del *pre-check* a causa di difformità tra C.F. / P. IVA comunicato in associazione ad un certo POD e quello presente nella banca dati di AD in corrispondenza del medesimo POD, AD si è impegnata a dare evidenza del C.F. / P. IVA presente nella propria banca dati in associazione a quel POD, qualora la differenza sia limitata a 2 (due) caratteri alfanumerici.

33. AD, inoltre, *“su richieste singole del venditore del mercato libero o di salvaguardia, si impegna[va] a mettere a disposizione sul proprio [portale] una funzionalità di ricerca del POD a partire dall’indicazione del Codice fiscale/partita IVA e del numero di utenza. Tale funzionalità [sarebbe stata] eseguita per via e mail [...] entro dieci giorni lavorativi”*.

34. Per ciò che concerne le misure, AD ha dichiarato che attualmente essa *“mette comunque a disposizione, entro la scadenza del giorno venti del mese successivo a quello di rilevazione/competenza, tutti i dati di misura previsti dalla normativa in vigore, mediante posta elettronica inoltrata automaticamente a tutti i venditori legittimi destinatari. Tra tali dati sono compresi, specificamente, quelli afferenti agli switching”*.

AD si è impegnata a mettere a disposizione dei venditori i dati di misura entro il 20° giorno del mese successivo a quello di rilevazione attraverso il portale.

35. AD, al fine di agevolare i *trader* nell’identificazione e nella conseguente possibilità di formulazione di offerte commerciali mirate su utenze non ancora attive, o precedentemente cessate, si impegna ad attivare un servizio apposito sul proprio portale, consistente nella messa a disposizione dei venditori dell’elenco *“delle predette utenze, corredato dai dati necessari a richiederne l’attivazione (POD/indirizzo di fornitura), nonché di altri dati relativi alle caratteristiche tecniche”*.

Infine, *“ACEA Distribuzione si impegna[va] infine a proporre alle realtà associative rappresentative dei trader operanti sul territorio del Comune di Roma e di Formello l’attivazione di appositi tavoli tecnici per confronti periodici [volti alla] anticipazione delle potenziali criticità”*.

IV. LE OSSERVAZIONI PERVENUTE IN MERITO AGLI IMPEGNI

36. Hanno partecipato al *market test* 3 venditori di energia elettrica al dettaglio – Sorgenia, ENEL Energia S.p.A. e Edison Energia S.p.A. – e un istituto di studi indipendente, l’Istituto Bruno Leoni. Gran parte delle osservazioni sono state presentate in forma generica, senza specifico riferimento ad un distributore o all’altro.

Le osservazioni presentate riguardavano i seguenti profili: omogeneizzazione delle procedure, modalità di *pre-check*, dati di misura, parità di trattamento, siti contendibili, voltture.

Omogeneizzazione delle procedure

37. Tutti hanno sottolineato l'esigenza di una omogeneizzazione delle procedure, al fine di contenere i costi dei venditori¹⁷ e massimizzare il beneficio dall'introduzione di strumenti quali i portali web dei distributori e il *pre-check*.

Con riferimento agli standard di comunicazione, Sorgenia ha rilevato che, a seguito dell'evoluzione della regolamentazione, *“gli impegni presentati relativamente al sistema di comunicazione evoluto nel settore elettrico vanno nella direzione già intrapresa dalla regolazione di settore e sono, pertanto, da ritenersi obblighi oggettivi per tutti i distributori”*.

Modalità di pre-check

38. Con riferimento al ***servizio di pre-check***, Sorgenia, Edison ed ENEL Energia hanno esplicitamente indicato come standard di riferimento ENEL Distribuzione per il settore elettrico.

39. Riguardo al settore elettrico, ENEL Energia ha osservato la modalità di “correzione” del codice fiscale utilizzata da ENEL Distribuzione – fornitura del codice fiscale / partita IVA corretto associato ad un dato POD qualora il codice fiscale / partita IVA inserito sia difforme per non più di due caratteri alfanumerici – appare superiore ad altre proposte, in quanto garantirebbe *“l'univoca individuazione del cliente interessato contenendo, peraltro, il rischio di condotte commerciali scorrette che potrebbero essere attuate dalle agenzie di vendita in presenza di sistemi di controllo / verifica particolarmente laschi”*. Edison Energia, al contrario, ha auspicato che *“il servizio di pre-check [renda] disponibili al venditore [...] anche i dati fiscali (codice fiscale o partita IVA) fondamentali alla corretta acquisizione e gestione del cliente, ad esempio per il godimento del beneficio del Bonus sociale”*.

Riguardo invece alle modalità di recupero del POD, ENEL Energia ha rilevato che l'utilità e l'efficacia della funzionalità di recupero del POD mancante potrebbe essere compromessa dalla richiesta di inserimento di dati che identifichino univocamente il punto di prelievo di difficile reperimento.

Dati di misura

40. Edison e Sorgenia hanno sottolineato le criticità relative ai dati di misura, in particolare riguardo sia alla qualità dei dati stessi, sia alle tempistiche di comunicazione dei dati non telematici, sia alle incongruità tra i dati comunicati dai distributori ai venditori ai fini della fatturazione dei clienti finali e quelli utilizzati dai distributori ai fini dell'addebito dei costi dei servizi di rete forniti dai distributori stessi – in primo luogo, il trasporto dell'elettricità sulla propria rete.

41. Sorgenia ha osservato che un generico impegno di messa a disposizione dei dati di misura *“non ha in sé nessun valore di certezza e di trasparenza né sull'effettivo scambio di dati, né (soprattutto) sulla qualità dei dati scambiati”*.

Sorgenia richiede quindi che *“le società di distribuzione, responsabili anche del servizio di misura, mettano a disposizione dei venditori, ancor prima dei dati relativi ai consumi, tutti i dati tecnici”*¹⁸

¹⁷ La preoccupazione dei venditori che si interfacciano con diversi distributori è, nelle parole di Edison Energia, quella di dover “programmare ed ingegnerizzare processi specifici per ogni singolo applicativo informatico, con prevedibili oneri sia operativi sia commerciali. La maggiore complessità si tradurrebbe in un peggioramento della qualità del servizio ai clienti e in un aumento, anziché una riduzione, dei costi complessivi del sistema”.

¹⁸ Per l'elettricità, si tratterebbe di: codice identificativo prestazione, codice identificativo mittente e destinatario, POD, matricola contatore, potenza impegnata maggiore o minore di 16,5 kW, data e ora della lettura, accessibilità del misuratore (accessibile, parzialmente acces., non acces.), se la lettura è stata effettuata dal distributore o dal cliente finale,

rilevanti al fine di individuare le caratteristiche di ogni singolo PDR o POD”, dai quali dipendono i consumi fatturati ai clienti finali, i servizi di rete fatturati al venditore e la congruità tra i volumi su cui sono basati i corrispettivi per i servizi di rete e i volumi consumati dai clienti serviti da un certo venditore.

42. In merito alla qualità dei dati scambiati, Sorgenia chiede che i distributori si impegnino a fornire *“i dati di misura al venditore rispettando un livello di qualità almeno pari al 90%, dove per qualità si intende che il dato di lettura deve essere reale (non stimato) e direttamente utilizzabile in quanto validato attraverso un algoritmo che certifichi la coerenza del dato stesso”*. Una richiesta analoga è stata formulata da Edison Energia.

I distributori dovrebbero inoltre rendere pubbliche le statistiche sulla qualità dei dati di lettura rilevati sulla propria rete (in termini di percentuale di dati reali rilevati sul totale dei punti di prelievo) e le metodologie per la stima dei consumi non rilevati.

43. Edison Energia ha sottolineato che i clienti passati al mercato libero *“hanno maggiori aspettative di servizio, di qualità e di precisione nella fatturazione sia in termini di tempestività di emissione che di correttezza dei volumi di consumo esposti (i.e. valori reali e non stimati)”* e ha auspicato che i distributori (elettrici in particolare, grazie ai contatori elettronici) si impegnino a *“rispettare la periodicità mensile nell’esecuzione delle letture elettroniche dei contatori”* e a *“assicurare [...] tempestività nella comunicazione dei dati di misura alle società di vendita”*.

Per facilitare il rispetto della periodicità mensile nell’esecuzione delle letture, evitando un accumulo all’inizio del mese, Edison Energia propone inoltre *“l’introduzione di processi di lettura frazionati nel mese”* (p.es. a inizio mese, al 10 del mese ecc.), a condizione che *“le tempistiche per il singolo cliente siano costanti”* e che sia *“equa la distribuzione delle periodicità all’interno del portafoglio clienti di ogni singola società di vendita”*.

44. Sorgenia sottolinea infine l’importanza della congruità tra i dati di misura comunicati al venditore e quelli utilizzati dal distributore per la fatturazione dei servizi di rete.

Sorgenia richiede quindi di integrare gli impegni con la messa a disposizione di due servizi di verifica preliminare, uno riguardante *“la congruità dei dati di misura (effettivi o stimati) rilevati dal distributore (o dal consumatore in caso di autolettura) [...] e i dati corrispondenti utilizzati per l’allocazione delle quantità fisiche e inviati al venditore per la fatturazione dei servizi di trasmissione, distribuzione e misura”* e l’altro concernente *“la correttezza e la congruità dei dati di connessione e dei dati di consumo relativi ai PdR e POD dei clienti forniti”*.

Sorgenia inoltre richiede che vengano messe a disposizione dei venditori *“tutte le informazioni sottostanti al calcolo delle componenti tariffarie di trasporto, distribuzione, misura e, per quanto di competenza del distributore stesso, del dispacciamento”* e che vengano previsti specifici standard per la raccolta delle letture rilevanti per la fatturazione dei servizi di rete.

Parità di trattamento

45. ENEL Energia ha sottolineato la necessità di garantire nel settore elettrico la parità di trattamento per i venditori operanti sul mercato libero.

In particolare, ENEL Energia *“ritiene necessario che le Parti implementino procedure interne in grado di garantire la completa ed effettiva separazione delle banche dati relative ai clienti*

motivazione dell’eventuale fallimento tentativo di lettura, modalità di accesso ai dati teleletti, tipo di lettura (switch, commerciale, tecnica).

appartenenti al regime di maggior tutela e quelle relative ai clienti passati al mercato libero. Tali misure [...] dovrebbero prevedere specifiche procedure - opportunamente tracciate – di disclosure dati, che consentano agli operatori terzi di poter disporre delle stesse informazioni cui ha avuto accesso la società di vendita nella formulazione delle proprie offerte per il mercato libero”.

46. ENEL Energia ha inoltre sottolineato la necessità che venga garantita uniformità di trattamento nei confronti di ENEL Distribuzione *“riguardo alla eventuale ammissione [...] della remunerazione tariffaria dei costi sostenuti dalle Parti per l’implementazione e l’operatività delle misure proposte in materia di pre-check”.*

Quest’ultimo punto è stato sottolineato anche dall’Istituto Bruno Leoni.

Siti contendibili

47. ENEL Energia ricorda che le prese non attive o cessate rappresentano potenziali clienti del mercato libero e quindi la loro conoscenza contribuirebbe a ridurre le barriere all’ingresso nei mercati *retail*.

Perciò, essa richiede *“la pubblicazione sui portali web dei distributori, con riferimento sia al mercato del gas sia al mercato elettrico, dei c.d. siti contendibili (prese non attive o cessate)”.*

V. LE CONTRODEDUZIONI DI ACEA E AD

48. In data 10 giugno 2010 sono pervenute le controdeduzioni di ACEA e AD alle osservazioni formulate sugli impegni pubblicati in data 24 marzo 2010.

49. Riguardo alla generale richiesta di **omogeneità** delle procedure, AD ha dichiarato che, nella realizzazione del proprio nuovo sistema informatico che separerà distribuzione e vendita, laddove vi siano servizi per i quali l’AEEG non ha previsto specifici standard di comunicazione, AD prevede di allinearsi *“a quelli in corso di adozione da parte di ENEL”* [Distribuzione].

50. In relazione alla richiesta che *“le società di distribuzione, responsabili anche del servizio di misura, mettano a disposizione dei venditori, ancor prima dei dati relativi ai consumi, tutti i dati tecnici rilevanti al fine di individuare le caratteristiche di ogni singolo PDR o POD”*, AD ha osservato che essa già fornisce tutti i dati indicati da Sorgenia, con l’eccezione dell’informazione relativa alla accessibilità del misuratore. In particolare, i dati relativi alla potenza disponibile e a quella impegnata sono inclusi nelle comunicazioni mensili contenenti i dati di misura inviate ai venditori.

51. AD ha inoltre affermato che *“i dati di lettura / consumo (relativi pertanto a misuratori integratori monorari o per fascia oraria) che ACEA Distribuzione utilizza ai fini della fatturazione del trasporto sono esattamente i medesimi che vengono inviati al venditore”.*

VI. LE MODIFICHE ACCESSORIE AGLI IMPEGNI

52. AD ha apportato alcune modifiche agli impegni, che raccolgono alcune proposte migliorative emerse dal *market test*.

53. Con riferimento alla qualità delle **misure** e alla congruità tra i dati inviati al venditore e quelli impiegati dal distributore per la fatturazione dei servizi di rete, AD ha dichiarato che entro la fine del 2010 l’80% dei punti di prelievo da essa serviti saranno dotati di un misuratore elettronico teleleggibile.

AD, dopo aver sottolineato che *“le performance del sistema [di telelettura] risentono di inevitabili e, quindi, fisiologici errori di comunicazione, tipici di questo tipo di infrastrutture, che limitano la disponibilità continua e sistematica di letture acquisite in remoto”*, si è impegnata a *“far sì che la percentuale di POD per i quali saranno disponibili un numero di letture effettive sostanzialmente allineato al ciclo di fatturazione (6 per le bimestrali e 12 per le mensili) si attesti a circa il 70% entro fine 2010 e all’80% entro fine 2011”*. Tali dati saranno resi disponibili sul portale di AD e da questo scaricabili.

54. Riguardo alla funzionalità di recupero del POD, AD si è impegnata a rendere disponibile sul proprio portale tale funzionalità in tempo reale.

Inoltre, in alternativa al numero di utenza potrà essere utilizzato l’indirizzo completo di fornitura.

Tempistica definitiva di attuazione

55. Gli impegni di ACEA hanno validità limitata al completamento del Programma Volta di *unbundling* fisico tra vendita e distribuzione. Essi saranno attuati entro tre mesi dalla loro eventuale accettazione da parte dell’Autorità.

Gli impegni di AD sono a tempo indeterminato. AD si è impegnata a dare attuazione ai propri impegni entro il termine massimo di tre mesi dalla loro eventuale accettazione da parte dell’Autorità, con l’eccezione della pubblicazione delle informazioni relative ai siti contendibili – che sarà attuata entro il 31 dicembre 2010 – e degli impegni relativi alla percentuale di letture reali – che saranno implementati entro la fine del 2010 (percentuale del 70%) e del 2011 (percentuale dell’80%).

VII. VALUTAZIONI

56. Gli impegni presentati dalle parti appaiono idonei a rimuovere le preoccupazioni concorrenziali evidenziate in sede di avvio e proporzionati all’obiettivo perseguito.

Nel caso di specie, le preoccupazioni concorrenziali dell’Autorità nascevano dalla constatazione che la discriminazione nella qualità dei servizi forniti, in particolare attraverso l’adozione di procedure inefficienti, accresce il costo di competere dei venditori al dettaglio di energia elettrica nuovi entranti. Ciò favorisce i venditori *incumbent* - che appartengono allo stesso gruppo societario dei distributori – i quali sono avvantaggiati dal possesso di un patrimonio informativo sui piccoli clienti ancora attuale – sia riguardo all’anagrafica che ai profili di consumo; tale patrimonio deriva loro dall’essere stati i fornitori storici di tali clienti prima che diventassero idonei e dall’esserlo rimasti per la maggior parte di essi anche dopo che essi hanno acquisito la capacità di scegliere liberamente i propri fornitori, a causa dei bassi tassi di *switching*.

In un quadro dominato da una tariffa di riferimento fissata dal regolatore a livelli che comprendono solo una modesta copertura dei costi di commercializzazione al dettaglio e da una bassa propensione al cambio fornitore da parte soprattutto dei clienti domestici, ogni efficienza di costo risulta preziosa per favorire lo sviluppo di una concorrenza sostenibile dal punto di vista economico-finanziario nei mercati della vendita al dettaglio di energia elettrica. Un comportamento inefficiente dei distributori configura quindi una oggettiva limitazione della concorrenza nei mercati della vendita al dettaglio di energia elettrica.

57. Gli impegni presentati da ACEA e AD sono volti a introdurre procedure efficienti per la gestione dei rapporti con i venditori, che ridurranno i costi che i venditori devono sostenere sia in

fase di *switching* che nella successiva prosecuzione del rapporto commerciale e che limiteranno fortemente il vantaggio informativo di cui godono i venditori incumbent – nel caso di specie, AEE – nei mercati della vendita di energia elettrica ai piccoli clienti.

Nel complesso, quindi, grazie anche all'evoluzione della regolamentazione, verranno in larga misura rimosse le opportunità di discriminazione dei venditori concorrenti dei venditori integrati da parte dei distributori del gruppo.

58. Gli impegni appaiono proporzionati allo scopo, in quanto non esistono impegni altrettanto efficaci e meno gravosi per le imprese, che ottengano il medesimo risultato.

Da un lato, infatti, gli impegni accettati presentano procedure simili a quelle di ENEL Distribuzione, richiamata come *benchmark* di riferimento nel *market test*.

Dall'altro lato, gli impegni tengono conto del fatto che il livello raggiunto dall'installazione di contatori elettronici e dal tasso di successo della tele-lettura riduce grandemente nel settore elettrico il ricorso a stime dei consumi e quindi la possibilità di errori, nonché l'eventualità di disallineamenti tra i dati di misura inviati ai venditori e quelli usati per la fatturazione dei servizi di rete.

Infine, gli impegni accettati appaiono sostanzialmente coerenti con l'evoluzione prevedibile della regolamentazione e appaiono prefigurare un sistema che fluidifica notevolmente i meccanismi di *switching* e facilita la concorrenza.

59. Gli impegni accettati appaiono garantire un sufficiente livello di omogeneità sia con gli standard attualmente seguiti dal più importante distributore di elettricità italiano (ENEL Distribuzione S.p.A.), sia con quelli presentati da altri distributori di energia elettrica nei cui confronti l'Autorità ha aperto dei procedimenti su fattispecie analoghe a quelle del procedimento presente. In particolare, l'esplicito riferimento agli standard di comunicazione per gli scambi informativi tra distributori e venditori al dettaglio la cui definizione da parte dell'AEEG è in fase di completamento assicurerà l'omogeneità anche a livello di procedure informatiche e contenuto minimo dei messaggi.

Le procedure di pre-check

60. Il *pre-check* appare incidere direttamente su una delle preoccupazioni concorrenziali dell'Autorità – l'asimmetria informativa tra venditori integrati e non integrati e il maggior costo medio di acquisizione del cliente collegato alla minore qualità dei dati del nuovo entrante – mettendo a disposizione dei venditori uno strumento di verifica e miglioramento della qualità dei dati a propria disposizione, anche attraverso interrogazioni massive.

Esso quindi rappresenta un importante strumento – non previsto dalla regolamentazione esistente ma ad essa complementare – per accrescere la concorrenzialità dei mercati della vendita di energia elettrica al dettaglio, attraverso una fluidificazione delle procedure di *switching*.

61. In questo contesto, le limitazioni imposte alle funzionalità di recupero del POD (possibile *on-line* ma non in modalità massiva) e di messa a disposizione del codice fiscale presente nella banca dati di AD in associazione ad un certo POD appaiono giustificate dall'esigenza di impedire comportamenti opportunistici da parte dei *traders*.

I dati richiesti per il recupero del POD mancante, inoltre, appaiono comunque di facile reperibilità per il cliente finale. In particolare, per i clienti in maggior tutela serviti da AEE il numero di utenza è riportato sia sulla bolletta che sulla porzione del bollettino postale che resta al cliente dopo il

pagamento. In ogni caso, si osserva che il POD è facilmente rilevabile dai contatori elettronici e quindi l'uso di tale funzionalità dovrebbe essere limitato alla quota residuale di contatori elettromeccanici ancora in servizio, sui quali è ben visibile la matricola contatore.

Impegni relativi alle misure

62. Gli impegni di AEM relativi ai dati di misura vanno inquadrati nel contesto della installazione dei contatori elettronici – che entro il 2010 copriranno l'85% circa degli utenti di AD – e della telelettura di tali misuratori.

AD si è impegnata a fornire una lettura effettiva per il 70% dei POD allacciati alla propria rete entro il 2010 e per l'80% di essi entro il 2011. Per i rimanenti POD, AEM disporrà di una lettura stimata, dovuta soltanto a temporanei problemi tecnici nel caso di contatori elettronici¹⁹.

Tali percentuali, per quanto inferiori a quelle richieste dai venditori partecipanti al *market test*, possono essere ritenute, allo stato, proporzionate all'esperienza e alle capacità di AD.

63. I dati di misura composti in così larga misura da dati effettivi (e non stimati) verranno utilizzati, come dichiarato da AD, anche ai fini della fatturazione del trasporto “e verranno messi a disposizione dei venditori attraverso il portale.

Per i dati effettivi, dunque, non potranno sorgere differenze tra i dati comunicati ai venditori e quelli impiegati da AD per la fatturazione dei servizi di rete. Tali dati effettivi saranno disponibili – tenuto conto della frequenza dei guasti al sistema di tele-lettura o al contatore stesso – per l'80% dei POD sulla rete AD entro la fine del 2011.

In presenza di una così significativa proporzione di letture effettive, è possibile escludere significative e sistematiche discrasie tra i dati comunicati ai venditori e quelli impiegati dal distributore per la fatturazione dei servizi di rete.

Inoltre, verrà drasticamente ridotta la possibilità che sia imputate ad un punto di prelievo stime largamente erranee.

Infine, l'elevata percentuale di contatori telegestiti²⁰ ridurrà significativamente lo spazio per comportamenti opportunistici legati alla comunicazione di stime deliberatamente errate.

64. Le modalità di messa a disposizione di questi dati di misura cui AD si è impegnata, inoltre, non solo rappresentano un significativo miglioramento rispetto alla situazione esistente al momento dell'avvio, ma permetteranno ai venditori di ottenere dati di misura affidabili – perché validati – in tempi brevi secondo la modalità più avanzata prevista dalla regolamentazione che non implichi investimenti aggiuntivi da parte loro.

L'elenco dei siti contendibili

65. La messa a disposizione sui rispettivi portali degli elenchi dei siti contendibili sulle proprie reti permette a tutti i *trader* di accedere ad informazioni utili per acquisire nuovi clienti, che prima erano nella sola disponibilità di AD e, eventualmente, di AEE, favorendo lo sviluppo della concorrenza nei mercati rilevanti per il procedimento.

¹⁹ La disponibilità di una serie di misure tele-lette permette inoltre di stimare in maniera più precisa il dato mensile mancante a causa di un problema tecnico.

²⁰ Ossia, di contatori elettronici effettivamente in grado di fornire una lettura reale attraverso il sistema di tele-lettura.

Il riconoscimento in tariffa dei costi del sistema di pre-check

66. Si rileva che, qualora non emergano obblighi regolamentari relativi all'implementazione di un sistema di verifica preliminare, AD non sarà legittimata a richiedere il riconoscimento in tariffa di costi sostenuti per prestazioni ed investimenti non esplicitamente richiesti dalla regolamentazione dell'AEEG ma ai quali essa è obbligata in virtù dei presenti impegni.

Ancorché AD non abbia esplicitato nei suoi impegni tale aspetto, la comunicazione dei costi che saranno sostenuti per tale implementazione farà in ogni caso parte degli obblighi informativi ai quali sarà sottoposta AD, che formano parte integrante della presente decisione.

La parità di trattamento tra venditori

67. Per ciò che concerne la richiesta di approntare procedure che garantiscano ai venditori non integrati operanti sul mercato libero dell'energia elettrica l'accesso ai medesimi dati ai quali hanno accesso i venditori incumbent operanti sia sul mercato libero che come fornitori dei clienti in maggior tutela, si osserva come lo stesso *pre-check* miri a ridurre il vantaggio informativo detenuto dai venditori integrati in assenza di separazione almeno logica delle banche dati relative ai clienti del mercato libero e dei clienti in maggior tutela – o di misure di effetto equivalente. In tale direzione va senza dubbio anche l'obbligo per i distributori elettrici di garantire accesso tempestivo e non discriminatorio ai c.d. "dati di base".

68. Nel corso del procedimento è emerso come all'interno del gruppo ACEA esista una separazione logica tra le banche dati dei clienti in maggior tutela e quella dei clienti serviti sul mercato libero da AEE società di vendita del gruppo.

Tale elemento, insieme a quelli precedentemente menzionati, permette di escludere che il gruppo ACEA possa violare la suddetta parità di trattamento con effetti concorrenziali significativi.

69. Nel complesso, gli impegni presentati appaiono in grado di fugare le preoccupazioni concorrenziali espresse dall'Autorità nel provvedimento di avvio, a condizione che non venga meno il rispetto delle tempistiche previste per la messa a disposizione dei dati di misura ai venditori al dettaglio e per l'esecuzione delle altre prestazioni a favore dei venditori.

70. L'Autorità, ai fini e per gli effetti di quanto previsto dall'articolo 14-ter della legge n. 287/90, vigilerà sull'esecuzione di questi impegni e verificherà la persistente idoneità degli impegni stessi a eliminare le preoccupazioni concorrenziali espresse nel provvedimento di avvio. In tal senso, l'Autorità si riserva di riaprire d'ufficio il procedimento in presenza di una modifica della situazione di fatto e di diritto rispetto ad ogni elemento su cui si fonda la decisione – e in particolare con riguardo (i) all'impiego dei medesimi dati di misura comunicati ai venditori per la fatturazione del trasporto e degli altri servizi di rete, (ii) al rispetto della parità di trattamento dei venditori sul mercato libero, (iii) al rispetto delle tempistiche di comunicazione dei dati di misura, (iv) alla variazione delle condizioni concorrenziali dei mercati rilevanti e (v) all'evoluzione regolamentare -, nonché qualora le parti contravvenissero agli impegni assunti e resi obbligatori con il presente provvedimento.

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati dalle società ACEA S.p.A. e ACEA Distribuzione S.p.A. in data 9 marzo 2010, così come integrati da ultimo in data 10 giugno 2010, sono tali da fare venire meno i profili anticoncorrenziali oggetto dell'istruttoria;

RITENUTO di dover disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni, ai sensi dell'articolo 14-ter, comma 1, della legge n. 287/90;

RITENUTO, infine, di poter chiudere il procedimento nei confronti di ACEA S.p.A. e ACEA Distribuzione S.p.A. senza accertare l'infrazione ai sensi dell'articolo 14-ter della legge citata;

DELIBERA

a) di rendere obbligatori gli impegni, ai sensi dell'articolo 14-ter, comma 1, della legge n. 287/90, nei confronti delle società ACEA S.p.A. e ACEA Distribuzione S.p.A. nei termini sopra descritti e allegati al presente provvedimento di cui fanno parte integrante;

b) di chiudere il procedimento nei confronti delle società ACEA S.p.A. e ACEA Distribuzione S.p.A. senza accertare l'infrazione ai sensi dell'articolo 14-ter, comma 1, della legge n. 287/90;

c) che la società ACEA Distribuzione S.p.A. dovrà presentare, entro centoventi giorni dalla notifica del presente provvedimento, e successivamente con cadenza semestrale, per i due anni seguenti, una relazione dettagliata sull'attuazione dell'insieme degli impegni assunti e delle attività connesse, nonché su alcuni elementi strutturali su cui si fonda la presente decisione, con particolare riferimento: (i) all'effettuazione degli *switching* attraverso il portale e al tasso di successo delle richieste di *switching*, distinguendo quelle presentate da ACEA Electrabel Elettricità da quelle presentate dall'insieme degli altri trader, (ii) alle funzionalità di *pre-check*, descrivendone l'attuazione, l'uso da parte dei *trader* e le eventuali difficoltà riscontrate nel recupero del POD o nell'accettazione di codici fiscali e partite IVA parzialmente difformi, (iii) ai costi sostenuti per l'implementazione del *pre-check*, (iv) alla messa a disposizione dei dati di misura (sia in occasione degli *switching* che con riguardo alle letture periodiche), descrivendo le modalità di accesso ai dati di misura, fornendo esempi dei *files* messi a disposizione e segnalando i motivi di eventuali ritardi (rispetto alle tempistiche regolamentari o previste dagli impegni), (v) al peso dei contatori elettronici installati sul totale dei POD serviti, alla percentuale di contatori elettronici effettivamente tele-letti e alla percentuale di tele-letture validate, (vi) alla congruenza tra i dati di misura messi a disposizione dei venditori e quelli utilizzati per la fatturazione dei servizi di rete, (vii) alla messa a disposizione dei dati tecnici relativi ai POD, (viii) alla messa a disposizione dei dati sui siti contendibili;

d) che la società ACEA S.p.A. dovrà presentare, entro centoventi giorni dalla notifica del presente provvedimento, e successivamente con cadenza semestrale, per i successivi due anni, una relazione dettagliata sulle azioni messe in atto per garantire l'unbundling logico e poi fisico tra distribuzione e vendita nonché parità di accesso alle informazioni sui clienti in maggior tutela allacciati alla rete di ACEA Distribuzione S.p.A. a tutti i venditori operanti sul mercato libero.

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 Lazio, ai sensi dell'articolo 33, comma 1, della legge n. 287/90, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, 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.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

A411B – SORGENIA/ITALGAS*Provvedimento n. 21530*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 settembre 2010;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287, e in particolare l'art. 14-ter introdotto dalla legge 4 agosto 2006, n. 248, che ha convertito con modifiche il decreto legge 4 luglio 2006, n. 223;

VISTO l'articolo 102 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea ("TFUE");

VISTA la propria delibera del 29 aprile 2009, con la quale è stata avviata, ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, un'istruttoria nei confronti delle società ENI S.p.A. e Italgas S.p.A., volta ad accertare eventuali violazioni dell'articolo 82 del Trattato CE (ora art. 102 TFUE);

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 del TFUE);

VISTA la "*Comunicazione sulle procedure di applicazione dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90*", adottata dall'Autorità con delibera del 12 ottobre 2006 e pubblicata sul bollettino n. 39 del 16 ottobre 2006;

VISTA la comunicazione del 6 agosto 2009, con la quale le società ENI S.p.A. e Italgas S.p.A., secondo modalità e tempistiche indicate specificatamente nell'apposito "*Formulario per la presentazione degli impegni ai sensi dell'art. 14 ter della legge n. 287/90*", hanno presentato impegni ai sensi dell'art. 14-ter della legge n. 287/90;

VISTA la propria delibera adottata in data 18 marzo 2010, con cui è stata disposta la pubblicazione degli impegni presentati dalle società ENI S.p.A. e Italgas S.p.A. ed è stato fissato al 30 giugno 2010 il termine per l'adozione di una decisione sugli impegni ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90;

VISTE le osservazioni dei terzi interessati e le controdeduzioni da parte di Italgas S.p.A.;

VISTA la propria delibera adottata in data 9 giugno 2010, con cui è stata disposta la proroga al 31 ottobre 2010 del termine per l'adozione di una decisione sugli impegni ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90 e del termine per la conclusione del procedimento;

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

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Italgas S.p.A. è una società attiva nella distribuzione di gas naturale in oltre 1300 comuni italiani.

Italgas è controllata da Snam Rete Gas S.p.A., società soggetta al controllo esclusivo di ENI S.p.A..

Il fatturato realizzato da Italgas nel 2009 è stato di 747 milioni di euro.

2. Eni S.p.A. è a capo di un gruppo operante nei settori degli idrocarburi e del gas naturale, nella generazione e commercializzazione di energia elettrica, nella distribuzione e nella vendita di gas naturale, nella petrolchimica, nell'ingegneria, nella finanza e nei servizi.

In particolare, ENI opera nella vendita di energia elettrica e gas naturale ai clienti finali attraverso la sua divisione ENI Gas & Power ("ENI G&P").

Il capitale sociale di ENI è detenuto per il 20,3% dal Ministero dell'Economia, per il 10% dalla Cassa Depositi e Prestiti e per la restante parte è diffuso sul mercato.

Il fatturato consolidato realizzato da ENI nel 2009 è stato di circa 83 miliardi di euro (al netto dell'IVA e delle accise) a livello mondiale e di circa 28 miliardi di euro in Italia.

3. Sorgenia S.p.A. è una società attiva sia nella generazione di energia elettrica – attraverso impianti termoelettrici, idroelettrici, eolici e solari – sia nella vendita di energia elettrica e gas a clienti finali.

Sorgenia è controllata, attraverso CIR S.p.A., dalla famiglia De Benedetti, che ne detiene il 52% circa del capitale sociale attraverso Sorgenia Holding. Le rimanenti quote sono di proprietà di Verbund A.G., il maggior produttore e distributore di energia elettrica in Austria nonché uno dei maggiori produttori europei da fonte idroelettrica (44,8%), del management (2,2%) e del Monte dei Paschi di Siena S.p.A. (1,2%).

Il fatturato consolidato realizzato da Sorgenia nel 2009 è stato pari a 2.326 milioni di euro.

II. IL FATTO

II.1. I comportamenti contestati

a) Il contesto: switching, misure e ruolo del distributore

4. Oggetto del presente procedimento è il rapporto tra distributore (di energia elettrica o di gas) e venditore al dettaglio (di energia elettrica e/o di gas), con particolare riferimento ai processi di cambiamento del fornitore di energia elettrica e/o gas (c.d. *switching*) e alle comunicazioni da parte del distributore dei dati di misura relativi ai prelievi effettuati dai clienti del venditore.

5. Con particolare riferimento allo *switching*, è possibile distinguere una fase di *switching* operativo ed una successiva di *switching* commerciale.

Lo *switching* operativo è preceduto da una attività di individuazione, contatto e acquisizione clienti piuttosto onerosa per i venditori.

Nella fase di *switching operativo* il distributore e il venditore entrante si scambiano informazioni e dati funzionali all'attivazione del servizio di trasporto a favore del cliente acquisito da parte del venditore entrante e al passaggio del punto di prelievo oggetto di *switching* dal contratto di trasporto e disacciamento del venditore uscente a quello del venditore entrante.

L'esecuzione materiale dello *switching* operativo richiede la comunicazione da parte del venditore entrante al distributore di una coppia di dati che identificano univocamente il punto di prelievo

oggetto di *switching* (PDR e matricola contatore per il settore gas)¹. Il Distributore verifica che la coppia comunicata sia presente nel suo database² e, in caso affermativo, effettua lo *switching*. In caso negativo, la richiesta è respinta.

Nel settore del gas, inoltre, lo *switching* operativo a livello di distributore deve avvenire contestualmente alla richiesta di subentro nella capacità di trasporto nazionale prima allocata al venditore uscente e alla richiesta di subentro nella capacità di stoccaggio prima conferita al venditore uscente per quel cliente. Per effettuare tali richieste con successo il venditore entrante deve conoscere il codice del punto di consegna del gas al distributore perché lo trasporti al cliente finale (c.d. codice REMI), l'identità degli utenti del trasporto e dello stoccaggio uscenti.

La fase di *switching commerciale* inizia quando quella operativa si conclude e ha a sua volta termine con la comunicazione al venditore entrante e a quello uscente della c.d. "lettura di *switching*", che chiude il rapporto commerciale pre-esistente e apre quello con il nuovo fornitore.

6. Una volta avvenuto lo *switching* ed instauratosi il rapporto commerciale con il nuovo fornitore, nell'attuale assetto regolatorio il venditore dipende dal distributore per la messa a disposizione dei dati di misura dei prelievi di gas dalla rete. Tali dati sono essenziali per una corretta fatturazione del cliente finale – e quindi sia per la qualità percepita del servizio reso dal venditore al cliente finale, sia per il regolare finanziamento dell'attività di vendita stessa. Inoltre, tali dati vengono utilizzati per la fatturazione al venditore dei servizi di rete forniti direttamente e indirettamente dal distributore e per la regolazione degli sbilanciamenti in prelievo da parte dei venditori.

b) La denuncia di Sorigenia e l'avvio del procedimento

7. Il procedimento istruttorio è stato avviato a seguito di una segnalazione da parte di Sorigenia – pervenuta il 27 ottobre 2008 ed integrata il 3 febbraio, 7 e 10 aprile 2009 - concernente presunti abusi di posizione dominante commessi da diversi gruppi societari verticalmente integrati, attivi sia nella distribuzione, sia nella vendita di energia elettrica e di gas, tra cui il gruppo ENI, con particolare riferimento alle condotte della società di distribuzione del gas, Italgas.

8. In data 29 aprile e 7 maggio 2009 l'Autorità ha avviato diverse istruttorie nei confronti di distributori di gas ed energia elettrica su fattispecie simili (i "procedimenti paralleli")³.

In particolare, l'Autorità ha avviato il 29 aprile 2009 un'istruttoria volta a verificare l'esistenza di ostacoli e ritardi messi in atto dalla società di distribuzione del gas del gruppo ENI, Italgas, nei confronti degli operatori nuovi entranti nella vendita ai clienti gas con consumi inferiori a 200.000 mc. Tali condotte, in una situazione di scarsa dinamicità del mercato della vendita di gas, avrebbero, da un lato, costituito un ulteriore freno ad operazioni di *switching* dei clienti verso società nuove entranti e, contestualmente, per il fatto di mantenere lo *status quo ante*, avrebbero favorito la società di vendita del gruppo ENI – ENI G&P - , che avrebbe potuto far leva sulla propria reputazione e sulla disponibilità di dati storici sui piccoli clienti serviti alla tariffa definita dal regolatore settoriale per mantenerne il controllo – predisponendo offerte appetibili ai clienti desiderosi di scegliere una offerta diversa dalla tariffa regolata per il gas, oppure continuando a servire i clienti non interessati a cambiare offerta.

¹ Il PdR (Punto di Riconsegna) è un codice alfanumerico associato univocamente ad un certo punto di prelievo di gas.

² La coppia di dati deve corrispondere ad una presente nel database del distributore. Il fatto che i singoli dati siano presenti non è sufficiente ad ammettere lo *switching*. Si noti che ciò che conta è la corrispondenza tra quanto comunicato dal venditore e quanto presente nel database del distributore, non l'esattezza del dato comunicato dal venditore.

9. In particolare, Sorgenia denunciava la significativa incidenza di *switching* non riusciti (pari al 37% delle richieste effettuate da Sorgenia) sulla rete gestita da Italgas, dovuta alla discrepanza tra i dati a disposizione del nuovo fornitore e i dati del distributore relativamente alla matricola del contatore, al codice del punto di riconsegna, o di consegna, tutti elementi essenziali per effettuare il cambio fornitore. Italgas non avrebbe svolto alcuna attività utile a correggere eventuali errori nei dati comunicati dal venditore entrante, pur disponendo delle informazioni necessarie ad individuare la fonte dell'errore.

Italgas, inoltre, avrebbe fornito con ritardo le letture di *switching*.

Infine, Sorgenia – che aveva affidato ad Italgas il servizio di misura dei prelievi dei propri clienti allacciati alla rete di quest'ultima – ha sottolineato l'onerosità e la pessima qualità del servizio fornito da Italgas e i danni subiti, documentando, attraverso alcuni scambi di messaggi di posta elettronica: (i) la fornitura con significativo ritardo di dati di prelievo incompleti e relativi soltanto ad un sottoinsieme di punti di riconsegna, (ii) i possibili danni, dovuti alle penalità applicate per il supero della capacità di trasporto impegnata, derivanti dalla mancata misura e dalle stime errate di Italgas, (iii) ritardi nel dar corso a richieste di verifica delle misure a causa dell'uso della modulistica Italgas errata nell'effettuare la richiesta..

10. In data 7 maggio 2009 sono state svolte ispezioni presso le sedi di ENI, Italgas e di ENI G&P e sono state richieste informazioni regolarmente fornite dalle Parti.

c) I mercati rilevanti individuati nel provvedimento di avvio

11. Nel provvedimento di avvio si è ipotizzato che i mercati rilevanti per la valutazione delle condotte in esame fossero due mercati a monte – quelli della distribuzione – e un mercato a valle – quello della vendita al dettaglio di gas.

I mercati a monte ipotizzati nell'avvio erano i seguenti:

a) *distribuzione di gas naturale*, di dimensione geografica locale, coincidente con l'area di attribuzione di ciascuna concessione esclusiva, di estensione comunale; il concessionario risulta in posizione di monopolio nel mercato rilevante; nel caso di specie, i mercati rilevanti coincidono con i territori di oltre 1300 comuni italiani⁴, tra cui spiccano Roma, Venezia, Napoli, Palermo;

b) *servizi di misura del gas naturale*: tali attività non fanno parte della concessione di distribuzione, ma sono state tradizionalmente svolte dal distributore, su richiesta del venditore, in particolare per i clienti di minore dimensione; la delibera dell'Autorità per l'Energia Elettrica ed il Gas ("AEEG") n. 159/08 ha previsto che, a partire dal 1° luglio 2009, unico responsabile di tale attività sia il distributore di gas, a prezzi regolati; tali attività configurano un mercato rilevante distinto di dimensione geografica locale, pari a quella del collegato mercato della distribuzione; su di esso risultano quindi in posizione dominante i singoli distributori locali.

12. Il mercato rilevante a valle ipotizzato nel provvedimento di avvio era invece quello della vendita di gas a clienti finali con consumi inferiori ai 200.000 mc anno.

Dati i bassissimi tassi di *switching* verso società di vendita concorrenti con quella collegata al distributore locale, l'estensione geografica è stata ipotizzata locale e coincidente, in prima approssimazione, con il mercato nel quale opera il distributore locale⁵.

³ Cfr. provv. 19802, *Sorgenia / A2A*, provv. 19803, *Sorgenia / ACEA*, in Boll. n.1 17/09; provv. 19836, *Sorgenia / HERA*, provv. 19837, *Sorgenia / Iride*, del 7 maggio 2009, in Boll. n. 18/09.

⁴ Tra questi vi sono anche Torino e Firenze, dove Italgas opera attraverso società a controllo congiunto con altri soci.

⁵ Cfr. da ultimo, C9969 - *E.ON Italia/E.T. Energia e Territorio Servizi Commerciali*.

A causa di tali bassissimi tassi di *switching*, dopo la liberalizzazione del mercato del gas, i venditori facenti parte dello stesso gruppo societario del distributore - nel caso di Italgas, ENI G&P - hanno mantenuto nei singoli mercati locali la posizione dominante ereditata dal precedente regime in cui un'unica società operava sia la distribuzione e sia la vendita di gas.

d) Le preoccupazioni concorrenziali espresse nel provvedimento di avvio

13. Il distributore di gas è il fulcro dei rapporti contrattuali che assicurano l'esecuzione della fornitura di gas ai clienti finali ed ha, quindi, la responsabilità di gestire i cambi di fornitore, le nuove attivazioni e le cessazioni. Inoltre, in quanto responsabile del servizio di misura, svolge una funzione essenziale ai fini di un corretto rapporto tra venditore e cliente finale, nonché ai fini dell'individuazione degli eventuali sbilanciamenti in prelievo che abbiano richiesto interventi correttivi da parte del gestore della rete di trasporto⁶.

Infine, a fronte di tale centralità del distributore, nell'attuale configurazione della filiera gas i clienti finali hanno come unica interfaccia sistemica il venditore. Un buon livello di servizio fornito dal distributore ai venditori nuovi entranti si riflette quindi in una migliore qualità del servizio reso da tali venditori ai clienti.

14. In questo contesto, le preoccupazioni concorrenziali dell'Autorità nascevano dalla possibilità che Italgas avrebbe potuto sfruttare la propria centralità per degradare la qualità dei servizi forniti ai venditori concorrenti di ENI G&P – riguardo sia allo *switching*, sia alle misure e alle altre prestazioni (verifiche gruppi di misura, attivazioni, ecc.) -, al fine di innalzare i costi di competere dei nuovi entranti (*raising rivals' costs*) con grave impatto finanziario e reputazionale e in questo modo difendere le quote di mercato storicamente detenute da ENI G&P nei mercati rilevanti.

15. La peggiore qualità dei servizi forniti può aumentare i costi dei venditori in vario modo. Per esempio, i ritardi nello *switching* allungano i tempi di gestione della singola richiesta e comportano un maggior numero di contatti (telefonici, via e-mail etc.) con il singolo cliente, generando maggiori costi. Qualora a causa del ritardo il cliente rinunci allo *switching* i costi di acquisizione sostenuti non potranno essere recuperati. Centinaia di clienti con *switch* falliti o fortemente ritardati possono far circolare notizie sulla scarsa qualità del servizio fornito dal nuovo entrante, generando elevati costi reputazionali.

Una preponderanza dei dati di misura stimati su quelli reali e la comunicazione discontinua o ritardata di tali dati rende inoltre più incerto il flusso di ricavi del venditore e aumenta le sue necessità di capitale circolante, crea contrasti con i clienti finali, rende più difficilmente prevedibili i costi degli input – perché l'incertezza sulle misure rende più difficile un corretto approvvigionamento del gas (e più frequenti gli sbilanciamenti), più probabili gli sbilanciamenti, meno prevedibile il costo dei servizi di rete.

Ritardi nell'esecuzione dei lavori di attivazione delle nuove forniture o di variazioni della connessione impongono costi sia di gestione della pratica che di carattere reputazionale. In generale, l'essere l'unica interfaccia sistemica del cliente finale fa sì che il venditore sia incolpato dal cliente della cattiva qualità del servizio ricevuto, anche laddove la responsabilità sia di altri, con evidenti ricadute negative sul piano reputazionale.

16. Tale degradazione avrebbe potuto sostanzarsi sia in una aperta discriminazione, sia nella deliberata adozione di procedure del tutto inadeguate a gestire, secondo gli standard di qualità

⁶ SNAM Rete Gas S.p.A. nel caso del gas.

richiesti dai clienti del mercato libero, le relazioni con una pluralità di venditori indipendenti dotati di propri autonomi sistemi informativi e gestionali. Tale condotta inefficiente accresce il costo di competere dei venditori nuovi entranti, limita la concorrenza che i venditori integrati incumbent devono fronteggiare e, in definitiva, distorce il processo concorrenziale e ostacola il processo di liberalizzazione dei mercati al dettaglio dell'energia.

17. Queste condotte inefficienti sembravano assumere particolare rilievo nella situazione italiana.

L'esplicarsi della concorrenza nella vendita di gas ed energia elettrica al dettaglio richiede la scelta di una fornitura ad un prezzo diverso dalle tariffe di riferimento fissate dal regolatore (il "passaggio al mercato libero") e lo *switching* da un fornitore ad un altro, appartenente ad un altro gruppo societario.

Lo *switching* verso i fornitori nuovi entranti è reso più difficile dalla storica e naturale asimmetria informativa tra i venditori integrati e i venditori nuovi entranti, costituita dal possesso o dalla maggiore facilità di reperimento di una serie di informazioni identificative del cliente (POD, PDR, codice fiscale ecc.) e delle sue caratteristiche (consumi, morosità ecc.), alle quali i venditori entranti possono aver accesso in modo molto più difficoltoso e soltanto dopo aver contattato il potenziale cliente. Ciò si traduce in una maggiore frequenza di *switching* non riusciti a causa di discrepanze tra i dati forniti dai venditori e quelli presenti nella banca dati del distributore e avvantaggia sul piano reputazionale i venditori *incumbent*, aiutandoli a mantenere la loro base clienti – o alla tariffa di riferimento, o sul mercato libero.

In aggiunta a ciò, vi sono peculiarità del contesto italiano che lo rendono relativamente meno favorevole di altri allo *switching*: (i) una scarsa informazione e consapevolezza dei clienti finali – soprattutto domestici – riguardo alle offerte del mercato libero, (ii) un alto costo percepito di cambiamento fornitore⁷, (iii) una tariffa di riferimento fissata dal regolatore – alla quale sono serviti tutti gli utenti domestici e le piccole imprese che non hanno un fornitore sul mercato libero – che costituisce un impegnativo *benchmark* di riferimento per i venditori di gas al dettaglio.

18. In un tale contesto, l'adozione di condotte efficienti da parte dei distributori nei processi di cui essi sono il fulcro è essenziale per assicurare lo sviluppo della concorrenza. Tali condotte efficienti, infatti, riducono i vantaggi di cui godono i venditori integrati *incumbent*, ponendoli su un piano di parità sostanziale con i venditori concorrenti ed evitano che i venditori integrati *incumbent* siano favoriti dai maggiori costi che esse impongono sui loro rivali.

La mancata adozione di tali condotte efficienti si tradurrebbe, invece, in una discriminazione a favore dei venditori integrati *incumbent* e costituirebbe perciò un abuso di posizione dominante.

19. Nel complesso, quindi, le preoccupazioni concorrenziali dell'Autorità derivavano dal fatto che, in un contesto caratterizzato da una peggiore qualità delle informazioni a disposizione dei nuovi entranti e da fattori che rendevano più difficile lo *switching*, i comportamenti discriminatori di Italgas avrebbero potuto favorire oggettivamente la società di vendita al dettaglio di gas del gruppo ENI, riducendo il grado di concorrenza nei mercati rilevanti e quindi prevenendo o rallentando la naturale erosione delle loro quote di mercato seguente alla completa liberalizzazione dei mercati della vendita al dettaglio di gas.

⁷ Tale costo – che si riflette nella richiesta di elevati sconti per cambiare fornitore (sconti che risultano più elevati nel caso del gas) – appare fortemente influenzato dalla reputazione del potenziale nuovo fornitore..

Tali condotte discriminatorie, limitando l'accesso al mercato per i nuovi entranti, avrebbero costituito un abuso di posizione dominante, indipendentemente dalla loro eventuale rilevanza anche in termini di violazione di specifiche previsioni di regolazione.

e) Esistenza di un pregiudizio al commercio tra Stati membri

20. Nel provvedimento di avvio è stata inoltre individuata la sussistenza di un possibile pregiudizio al commercio tra Stati Membri derivante dai comportamenti descritti, in ragione della loro estensione e portata.

21. Infatti, un nuovo operatore – sia italiano che estero - anche alla luce dei costi menzionati in precedenza, troverà più conveniente concentrare lo sforzo di entrata in alcune aree del territorio nazionale (quali ad es. le principali aree metropolitane), ove esiste una concentrazione di clienti profittevoli potenzialmente disposti a cambiare fornitore, al fine di realizzare più velocemente le economie di scala necessarie.

Le aree di Roma, Napoli, Venezia, Palermo sono tra le più importanti aree metropolitane italiane e nel complesso Italgas distribuisce oltre un quarto del gas consumato in Italia. Perciò, ostacolare l'entrata in tali aree può contribuire ad impedire una entrata economicamente sostenibile da parte non solo di imprese italiane, ma anche di imprese aventi la sede principale in un altro degli Stati membri dell'Unione Europea che intendano entrare nei mercati della vendita al dettaglio di gas in Italia.

II.2. Gli ulteriori elementi emersi

22. A seguito degli accertamenti ispettivi è emerso come fin dal 1° settembre 2008 – data anteriore all'avvio del procedimento - i venditori hanno la possibilità di inoltrare le richieste di *switching* sulla rete di Italgas, direttamente sul portale web *GasOnLine*⁸.

Laddove le informazioni siano corrette la procedura porta direttamente all'accettazione della richiesta di *switching*; qualora invece la coppia PDR / numero di matricola non risulti nel database di Italgas (perché uno dei dati è errati o perché risultano accoppiati a dati differenti) o vi siano altre incongruenze (per es., mancanza di autorizzazione al REMI), il sistema ne informa il venditore, immediatamente o entro un lasso di tempo non superiore a quello previsto dalla regolamentazione esistente, a seconda del tipo di errore riscontrato.

23. Il portale consente al venditore di verificare i dati in suo possesso attraverso un'interrogazione di natura preventiva rispetto alla presentazione della richiesta di *switching* (*pre-check*): inserendo il numero di matricola del contatore o il PDR, il sistema fornisce una stringa di dati relativi al punto di riconsegna identificato dal dato inserito: indirizzo di fornitura, codice REMI, PDR o matricola contatore, nonché l'indicazione "*PDR libero*" laddove non fosse già abbinato ad una società di vendita.

Tale servizio funziona per richieste sia singole che massive.

24. Dall'analisi dei dati relativi al periodo settembre 2008-marzo 2009 emerge come nel periodo in esame, in relazione a clienti con consumi inferiori a 200.000 mc/anno allacciati alla rete Italgas, siano stati richiesti alcune decine di migliaia di *switching* su rete Italgas, con un tasso di successo immediato pari al 97,5% circa.

⁸ Tale portale esisteva già in precedenza ma veniva gestito dal personale di Italgas S.p.A. Da settembre 2008, invece, è stata messa a punto una procedura idonea ad essere utilizzata dai venditori ai quali è stato altresì fornito un manuale operativo e assistenza per le prime richieste, chiarendone il funzionamento.

Dai dati emerge una certa disparità nel tasso di successo dei concorrenti rispetto al venditore integrato: mentre per ENI G&P gli insuccessi sono circa lo 0,93%, per i concorrenti la percentuale media sale al 3%. La differenza appare dovuta in larga misura a Sorigenia, cui si devono il 45% degli insuccessi totali del periodo esaminato; tra gli altri concorrenti principali, le percentuali di insuccesso non superano l'1,75%.

L'alta percentuale di insuccessi di Sorigenia appare dovuta alla mancata regolarizzazione degli *switching* a causa della mancata presentazione della dichiarazione di disponibilità di gas al REMI corrispondente ai punti vendita da acquisire⁹ (cfr. *infra*). Tale motivazione appare quella di gran lunga più importante per i venditori di maggiori dimensioni. La seconda motivazione per ordine di importanza appare invece costituita dai problemi di anagrafica (circa il 20% del totale).

Per quanto riguarda i tempi di esecuzione degli *switching*, essi risultano rispettosi della regolamentazione vigente e non si registrano significativi vantaggi a favore di ENI G&P.

25. Dai dati forniti da Italgas relativamente ai rapporti commerciali con Sorigenia, confermati per le vie brevi dalla stessa società segnalante, dopo opportuna verifica è emerso che in 381 casi su 454 *switching* non riusciti, il processo si è bloccato per mancanza della dichiarazione di disponibilità di gas al punto di riconsegna della rete di trasporto nazionale da parte di Sorigenia, la quale, peraltro, neppure successivamente avrebbe completato la documentazione richiesta.

26. Per quanto concerne la comunicazione delle letture di *switching*, dall'analisi dei dati relativi al periodo sett. 2008 – marzo 2009 è emerso che le letture di *switching* vengono inviate in media circa 7gg dopo la data di decorrenza dello *switching* stesso – in accordo con quanto previsto dalla regolamentazione -, senza significative differenze tra venditori integrati e concorrenti¹⁰.

27. Dalla documentazione acquisita in ispezione è emersa tuttavia l'esistenza di situazioni in cui le letture di *switching* sono state inviate con ritardo, in particolare nel corso del 2008. Di tali ritardi gli stessi dirigenti dei servizi interessati di Italgas si sono lamentati con i propri collaboratori e sottoposti, invitandoli al rispetto della tempistica interna di elaborazione e verifica dei dati che, poi, consenta il rispetto delle comunicazioni con i tempi dettati dal regolatore¹¹.

28. Per quanto concerne, infine, la disponibilità dei dati di misura, la società Italgas ha fatto presente che il portale *GasOnLine* fornisce con modalità *on line* alle società di vendita che lo richiedano i dati di misura per singolo punto di prelievo con l'indicazione se si tratti di lettura effettive o stimate (in alternativa viene utilizzata la comunicazione tramite posta certificata). Inoltre, per andare incontro ad un'esigenza espressa dalle società di vendita durante la fase di consultazione delle nuove norme sulla lettura dei punti di riconsegna, Italgas trasmette le letture e i tentativi di lettura falliti, sulla base di uno specifico tracciato separato dalla comunicazione della fatturazione del vettoriamiento.

a) Evoluzione della regolamentazione nel corso del procedimento

29. A partire dal 1° luglio 2009 (i) i distributori di gas sono divenuti titolari dell'attività di misura gas (che in precedenza poteva essere svolta direttamente dai venditori) (cfr. delibera ARG/gas 69/09) e (ii) è operativo l'obbligo regolamentare per i maggiori distributori gas di dotarsi di uno

⁹ La del. AEEG n. 138/04 art. 13(3) prevede che i venditori debbano presentare idonea documentazione che attesti la capacità di gas al punto di riconsegna della rete di trasporto – il punto in cui la rete di distribuzione locale e quella di trasporto nazionale del gas si interfacciano, identificato da un codice chiamato "codice REMI" -, prima di richiedere l'attivazione dei punti di prelievo che sono riforniti da gas immesso attraverso quel particolare punto di riconsegna.

¹⁰ In realtà, vi è addirittura una differenza di un giorno in media a svantaggio di ENI G&P.

strumento di comunicazione evoluto per i rapporti con i venditori, quale un portale internet, basato sugli standard di comunicazione stabiliti dall'AEEG (cfr. delibera AEEG ARG/gas 185/08 e le Istruzioni Operative rilasciate nel corso della prima metà del 2009).

Italgas ha dichiarato in audizione che, a seguito dell'entrata in vigore delle nuove responsabilità in tema di misure, i dati di lettura, nei tracciati previsti dal regolatore, saranno inviati a ciascun venditore via posta elettronica certificata oppure, dietro autorizzazione del venditore stesso, verranno messi a sua disposizione su *GasOnLine* o attraverso modalità più avanzate, quale il dialogo *Application-to-Application*.

30. L'AEEG ha anche modificato il Codice di Rete tipo (del. ARG/gas 193/09), in coerenza con i nuovi obblighi dei distributori, prevedendo – tra l'altro – la comunicazione della quantità di gas riconsegnata per singolo Punto di riconsegna, eventualmente stimata utilizzando i profili di prelievo standard.

31. L'AEEG ha inoltre incaricato la società Acquirente Unico¹² S.p.A. della realizzazione di un sistema informatico centralizzato per la gestione dei profili descrittivi dei clienti finali¹³ prefigurato dalla del. 134/08 (cfr. delibera GOP 71/09 del 28 dicembre 2009).

Nel giugno 2010 l'AEEG ha svolto una consultazione sulla modalità di realizzazione di tale sistema informatico¹⁴. Sulla base dei risultati di tale consultazione, l'AEEG ha dato disposizioni all'Acquirente Unico per la predisposizione di un sistema che centralizzi sia la gestione dei dati relativi ai punti di prelievo sia le relative comunicazioni (cfr. del. AEEG ARG/com 128/10).

III. GLI IMPEGNI PROPOSTI DA ENI E ITALGAS

32. Il 6 agosto 2009 Italgas ha presentato impegni ai sensi dell'art. 14 *ter* della legge n. 287/90.

Italgas, a differenza delle società Parti dei "procedimenti paralleli", non ha presentato impegni in merito alla realizzazione di un portale web e al *pre-check*, in quanto già dispone di un portale attraverso il quale è possibile eseguire sia le operazioni di *switching* sia effettuare la verifica preliminare dei dati necessari allo *switching*, secondo modalità non solo conformi a quelle previste dagli impegni offerti nei procedimenti paralleli, ma addirittura presi a modello da taluni di essi. Inoltre, Italgas già mette a disposizione i dati di misura attraverso il proprio portale *GasOnLine*, rispettando le tempistiche regolamentari.

L'impegno presentato da Italgas è finalizzato piuttosto a fornire rassicurazioni circa il fatto che in futuro ogni richiesta delle società di vendita a Italgas sulle letture dei consumi sia gestita in maniera efficiente. Tale impegno viene incontro alle lamentele di Sorgenia riguardanti il ritardo con cui le sarebbero stati comunicati i dati di misura relativi ad alcuni PDR, circostanza che Italgas ritiene dovuta ad un mero disservizio isolato.

33. A tal fine la società si impegna ad integrare le procedure esistenti (che riguardano richieste scritte di chiarimento da parte del cliente finale) prevedendo una procedura specifica che

¹¹ Cfr. doc. 36 del fascicolo, e-mail interna a Italgas del 15 luglio 2008.

¹² Acquirente Unico S.p.A., società a totale controllo pubblico, è responsabile dell'approvvigionamento di energia elettrica per i clienti in maggior tutela e svolge altri servizi di interesse pubblico, quali l'organizzazione delle gare per il servizio di salvaguardia e per l'individuazione del fornitore di ultima istanza nel settore gas.

¹³ Si tratta dei dati anagrafici (POD e PDR inclusi), dei dati di misura dei prelievi nonché di dati relativi ad eventuali inadempimenti contrattuali che descrivono il singolo cliente finale. Tale sistema centralizzato, secondo l'AEEG, dovrebbe facilitare la gestione dei rapporti contrattuali e le loro variazioni.

garantisca tempi certi di risposta a richieste provenienti dalle società di vendita e relative e dati di misura e di fatturazione dell'attività di distribuzione. Viene creata, allo scopo, una chiave di posta elettronica certificata da dedicare a questo tipo di questioni che sia idonea ad assicurare la tracciabilità di tutte le richieste e garantire la tempestività della risposta (entro 10 giorni con possibilità di una risposta interlocutoria se non è possibile rispondere in dieci giorni).

34. Tale impegno potrebbe essere implementato per un periodo di prova di 12 mesi, decorrenti dalla data di accettazione di tale impegno da parte dell'Autorità.

Al termine di tale periodo di prova, verrà valutata l'adeguatezza delle azioni intraprese e la qualità delle risposte fornite da Italgas ai venditori e, ove necessario, verrà predisposto un piano di miglioramento della procedura.

35. ENI ha preso atto degli impegni di Italgas e ha sottolineato che essi, alla luce delle previsioni in tema di separazione funzionale stabilite dalla del. AEEG 11/07, sono di esclusiva competenza di Italgas stessa.

ENI ha inoltre affermato di aver adottato un *“rigoroso sistema di unbundling che garantisce, inter alia, la sua assoluta estraneità nella gestione delle attività di Italgas”* oggetto del procedimento.

IV. LE OSSERVAZIONI PERVENUTE IN MERITO AGLI IMPEGNI

36. Hanno partecipato al *market test* 3 venditori di energia elettrica al dettaglio – Sorgenia, ENEL Energia S.p.A. e Edison Energia S.p.A. – e un istituto di studi indipendente, l'Istituto Bruno Leoni. Gran parte delle osservazioni sono state presentate in forma generica, senza specifico riferimento ad un distributore o all'altro.

Le osservazioni presentate riguardavano i seguenti profili: struttura delle relazioni tra distributore e venditore all'interno di un gruppo societario, omogeneizzazione delle procedure, modalità di *pre-check*, dati di misura, siti contendibili.

Struttura delle relazioni tra distributore e venditore all'interno del medesimo gruppo societario

37. Sorgenia ha criticato *“l'incertezza sull'interfaccia unica nelle relazioni con i Distributori sottesi allo stesso gruppo societario”*, ritenendo che sia *“necessario individuare una struttura unica di riferimento [...] per tutte le società di distribuzione di energia elettrica o di gas collegate o controllate dallo stesso gruppo, [che] dovrebbe gestire in maniera centralizzata e standardizzata lo scambio di dati e informazioni con il venditore”* riguardo allo *switching*, alle connessioni e all'attività e ai servizi di misura.

Una tale struttura unica non sarebbe presente per ENI. Sorgenia lamenta quindi che negli impegni non sia richiamata l'esigenza di estendere *“la funzione attualmente esercitata dal sistema di comunicazione di Italgas (GasOnLine) a tutti gli utenti [...] delle reti di distribuzione di tutte le società collegate al gruppo”*.

Sarebbe dunque necessario che ENI *“assuma l'impegno di identificare una struttura operativa unica nelle relazioni tra distributori collegati e controllati e venditori [alla quale facciano] capo tutte le funzioni di scambio di informazioni con i venditori”* relativamente a tutti i punti di prelievo sulle reti gas del gruppo ENI.

¹⁴ DCO 14/10, *“Sistema informativo integrato per la gestione dei rapporti fra i diversi operatori dei mercati liberalizzati (SII)”*, 21 maggio 2010.

Omogeneizzazione delle procedure

38. Tutti i partecipanti al *market test* hanno sottolineato l'esigenza di una omogeneizzazione delle procedure, al fine di contenere i costi dei venditori¹⁵ e massimizzare il beneficio dall'introduzione di strumenti quali i portali web dei distributori e il *pre-check*.

Modalità di pre-check

39. Con riferimento al *servizio di pre-check*, Edison e ENEL Energia hanno indicato l'applicativo *GasOnLine* implementato da Italgas come standard di riferimento per il settore gas.

Dati di misura

40. Edison e Sorigenia hanno sottolineato le criticità relative ai dati di misura, in particolare riguardo sia alla qualità e alle tempistiche di comunicazione dei dati stessi, sia alle incongruità tra i dati comunicati dai distributori ai venditori ai fini della fatturazione dei clienti finali e quelli utilizzati dai distributori ai fini dell'addebito dei costi dei servizi di rete forniti dai distributori stessi – in primo luogo, il trasporto del gas sulla propria rete.

41. Sorigenia ha osservato che un generico impegno di messa a disposizione dei dati di misura “*non ha in sé nessun valore di certezza e di trasparenza né sull'effettivo scambio di dati, né (soprattutto) sulla qualità dei dati scambiati*”.

Sorigenia richiede quindi che “*le società di distribuzione, responsabili anche del servizio di misura, mettano a disposizione dei venditori, ancor prima dei dati relativi ai consumi, tutti i dati tecnici*¹⁶ *rilevanti al fine di individuare le caratteristiche di ogni singolo PDR o POD*”, dai quali dipendono i consumi fatturati ai clienti finali, i servizi di rete fatturati al venditore e la congruità tra i volumi su cui sono basati i corrispettivi per i servizi di rete e i volumi consumati dai clienti serviti da un certo venditore.

42. Secondo Sorigenia, inoltre, al fine di garantire la corretta fatturazione dei clienti da parte dei venditori, i distributori di gas dovrebbero fornire (i) PDR e componenti tariffarie espresse in €/PDR, (ii) letture dei consumi e parte variabile della tariffa di distribuzione, espressa in €/Smc e differenziata per scaglioni di consumo, (iii) immissioni complessive al punto di consegna dell'impianto di distribuzione cui il PDR è connesso, utilizzate dal distributore per l'allocazione dei volumi e la prenotazione della capacità di trasporto.

43. Sorigenia sottolinea infine l'importanza della congruità tra i dati di misura comunicati al venditore e quelli utilizzati dal distributore per la fatturazione dei servizi di rete.

Sorigenia richiede quindi di integrare gli impegni con la messa a disposizione di due servizi di verifica preliminare, uno riguardante “*la congruità dei dati di misura (effettivi o stimati) rilevati dal distributore (o dal consumatore in caso di autolettura) [...] e i dati corrispondenti utilizzati per l'allocazione delle quantità fisiche e inviati al venditore per la fatturazione dei servizi di*

¹⁵ La preoccupazione dei venditori che si interfacciano con diversi distributori è, nelle parole di Edison Energia, quella di dover “programmare ed ingegnerizzare processi specifici per ogni singolo applicativo informatico, con prevedibili oneri sia operativi sia commerciali. La maggiore complessità si tradurrebbe in un peggioramento della qualità del servizio ai clienti e in un aumento, anziché una riduzione, dei costi complessivi del sistema”.

¹⁶ Per il gas, si tratterebbe di: codice identificativo prestazione, codice identificativo mittente e destinatario, PDR, matricola contatore, presenza o meno di apparecchiature di correzione volumi gas, coefficiente di conversione C, data e ora della lettura, accessibilità del misuratore (accessibile, parzialmente acces., non acces.), se la lettura è stata effettuata dal distributore o dal cliente finale, motivazione dell'eventuale fallimento tentativo di lettura, tipo di lettura (switch, commerciale, tecnica).

trasmissione, distribuzione e misura” e l’altro concernente *“la correttezza e la congruità dei dati di connessione e dei dati di consumo relativi ai PdR e POD dei clienti forniti”*.

Sorgenia inoltre richiede che vengano messe a disposizione dei venditori *“tutte le informazioni sottostanti al calcolo delle componenti tariffarie di trasporto, distribuzione, misura e, per quanto di competenza del distributore stesso, del dispacciamento”* e che vengano previsti specifici standard per la raccolta delle letture rilevanti per la fatturazione dei servizi di rete.

Siti contendibili

44. ENEL Energia ricorda che le prese non attive o cessate rappresentano potenziali clienti del mercato libero e quindi la loro conoscenza contribuirebbe a ridurre le barriere all’ingresso nei mercati *retail*.

Perciò, essa richiede *“la pubblicazione sui portali web dei distributori, con riferimento sia al mercato del gas sia al mercato elettrico, dei c.d. siti contendibili (prese non attive o cessate)”*.

V. LE CONTRODEDUZIONI DI ITALGAS

45. In data 22 giugno 2010 sono pervenute le controdeduzioni di Italgas alle osservazioni formulate sugli impegni pubblicati in data 24 marzo 2010.

ENI ha invece *“pre[so] atto delle risultanze del market test e delle osservazioni sostanzialmente favorevoli presentate al riguardo dai terzi”*. .

46. Riguardo alla struttura delle relazioni tra distributore e venditore all’interno del medesimo gruppo societario, Italgas ha osservato che *“GasOnLine è già da tempo messo a disposizione non soltanto degli utenti di Italgas, ma anche di tutti gli utenti delle società di distribuzione facenti capo a Italgas”*¹⁷.

47. Con riferimento alle *misure* e alle informazioni identificate da Sorgenia come necessarie alla corretta fatturazione dei clienti finali, Italgas ha rilevato che le letture dei consumi sono messe a disposizione dei venditori attraverso GasOnLine, nel rispetto della delibera Arg/Gas 69/09 dell’AEEG e le informazioni relative alle componenti fisse e variabili della tariffa di distribuzione sono incluse nell’allegato alla fatturazione dei servizi di vettoriamento gas.

Italgas non comunica invece il totale del gas immesso al punto di consegna della rete di distribuzione cui è connesso il singolo PDR in quanto tale comunicazione non è prevista dalla regolamentazione esistente, che anzi attribuisce al trasportatore del gas – non al distributore – il compito di validare il dato relativo alle immissioni al punto di consegna.

In ogni caso, Italgas ritiene che la conoscenza del totale del gas immesso al punto di consegna della rete di distribuzione cui è connesso il singolo PDR non sarebbe di alcuna utilità per il venditore al fine di verificare la corretta allocazione del gas tra le società operanti ad un certo punto di consegna, in quanto (i) tale verifica richiederebbe la conoscenza delle quantità immesse da tutti i concorrenti di quello specifico venditore e (ii) discrepanze possono generarsi a causa dello sfasamento tra la comunicazione del dato validato da parte del trasportatore e la fatturazione del vettoriamento da parte del distributore.

48. Quanto alla congruità tra i dati inviati al venditore e quelli impiegati dal distributore per la fatturazione dei servizi di rete, Italgas ha precisato che *“le letture dei misuratori che utilizza nel*

¹⁷ Tra queste vanno incluse anche, come risulta da una verifica sui siti Internet delle rispettive società, Toscana Energia S.p.A. e AES Torino S.p.A., distributori di gas controllati congiuntamente da Italgas che usano GasOnLine.

proprio processo di fatturazione del servizio di vettoriamiento sono esattamente le medesime che il distributore [...] trasmette alla società di vendita al fine di consentire la fatturazione dei consumi ai clienti finali”.

Secondo Italgas, la normativa di settore – se correttamente applicata – già permetterebbe al venditore di disporre dei dati necessari alle verifiche di congruità indicate da Sorgenia, in quanto esse potrebbero essere basate sui consumi comunicati, sui profili di prelievo associati al PDR (comunicati al momento dell’attivazione del punto o dello *switching*) e sulle note modalità di trattamento dei dati ai fini della fatturazione del vettoriamiento e di determinazione dei dati funzionali all’allocazione del gas immesso al punto di prelievo tra i vari venditori.

49. Infine, con riferimento alla richiesta di ENEL Energia relativa alla pubblicazione dei siti contendibili sui siti web dei distributori di gas, Italgas ha osservato che attualmente su *GasOnLine* è disponibile un servizio di interrogazione per l’individuazione dei siti contendibili che, a fronte dell’inserimento del comune di fornitura e dell’indirizzo di fornitura (anche senza numero civico) permette di ottenere il PDR, il codice impianto, la pressione di misura, l’accessibilità di lettura e, ove presente, varie informazioni sul misuratore.

VI. VALUTAZIONI

50. Gli impegni presentati da Italgas, pur essendo di contenuto meno esteso rispetto a quelli presentati dalle Parti dei “procedimenti paralleli”, alla luce degli elementi acquisiti nel corso dell’istruttoria appaiono idonei a rimuovere le preoccupazioni concorrenziali evidenziate in sede di avvio e proporzionati all’obiettivo perseguito. La loro minore ampiezza, infatti, appare giustificata dagli elementi emersi nel corso dell’istruttoria.

Nel caso di specie, le preoccupazioni concorrenziali dell’Autorità nascevano dalla constatazione che la discriminazione nella qualità dei servizi forniti, in particolare attraverso l’adozione di procedure inefficienti, accresce il costo di competere dei venditori al dettaglio di gas nuovi entranti. Ciò favorisce i venditori *incumbent* - che appartengono allo stesso gruppo societario dei distributori – i quali sono avvantaggiati dal possesso di un patrimonio informativo sui piccoli clienti ancora attuale – sia riguardo all’anagrafica che ai profili di consumo; tale patrimonio deriva loro dall’essere stati i fornitori storici di tali clienti prima che diventassero idonei e dall’esserlo rimasti per la maggior parte di essi anche dopo che essi hanno acquisito la capacità di scegliere liberamente i propri fornitori, a causa dei bassi tassi di *switching*.

In un quadro dominato da una tariffa di riferimento fissata dal regolatore a livelli che comprendono solo una modesta copertura dei costi di commercializzazione al dettaglio e da una bassa propensione al cambio fornitore da parte soprattutto dei clienti domestici, ogni efficienza di costo risulta preziosa per favorire lo sviluppo di una concorrenza sostenibile dal punto di vista economico-finanziario nei mercati della vendita al dettaglio di gas. Un comportamento inefficiente dei distributori configura quindi una oggettiva limitazione della concorrenza nei mercati della vendita al dettaglio di gas.

51. L’attività istruttoria compiuta ha mostrato come Italgas, già prima dell’avvio del procedimento, offrisse l’interfaccia web e quei servizi che sono oggetto degli impegni delle Parti dei “procedimenti paralleli”. Italgas si era quindi già dotata di strumenti idonei a svolgere in maniera efficiente i compiti assegnati al distributore in relazione allo *switching* e non sono emersi indizi di

discriminazione a favore di ENI G&P. Inoltre, dopo il luglio 2009 Italgas ha messo a disposizione dei venditori attraverso il portale anche i dati di misura rilevati presso i PDR allacciati alla propria rete.

L'attività istruttoria ha dunque permesso di fugare gran parte delle preoccupazioni concorrenziali che avevano portato all'avvio dell'istruttoria.

52. In questo quadro, l'impegno di Italgas, mettendo a disposizione dei venditori uno strumento che assicura una risposta in tempi certi a richieste di informazioni relative ai dati di misura, permette di identificare e rimuovere residue sacche di inefficienza e comportamenti potenzialmente idonei ad ostacolare i venditori di gas non appartenenti al gruppo ENI.

53. Tale impegno, alla luce di quanto emerso nel corso del procedimento, appare idoneo a rimuovere le residue preoccupazioni concorrenziali dell'Autorità ed è quindi proporzionato all'obiettivo perseguito, in quanto non esistono impegni altrettanto efficaci e meno gravosi per le imprese, che ottengano il medesimo risultato.

54. Nel complesso, gli impegni presentati appaiono quindi in grado di fugare le preoccupazioni concorrenziali espresse dall'Autorità nel provvedimento di avvio.

55. L'Autorità, ai fini e per gli effetti di quanto previsto dall'articolo 14-ter della legge n. 287/90, vigilerà sull'esecuzione di questi impegni e verificherà la persistente idoneità degli impegni stessi a eliminare le preoccupazioni concorrenziali espresse nel provvedimento di avvio. In tal senso, l'Autorità si riserva di riaprire d'ufficio il procedimento in presenza di una modifica della situazione di fatto e di diritto rispetto ad ogni elemento su cui si fonda la decisione – e in particolare con riguardo (i) all'efficienza e non discriminatorietà delle prestazioni relative allo *switching*, (ii) all'impiego dei medesimi dati di misura comunicati ai venditori ai fini della fatturazione dei servizi di rete da parte di Italgas, (iii) al rispetto delle tempistiche di comunicazione dei dati di misura e del contenuto previsto di tali comunicazioni, (iv) alla variazione delle condizioni concorrenziali dei mercati rilevanti e (v) all'evoluzione regolamentare -, nonché qualora le parti contravvenissero agli impegni assunti e resi obbligatori con il presente provvedimento.

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati dalla società Italgas S.p.A. in data 6 agosto 2009, sono tali da fare venire meno i profili anticoncorrenziali oggetto dell'istruttoria;

RITENUTO di dover disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni, ai sensi dell'articolo 14-ter, comma 1, della legge n. 287/90;

RITENUTO, infine, di poter chiudere il procedimento nei confronti di ENI S.p.A. e Italgas S.p.A. senza accertare l'infrazione ai sensi dell'articolo 14-ter della legge citata;

DELIBERA

a) di rendere obbligatori gli impegni, ai sensi dell'articolo 14-ter, comma 1, della legge n. 287/90, nei confronti delle società ENI S.p.A. e Italgas S.p.A. nei termini sopra descritti e allegati al presente provvedimento di cui fanno parte integrante;

b) di chiudere il procedimento nei confronti delle società ENI S.p.A. e Italgas S.p.A. senza accertare l'infrazione ai sensi dell'articolo 14-ter, comma 1, della legge n. 287/90;

c) che la società Italgas S.p.A. dovrà presentare, entro centoottanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, e successivamente con cadenza semestrale, per i successivi due anni, una relazione dettagliata sull'attuazione dell'insieme degli impegni assunti e delle attività connesse, con particolare riferimento: (i) all'implementazione della procedura oggetto degli impegni, sulla tipologia di richieste ricevute, sulle azioni intraprese per rispondere alle richieste e al loro esito, (ii) all'effettuazione degli *switching* attraverso il portale e al tasso di successo delle richieste di *switching*, distinguendo quelle presentate da ENI – Div. Gas & Power da quelle presentate dall'insieme degli altri trader, (iii) alla messa a disposizione dei dati di misura (sia in occasione degli *switching* che con riguardo alle letture periodiche), descrivendo le modalità di accesso ai dati di misura, fornendo esempi dei *files* messi a disposizione e segnalando i motivi di eventuali ritardi (rispetto alle tempistiche regolamentari o previste dagli impegni), (iv) alla congruenza tra i dati di misura messi a disposizione dei venditori e quelli utilizzati per la fatturazione dei servizi di rete.

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 Lazio, ai sensi dell'articolo 33, comma 1, della legge n. 287/90, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, 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.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

A411D – SORGENIA/IRIDE*Provvedimento n. 21531*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 settembre 2010;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287, e in particolare l'art. 14-ter introdotto dalla legge 4 agosto 2006, n. 248, che ha convertito con modifiche il decreto legge 4 luglio 2006, n. 223;

VISTO l'articolo 102 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea ("TFUE");

VISTA la propria delibera del 7 maggio 2009, con la quale è stata avviata, ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, un'istruttoria nei confronti delle società Iride S.p.A. (ora IREN S.p.A.), AEM Torino Distribuzione S.p.A. e Genova Reti Gas S.r.l., volta ad accertare eventuali violazioni dell'articolo 82 del Trattato CE (ora art. 102 TFUE);

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 del TFUE);

VISTA la "*Comunicazione sulle procedure di applicazione dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90*", adottata dall'Autorità con delibera del 12 ottobre 2006 e pubblicata sul bollettino n. 39 del 16 ottobre 2006;

VISTA la comunicazione del 11 agosto 2009, modificata per ultimo il 19 novembre 2009, con la quale le società IRIDE S.p.A. (ora IREN S.p.A.), AEM Torino Distribuzione S.p.A., Genova Reti Gas S.r.l., secondo modalità e tempistiche indicate specificatamente nell'apposito "*Formulario per la presentazione degli impegni ai sensi dell'art. 14 ter della legge n. 287/90*", hanno presentato impegni ai sensi dell'art. 14-ter della legge n. 287/90;

VISTA la richiesta di informazioni inviata all'Autorità per l'Energia Elettrica ed il Gas il 4 dicembre 2009 e la risposta pervenuta il 25 febbraio 2010;

VISTA la propria delibera adottata in data 18 marzo 2010, con cui è stata disposta la pubblicazione degli impegni presentati dalle società IRIDE S.p.A. (ora IREN S.p.A.), AEM Torino Distribuzione S.p.A., Genova Reti Gas S.r.l. ed è stato fissato al 30 giugno 2010 il termine per l'adozione di una decisione sugli impegni ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90;

VISTE le osservazioni dei terzi interessati e le controdeduzioni da parte di IRIDE S.p.A. (ora IREN S.p.A.), AEM Torino Distribuzione S.p.A., Genova Reti Gas S.r.l.;

VISTE le modifiche accessorie agli impegni, comunicate da IRIDE S.p.A. (ora IREN S.p.A.), AEM Torino Distribuzione S.p.A., Genova Reti Gas S.r.l. in data 1° giugno 2010 e infine nella versione consolidata definitiva del 15 giugno 2010;

VISTA la propria delibera adottata in data 9 giugno 2010, con cui è stata disposta la proroga al 31 ottobre 2010 del termine per l'adozione di una decisione sugli impegni ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90 e del termine per la conclusione del procedimento;

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

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. IRIDE S.p.A. (ora IREN S.p.A.) è a capo del gruppo omonimo, attivo nella produzione, distribuzione e vendita di energia elettrica e calore, nell'approvvigionamento, distribuzione e vendita di gas e nella distribuzione di acqua, nonché in una serie di servizi ancillari a tali attività.

In particolare, IRIDE (ora IREN) opera nella distribuzione di energia elettrica a Torino attraverso la controllata AEM Torino Distribuzione S.p.A. ("AEM"), nella distribuzione di gas a Genova e in una serie di comuni limitrofi attraverso Genova Reti Gas S.r.l. ("GRG"), nella vendita di energia elettrica e gas ai clienti finali attraverso Iride Mercato S.p.A. (ora Iren Mercato S.p.A.).

A partire dal 1° luglio 2010, IRIDE S.p.A. ha incorporato¹ Enìa S.p.A. e ha assunto la nuova denominazione di IREN S.p.A..

A seguito della fusione per incorporazione di Enìa S.p.A. in IRIDE S.p.A., Finanziaria Sviluppo Utilities S.p.A., controllata dal Comune di Torino e dal Comune di Genova, e 71 soci pubblici di Enìa S.p.A. hanno vincolato ad un patto parasociale volto ad assicurare unità e stabilità di indirizzo a IREN quote sociali pari a circa il 55% del capitale sociale di IREN.

Nel 2009 il fatturato complessivo del gruppo Iride e di Enìa S.p.A. è stato di circa 3.195 milioni di euro.

2. Sorigenia S.p.A. è una società attiva sia nella generazione di energia elettrica – attraverso impianti termoelettrici, idroelettrici, eolici e solari – sia nella vendita di energia elettrica e gas a clienti finali.

Sorigenia è controllata, attraverso CIR S.p.A., dalla famiglia De Benedetti, che ne detiene il 52% circa del capitale sociale attraverso Sorigenia Holding. Le rimanenti quote sono di proprietà di Verbund A.G., il maggior produttore e distributore di energia elettrica in Austria (44,8%), del management (2,2%) e del Monte dei Paschi di Siena S.p.A. (1,2%).

Il fatturato consolidato realizzato da Sorigenia nel 2009 è stato pari a 2.326 milioni di euro.

II. IL FATTO

II.1. I comportamenti contestati

a) Il contesto: switching, misure e ruolo del distributore

3. Oggetto del presente procedimento è il rapporto tra distributore (di energia elettrica o di gas) e venditore al dettaglio (di energia elettrica e/o di gas), con particolare riferimento ai processi di cambiamento del fornitore di energia elettrica e/o gas (c.d. *switching*) e alle comunicazioni da parte del distributore dei dati di misura relativi ai prelievi effettuati dai clienti del venditore.

¹ L'operazione è stata autorizzata dall'Autorità con Provvedimento n. 20018, *IRIDE / ENÌA* (C10108), del 25 giugno 2009, in Boll. n. 25/09.

4. Con particolare riferimento allo *switching*, è possibile distinguere una fase di *switching* operativo ed una successiva di *switching* commerciale.

Lo *switching* operativo è preceduto da una attività di individuazione, contatto e acquisizione clienti piuttosto onerosa per i venditori.

Nella fase di *switching operativo* il distributore e il venditore entrante si scambiano informazioni e dati funzionali all'attivazione del servizio di trasporto a favore del cliente acquisito da parte del venditore entrante e al passaggio del punto di prelievo oggetto di *switching* dal contratto di trasporto e dispacciamento del venditore uscente a quello del venditore entrante.

L'esecuzione materiale dello *switching* operativo richiede la comunicazione da parte del venditore entrante al distributore di una coppia di dati che identificano univocamente il punto di prelievo oggetto di *switching* (POD e codice fiscale / partita IVA per il settore elettrico, PDR e matricola contatore per il settore gas)². Il Distributore verifica che la coppia comunicata sia presente nel suo database³ e, in caso affermativo, effettua lo *switching*. In caso negativo, la richiesta è respinta.

Nel settore del gas, inoltre, lo *switching* operativo a livello di distributore deve avvenire contestualmente alla richiesta di subentro nella capacità di trasporto nazionale prima allocata al venditore uscente e alla richiesta di subentro nella capacità di stoccaggio prima conferita al venditore uscente per quel cliente. Per effettuare tali richieste con successo il venditore entrante deve conoscere il codice del punto di consegna del gas al distributore perché lo trasporti al cliente finale (c.d. codice REMI), l'identità degli utenti del trasporto e dello stoccaggio uscenti.

La fase di *switching commerciale* inizia quando quella operativa si conclude e ha a sua volta termine con la comunicazione al venditore entrante e a quello uscente della c.d. "lettura di *switching*", che chiude il rapporto commerciale pre-esistente e apre quello con il nuovo fornitore.

5. Una volta avvenuto lo *switching* ed instauratosi il rapporto commerciale con il nuovo fornitore, nell'attuale assetto regolatorio il venditore dipende dal distributore per la messa a disposizione dei dati di misura dei prelievi di elettricità o di gas dalla rete. Tali dati sono essenziali per una corretta fatturazione del cliente finale – e quindi sia per la qualità percepita del servizio reso dal venditore al cliente finale, sia per il regolare finanziamento dell'attività di vendita stessa. Inoltre, tali dati vengono utilizzati per la fatturazione al venditore dei servizi di rete forniti direttamente e indirettamente dal distributore e per la regolazione degli sbilanciamenti in prelievo da parte dei venditori.

b) La denuncia di Sorgenia e l'avvio del procedimento

6. Il procedimento istruttorio è stato avviato a seguito di una segnalazione da parte di Sorgenia – pervenuta il 27 ottobre 2008 ed integrata il 3 febbraio, 7 e 10 aprile 2009 - concernente presunti abusi di posizione dominante commessi da diversi gruppi societari verticalmente integrati, attivi sia nella distribuzione, sia nella vendita di energia elettrica e di gas, tra cui il gruppo IRIDE (ora IREN), con particolare riferimento alle condotte delle società di distribuzione del gas e dell'elettricità, AEM e GRG.

² POD (*Point of Delivery*) e PdR (Punto di Riconsegna) sono codici alfanumerici associate univocamente ad un certo punto di prelievo, rispettivamente di elettricità o di gas.

³ La coppia di dati deve corrispondere ad una presente nel database del distributore. Il fatto che i singoli dati siano presenti non è sufficiente ad ammettere lo *switching*. Si noti che ciò che conta è la corrispondenza tra quanto comunicato dal venditore e quanto presente nel database del distributore, non l'esattezza del dato comunicato dal venditore.

7. In data 29 aprile e 7 maggio 2009 l'Autorità ha avviato diverse istruttorie nei confronti di distributori di gas ed energia elettrica su fattispecie simili (i "procedimenti paralleli")⁴.

Nel caso specifico, l'Autorità ha avviato il 7 maggio 2009 un'istruttoria volta a verificare l'esistenza di ostacoli e ritardi messi in atto dalle società di distribuzione del gruppo IRIDE (ora IREN) nei confronti degli operatori nuovi entranti nella vendita ai clienti del mercato elettrico domestico e delle piccole imprese in BT e dei clienti gas con consumi inferiori a 200.000 mc. Tali condotte, in una situazione di scarsa dinamicità del mercato della vendita di energia elettrica e gas, avrebbero, da un lato, costituito un ulteriore freno ad operazioni di *switching* dei clienti verso società nuove entranti e, contestualmente, per il fatto di mantenere lo *status quo ante*, avrebbero favorito la società di vendita del gruppo IRIDE (ora IREN), che avrebbe potuto far leva sulla propria reputazione e sulla disponibilità di dati storici sui piccoli clienti serviti alla tariffa definita dal regolatore settoriale per mantenerne il controllo – predisponendo offerte appetibili ai clienti desiderosi di passare al mercato libero nel caso elettrico o di scegliere una offerta diversa dalla tariffa regolata per il gas, oppure continuando a servire i clienti non interessati a cambiare offerta.

8. In particolare, la condotta di AEM e GRG nei confronti dei venditori entranti nelle aree da essi servite sarebbe stata caratterizzata da: (i) uno scarso rispetto della tempistica prevista dalla regolazione, con conseguenti ritardi nell'esecuzione degli *switching*; (ii) il mancato svolgimento di qualsiasi attività utile a correggere eventuali errori nei dati comunicati dal venditore entrante, pur disponendo delle informazioni necessarie ad individuare la fonte dell'errore; (iii) la mancanza di strumenti informatici adeguati per interfacciarsi con i venditori, tra cui un applicativo *web based* che consentisse di verificare l'iter dello *switching*; ciò avrebbe reso eccessivamente oneroso lo *switching* operativo anche nel caso in cui fosse andato a buon fine.

AEM avrebbe inoltre: (a) fornito con difficoltà le misure di *switching* previste dalla delibera dell'Autorità per l'Energia Elettrica ed il Gas ("AEEG") n. 42/08 e lo storico dei consumi (anch'esso previsto dalla del. n. 42/08); (b) comunicato con ritardo i dati di lettura definitivi necessari alla regolazione degli sbilanciamenti in prelievo sulla base del *load profiling* (del. AEEG n. 111/06 e n. 278/07); (c) frapposto difficoltà nell'ottenimento delle informazioni relative ai punti di prelievo acquisiti (profilo, potenza impegnata, potenza disponibile, dati del contatore e altro); (d) frapposto ostacoli e ritardi nell'esecuzione delle prestazioni relative ad aumenti di potenza.

Con specifico riferimento a GRG, inoltre, veniva messa in luce la significativa incidenza di *switching* non riusciti (pari al 27% delle richieste effettuate da Sorgenia) a causa della discrepanza tra i dati a disposizione del nuovo fornitore e i dati del distributore relativamente alla matricola del contatore, al codice del punto di riconsegna, o di consegna, tutti elementi essenziali per effettuare il cambio fornitore. Infine, anche GRG avrebbe messo a disposizione con ritardo le "letture di *switching*" e i dati di misura e il servizio di rilevazione dei dati di misura sarebbe stato svolto a condizioni assai onerose.

9. In data 12 maggio 2009 sono state svolte ispezioni presso le sedi di IRIDE (ora IREN), AEM e Iride Mercato (ora Iren Mercato), e sono state richieste informazioni regolarmente fornite dalle Parti.

⁴ Cfr. provv. 19802, *Sorgenia / A2A*, provv. 19803, *Sorgenia / ACEA*, provv. 19804, *Sorgenia / Italgas*, del 29 aprile 2009, in Boll. n. 17/09; provv. 19836, *Sorgenia / HERA*, del 7 maggio 2009, in Boll. n. 18/09

c) I mercati rilevanti individuati nel provvedimento di avvio

10. Nel provvedimento di avvio si è ipotizzato che i mercati rilevanti per la valutazione delle condotte in esame fossero quattro mercati a monte – quelli della distribuzione – e tre mercati a valle – quella della vendita al dettaglio di gas ed elettricità.

I mercati a monte ipotizzati nell'avvio erano i seguenti:

a) *distribuzione di energia elettrica*, di dimensione geografica locale, coincidente con l'area di attribuzione di ciascuna concessione esclusiva, in prima approssimazione il territorio comunale; il concessionario risulta in posizione di monopolio nel mercato rilevante; nel caso di specie, i mercati rilevanti coincidono con il territorio del comune di Torino.

b) *distribuzione di gas naturale*, di dimensione geografica locale, coincidente con l'area di attribuzione di ciascuna concessione esclusiva, di estensione comunale; il concessionario risulta in posizione di monopolio nel mercato rilevante; nel caso di specie, i mercati rilevanti coincidono con i territori di vari comuni della provincia di Genova, tra cui Genova stessa;

c) *servizi di misura dell'energia elettrica*; tali attività, pur non facendo parte della concessione di distribuzione⁵, risultano egualmente attribuite al distributore⁶; esse configurano un mercato rilevante distinto di dimensione geografica locale, pari a quella del collegato mercato della distribuzione; su di esso risultano quindi in posizione dominante i singoli distributori locali;

d) *servizi di misura del gas naturale*: tali attività non fanno parte della concessione di distribuzione, ma sono state tradizionalmente svolte dal distributore, su richiesta del venditore, in particolare per i clienti di minore dimensione; la delibera dell'AEEG n. 159/08 ha previsto che, a partire dal 1° luglio 2009, unico responsabile di tale attività sia il distributore di gas, a prezzi regolati; tali attività configurano un mercato rilevante distinto di dimensione geografica locale, pari a quella del collegato mercato della distribuzione; su di esso risultano quindi in posizione dominante i singoli distributori locali.

11. I mercati rilevanti a valle ipotizzati nel provvedimento di avvio erano invece i seguenti:

a) vendita di energia elettrica al dettaglio a clienti domestici;

b) vendita di energia elettrica al dettaglio a clienti non domestici allacciati in bassa tensione;

c) vendita di gas a clienti finali con consumi inferiori ai 200.000 mc anno.

Per quanto riguarda la vendita di energia elettrica, secondo costante giurisprudenza comunitaria e nazionale, possono essere distinti separati mercati del prodotto per la vendita a categorie diverse di clienti finali, in particolare tra vendita ai clienti domestici e non domestici e, tra questi ultimi, tra vendita a clienti di differenti dimensioni e caratteristiche, sintetizzate nel tipo di allacciamento alla rete (bassa tensione, media tensione, alta tensione)⁷. Non sono stati finora individuati mercati distinti per i clienti idonei che si approvvigionano a prezzi di mercato e per i clienti idonei che hanno invece continuato ad approvvigionarsi alla tariffa di riferimento definita dal regolatore⁸.

Considerato che i comportamenti segnalati riguardano prevalentemente clienti allacciati in bassa tensione, i mercati del prodotto rilevanti per la loro valutazione sono pertanto: la vendita al

⁵ Cfr. delibera AEEG 37/01 e i decreti del Ministero dell'Industria del 3 maggio 2001 di approvazione di numerose concessioni di distribuzione elettrica.

⁶ Secondo la delibera AEEG 348/07, art. 21.2: Il soggetto responsabile della raccolta e della validazione e registrazione delle misure dell'energia elettrica è [...] con riferimento ai punti di prelievo, l'impresa distributrice per i clienti finali che prelevano l'energia elettrica da tali punti.

⁷ cfr. M3440 – *Eni – GDP – EDP*, §64 e *GdF/Suez* (M1480), deciso il 14 novembre 2006, §§688-692.

⁸ Cfr. C4438 – *ENEL - France Telecom / New WIND* e A333 – *ENEL Trade / Clienti idonei*.

dettaglio ai clienti domestici e la vendita al dettaglio ai clienti non domestici connessi in bassa tensione.

A causa della prevalenza tra i clienti domestici della fornitura in regime di maggior tutela effettuata dalla società di vendita facente parte dello stesso gruppo societario del distributore di elettricità⁹, si è ipotizzato che la dimensione geografica del mercato della vendita ai clienti finali domestici fosse locale. Anche per il mercato della vendita al dettaglio ai clienti non domestici connessi in bassa tensione è stata ipotizzata una dimensione geografica di carattere locale¹⁰, tenuto conto del limitato tasso di *switching* verso società di vendita non collegate al distributore locale, della politica dei venditori collegati ai distributori locali di concentrare la propria azione nella difesa del territorio e dei costi connessi alla acquisizione dei clienti su base nazionale o comunque pluriregionale.

12. Nel mercato della vendita di energia elettrica ai clienti domestici del comune di Torino, il gruppo IRIDE (ora IREN) opera attraverso IRIDE Mercato (ora IREN Mercato S.p.A.), società che esercita anche il servizio di maggior tutela a Torino. In questo mercato IRIDE Mercato (ora IREN Mercato) detiene una posizione quasi monopolistica.

IRIDE Mercato (ora IREN Mercato) è uno dei principali operatori del mercato della vendita di energia elettrica ai clienti non domestici connessi in bassa tensione in Piemonte.

13. Per quanto riguarda il mercato della vendita di gas ai clienti con consumi annui inferiori a 200.000 mc/anno, dati i bassissimi tassi di *switching* verso società di vendita concorrenti con quella collegata al distributore locale, l'estensione geografica è stata ipotizzata locale e coincidente, in prima approssimazione, con il mercato nel quale opera il distributore locale¹¹.

A causa di tali bassissimi tassi di *switching*, dopo la liberalizzazione del mercato del gas, i venditori facenti parte dello stesso gruppo societario del distributore - nel caso di GRG, IRIDE Mercato (ora IREN Mercato) - hanno mantenuto nei singoli mercati locali la posizione dominante ereditata dal precedente regime in cui un'unica società operava sia la distribuzione e sia la vendita di gas.

d) Le preoccupazioni concorrenziali espresse nel provvedimento di avvio

14. Il distributore di energia elettrica e gas è il fulcro dei rapporti contrattuali che assicurano l'esecuzione della fornitura di energia elettrica e gas ai clienti finali ed ha, quindi, la responsabilità di gestire i cambi di fornitore, le nuove attivazioni e le cessazioni. Inoltre, in quanto responsabile del servizio di misura, svolge una funzione essenziale ai fini di un corretto rapporto tra venditore e cliente finale, nonché ai fini dell'individuazione degli eventuali sbilanciamenti in prelievo che abbiano richiesto interventi correttivi da parte del gestore della rete di trasporto¹².

Infine, a fronte di tale centralità del distributore, nell'attuale configurazione della filiera elettrica e della filiera gas i clienti finali hanno come unica interfaccia sistemica il venditore. Un buon livello di servizio fornito dal distributore ai venditori nuovi entranti si riflette quindi in una migliore qualità del servizio reso da tali venditori ai clienti.

⁹ Secondo i dati pubblicati dall'AEEG sul proprio sito, al 31 marzo 2010 solo il 3,2% dei clienti domestici era passato al mercato libero con un venditore non collegato al distributore. Un ulteriore 7,4% era passato al mercato libero con una società collegata al distributore, mentre il rimanente 89,4% era ancora in maggior tutela.

¹⁰ Cfr. la decisione dell'autorità di regolazione inglese Ofgem del 12 settembre 2003, n. 100/03, in applicazione del Competition Act del 1998, relativa alle offerte di *'win back'* di London Electricity PLC.

¹¹ Cfr. da ultimo, C9969 - E.ON Italia/E.T. Energia e Territorio Servizi Commerciali.

¹² Terna S.p.A. nel caso dell'elettricità, SNAM Rete Gas S.p.A. nel caso del gas.

15. In questo contesto, le preoccupazioni concorrenziali dell'Autorità nascevano dalla possibilità che AEM e GRG avrebbero potuto sfruttare la propria centralità per degradare la qualità dei servizi forniti ai venditori concorrenti di IRIDE Mercato (ora IREN Mercato) – riguardo sia allo *switching*, sia alle misure e alle altre prestazioni (verifiche gruppi di misura, attivazioni, variazioni della potenza impegnata ecc.) -, al fine di innalzare i costi di competere dei nuovi entranti (*raising rivals' costs*) con grave impatto finanziario e reputazionale e in questo modo difendere le quote di mercato storicamente detenute da IRIDE Mercato (ora IREN Mercato) nei mercati rilevanti.

16. La peggiore qualità dei servizi forniti può aumentare i costi dei venditori in vario modo.

Per esempio, i ritardi nello *switching* allungano i tempi di gestione della singola richiesta e comportano un maggior numero di contatti (telefonici, via e-mail etc.) con il singolo cliente, generando maggiori costi. Qualora a causa del ritardo il cliente rinunci allo *switching* i costi di acquisizione sostenuti non potranno essere recuperati. Centinaia di clienti con switch falliti o fortemente ritardati possono far circolare notizie sulla scarsa qualità del servizio fornito dal nuovo entrante, generando elevati costi reputazionali.

Una preponderanza dei dati di misura stimati su quelli reali e la comunicazione discontinua o ritardata di tali dati rende inoltre più incerto il flusso di ricavi del venditore e aumenta le sue necessità di capitale circolante, crea contrasti con i clienti finali, rende più difficilmente prevedibili i costi degli input – perché l'incertezza sulle misure rende più difficile un corretto approvvigionamento del gas e/o dell'elettricità (e più frequenti gli sbilanciamenti), più probabili gli sbilanciamenti, meno prevedibile il costo dei servizi di rete.

Ritardi nell'esecuzione dei lavori di attivazione delle nuove forniture o di variazioni della connessione impongono costi sia di gestione della pratica che di carattere reputazionale. In generale, l'essere l'unica interfaccia sistemica del cliente finale fa sì che il venditore sia incolpato dal cliente della cattiva qualità del servizio ricevuto, anche laddove la responsabilità sia di altri, con evidenti ricadute negative sul piano reputazionale.

17. Tale degradazione avrebbe potuto sostanziarsi sia in una aperta discriminazione, sia nella deliberata adozione di procedure del tutto inadeguate a gestire, secondo gli standard di qualità richiesti dai clienti del mercato libero, le relazioni con una pluralità di venditori indipendenti dotati di propri autonomi sistemi informativi e gestionali. Tale condotta inefficiente accresce il costo di competere dei venditori nuovi entranti, limita la concorrenza che i venditori integrati incumbent devono fronteggiare e, in definitiva, distorce il processo concorrenziale e ostacola il processo di liberalizzazione dei mercati al dettaglio dell'energia.

18. Queste condotte inefficienti sembravano assumere particolare rilievo nella situazione italiana.

L'esplicitarsi della concorrenza nella vendita di gas ed energia elettrica al dettaglio richiede la scelta di una fornitura ad un prezzo diverso dalle tariffe di riferimento fissate dal regolatore (il "passaggio al mercato libero") e lo *switching* da un fornitore ad un altro, appartenente ad un altro gruppo societario.

Lo *switching* verso i fornitori nuovi entranti è reso più difficile dalla storica e naturale asimmetria informativa tra i venditori integrati e i venditori nuovi entranti, costituita dal possesso o dalla maggiore facilità di reperimento di una serie di informazioni identificative del cliente (POD, PDR, codice fiscale ecc.) e delle sue caratteristiche (consumi, morosità ecc.), alle quali i venditori entranti possono aver accesso in modo molto più difficoltoso e soltanto dopo aver contattato il potenziale cliente. Ciò si traduce in una maggiore frequenza di *switching* non riusciti a causa di

discrepanze tra i dati forniti dai venditori e quelli presenti nella banca dati del distributore e avvantaggia sul piano reputazionale i venditori *incumbent*, aiutandoli a mantenere la loro base clienti – o alla tariffa di riferimento, o sul mercato libero.

In aggiunta a ciò, vi sono peculiarità del contesto italiano che lo rendono relativamente meno favorevole di altri allo *switching*: (i) una scarsa informazione e consapevolezza dei clienti finali – soprattutto domestici – riguardo alle offerte del mercato libero, (ii) un alto costo percepito di cambiamento fornitore¹³, (iii) una tariffa di riferimento fissata dal regolatore – alla quale sono serviti tutti gli utenti domestici e le piccole imprese che non hanno un fornitore sul mercato libero – che costituisce un impegnativo *benchmark* di riferimento per i venditori di gas ed elettricità al dettaglio.

19. In un tale contesto, l'adozione di condotte efficienti da parte dei distributori nei processi di cui essi sono il fulcro è essenziale per assicurare lo sviluppo della concorrenza. Tali condotte efficienti, infatti, riducono i vantaggi di cui godono i venditori integrati *incumbent*, ponendoli su un piano di parità sostanziale con i venditori concorrenti ed evitano che i venditori integrati *incumbent* siano favoriti dai maggiori costi che esse impongono sui loro rivali.

La mancata adozione di tali condotte efficienti si tradurrebbe, invece, in una discriminazione a favore dei venditori integrati *incumbent* e costituirebbe perciò un abuso di posizione dominante.

20. Nel complesso, quindi, le preoccupazioni concorrenziali dell'Autorità derivavano dal fatto che, in un contesto caratterizzato da una peggiore qualità delle informazioni a disposizione dei nuovi entranti e da fattori che rendevano più difficile lo *switching*, i comportamenti discriminatori di AEM e GRG avrebbero favorito la società di vendita al dettaglio di elettricità e gas del gruppo IRIDE (ora IREN), riducendo il grado di concorrenza nei mercati rilevanti e quindi prevenendo o rallentando la naturale erosione delle loro quote di mercato seguente alla completa liberalizzazione dei mercati della vendita al dettaglio di energia elettrica e di gas.

Tali condotte discriminatorie, limitando l'accesso al mercato per i nuovi entranti, avrebbero costituito un abuso di posizione dominante, indipendentemente dalla loro eventuale rilevanza anche in termini di violazione di specifiche previsioni di regolazione.

e) Esistenza di un pregiudizio al commercio tra Stati membri

21. Nel provvedimento di avvio è stata inoltre individuata la sussistenza di un possibile pregiudizio al commercio tra Stati Membri derivante dai comportamenti descritti, in ragione della loro estensione e portata.

22. Infatti, un nuovo operatore – sia italiano che estero - anche alla luce dei costi menzionati in precedenza, troverà più conveniente concentrare lo sforzo di entrata in alcune aree del territorio nazionale (quali ad es. le principali aree metropolitane), ove esiste una concentrazione di clienti profittevoli potenzialmente disposti a cambiare fornitore, al fine di realizzare più velocemente le economie di scala necessarie.

Le aree di Torino e Genova sono tra le più importanti aree metropolitane italiane – rappresentando rispettivamente l'1,2% dei consumi nazionali di energia elettrica e il 3,3% dei consumi nazionali di gas. Perciò, ostacolare l'entrata in tali aree può contribuire ad impedire una entrata

¹³ Tale costo – che si riflette nella richiesta di elevati sconti per cambiare fornitore (sconti che risultano più elevati nel caso del gas) – appare fortemente influenzato dalla reputazione del potenziale nuovo fornitore. Nel settore elettrico l'importanza di tale fattore appare testimoniata dal fatto che oltre due terzi dei passaggi al mercato libero sono avvenuti infragruppo – senza cioè un vero cambio di fornitore.

economicamente sostenibile da parte non solo di imprese italiane, ma anche di imprese aventi la sede principale in un altro degli Stati membri dell'Unione Europea che intendano entrare nei mercati della vendita al dettaglio di elettricità o gas in Italia.

II.2. Gli ulteriori elementi emersi

a) Le prestazioni di AEM e GRG

23. A seguito degli accertamenti ispettivi è emerso come – al momento dell'apertura del procedimento – la comunicazione tra AEM e GRG, da un lato, e i venditori, dall'altro, non avvenisse attraverso uno strumento evoluto quale un portale web.

Dai dati relativi al semestre ottobre 2008 – marzo 2009 richiesti in ispezione è emerso come, nel caso di AEM, in media il tasso di riuscita degli *switching* richiesti dai concorrenti fosse di 11 punti percentuali inferiore a quello registrato da IRIDE Mercato (ora IREN Mercato), pur mantenendosi su livelli elevati (> 85%).

Riguardo alle letture di *switching*, nel semestre esaminato AEM ha fornito le letture di *switching* con un ritardo medio di 3 giorni rispetto a quanto previsto dalla regolamentazione, ma senza discriminazioni tra clienti di IRIDE Mercato (ora IREN Mercato) o di altri venditori al dettaglio.

Nel periodo in esame AEM è stata in grado di fornire i dati di misura storici solo a partire dagli *switching* con decorrenza dal 1° febbraio 2009 e solo con un ritardo di oltre un mese rispetto alla tempistica prevista dalla regolamentazione.

24. Per quanto concerne i dati periodici di misura dei consumi, nella prima metà del mese successivo al periodo di riferimento della misura AEM effettuava via posta elettronica ai venditori una comunicazione dei dati di misura analizzati e validati.

I dati definitivi di misura venivano forniti da AEM ai venditori con le fatture di trasporto, trasmesse ufficialmente in formato cartaceo, entro la fine del mese successivo al periodo a cui si riferisce la fatturazione. Con alcuni venditori vi era una convenzione grazie alla quale essi ricevevano un flusso elettronico con i dati di ogni fattura che essi possono acquisire nei loro sistemi.

25. Infine, è emerso come circa metà dei clienti in maggior tutela di IRIDE Mercato (ora IREN Mercato) che passano al mercato libero restino con la medesima società.

b) Evoluzione della regolamentazione nel corso del procedimento

26. A partire dal 1° luglio 2009 (i) i distributori di gas sono divenuti titolari dell'attività di misura gas (che in precedenza poteva essere svolta direttamente dai venditori) (cfr. delibera ARG/gas 69/09) e (ii) è operativo l'obbligo regolamentare per i maggiori distributori gas di dotarsi di uno strumento di comunicazione evoluto per i rapporti con i venditori, quale un portale internet, basato sugli standard di comunicazione stabiliti dall'AEEG (cfr. delibera AEEG ARG/gas 185/08 e le Istruzioni Operative rilasciate nel corso della prima metà del 2009).

In ottemperanza a tali delibere, GRG ha reso disponibile, a partire dal 1° luglio 2009, un portale web (*Portale Distribuzione di GRG*), che — ad oggi — permette la gestione completamente automatizzata dei flussi di comunicazione ordinaria distributore/venditori relativi sia allo *switching* che all'esecuzione di lavori e alla attivazione/disattivazione di forniture. Attualmente la gestione degli *switching* avviene on-line, ma solo per richieste singole o comunque non comprendenti più di 20 PDR.

27. In tema di standard di comunicazione nel settore elettrico, nel 2009 l'AEEG aveva avviato un procedimento per la definizione di standard unici obbligatori nazionali di comunicazione tra distributori e venditori di energia elettrica, riguardo sia alla qualità dei servizi di distribuzione, misura e vendita di energia elettrica e allo *switching* (del. 59/09).

La delibera ARG/elt 13/2010 del 4 febbraio 2010 ha definito lo standard di comunicazione relativo alla qualità dei servizi di distribuzione, misura e vendita di energia elettrica¹⁴ e ha introdotto l'obbligo per i maggiori distributori elettrici di dotarsi, entro il 1° ottobre 2010, di uno "*strumento di comunicazione evoluto*", consistente in "*una soluzione del tipo "Application-to-Application" o una applicazione internet per lo scambio di informazioni*".

È stato inoltre avviato un procedimento per la definizione di un o standard unico relativo ai flussi informativi inerenti i dati di misura (del. 10/10)

28. L'AEEG ha anche modificato il Codice di Rete tipo (del. ARG/gas 193/09), in coerenza con i nuovi obblighi dei distributori, prevedendo – tra l'altro – la comunicazione della quantità di gas riconsegnata per singolo Punto di riconsegna, eventualmente stimata utilizzando i profili di prelievo standard.

29. L'AEEG ha inoltre incaricato la società Acquirente Unico¹⁵ S.p.A. della realizzazione di un sistema informatico centralizzato per la gestione dei profili descrittivi dei clienti finali¹⁶ prefigurato dalla del. 134/08 (cfr. delibera GOP 71/09 del 28 dicembre 2009).

Nel giugno 2010 l'AEEG ha svolto una consultazione sulla modalità di realizzazione di tale sistema informatico¹⁷. Sulla base dei risultati di tale consultazione, l'AEEG ha dato disposizioni all'Acquirente Unico per la predisposizione di un sistema che centralizzi sia la gestione dei dati relativi ai punti di prelievo sia le relative comunicazioni (cfr. del. AEEG ARG/com 128/10).

III. GLI IMPEGNI PROPOSTI DA IRIDE, AEM E GRG

30. In data 19 novembre 2009 è pervenuta la versione finale degli impegni presentati da Iride S.p.A. (ora IREN S.p.A.), AEM Torino Distribuzione S.p.A. e Genova Reti Gas S.r.l.

III.1. Impegni presentati da AEM

31. AEM si è impegnata a mettere a disposizione dei venditori un portale informatico dedicato che permetta una gestione interamente automatizzata dei flussi di comunicazione connessi allo *switching* operativo e commerciale (ivi incluse le richieste di sospensione per morosità e relative riattivazione, le richieste di subentro e/o di voltura, le richieste di disattivazione della fornitura), nonché delle comunicazioni connesse alle prestazioni commerciali del distributore (richieste di

¹⁴ Preventivazione lavori, esecuzione lavori, attivazione e disattivazione della fornitura su richiesta del cliente finale, messa a disposizione di dati tecnici acquisibili con lettura di un gruppo di misura, messa a disposizione di altri dati tecnici, disattivazione della fornitura su richiesta del cliente finale, riattivazione-ripristino della fornitura in seguito a sospensione per morosità.

¹⁵ Acquirente Unico S.p.A., società a totale controllo pubblico, è responsabile dell'approvvigionamento di energia elettrica per i clienti in maggior tutela e svolge altri servizi di interesse pubblico, quali l'organizzazione delle gare per il servizio di salvaguardia e per l'individuazione del fornitore di ultima istanza nel settore gas.

¹⁶ Si tratta dei dati anagrafici (POD e PDR inclusi), dei dati di misura dei prelievi nonché di dati relativi ad eventuali inadempimenti contrattuali che descrivono il singolo cliente finale. Tale sistema centralizzato, secondo l'AEEG, dovrebbe facilitare la gestione dei rapporti contrattuali e le loro variazioni.

¹⁷ DCO 14/10, "**Sistema informativo integrato per la gestione dei rapporti fra i diversi operatori dei mercati liberalizzati (SII)**", 21 maggio 2010.

verifica del misuratore e di verifica della tensione, richieste di preventivo per nuove attivazioni o per aumenti di potenza).

32. Riguardo allo *switching*, in particolare, il portale permetterà di presentare sia richieste di *switching* singole - ricevendo conferma *on-line* della correttezza dell'abbinamento POD – codice fiscale / partita IVA e quindi dell'accettazione della richiesta - sia richieste massive tramite upload di un file – ricevendo in questo caso dopo alcune ore un file di ritorno, contenente gli esiti delle richieste.

Se viene rilevata la corretta corrispondenza tra i dati inseriti, il sistema fornirà al venditore almeno le seguenti informazioni: nome e cognome/ragione sociale del cliente finale, indirizzo della fornitura, numero di telefono del cliente finale (se disponibile), tensione di esercizio, potenza di esercizio, tipologia dell'uso della fornitura, numero di contatore associato al POD.

Una volta accettato lo *switching*, il sistema provvederà a rendere disponibili sul portale i dati storici di misura e le letture di *switching*, nei tempi previsti dalla regolamentazione AEEG.

33. AEM si impegna inoltre a dotare il portale di un sistema di *pre-check*, che permetterà ai venditori accreditati, in via preventiva rispetto alla trasmissione della richiesta di *switching*, di interrogare su base autonoma la banca dati contenente i dati identificativi di tutti i POD allacciati alla rete di AEM per verificare la correttezza dei numeri di POD e del codice fiscale/partita I.V.A. in loro possesso, relativi ai clienti di nuova acquisizione. Ciò potrà avvenire sia con richieste singole, che con richieste massive. Per le richieste massive, tuttavia, è previsto un limite di 1000 POD per richiesta e di due giorni per la risposta, al fine di non appesantire eccessivamente i sistemi informatici di AEM.

Qualora il POD digitato sia effettivamente presente nel database di AEM, ma il codice fiscale / partita IVA associato ad esso differisca per al massimo due caratteri da quello inserito dal venditore, il sistema fornirà in automatico il codice fiscale / partita IVA presente nella banca dati di AEM. Nel caso invece la difformità superi i due caratteri, il sistema indicherà il dato errato.

Nel caso, invece, di inserimento da parte del venditore di un numero di POD non presente nel database di AEM, il sistema indicherà unicamente che l'errore riguarda il numero di POD.

34. Il sistema di *pre-check* includerà inoltre la possibilità per il venditore di richiedere il POD associato ad un certo punto di prelievo, fornendo un insieme di dati identificativo del punto di prelievo. Più precisamente, inserendo codice fiscale / partita I.V.A. (con un margine di errore non superiore a due caratteri) del cliente e numero di matricola del contatore del punto di prelievo del quale si vuole conoscere il POD per effettuare lo *switching*, il venditore riceverà dal sistema – qualora l'abbinamento tra i dati comunicati risulti anche nel database di AEM - i seguenti dati: POD, indirizzo completo della fornitura, nome e cognome ovvero ragione sociale del titolare del POD, codice fiscale ovvero Partita I.V.A. del titolare del POD, tensione di esercizio, numero di telefono del titolare del POD, numero di matricola del contatore associato al POD.

Tale funzionalità di recupero del POD non sarà disponibile in modalità massiva, per impedire comportamenti opportunistici da parte dei venditori.

35. AEM si è altresì impegnata a mettere a disposizione dei venditori attraverso il portale anche i dati di misura rilevati periodicamente ai fini della fatturazione del servizio di trasporto e distribuzione dell'energia elettrica.

In particolare, AEM prevede il rilascio di due differenti *file* di dati di misura ai venditori¹⁸, che li potranno scaricare dal portale.

Un primo file, denominato "*Report Lettura Venditori*", conterrà i POD oggetto di lettura/tentativo di lettura serviti dal singolo venditore, le letture (effettive o stimate) e i dati di consumo (*soggetti ad una fase di pre-verifica*) con l'indicazione del tipo di lettura (effettiva, telelettura, autolettura, stima), della data della lettura o del tentativo di lettura nonché del valore della lettura precedente; tale *file* verrà prodotto ogni 15 giorni, a seguito di estrazione dai sistemi di AEM Distribuzione.

Un secondo file, denominato "*Post-fatturazione - batch Consumi Trasporto*", contenente le letture e i dati di consumo dell'energia elettrica trasportata per i POD serviti da ciascun venditore, sottoposti a ulteriore e definitiva validazione; tale file verrà caricato sul portale mensilmente.

In questo modo, i venditori avranno a disposizione su base almeno quindicinale (in anticipo rispetto alle scadenze previste dalla delibera AEEG n. 156/07) un file contenente i dati di misura sottoposti ad una prima sommaria verifica, prima della comunicazione ufficiale dei dati per la fatturazione del trasporto ma in tempo utile per effettuare le proprie verifiche e avviare la fatturazione dei clienti. Il secondo file conterrà poi i dati di misura "validati", cioè sottoposti ad una verifica di congruità accurata.

36. AEM si impegna infine a non richiedere il riconoscimento in tariffa dei costi sostenuti per il *pre-check* per tre anni dalla data in cui l'Autorità avesse reso obbligatori gli impegni.

III.2. Impegni presentati da GRG

37. GRG si è impegnata ad estendere le funzionalità del proprio portale oltre quanto strettamente previsto dalla regolamentazione vigente, permettendo la presentazione di richieste massive e la verifica preliminare dei dati necessari allo *switching* in possesso del venditore ("*pre-check*"), nonché attraverso la messa a disposizione dei dati di misura attraverso il portale stesso.

38. Innanzitutto, GRG svilupperà il proprio portale, rendendo disponibili i flussi di comunicazione relativi alle richieste di *switching* e relativa verifica anche in modalità massiva, permettendo la risposta automatica degli esiti positivi e negativi, a fronte della comunicazione dei dati indispensabili all'operazione di switch da parte del venditore (PDR e matricola contatore).

39. In secondo luogo, GRG si impegna a predisporre un servizio di *pre-check*, che consentirà a ciascuna impresa di vendita di verificare la congruità dei dati in proprio possesso che sono necessari ad ultimare la procedura di *switching* (in particolare, codice PdR e la matricola del contatore).

In particolare, verrà resa disponibile sul portale di GRG una funzionalità di interrogazione (analogica a quella di GasOnLine di Italgas) che, a fronte dell'inserimento del codice del PdR (o della matricola contatore) renderà disponibili i seguenti dati: codice REMI¹⁹, indirizzo del PdR, stato/condizione del PdR (libero/impegnato), numero di matricola del contatore installato (o PDR). Tale interrogazione potrà avvenire per singolo punto di riconsegna o in modalità massiva. In quest'ultimo caso, la relativa risposta verrà resa disponibile entro 5 giorni lavorativi attraverso un *file* in formato xls/csv.

¹⁸ Entrambi saranno in formato csv, uno dei formati che, secondo le indicazioni dell'AEEG, garantiscono l'immediata riutilizzabilità dei dati.

¹⁹ Il codice che identifica il punto della rete di trasporto nazionale presso il quale il gas destinato al cliente finale è immesso nella rete del distributore.

40. Per quanto riguarda la messa a disposizione su supporto *web* dei dati di misura concernenti i PDR serviti dai venditori sulla propria rete, GRG si impegna ad effettuare mensilmente, entro il giorno sesto giorno lavorativo, l'upload di un unico *file* in formato csv per ogni venditore, contenente – con riferimento al mese precedente - le letture di ciascuno dei PdR gestiti dal medesimo venditore, con l'indicazione delle misure e l'esito del tentativo di raccolta della lettura, a seconda che abbia avuto successo ovvero sia andato fallito, nel rispetto delle scadenze minime di rilevazione previste per ciascuna categoria di utente dalla regolamentazione. Tutti i dati saranno già stati validati da GRG.

41. GRG si impegna infine a non richiedere il riconoscimento in tariffa dei costi sostenuti per il *pre-check* per tre anni dalla data in cui l'Autorità avesse reso obbligatori gli impegni.

IV. LE OSSERVAZIONI PERVENUTE IN MERITO AGLI IMPEGNI

IV.1. Il parere preliminare dell'AEEG

42. Gli impegni delle società del gruppo Iride (ora IREN) sono stati sottoposti il 4 dicembre 2009 all'AEEG, per una valutazione preliminare di compatibilità degli impegni con la regolamentazione in essere ed *in fieri*. La risposta dell'AEEG è giunta il 25 febbraio 2010.

43. L'AEEG ha riconosciuto che gli impegni di Iride (ora IREN) introducono “*importanti elementi innovativi*” nelle procedure di *switching*, che “*dovrebbero contribuire [...] a ridurre i ritardi denunciati relativi all'esecuzione dello switching*”.

Secondo l'AEEG, tuttavia, occorre evitare disomogeneità tra le procedure di *pre-check* proposte dai distributori del gruppo Iride (ora IREN) e quelle proposte da altri distributori nell'ambito dei “*procedimenti paralleli*”, nonché con quelle implementate da ENEL Distribuzione²⁰ a seguito della chiusura del procedimento A410, al fine di non ostacolare lo sviluppo della concorrenza.

Occorre inoltre, secondo l'AEEG, mantenere omogeneità tra le soluzioni previste per il settore elettrico e quelle previste per il settore del gas, anche al fine di permettere ai venditori di operare efficacemente in maniera congiunta nei due settori.

L'AEEG ha poi sottolineato la necessità che gli impegni si inseriscano coerentemente nel quadro regolatorio *in fieri* relativo ai flussi informativi e allo *switching* dei clienti finali e ha ribadito la propria volontà di procedere ad una sempre maggiore standardizzazione dei flussi informativi, testimoniata dalla recente evoluzione regolamentare.

44. Infine, l'AEEG ritiene essenziale che le società evidenzino “*le risorse necessarie per [l']implementazione [degli impegni] al fine di escluderle, indipendentemente da quale sarà l'evoluzione della regolazione nelle materie in esame, dalla determinazione dei costi riconosciuti*”.

45. Il parere dell'AEEG si conclude con alcune osservazioni puntuali sugli impegni presentati da Iride.

Con riferimento alla messa a disposizione dei dati di misura e delle letture di *switching*, l'AEEG ha osservato che gli impegni coincidono con il rispetto della regolamentazione esistente.

Con riferimento al *pre-check*, e in particolare alle modalità proposte di recupero del POD fornendo altri dati identificativi del punto di prelievo, l'AEEG osserva che la matricola contatore potrebbe essere un dato di difficile reperimento; per tale motivo, l'AEEG ritiene che la richiesta della

²⁰ Cfr. Provv. n. 20549 del 10/12/2009, Exergia / ENEL – Servizio di salvaguardia, in Boll. 49/09.

matricola contatore per ottenere il POD potrebbe non rispondere pienamente alle esigenze di facilitazione del processo di *switching* che il *pre-check* dovrebbe soddisfare.

IV.2. Le osservazioni dei partecipanti al market test

46. Hanno partecipato al *market test* 3 venditori di energia elettrica al dettaglio – Sorgenia, ENEL Energia S.p.A. e Edison Energia S.p.A. – e un istituto di studi indipendente, l'Istituto Bruno Leoni. Gran parte delle osservazioni sono state presentate in forma generica, senza specifico riferimento ad un distributore o all'altro.

Le osservazioni presentate riguardavano i seguenti profili: omogeneizzazione delle procedure, modalità di *pre-check*, dati di misura, parità di trattamento, siti contendibili.

Omogeneizzazione delle procedure

47. Tutti i partecipanti al *market test* hanno sottolineato l'esigenza di una omogeneizzazione delle procedure, al fine di contenere i costi dei venditori²¹ e massimizzare il beneficio dall'introduzione di strumenti quali i portali web dei distributori e il *pre-check*.

Con riferimento agli standard di comunicazione, Sorgenia ha rilevato che, a seguito dell'evoluzione della regolamentazione, gli impegni dei distributori di gas riguardanti l'adozione di un portale internet siano ormai superati dalla regolamentazione e che *“gli impegni presentati relativamente al sistema di comunicazione evoluto nel settore elettrico vanno nella direzione già intrapresa dalla regolazione di settore e sono, pertanto, da ritenersi obblighi oggettivi per tutti i distributori”*. Secondo Sorgenia, AEM dovrebbe impegnarsi ad estendere, a partire dal 1° ottobre 2010, il sistema attualmente previsto per le prestazioni di qualità commerciale alle richieste di *switching* e alle comunicazioni sulle letture e sui consumi stimati.

Modalità di pre-check

48. Con riferimento al *servizio di pre-check*, Sorgenia, Edison ed ENEL Energia hanno esplicitamente indicato come standard di riferimento ENEL Distribuzione per il settore elettrico²²; Edison e ENEL Energia hanno indicato l'applicativo *GasOnLine* implementato da Italgas come standard di riferimento per il settore gas.

49. Riguardo al settore elettrico, ENEL Energia ha sostenuto che la modalità di “correzione” del codice fiscale utilizzata da ENEL Distribuzione – fornitura del codice fiscale / partita IVA corretto associato ad un dato POD qualora il codice fiscale / partita IVA inserito sia difforme per non più di due caratteri alfanumerici – appare superiore ad altre proposte, in quanto garantirebbe *“l'univoca individuazione del cliente interessato contenendo, peraltro, il rischio di condotte commerciali scorrette che potrebbero essere attuate dalle agenzie di vendita in presenza di sistemi di controllo / verifica particolarmente laschi”*. Edison Energia, al contrario, ha auspicato che *“il servizio di pre-check [renda] disponibili al venditore [...] anche i dati fiscali (codice fiscale o partita IVA) fondamentali alla corretta acquisizione e gestione del cliente, ad esempio per il godimento del beneficio del Bonus sociale”*.

²¹ La preoccupazione dei venditori che si interfacciano con diversi distributori è, nelle parole di Edison Energia, quella di dover “programmare ed ingegnerizzare processi specifici per ogni singolo applicativo informatico, con prevedibili oneri sia operativi sia commerciali. La maggiore complessità si tradurrebbe in un peggioramento della qualità del servizio ai clienti e in un aumento, anziché una riduzione, dei costi complessivi del sistema”.

²² Cfr. Exergia / ENEL, cit.

Riguardo invece alle modalità di recupero del POD, ENEL Energia ha rilevato che l'utilità e l'efficacia della funzionalità di recupero del POD mancante potrebbe essere compromessa dalla richiesta di inserimento di dati che identifichino univocamente il punto di prelievo di difficile reperimento.

Dati di misura

50. Edison e Sorigenia hanno sottolineato le criticità relative ai dati di misura, in particolare riguardo sia alla qualità dei dati stessi, sia alle tempistiche di comunicazione dei dati non telematici, sia alle incongruità tra i dati comunicati dai distributori ai venditori ai fini della fatturazione dei clienti finali e quelli utilizzati dai distributori ai fini dell'addebito dei costi dei servizi di rete forniti dai distributori stessi – in primo luogo, il trasporto del gas e dell'elettricità sulla propria rete.

51. Sorigenia ha osservato che un generico impegno di messa a disposizione dei dati di misura *“non ha in sé nessun valore di certezza e di trasparenza né sull'effettivo scambio di dati, né (soprattutto) sulla qualità dei dati scambiati”*.

Sorigenia richiede quindi che *“le società di distribuzione, responsabili anche del servizio di misura, mettano a disposizione dei venditori, ancor prima dei dati relativi ai consumi, tutti i dati tecnici²³ rilevanti al fine di individuare le caratteristiche di ogni singolo PDR o POD”*, dai quali dipendono i consumi fatturati ai clienti finali, i servizi di rete fatturati al venditore e la congruità tra i volumi su cui sono basati i corrispettivi per i servizi di rete e i volumi consumati dai clienti serviti da un certo venditore.

52. In merito alla qualità dei dati scambiati, Sorigenia chiede che i distributori si impegnino a fornire *“i dati di misura al venditore rispettando un livello di qualità almeno pari al 90%, dove per qualità si intende che il dato di lettura deve essere reale (non stimato) e direttamente utilizzabile in quanto validato attraverso un algoritmo che certifichi la coerenza del dato stesso”*. Una richiesta analoga è stata formulata da Edison Energia.

I distributori dovrebbero inoltre rendere pubbliche le statistiche sulla qualità dei dati di lettura rilevati sulla propria rete (in termini di percentuale di dati reali rilevati sul totale dei punti di prelievo) e le metodologie per la stima dei consumi non rilevati.

53. Edison Energia ha sottolineato che i clienti passati al mercato libero *“hanno maggiori aspettative di servizio, di qualità e di precisione nella fatturazione sia in termini di tempestività di emissione che di correttezza dei volumi di consumo esposti (i.e. valori reali e non stimati)”* e ha auspicato che i distributori (elettrici in particolare, grazie ai contatori elettronici) si impegnino a *“rispettare la periodicità mensile nell'esecuzione delle letture elettroniche dei contatori”* e a *“assicurare [...] tempestività nella comunicazione dei dati di misura alle società di vendita”*.

Per facilitare il rispetto della periodicità mensile nell'esecuzione delle letture, evitando un accumulo all'inizio del mese, Edison Energia propone inoltre *“l'introduzione di processi di lettura frazionati nel mese”* (p.es. a inizio mese, al 10 del mese ecc.), a condizione che *“le tempistiche per*

²³ Per il gas, si tratterebbe di: codice identificativo prestazione, codice identificativo mittente e destinatario, PDR, matricola contatore, presenza o meno di apparecchiature di correzione volumi gas, coefficiente di conversione C, data e ora della lettura, accessibilità del misuratore (accessibile, parzialmente acces., non acces.), se la lettura è stata effettuata dal distributore o dal cliente finale, motivazione dell'eventuale fallimento tentativo di lettura, tipo di lettura (switch, commerciale, tecnica). Per l'elettricità, si tratterebbe di: codice identificativo prestazione, codice identificativo mittente e destinatario, POD, matricola contatore, potenza impegnata maggiore o minore di 16,5 kW, data e ora della lettura, accessibilità del misuratore (accessibile, parzialmente acces., non acces.), se la lettura è stata effettuata dal distributore o

il singolo cliente siano costanti” e che sia “equa la distribuzione delle periodicità all’interno del portafoglio clienti di ogni singola società di vendita”.

54. Sorigenia sottolinea infine l’importanza della congruità tra i dati di misura comunicati al venditore e quelli utilizzati dal distributore per la fatturazione dei servizi di rete.

Sorigenia richiede quindi di integrare gli impegni con la messa a disposizione di due servizi di verifica preliminare, uno riguardante *“la congruità dei dati di misura (effettivi o stimati) rilevati dal distributore (o dal consumatore in caso di autolettura) [...] e i dati corrispondenti utilizzati per l’allocazione delle quantità fisiche e inviati al venditore per la fatturazione dei servizi di trasmissione, distribuzione e misura”* e l’altro concernente *“la correttezza e la congruità dei dati di connessione e dei dati di consumo relativi ai PdR e POD dei clienti forniti”*.

Sorigenia inoltre richiede che vengano messe a disposizione dei venditori *“tutte le informazioni sottostanti al calcolo delle componenti tariffarie di trasporto, distribuzione, misura e, per quanto di competenza del distributore stesso, del dispacciamento”* e che vengano previsti specifici standard per la raccolta delle letture rilevanti per la fatturazione dei servizi di rete.

Parità di trattamento

55. ENEL Energia ha sottolineato la necessità di garantire nel settore elettrico la parità di trattamento per i venditori operanti sul mercato libero.

In particolare, ENEL Energia *“ritiene necessario che le Parti implementino procedure interne in grado di garantire la completa ed effettiva separazione delle banche dati relative ai clienti appartenenti al regime di maggior tutela e quelle relative ai clienti passati al mercato libero. Tali misure [...] dovrebbero prevedere specifiche procedure - opportunamente tracciate – di disclosure dati, che consentano agli operatori terzi di poter disporre delle stesse informazioni cui ha avuto accesso la società di vendita nella formulazione delle proprie offerte per il mercato libero”*.

56. ENEL Energia ha inoltre sottolineato la necessità che venga garantita uniformità di trattamento nei confronti di ENEL Distribuzione *“riguardo alla eventuale ammissione [...] della remunerazione tariffaria dei costi sostenuti dalle Parti per l’implementazione e l’operatività delle misure proposte in materia di pre-check”*.

Quest’ultimo punto è stato sottolineato anche dall’Istituto Bruno Leoni.

Siti contendibili

57. ENEL Energia ricorda che le prese non attive o cessate rappresentano potenziali clienti del mercato libero e quindi la loro conoscenza contribuirebbe a ridurre le barriere all’ingresso nei mercati *retail*.

Perciò, essa richiede *“la pubblicazione sui portali web dei distributori, con riferimento sia al mercato del gas sia al mercato elettrico, dei c.d. siti contendibili (prese non attive o cessate)”*.

V. LE CONTRODEDUZIONI DI IRIDE, AEM E GRG

58. In data 1° giugno 2010 sono pervenute le controdeduzioni di IRIDE, AEM e GRG alle osservazioni formulate sugli impegni pubblicati in data 24 marzo 2010. Tali controdeduzioni sono state ulteriormente arricchite nella versione definitiva degli impegni pervenuta il 15 giugno 2010.

dal cliente finale, motivazione dell’eventuale fallimento tentativo di lettura, modalità di accesso ai dati teleletti, tipo di lettura (switch, commerciale, tecnica).

59. Riguardo alla generale richiesta di **omogeneità** delle procedure, IRIDE (ora IREN) ha osservato che il principio di proporzionalità che vincola la decisione di accettazione di impegni da parte dell'Autorità limita un eventuale soddisfacimento di tali esigenze di omogeneità, in quanto differenze nelle criticità concorrenziali di partenza richiederebbero trattamenti disomogenei.

60. Iride (ora IREN) ha contestato poi le affermazioni secondo cui gli impegni proposti sarebbero stati, almeno in parte, superati dalla regolamentazione.

Infatti, essi coprirebbero profili (*pre-check*, gestione dello *switching*, comunicazione delle letture via web) che non sono previsti dalla regolamentazione applicabile al settore elettrico e lo sono solo parzialmente nel caso del gas.

61. Riguardo al **pre-check**, entrambi i distributori del gruppo Iride (ora IREN) hanno rivendicato lo sforzo di omogeneità effettuato, allineandosi in larga misura al modello di ENEL Distribuzione nel settore elettrico (AEM) e a quello di Italgas nel settore del gas (GRG), come suggerito dai partecipanti al *market test*.

Riguardo alla funzionalità di recupero del POD, AEM ha osservato che *“l'incrocio del codice fiscale o della partita IVA del titolare del POD con il numero di matricola del contatore appare efficace rispetto alla finalità di agevolare il venditore nella fase di switching [in quanto la] matricola del contatore è di facile reperibilità da parte del titolare dell'utenza che chiede [lo switching]. Si ritiene non opportuno, invece, utilizzare [...] l'indirizzo di fornitura, a causa della mancanza di omogeneità nel formato impiegato nella registrazione di tale ultimo dato nelle banche dati di AEM”*.

62. Con riferimento alla qualità delle **misure** e alla congruità tra i dati inviati al venditore e quelli impiegati dal distributore per la fatturazione dei servizi di rete, AEM ha dichiarato che entro la fine del 2010 il 95% dei punti di prelievo da essa serviti saranno dotati di un misuratore elettronico.

AEM ha inoltre precisato che *“a condizioni normali – ossia salvo il caso di guasti tecnici o interruzioni di servizio per cause non prevedibili – circa il 90% (calcolato su base mensile) [di tali misuratori elettronici] sarà oggetto di tele-lettura (e, quindi, di una lettura effettiva e non stimata) ai fini di fatturazione”*. Tali dati saranno resi disponibili sul, e scaricabili dal, portale di AEM nei files “Report lettura venditori” e “Post – fatturazione – batch Consumi Trasporto” previsti dagli impegni di AEM.

63. AEM e GRG hanno poi rilevato che il ciclo delle letture nell'arco del mese è organizzato sulla base di criteri neutrali e non discriminatori quali la localizzazione dei contatori e la potenza del POD o del PDR da misurare.

Sarebbe inefficiente organizzare il ciclo delle letture sulla base dei portafogli dei venditori, in modo da assicurare una equa distribuzione delle periodicità all'interno del portafoglio clienti di ciascuno, come proposto da Edison Energia.

VI. LE MODIFICHE ACCESSORIE AGLI IMPEGNI

64. AEM e GRG hanno apportato alcune modifiche agli impegni, che raccolgono alcune proposte migliorative emerse dal *market test*.

IRIDE (ora IREN) si è inoltre impegnata ad estendere il perimetro di applicazione degli impegni di AEM.

VI.1. Impegni accessori di AEM e GRG

65. In relazione alla richiesta che *“le società di distribuzione, responsabili anche del servizio di misura, mettano a disposizione dei venditori, ancor prima dei dati relativi ai consumi, tutti i dati tecnici rilevanti al fine di individuare le caratteristiche di ogni singolo PDR o POD”*, AEM e GRG si sono impegnate a inserire tutti i dati tecnici rilevanti all'interno dei file di misura.

In particolare, GRG fornirà per ogni PDR, oltre alle informazioni anagrafiche e a quelle identificative del punto di consegna, la tipologia del misuratore (accessibile, non accessibile, parzialmente accessibile), il calibro del contatore, il coefficiente C di correzione in Smc, la data di raccolta del dato di lettura, le letture nel giorno e la fascia oraria.

AEM, invece, oltre ai dati contrattuali e di anagrafica del cliente servito, per ogni POD comunicherà il tipo di consumo (energia reattiva, energia attiva, potenza prelevata, fattore di potenza), la fascia di prelievo (integratore, F1, F2, F3), il tipo di misurazione (consumo reale, consumo stimato, consumo restituito per conguaglio), la data della lettura, le letture nel giorno e la fascia oraria, eventuali tentativi di lettura non andati a buon fine, il valore effettivo della potenza impegnata, la lettura della potenza e la potenza massima, la tipologia della lettura (switch, commerciale, tecnica).

66. Sia GRG che AEM metteranno a disposizione dei venditori i dati relativi ai siti contendibili.

AEM, in particolare, permetterà ai venditori registrati al proprio portale di scaricare un file xls o csv contenente l'elenco dei POD in relazione ai quali non risulta un contratto di fornitura attivo, specificando se si tratta di un POD “cessato” o “posato/predisposto” e indicando tensione di alimentazione, potenza in franchigia, presenza o meno di un misuratore elettronico, matricola del contatore e indirizzo di fornitura. Il file verrà aggiornato mensilmente.

Un file di contenuto analogo, anch'esso aggiornato mensilmente, verrà messo a disposizione da GRG sul proprio portale.

VI.2. Impegni accessori di AEM

67. AEM ha rinunciato del tutto a richiedere il riconoscimento in tariffa dei costi che sosterrà per mettere in atto i propri impegni, e in particolare riguardo al *pre-check* e all'elenco dei siti contendibili.

VI.3. Impegni accessori di GRG

68. In relazione ai tempi di lavorazione delle richieste massive di **pre-check**, GRG si è impegnata a ridurre a quattro giorni il tempo massimo di evasione di tali richieste.

GRG ha dichiarato che *“provvederà a soddisfare le interrogazioni in modalità massiva secondo tempi per quanto possibile correlati al numero di PdR oggetto delle richieste”*.

69. In relazione alla qualità dei dati di **misura**, GRG si impegna ad *“adottare un sistema di verifica sulla raccolta dei dati sui prelievi di gas”* riguardante le utenze con consumi superiori a 100 mc/anno.

Tale sistema prevede un'estrazione mensile *“volta ad individuare i casi in cui le letture direttamente raccolte si discostino di oltre il 30% in eccesso o in difetto rispetto all'ultima lettura effettiva o al dato storico corrispondente dell'anno precedente”*.

Per i PDR riguardanti usi tecnologici, industriali e artigianali, un tale scostamento condurrà ad un sopralluogo e a un nuovo tentativo di rilevazione del dato corretto. Per gli altri PDR, verrà

effettuata una ulteriore scrematura per verificare la congruenza del dato estratto rispetto a parametri prefissati che rappresentano la media dei consumi della popolazione residente diversificata per profilo di prelievo (uso cottura cibi, produzione acqua calda sanitaria, uso cottura cibi + produzione acqua calda sanitaria, riscaldamento individuale con / senza acqua calda); qualora lo scostamento dalla media superi il 60%, verranno effettuati un sopralluogo e un nuovo tentativo di rilevazione del dato corretto.

VI.4. Impegni accessori di IRIDE

70. Nel quadro della fusione per incorporazione di Enìa S.p.A. in IRIDE, operazione perfezionata il 1° luglio 2010, in considerazione del fatto che la rete elettrica di Enìa verrà conferita in AEM e dovrà quindi essere completamente integrata nell'organizzazione e gestione di AEM, IRIDE (ora IREN) si impegna ad estendere gli impegni proposti, ivi incluse le modifiche accessorie, alla rete di distribuzione precedentemente di proprietà di Enìa S.p.A..

VI.5. tempistica definitiva di attuazione

71. Gli impegni sono a tempo indeterminato. AEM e GRG si sono impegnate a dare attuazione ai propri impegni entro il termine massimo di otto mesi dalla loro eventuale accettazione da parte dell'Autorità.

Per quanto riguarda l'estensione degli impegni di AEM alla rete di distribuzione di proprietà di Enìa, IRIDE (ora IREN) si è impegnata a darvi attuazione entro venti mesi dalla loro eventuale accettazione da parte dell'Autorità.

VII. VALUTAZIONI

72. Gli impegni presentati dalle parti appaiono idonei a rimuovere le preoccupazioni concorrenziali evidenziate in sede di avvio e proporzionati all'obiettivo perseguito.

Nel caso di specie, le preoccupazioni concorrenziali dell'Autorità nascevano dalla constatazione che la discriminazione nella qualità dei servizi forniti, in particolare attraverso l'adozione di procedure inefficienti, accresce il costo di competere dei venditori al dettaglio di energia elettrica e gas nuovi entranti. Ciò favorisce i venditori *incumbent* - che appartengono allo stesso gruppo societario dei distributori - i quali sono avvantaggiati dal possesso di un patrimonio informativo sui piccoli clienti ancora attuale - sia riguardo all'anagrafica che ai profili di consumo; tale patrimonio deriva loro dall'essere stati i fornitori storici di tali clienti prima che diventassero idonei e dall'esserlo rimasti per la maggior parte di essi anche dopo che essi hanno acquisito la capacità di scegliere liberamente i propri fornitori, a causa dei bassi tassi di *switching*.

In un quadro dominato da una tariffa di riferimento fissata dal regolatore a livelli che comprendono solo una modesta copertura dei costi di commercializzazione al dettaglio e da una bassa propensione al cambio fornitore da parte soprattutto dei clienti domestici, ogni efficienza di costo risulta preziosa per favorire lo sviluppo di una concorrenza sostenibile dal punto di vista economico-finanziario nei mercati della vendita al dettaglio di energia elettrica e gas. Un comportamento inefficiente dei distributori configura quindi una oggettiva limitazione della concorrenza nei mercati della vendita al dettaglio di energia elettrica e gas.

73. Gli impegni presentati da IRIDE, AEM e GRG sono volti a introdurre procedure efficienti per la gestione dei rapporti con i venditori, che ridurranno i costi che i venditori devono sostenere sia

in fase di *switching* che nella successiva prosecuzione del rapporto commerciale e che limiteranno fortemente il vantaggio informativo di cui godono i venditori *incumbent* – nel caso di specie, Iride Mercato (ora IREN Mercato) – nei mercati della vendita di energia elettrica e gas ai piccoli clienti. Nel complesso, quindi, grazie anche all'evoluzione della regolamentazione, verranno in larga misura rimosse le opportunità di discriminazione dei venditori concorrenti dei venditori integrati da parte dei distributori del gruppo.

74. Gli impegni appaiono proporzionati allo scopo, in quanto non esistono impegni altrettanto efficaci e meno gravosi per le imprese, che ottengano il medesimo risultato.

Da un lato, infatti, gli impegni accettati, pur tenendo conto di specificità del database anagrafico storicamente disponibile presso AEM e GRG, presentano procedure omogenee rispetto ai sistemi di ENEL Distribuzione e Italgas richiamati come *benchmark* di riferimento nel *market test*.

Dall'altro lato, gli impegni tengono conto del fatto che il livello raggiunto dall'installazione di contatori elettronici e dal tasso di successo della tele-lettura riduce grandemente nel settore elettrico il ricorso a stime dei consumi e quindi la possibilità di errori, nonché l'eventualità di disallineamenti tra i dati di misura inviati ai venditori e quelli usati per la fatturazione dei servizi di rete.

Infine, gli impegni accettati appaiono sostanzialmente coerenti con l'evoluzione prevedibile della regolamentazione e appaiono prefigurare un sistema che fluidifica notevolmente i meccanismi di *switching* e facilita la concorrenza.

75. Gli impegni accettati appaiono garantire un elevato livello di omogeneità sia con gli standard attualmente seguiti dai più importanti distributori di elettricità e di gas italiani (rispettivamente, ENEL Distribuzione S.p.A. e Italgas S.p.A.), sia con quelli presentati da altri distributori di energia elettrica e gas nei confronti l'Autorità ha aperto dei procedimenti su fattispecie analoghe a quelle del procedimento presente. In particolare, l'esplicito riferimento agli standard di comunicazione per gli scambi informativi tra distributori e venditori al dettaglio la cui definizione da parte dell'AEEG è in fase di completamento assicurerà l'omogeneità anche a livello di procedure informatiche e contenuto minimo dei messaggi.

76. Infine, la tempistica di realizzazione degli impegni va intesa come tempistica massima, che tiene conto della possibilità che il regolatore, nel completare o modificare gli standard di comunicazione esistenti, introduca prescrizioni tali da dover modificare quanto già in corso di implementazione, con inevitabili ritardi.

In realtà, il portale Internet dovrà essere attivo già da ottobre in base agli obblighi regolamentari, e nella sua costruzione già si è tenuto conto degli impegni che la società ha offerto all'Autorità sin dal novembre 2009.

Il portale web

77. L'adozione di uno strumento di comunicazione evoluto per gli scambi di informazioni tra distributore e venditore appare una misura minimale diretta a facilitare tali comunicazioni e quindi a ridurre i costi operativi dei venditori.

Nonostante allo stato attuale essa sia ormai un obbligo regolamentare, va rilevato che mentre l'obbligo regolamentare sia riferito in primo luogo alle prestazioni commerciali del distributore, negli impegni presentati da AEM e GRG esso è diretto in primo luogo alle procedure di *switching* e a creare un'interfaccia e una struttura adatti allo svolgimento del *pre-check* e alla messa a

disposizione dei dati di misura. Esso appare quindi funzionale a migliorare le prestazioni del distributore in aree rilevanti per lo sviluppo della concorrenza, che non sono state lo scopo primario dell'obbligo regolamentare.

In questo senso, l'impegno delle Parti ha un valore che trascende e arricchisce la regolazione esistente.

Le procedure di pre-check

78. Il *pre-check* appare incidere direttamente su una delle preoccupazioni concorrenziali dell'Autorità – l'asimmetria informativa tra venditori integrati e non integrati e il maggior costo medio di acquisizione del cliente collegato alla minore qualità dei dati del nuovo entrante - mettendo a disposizione dei venditori uno strumento di verifica e miglioramento della qualità dei dati a propria disposizione, anche attraverso interrogazioni massive.

Esso quindi rappresenta un importante strumento – non previsto dalla regolamentazione esistente ma ad essa complementare – per accrescere la concorrenzialità dei mercati della vendita di energia elettrica al dettaglio, attraverso una fluidificazione delle procedure di *switching*.

79. In questo contesto, le limitazioni imposte alle funzionalità di recupero del POD (possibile *on-line* ma non in modalità massiva) e di messa a disposizione del codice fiscale presente nella banca dati di AEM in associazione ad un certo POD appaiono giustificate dall'esigenza di impedire comportamenti opportunistici da parte dei *traders*.

I dati richiesti per il recupero del POD mancante, inoltre, appaiono comunque di facile reperibilità per il cliente finale. In ogni caso, si osserva che il POD è facilmente rilevabile dai contatori elettronici e quindi l'uso di tale funzionalità dovrebbe essere limitato alla quota residuale di contatori elettromeccanici ancora in servizio, sui quali è ben visibile la matricola contatore.

Impegni relativi alle misure

80. Gli impegni di AEM relativi ai dati di misura vanno inquadrati nel contesto della installazione dei contatori elettronici – che entro il 2010 copriranno il 95% degli utenti di AEM – e della telelettura di tali misuratori.

AEM si è dichiarata in grado di teleleggere ogni mese - ossia di ottenere una lettura effettiva – il 90% dei contatori elettronici. Ciò significa che in media AEM sarà in grado di fornire una lettura effettiva per oltre l'85% dei POD allacciati alla propria rete. Per i rimanenti POD, AEM disporrà di una lettura stimata, dovuta soltanto a temporanei problemi tecnici nel caso di contatori elettronici²⁴.

Tali percentuali, per quanto inferiori a quelle richieste dai venditori partecipanti al *market test*, possono essere ritenute, allo stato, proporzionate all'esperienza e alle capacità di AEM.

81. I dati di misura composti in così larga misura da dati effettivi (e non stimati) verranno utilizzati, come dichiarato da AEM, "*ai fini della fatturazione*" dei venditori e verranno messi a disposizione dei venditori attraverso il portale.

Per i dati effettivi, dunque, non potranno sorgere differenze tra i dati comunicati ai venditori e quelli impiegati da AEM per la fatturazione dei servizi di rete. Tali dati effettivi saranno disponibili

²⁴ La disponibilità di una serie di misure tele-lette permette inoltre di stimare in maniera più precisa il dato mensile mancante a causa di un problema tecnico.

– tenuto conto della frequenza dei guasti al sistema di tele-lettura o al contatore stesso – per oltre l'85% dei POD sulla rete AEM.

In presenza di una così elevata proporzione di letture effettive, è possibile escludere significative e sistematiche discrasie tra i dati comunicati ai venditori e quelli impiegati dal distributore per la fatturazione dei servizi di rete.

Inoltre, verrà drasticamente ridotta la possibilità che sia imputate ad un punto di prelievo stime largamente erranee.

Infine, l'elevata percentuale di contatori telegestiti²⁵ ridurrà significativamente lo spazio per comportamenti opportunistici legati alla comunicazione di stime deliberatamente errate, nella misura in cui AEM non scenda al di sotto delle percentuali di letture reali sul totale dichiarate nelle proprie controdeduzioni al *market test*.

82. Le modalità di messa a disposizione di questi dati di misura cui AEM si è impegnata, inoltre, non solo rappresentano un significativo miglioramento rispetto alla situazione esistente al momento dell'avvio, ma permetteranno ai venditori di ottenere dati di misura affidabili – perché validati – in tempi brevi secondo la modalità più avanzata prevista dalla regolamentazione che non implichi investimenti aggiuntivi da parte loro.

Inoltre, la possibilità di ottenere dati prevalidati permetterà ai venditori di sottoporre i dati ad una prima verifica di congruità rispetto a quanto da loro atteso sulla base delle informazioni tecniche sui POD in loro possesso. Ciò permetterà di individuare per tempo eventuali incongruità e di segnalarle al distributore, prima di avviare la fatturazione dei clienti finali.

83. Gli impegni di GRG vanno valutati con riferimento alla diversa situazione esistente nel settore del gas, dove la gran parte delle misure è stimata, in quanto mancano contatori elettronici e i contatori esistenti sono generalmente all'interno delle abitazioni e quindi di difficile lettura.

In questo quadro, la procedura di individuazione dei dati incongrui che GRG si è impegnata a mettere in atto appare rispondere alle richieste di alcuni partecipanti al *market test* relative alla predisposizione di un sistema di verifica dei dati di misura.

La messa a disposizione dei dati di misura attraverso il portale rappresenta inoltre un significativo miglioramento nei rapporti con i venditori, permettendo loro di accedere ai dati di misura in tempi brevi e secondo la modalità più avanzata prevista dalla regolamentazione che non implichi investimenti aggiuntivi da parte loro.

Nel complesso, gli impegni di GRG appaiono in grado di ridurre significativamente la possibilità di comportamenti opportunistici legati alla comunicazione di dati di misura errati, rendono più efficiente la comunicazione dei dati di misura stessi e quindi appaiono in grado di incidere significativamente sulla possibilità che i venditori al dettaglio di gas incorrano in costi finanziari e reputazionali ingiustificati a causa di letture errate.

84. Si rileva infine che gli impegni relativi ai dati di misura vanno, nel loro complesso, oltre quanto specificamente previsto dalla regolamentazione esistente.

L'elenco dei siti contendibili

85. La messa a disposizione sui rispettivi portali degli elenchi dei siti contendibili sulle proprie reti permette a tutti i *trader* di accedere ad informazioni utili per acquisire nuovi clienti, che prima

²⁵ Ossia, di contatori elettronici effettivamente in grado di fornire una lettura reale attraverso il sistema di tele-lettura.

erano nella sola disponibilità di AEM e GRG e, eventualmente, di Iride Mercato (ora IREN Mercato), favorendo lo sviluppo della concorrenza nei mercati rilevanti per il procedimento.

Il riconoscimento in tariffa dei costi del sistema di pre-check

86. Il lasso di tempo di tre anni per il quale GRG si è impegnata a non richiedere al regolatore il riconoscimento in tariffa dei costi sostenuti per l'implementazione del *pre-check* appare proporzionato al tempo necessario ad ammortizzare la spesa di limitata entità necessaria – nel contesto degli investimenti necessaria a dotarsi di uno strumento di comunicazione evoluto – ad implementare il sistema di verifica preliminare.

Va in ogni caso rilevato che, qualora allo scadere dei tre anni non sussistano obblighi regolamentari relativi all'implementazione di un sistema di verifica preliminare, GRG non sarà legittimata a richiedere il riconoscimento in tariffa di costi sostenuti per prestazioni ed investimenti non esplicitamente richiesti dalla regolamentazione dell'AEEG ma ai quali essa è obbligata in virtù dei presenti impegni.

La parità di trattamento tra venditori

87. Per ciò che concerne la richiesta di approntare procedure che garantiscano ai venditori non integrati operanti sul mercato libero dell'energia elettrica l'accesso ai medesimi dati ai quali hanno accesso i venditori incumbent operanti sia sul mercato libero che come fornitori dei clienti in maggior tutela, si osserva come lo stesso *pre-check* miri a ridurre il vantaggio informativo detenuto dai venditori integrati in assenza di separazione almeno logica delle banche dati relative ai clienti del mercato libero e dei clienti in maggior tutela – o di misure di effetto equivalente. In tale direzione va senza dubbio anche l'obbligo per i distributori elettrici di garantire accesso tempestivo e non discriminatorio ai c.d. “dati di base”.

88. Nel corso del procedimento è emerso come all'interno del gruppo IRIDE (ora IREN) esista una separazione logica tra le banche dati dei clienti in maggior tutela e quella dei clienti serviti sul mercato libero da Iride Mercato (ora IREN Mercato), società di vendita del gruppo.

Tale elemento, insieme a quelli precedentemente menzionati, permette di escludere che IRIDE (ora IREN) possa violare la suddetta parità di trattamento con effetti concorrenziali significativi.

89. Nel complesso, gli impegni presentati appaiono quindi in grado di fugare le preoccupazioni concorrenziali espresse dall'Autorità nel provvedimento di avvio, a condizione che il quadro prestazionale relativo alle letture reali nel settore elettrico non peggiori rispetto a quanto dichiarato e che non venga meno il rispetto delle tempistiche previste per la messa a disposizione dei dati di misura ai venditori al dettaglio.

90. L'Autorità, ai fini e per gli effetti di quanto previsto dall'articolo 14-ter della legge n. 287/90, vigilerà sull'esecuzione di questi impegni e verificherà la persistente idoneità degli impegni stessi a eliminare le preoccupazioni concorrenziali espresse nel provvedimento di avvio. In tal senso, l'Autorità si riserva di riaprire d'ufficio il procedimento in presenza di una modifica della situazione di fatto e di diritto rispetto ad ogni elemento su cui si fonda la decisione – e in particolare con riguardo (i) alla proporzione di letture effettive comunicate ai venditori e al loro impiego per la fatturazione dei servizi di rete da parte dei distributori al fine di evitare discrasie, (ii) al rispetto della parità di trattamento dei venditori sul mercato libero, (iii) al rispetto delle tempistiche di comunicazione dei dati di misura, (iv) alla variazione delle condizioni

concorrenziali dei mercati rilevanti e (v) all'evoluzione regolamentare -, nonché qualora le parti contravvenissero agli impegni assunti e resi obbligatori con il presente provvedimento.

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati dalle società Iride S.p.A. (ora IREN S.p.A.), AEM Torino Distribuzione S.p.A. e Genova Reti Gas S.r.l. in data 19 novembre 2009, così come integrati da ultimo in data 15 giugno 2010, sono tali da fare venire meno i profili anticoncorrenziali oggetto dell'istruttoria;

RITENUTO di dover disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni, ai sensi dell'articolo 14-ter, comma 1, della legge n. 287/90;

RITENUTO, infine, di poter chiudere il procedimento nei confronti di Iride S.p.A. (ora IREN S.p.A.), AEM Torino Distribuzione S.p.A. e Genova Reti Gas S.r.l. senza accertare l'infrazione ai sensi dell'articolo 14-ter della legge citata;

DELIBERA

a) di rendere obbligatori gli impegni, ai sensi dell'articolo 14-ter, comma 1, della legge n. 287/90, nei confronti delle società Iride S.p.A. (ora IREN S.p.A.), AEM Torino Distribuzione S.p.A. e Genova Reti Gas S.r.l. nei termini sopra descritti e allegati al presente provvedimento di cui fanno parte integrante;

b) di chiudere il procedimento nei confronti delle società Iride S.p.A. (ora IREN S.p.A.), AEM Torino Distribuzione S.p.A. e Genova Reti Gas S.r.l. senza accertare l'infrazione ai sensi dell'articolo 14-ter, comma 1, della legge n. 287/90;

c) che la società AEM Torino Distribuzione S.p.A. dovrà presentare, entro centoottanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, e successivamente con cadenza semestrale, per i due anni seguenti, una relazione dettagliata sull'attuazione dell'insieme degli impegni assunti e delle attività connesse, nonché su alcuni elementi strutturali su cui si fonda la presente decisione, con particolare riferimento: (i) all'effettuazione degli *switching* attraverso il portale e al tasso di successo delle richieste di *switching*, distinguendo quelle presentate da IRIDE Mercato (ora IREN Mercato) da quelle presentate dall'insieme degli altri trader, (ii) alle funzionalità di *pre-check*, descrivendone l'attuazione, l'uso da parte dei *trader* e le eventuali difficoltà riscontrate nel recupero del POD o nell'accettazione di codici fiscali e partite IVA parzialmente difformi, (iii) ai costi sostenuti per l'implementazione del *pre-check*, (iv) alla messa a disposizione dei dati di misura (sia in occasione degli *switching* che con riguardo alle letture periodiche), descrivendo le modalità di accesso ai dati di misura, fornendo esempi dei *files* messi a disposizione e segnalando i motivi di eventuali ritardi (rispetto alle tempistiche regolamentari o previste dagli impegni), (v) al peso dei contatori elettronici installati sul totale dei POD serviti, alla percentuale di contatori elettronici effettivamente tele-letti e alla percentuale di tele-letture validate, (vi) alla congruenza tra i dati di misura messi a disposizione dei venditori e quelli utilizzati per la fatturazione dei servizi di rete, (vii) alla messa a disposizione dei dati tecnici relativi ai POD, (viii) alla messa a disposizione dei dati sui siti contendibili;

d) che Genova Reti Gas S.r.l. dovrà presentare, entro centoottanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, e successivamente con cadenza semestrale, per i successivi due anni, una relazione dettagliata sull'attuazione dell'insieme degli impegni assunti e delle attività connesse, con particolare riferimento: (i) all'effettuazione degli *switching* attraverso il portale e al tasso di successo delle richieste di *switching*, distinguendo quelle presentate da IRIDE Mercato (ora IREN Mercato) da quelle presentate dall'insieme degli altri trader, (ii) alle funzionalità di *pre-check*, descrivendone l'attuazione, l'uso da parte dei *trader* e le eventuali difficoltà riscontrate nel recupero di PDR o matricola contatore, (iii) ai costi sostenuti per l'implementazione del *pre-check*, (iv) alla messa a disposizione dei dati di misura (sia in occasione degli *switching* che con riguardo alle letture periodiche), descrivendo le modalità di accesso ai dati di misura, fornendo esempi dei *files* messi a disposizione e segnalando i motivi di eventuali ritardi (rispetto alle tempistiche regolamentari o previste dagli impegni), (v) alle modalità di implementazione del sistema di verifica dei dati sui prelievi di gas, alla proporzione di PDR su cui sono state effettuate verifiche dei dati di misura, alla proporzione di letture estratte per le quali è stato disposto un sopralluogo e un nuovo tentativo di lettura, distinguendo i diversi profili di consumo, (vi) alla congruenza tra i dati di misura messi a disposizione dei venditori e quelli utilizzati per la fatturazione dei servizi di rete, (vii) alla messa a disposizione dei dati tecnici relativi ai PDR, (viii) alla messa a disposizione dei dati sui siti contendibili;

e) che la società Iride S.p.A (ora IREN S.p.A.) dovrà presentare, entro centoottanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, e successivamente con cadenza semestrale, per i successivi due anni, una relazione dettagliata riguardo (i) alle azioni intraprese al fine di implementare anche nelle aree dove Eni S.p.A. distribuiva elettricità gli impegni presi da AEM Distribuzione Torino S.p.A. e (ii) alle azioni messe in atto per garantire parità di accesso alle informazioni sui clienti in maggior tutela allacciati alla rete di AEM Torino Distribuzione S.p.A. a tutti i venditori operanti sul mercato libero.

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 Lazio, ai sensi dell'articolo 33, comma 1, della legge n. 287/90, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, 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.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

A419 – GIOCHI24/SISAL*Provvedimento n. 21532*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 settembre 2010;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'articolo 102 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea - TFUE, già articolo 82 del Trattato CE;

VISTA la propria delibera del 27 luglio 2009, con la quale è stato avviato un procedimento istruttorio ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, nei confronti della società Sisal S.p.A. (di seguito Sisal), volto ad accertare eventuali violazioni dell'articolo 82 del Trattato CE, e contestualmente un procedimento cautelare ai sensi dell'articolo 14-*bis* della legge n. 287/90, volto a verificare l'effettiva sussistenza dei requisiti necessari all'adozione di misure cautelari atte a ripristinare e mantenere condizioni concorrenziali nei mercati interessati;

VISTA la propria delibera del 23 settembre 2009, con la quale si è ritenuto di non adottare le misure cautelari di cui all'articolo 14-*bis* della legge n. 287/90, atteso che, a seguito di alcune iniziative di Sisal, altri operatori (di seguito punti vendita a distanza) hanno avuto accesso alla rete telematica per la raccolta *on line* dei giochi numerici a totalizzatore nazionale, e tra questi, in data 14 settembre 2009, la società segnalante, Giochi24 S.r.l.;

VISTA la propria delibera, adottata in data 2 dicembre 2009, con la quale è stato ampliato l'oggetto dell'istruttoria ad alcune previsioni contenute nel Kit di Marketing, nelle Specifiche di Integrazione del punto di vendita a distanza e nel Contratto Sisal/Punto vendita a distanza, in quanto suscettibili di limitare l'iniziativa commerciale dei punti vendita a distanza diversi dal concessionario Sisal, così di fatto determinando una discriminazione tra Sisal e gli altri soggetti autorizzati alla raccolta *on line* dei giochi numerici a totalizzatore nazionale;

VISTA la propria delibera adottata in data 13 maggio 2010, con cui è stata disposta la proroga al 30 ottobre 2010 del termine per la conclusione del procedimento;

VISTA la comunicazione dell'8 aprile 2010, con la quale Sisal S.p.A. ha presentato impegni, ai sensi dell'art. 14-*ter* della legge n. 287/90, in base alle previsioni indicate nell'apposito "*Formulario per la presentazione degli impegni ai sensi dell'art. 14-ter della legge n. 287/90*";

VISTA la propria delibera adottata in data 16 giugno 2010, con cui è stata disposta, a far data dal 23 giugno 2010, la pubblicazione degli impegni presentati da Sisal S.p.A. sul sito *web* dell'Autorità, ed è stato fissato al 30 settembre 2010 il termine entro cui avrebbe dovuto essere adottata una definitiva decisione sugli impegni, ai sensi dell'articolo 14-*ter* della legge n. 287/90;

VISTE le osservazioni pervenute da terzi interessati entro i trenta giorni successivi alla pubblicazione degli impegni;

VISTA la comunicazione di Sisal S.p.A. dell'8 settembre 2010, contenente modifiche accessorie agli impegni presentati in data 8 aprile 2010;

CONSIDERATA la necessità di disporre di un ulteriore periodo di tempo per valutare l'adeguatezza degli impegni presentati per i fini di cui al citato art. 14-*ter* della legge n. 287/90, oltre che ai fini di cui all'art. 11, comma 4, del 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;

RITENUTA, pertanto, la necessità di prorogare il termine di conclusione del procedimento di valutazione degli impegni così come integrati dalle modifiche accessorie da ultimo inviate in data 8 settembre 2010;

DELIBERA

- a) di prorogare al 30 dicembre 2010 il termine di conclusione del procedimento;
- b) di prorogare al 30 novembre 2010 il termine entro il quale deve concludersi il procedimento di valutazione degli impegni.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

C10723 - STRADIVARIUS ITALIA/RAMO DI AZIENDA DI FIORDALISO

Provvedimento n. 21554

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 settembre 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Stradivarius Italia S.r.l., pervenuta in data 10 Agosto 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Stradivarius Italia S.r.l. (di seguito, Stradivarius) è una società attiva nella commercializzazione e distribuzione di capi di abbigliamento femminili, maschili e per bambino, di genere sia formale sia informale, *casual*, sportivo e c.d. *street wear*, abbigliamento intimo, nonché articoli ed accessori per l'abbigliamento, inclusi complementi per l'abbigliamento, la casa ed il tempo libero, calzature, cosmetici, occhiali, orologi, borse ed ombrelli, contraddistinti dal marchio Stradivarius di proprietà del Gruppo Inditex. La commercializzazione e la vendita dei prodotti per l'abbigliamento ed accessori avviene per il tramite di esercizi commerciali ad insegne "Stradivarius", tutti di proprietà e specializzati nella vendita dei prodotti citati.

Stradivarius Italia è una società interamente controllata dalla società di diritto spagnolo Stradivarius Espana S.A., a sua volta interamente controllata dalla società di diritto spagnolo Inditex S.A. che è la società *holding* dell'omonimo gruppo spagnolo (di seguito, gruppo Inditex), quotata alla Borsa di Madrid.

Nel 2009, il gruppo Inditex ha realizzato a livello mondiale un fatturato consolidato di circa 11 miliardi di euro, di cui circa 8,9 miliardi di euro nell'Unione Europea e circa 813 milioni di euro in Italia.

Oggetto dell'operazione è un ramo di azienda della società Fiordaliso S.p.A. (di seguito, Fiordaliso), contraddistinto dal n. 79, sito all'interno del "*Centro Commerciale Fiordaliso*" in Rozzano (MI), via Curiel n. 25, dotato di autorizzazione amministrativa per la vendita al dettaglio di generi non alimentari ed in precedenza già attivo.¹

Fiordaliso è una società attiva nell'esercizio della grande distribuzione in genere e in particolare di grandi magazzini, supermercati, punti vendita per il commercio, all'ingrosso e al dettaglio, nel settore alimentare e non, nell'esercizio di attività di somministrazione, panificazione, rosticceria,

¹ In particolare, si evidenzia che il ramo d'azienda di cui si tratta è ubicato, per la gran parte, nella zona del Centro Commerciale Fiordaliso già esistente ed attiva nella vendita di generi rientranti nella categoria non alimentare e, in minima parte, nella zona della Galleria del Centro Commerciale citato, frutto di un recente ampliamento del Centro stesso.

gelateria e commercio al minuto di autovetture e motoveicoli nonché nell'acquisto, vendita, locazione e gestione di terreni e immobili.

Nel 2009, il ramo d'azienda oggetto dell'operazione ha realizzato un fatturato compreso fra 1,3 e 1,5 milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame riguarda l'affitto da parte del gruppo Inditex, per il tramite di Stradivarius, per la durata di dieci anni, del ramo d'azienda di cui sopra, composto dai locali, dal diritto di detenzione e godimento degli stessi, dalle attrezzature ivi presenti, dal diritto di sub-ingresso *pro-tempore* nell'autorizzazione amministrativa per l'esercizio dell'attività di vendita al dettaglio di generi non alimentari, dall'avviamento e dal diritto di godimento dei servizi comuni del Centro Commerciale citato.

L'operazione consentirà a Stradivarius di espandere la propria filiera distributiva acquisendo un nuovo punto vendita per la commercializzazione dei propri prodotti a marchio "*Stradivarius*".

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parte 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 n. 139/04, 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 superiore a 472 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

Il settore interessato dalla presente operazione è quello della distribuzione al dettaglio di capi di abbigliamento e dei relativi accessori. In Italia la distribuzione dei capi d'abbigliamento e degli accessori avviene attraverso due canali principali: i negozi tradizionali, spesso specializzati per tipologie di prodotto, e la distribuzione moderna. La distribuzione moderna si distingue da quella tradizionale al dettaglio innanzitutto per il servizio offerto al cliente: nei punti vendita della distribuzione moderna prevale infatti il libero servizio, mentre nei negozi tradizionali la vendita assistita. Inoltre la distribuzione moderna si caratterizza, dal punto di vista della tipologia dei punti vendita, per la grande superficie di questi ultimi e per la presenza di reparti dedicati a differenti categorie di prodotti (abbigliamento uomo, donna, bambino, abbigliamento intimo), mentre i punti vendita tradizionali sono spesso specializzati in una gamma ristretta di prodotti.

Deve, tuttavia, osservarsi che i punti vendita di abbigliamento sono, ormai in misura significativa, negozi specializzati nella vendita di un unico marchio, i cosiddetti negozi "monomarca" (ad esempio Max Mara, Stefanel, Replay, Mariella Burani, Max & Co.), dove prevale il libero servizio, che permette al consumatore di scegliere autonomamente, ma allo stesso tempo assicura, qualora venga richiesta, la vendita assistita tipica dei negozi tradizionali. E' necessario, inoltre,

evidenziare come la disposizione in un unico punto vendita di tutte le tipologie di prodotto non rivesta un'importanza determinante, in quanto i capi di abbigliamento e gli accessori, sono beni durevoli, di valore unitario elevato, che soddisfano vari bisogni: quello primario di vestirsi, ma anche un insieme complesso di altre necessità legate all'immagine individuale e sociale di una persona. Il consumatore è, dunque, disposto a visitare diversi negozi, comparandone le offerte in termini di qualità, prezzo e gusto, nonché a ripetere la ricerca per ogni articolo di cui ha bisogno. Sulla base di queste considerazioni, si ritiene, dunque, che la distribuzione moderna e i negozi tradizionali facciano parte del medesimo mercato.

Il mercato geografico

Dal punto di vista geografico, il mercato del prodotto ha dimensione locale. L'esatta delimitazione della dimensione geografica deve essere effettuata caso per caso sulla base della dimensione dei bacini di utenza dei singoli punti vendita delle imprese interessate e del loro livello di sovrapposizione.

Ai fini della presente operazione, il mercato geografico coincide con la provincia di Milano, nella quale si colloca il ramo d'azienda oggetto dell'operazione.

Effetti dell'operazione

Nella provincia di Milano il gruppo Inditex detiene una quota di mercato pari a circa il $[1-5\%]^2$. Nel territorio interessato sono, inoltre, presenti numerosi e qualificati concorrenti, quali Max Mara, Miroglio, Benetton, Coin e H&M.

Vista la modesta entità della quota citata e attesa la trascurabile incidenza dell'acquisizione del controllo da parte di Inditex, per il tramite di Stradivarius, di un ulteriore punto vendita nel mercato di riferimento, si ritiene che l'operazione oggetto della presente comunicazione non sia idonea a modificare le condizioni concorrenziali nel mercato della distribuzione di capi di abbigliamento e accessori nella provincia di Milano.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sul mercato interessato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

² Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

C10724 - ZARA ITALIA/RAMO DI AZIENDA DI FIORDALISO*Provvedimento n. 21555*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 settembre 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Zara Italia S.r.l., pervenuta in data 10 agosto 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Zara Italia S.r.l. (di seguito, Zara Italia) è una società attiva nella commercializzazione e distribuzione di capi di abbigliamento femminili, maschili e per bambino, di genere sia formale sia informale, casual, sportivo e c.d. street wear, abbigliamento intimo, nonché articoli ed accessori per l'abbigliamento, inclusi complementi per l'abbigliamento, la casa ed il tempo libero, calzature, cosmetici, occhiali, orologi, borse ed ombrelli, contraddistinti dal marchio Zara, di proprietà del Gruppo Inditex.

La commercializzazione e la vendita dei prodotti per l'abbigliamento ed accessori di abbigliamento avviene per il tramite di esercizi commerciali ad insegne "Zara", tutti di proprietà e specializzati nella vendita dei summenzionati prodotti.

Zara Italia è una società interamente controllata dalla società di diritto spagnolo Inditex S.A., che è la società holding dell'omonimo gruppo spagnolo (di seguito, gruppo Inditex), quotata alla Borsa di Madrid.

Nel 2009, il gruppo Inditex ha realizzato a livello mondiale un fatturato consolidato di circa 11 miliardi di euro, di cui circa 8,9 miliardi di euro nell'Unione Europea e circa 813 milioni di euro in Italia.

Oggetto di affitto è un ramo di azienda di Fiordaliso S.p.A. (di seguito, Fiordaliso), ubicato nei locali contrassegnati dai nn. 50 e 51, insistenti nella parte Galleria del "Centro Commerciale Fiordaliso" in Rozzano (MI), via Curiel n. 25, destinato alla vendita al dettaglio di generi non alimentari e dotato di autorizzazione amministrativa.

Fiordaliso è una società attiva nell'esercizio della grande distribuzione in genere e in particolare di grandi magazzini, supermercati, ipermercati, punti vendita per il commercio, all'ingrosso e al dettaglio, nel settore alimentare e non alimentare, nell'esercizio di attività di somministrazione, panificazione, rosticceria, gelateria e nel commercio al minuto di autovetture e motoveicoli nonché nell'acquisto, vendita, locazione e gestione di terreni e immobili.

Non sono disponibili i dati di fatturato del ramo d'azienda citato.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame riguarda l'affitto da parte del gruppo Inditex, per il tramite di Zara Italia, per la durata di dieci anni, del ramo d'azienda di cui sopra, composto dal diritto di godimento e

detenzione dei locali, dal godimento ed uso *pro-tempore* per affittanza dell'autorizzazione amministrativa per generi non alimentari, dal diritto di godimento e uso dei servizi comuni, attrezzature, impianti e infrastrutture del “*Centro Commerciale Fiordaliso*”, dal godimento dell'avviamento del centro commerciale stesso e dal diritto d'uso non in esclusiva di posti macchina ubicati nel parcheggio del centro citato.

Tale operazione consentirà a Zara Italia di estendere la propria rete distributiva, acquisendo un ulteriore punto vendita per la commercializzazione dei propri prodotti.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parte 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 n. 139/04, 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 superiore a 472 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

Il settore interessato dalla presente operazione è quello della distribuzione al dettaglio di capi di abbigliamento e dei relativi accessori. In Italia la distribuzione dei capi d'abbigliamento e degli accessori avviene attraverso due canali principali: i negozi tradizionali, spesso specializzati per tipologie di prodotto, e la distribuzione moderna. La distribuzione moderna si distingue da quella tradizionale al dettaglio innanzitutto per il servizio offerto al cliente: nei punti vendita della distribuzione moderna prevale infatti il libero servizio, mentre nei negozi tradizionali la vendita assistita. Inoltre la distribuzione moderna si caratterizza, dal punto di vista della tipologia dei punti vendita, per la grande superficie di questi ultimi e per la presenza di reparti dedicati a differenti categorie di prodotti (abbigliamento uomo, donna, bambino, abbigliamento intimo), mentre i punti vendita tradizionali sono spesso specializzati in una gamma ristretta di prodotti.

Deve, tuttavia, osservarsi che i punti vendita di abbigliamento sono, ormai in misura significativa, negozi specializzati nella vendita di un unico marchio, i cosiddetti negozi “monomarca” (ad esempio Max Mara, Stefanel, Replay, Mariella Burani, Max & Co.), dove prevale il libero servizio, che permette al consumatore di scegliere autonomamente, ma allo stesso tempo assicura, qualora venga richiesta, la vendita assistita tipica dei negozi tradizionali. E' necessario, inoltre, evidenziare come la disposizione in un unico punto vendita di tutte le tipologie di prodotto non rivesta un'importanza determinante, in quanto i capi di abbigliamento e gli accessori, sono beni durevoli, di valore unitario elevato, che soddisfano vari bisogni: quello primario di vestirsi, ma anche un insieme complesso di altre necessità legate all'immagine individuale e sociale di una persona. Il consumatore è, dunque, disposto a visitare diversi negozi, comparandone le offerte in termini di qualità, prezzo e gusto, nonché a ripetere la ricerca per ogni articolo di cui ha bisogno.

Sulla base di queste considerazioni, si ritiene, dunque, che la distribuzione moderna e i negozi tradizionali facciano parte del medesimo mercato.

Il mercato geografico

Dal punto di vista geografico, il mercato del prodotto ha dimensione locale. L'esatta delimitazione della dimensione geografica deve essere effettuata caso per caso sulla base della dimensione dei bacini di utenza dei singoli punti vendita delle imprese interessate e del loro livello di sovrapposizione.

Ai fini della presente operazione, il mercato geografico coincide con la provincia di Milano, nella quale si colloca il ramo d'azienda oggetto dell'operazione in esame.

Effetti dell'operazione

Nella provincia di Milano il gruppo Inditex detiene una quota di mercato pari a circa il [1-5%]¹. Nel territorio interessato sono, inoltre, presenti numerosi e qualificati concorrenti, quali Max Mara, Miroglio, Benetton, Coin e H&M.

Vista la modesta entità della quota citata e attesa la trascurabile incidenza dell'acquisizione del controllo da parte del gruppo Inditex, per il tramite di Zara Italia, di un ulteriore punto vendita nel mercato di riferimento², si ritiene che l'operazione oggetto della presente comunicazione non sia idonea a modificare le condizioni concorrenziali nel mercato della distribuzione di capi di abbigliamento e accessori nella provincia di Milano.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sul mercato interessato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

² Si evidenzia che, a seguito del perfezionamento delle operazioni di concentrazione *Stradivarius Italia/Fiordaliso* e *Bershka/Fiordaliso*, comunicate entrambe il 10 agosto 2010, il gruppo Inditex acquisirà, nella provincia di Milano, il controllo di due ulteriori esercizi commerciali destinati alla vendita al dettaglio di capi di abbigliamento e accessori.

C10725 - BERSHKA ITALIA/RAMO DI AZIENDA DI FIORDALISO

Provvedimento n. 21556

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 settembre 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Bershka Italia S.r.l., pervenuta in data 10 agosto 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Bershka Italia S.r.l. (di seguito, Bershka) è una società attiva nella commercializzazione e distribuzione di capi di abbigliamento femminili, maschili e per bambino, di genere sia formale sia informale, casual, sportivo e c.d. *street wear*, di abbigliamento intimo, di articoli ed accessori per l'abbigliamento ed il tempo libero, calzature, cosmetici, occhiali, orologi, borse ed ombrelli nonché complementi di arredo per la casa, contraddistinti dal marchio "Bershka" di proprietà del Gruppo Inditex, per il tramite di esercizi commerciali ad insegna "Bershka", tutti di proprietà e specializzati nella vendita dei summenzionati prodotti.

Bershka Italia è una società interamente controllata dalla società di diritto spagnolo Bershka Espana S.A., a sua volta interamente controllata dalla società di diritto spagnolo Inditex S.A., *holding* dell'omonimo gruppo spagnolo (di seguito, gruppo Inditex), quotata alla Borsa di Madrid. Nel 2009, il gruppo Inditex ha realizzato a livello mondiale un fatturato consolidato di circa 11 miliardi di euro, di cui circa 8,9 miliardi di euro nell'Unione Europea e circa 813 milioni di euro per vendite effettuate in Italia.

Oggetto di affitto è un ramo di azienda di Fiordaliso S.p.A. (di seguito, Fiordaliso), ubicato nei locali contrassegnati dal n. 34, nella parte Galleria del "*Centro Commerciale Fiordaliso*" in Rozzano (MI), via Curiel n. 25, destinato alla vendita al dettaglio di generi non alimentari e dotato di autorizzazione amministrativa.

Fiordaliso è una società attiva nell'esercizio della grande distribuzione in genere e in particolare di grandi magazzini, supermercati, ipermercati, punti vendita per il commercio, all'ingrosso e al dettaglio, nel settore alimentare e non alimentare, nell'esercizio di attività di somministrazione, panificazione, rosticceria, gelateria e nel commercio al minuto di autovetture e motoveicoli nonché nell'acquisto, vendita, locazione e gestione di terreni e immobili.

Non sono disponibili i dati di fatturato del ramo d'azienda citato.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame riguarda l'affitto da parte del gruppo Inditex, per il tramite di Bershka, per la durata di dieci anni, del ramo d'azienda di cui sopra, composto dal diritto di godimento e detenzione dei locali, dal godimento ed uso *pro-tempore* per affittanza dell'autorizzazione amministrativa per generi non alimentari, dal diritto di godimento e uso dei servizi comuni,

attrezzature, impianti e infrastrutture del “*Centro Commerciale Fiordaliso*”, dal godimento dell’avviamento del centro commerciale stesso e dal diritto d’uso non in esclusiva di posti macchina ubicati nel parcheggio del centro citato.

Tale operazione consentirà a Bershka di estendere la propria rete distributiva, acquisendo un ulteriore punto vendita per la commercializzazione dei prodotti a marchio “Bershka”.

III. QUALIFICAZIONE DELL’OPERAZIONE

L’operazione comunicata, in quanto comporta l’acquisizione del controllo di parte 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 n. 139/04, 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 superiore a 472 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

Il settore interessato dalla presente operazione è quello della distribuzione al dettaglio di capi di abbigliamento e dei relativi accessori. In Italia la distribuzione dei capi d'abbigliamento e degli accessori avviene attraverso due canali principali: i negozi tradizionali, spesso specializzati per tipologie di prodotto, e la distribuzione moderna. La distribuzione moderna si distingue da quella tradizionale al dettaglio innanzitutto per il servizio offerto al cliente: nei punti vendita della distribuzione moderna prevale infatti il libero servizio, mentre nei negozi tradizionali la vendita assistita. Inoltre la distribuzione moderna si caratterizza, dal punto di vista della tipologia dei punti vendita, per la grande superficie di questi ultimi e per la presenza di reparti dedicati a differenti categorie di prodotti (abbigliamento uomo, donna, bambino, abbigliamento intimo), mentre i punti vendita tradizionali sono spesso specializzati in una gamma ristretta di prodotti.

Deve, tuttavia, osservarsi che i punti vendita di abbigliamento sono, ormai in misura significativa, negozi specializzati nella vendita di un unico marchio, i cosiddetti negozi “monomarca” (ad esempio Max Mara, Stefanel, Replay, Mariella Burani, Max & Co.), dove prevale il libero servizio, che permette al consumatore di scegliere autonomamente, ma allo stesso tempo assicura, qualora venga richiesta, la vendita assistita tipica dei negozi tradizionali. E’ necessario, inoltre, evidenziare come la disposizione in un unico punto vendita di tutte le tipologie di prodotto non rivesta un’importanza determinante, in quanto i capi di abbigliamento e gli accessori, sono beni durevoli, di valore unitario elevato, che soddisfano vari bisogni: quello primario di vestirsi, ma anche un insieme complesso di altre necessità legate all’immagine individuale e sociale di una persona. Il consumatore è, dunque, disposto a visitare diversi negozi, comparandone le offerte in termini di qualità, prezzo e gusto, nonché a ripetere la ricerca per ogni articolo di cui ha bisogno.

Sulla base di queste considerazioni, si ritiene, dunque, che la distribuzione moderna e i negozi tradizionali facciano parte del medesimo mercato.

Il mercato geografico

Dal punto di vista geografico, il mercato del prodotto ha dimensione locale. L'esatta delimitazione della dimensione geografica deve essere effettuata caso per caso sulla base della dimensione dei bacini di utenza dei singoli punti vendita delle imprese interessate e del loro livello di sovrapposizione.

Ai fini della presente operazione, il mercato geografico coincide con la provincia di Milano, nella quale si colloca il ramo d'azienda oggetto dell'operazione in esame.

Effetti dell'operazione

Nella provincia di Milano il gruppo Inditex detiene una quota di mercato pari a circa il [1-5%]¹. Nel territorio interessato sono, inoltre, presenti numerosi e qualificati concorrenti, quali Max Mara, Miroglio, Benetton, Coin e H&M.

Vista la modesta entità della quota citata e attesa la trascurabile incidenza dell'acquisizione del controllo da parte del gruppo Inditex, per il tramite di Bershka, di un ulteriore punto vendita nel mercato di riferimento², si ritiene che l'operazione oggetto della presente comunicazione non sia idonea a modificare le condizioni concorrenziali nel mercato della distribuzione di capi di abbigliamento e accessori nella provincia di Milano.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sul mercato interessato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

² Si evidenzia che, a seguito del perfezionamento delle operazioni di concentrazione *Stradivarius Italia/Fiordaliso* e *Zara Italia/Fiordaliso*, comunicate entrambe il 10 agosto 2010, il gruppo Inditex acquisirà, nella provincia di Milano, il controllo di due ulteriori esercizi commerciali destinati alla vendita al dettaglio di capi di abbigliamento e accessori.

C10726 - GRANI & PARTNERS/SIP TOYS*Provvedimento n. 21557*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 settembre 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Grani & Partners S.p.A., pervenuta in data 10 agosto 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Grani & Partners S.p.A. (di seguito, G&P) è una società attiva, tra le altre cose, nella produzione e commercializzazione, all'ingrosso e al dettaglio, di articoli promozionali, oltre a svolgere l'attività di editrice di giornali periodici e riviste, esclusi i giornali quotidiani, nonché la produzione, acquisto, importazione, vendita e distribuzione, in Italia e all'estero, di prodotti collezionabili editoriali (inclusi album di figurine, *trading cards* e *comic book*).

G&P è controllata dal Gruppo Giochi Preziosi, che opera nel campo della distribuzione dei giocattoli e dei prodotti affini.

Il fatturato complessivo realizzato dal gruppo Giochi Preziosi nel 2009 è stato di circa 865 milioni di euro, di cui circa 663 milioni realizzati in Italia.

Sip Toys S.r.l. (di seguito, Sip Toys) è una società attiva principalmente nella produzione e commercializzazione, tramite esercizi terzi, di macchine distributrici al dettaglio di piccoli giocattoli e sorprese.

Il fatturato realizzato da Sip Toys nel 2009 è stato di circa 7,6 milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione, da parte di G&P, del 70% del capitale sociale di Sip Toys, la quale, ad esito dell'operazione, risulterà pertanto controllata da G&P.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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 n. 139/04, 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 superiore a 472 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato interessato dalla presente operazione, alla luce dell'attività svolta dall'impresa oggetto di acquisizione, è quello della produzione e commercializzazione di macchine distributrici al dettaglio di piccoli giocattoli e sorprese, il cui valore, a livello nazionale, è pari a circa 76 milioni di euro¹.

Dal punto di vista geografico la Parte ritiene che tale mercato abbia dimensione nazionale, in ragione delle modalità di distribuzione del prodotto.

Nel caso di specie, tuttavia, non è necessario addivenire ad una più precisa delimitazione merceologica e geografica del mercato, in quanto qualunque sia la definizione adottata, anche nell'ipotesi più restrittiva, la valutazione dell'impatto concorrenziale dell'operazione non muterebbe.

La Parte ritiene che il numero di macchinette distributrici di giocattoli e/o sorprese ammonta, sull'intero territorio nazionale, a circa 30.000 unità e che Sip Toys detiene, su tale mercato, una quota prossima al [5-10%]². Il Gruppo Preziosi non è invece attivo nella produzione e commercializzazione di macchine distributrici al dettaglio di piccoli giocattoli e sorprese.

L'operazione, pertanto, ha mero impatto verticale, atteso che comporta l'integrazione di G&P con un soggetto produttore di macchine attraverso le quali distribuire giocattoli di propria produzione. Inoltre, si consideri la limitata quota di mercato detenuta da Sip Toys, nonché la presenza, sul mercato rilevante, di operatori come Smile S.r.l., Fiam Automazione S.r.l. e Cool Things S.r.l., ai quali, secondo una stima della Parte, è possibile attribuire una quota di mercato analoga a quella detenuta da Sip Toys.

L'operazione comunicata non appare, quindi, in grado di restringere in modo significativo la concorrenza nel mercato interessato.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sul mercato interessato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

¹ Stima della parte che ha effettuato la comunicazione.

² Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

C10727 - SPESA INTELLIGENTE/RAMO DI AZIENDA DI GARAU

Provvedimento n. 21558

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 settembre 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO la comunicazione della società SPESA INTELLIGENTE S.p.A., pervenuta in data 11 agosto 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

SPESA INTELLIGENTE S.p.A. (di seguito, SPESA INTELLIGENTE), con sede legale a San Martino Buon Albergo (VR), è una società attiva in Italia nel settore della distribuzione moderna all'ingrosso e al dettaglio di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo con la formula dei *discount*.

Essa è controllata da EUROSPIN ITALIA S.p.A., *holding* in Italia del gruppo EUROSPIN, il quale nel 2008 ha realizzato a livello nazionale un fatturato di circa 2.270 milioni di euro.

Oggetto dell'operazione è l'affitto di un ramo d'azienda appartenente alla società GARAU di Garau Gian Carlo & C. S.n.c. (di seguito GARAU), attiva nella vendita di prodotti alimentari e non alimentari nella grande distribuzione moderna, con sede legale a Pianezza (TO).

Il ramo di azienda acquisito consiste in un punto vendita al dettaglio situato nel Comune di Borgaro Torinese (TO), munito di relativa autorizzazione amministrativa, per una superficie pari a circa 760 m².

Il fatturato complessivo riferibile alla società, realizzato esclusivamente in Italia, nel 2009, è stato di circa 2,6 milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame riguarda l'acquisizione, da parte di SPESA INTELLIGENTE - tramite contratto di affitto della durata di 5 anni - del ramo d'azienda sopra descritto, dotato della relativa autorizzazione amministrativa, che opererà con insegna EUROSPIN.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parte 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 n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva di cui all'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 superiore a 472 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE

Il mercato del prodotto

Il settore interessato dall'operazione in esame è quello della distribuzione moderna di prodotti alimentari e non alimentari di largo e generale consumo.

Tale settore si distingue dal dettaglio tradizionale sulla base sia della numerosità e tipologia dei prodotti venduti, sia della modalità di servizio reso ai clienti, alla quale è generalmente associata una diversa dimensione dei punti vendita.

All'interno della distribuzione moderna possono distinguersi diverse categorie di punti vendita (ipermercati, supermercati, *superette* e *discount*), che si differenziano in base a caratteristiche quali la dimensione della superficie di vendita, il posizionamento di prezzo, l'ampiezza e la profondità della gamma di prodotti offerti.

Secondo quanto stabilito dall'Autorità nel caso Schemaventuno-Promodes/Gruppo GS¹ la diversità nella qualità e nel livello di servizi offerti dalle varie tipologie di punto vendita ne rende piuttosto deboli i rapporti di sostituibilità reciproci, che risultano sostanzialmente limitati ai segmenti dimensionali immediatamente contigui. Tra le diverse categorie dimensionali vi è infatti una catena di sostituibilità che va dagli ipermercati alle *superette*, con relazioni maggiormente significative tra segmenti contigui e pressoché trascurabili agli estremi della catena. Ai fini dell'individuazione del mercato rilevante dal punto di vista del prodotto, occorre pertanto partire da ciascuna tipologia di punto vendita e affiancare a ciascuna di esse i segmenti immediatamente contigui.

Nel caso in esame, considerata la dimensione del punto vendita oggetto di acquisizione, dotato di una superficie corrispondente a circa 760 m², il mercato rilevante risulta essere quello dei supermercati, composto di *superette*, supermercati e ipermercati, ossia comprensivo di tutti i punti vendita della distribuzione moderna.

Il mercato geografico

Dal punto di vista geografico, il mercato ha dimensione locale, in considerazione dei comportamenti di acquisto dei consumatori e dell'importanza da questi attribuita alla prossimità dei punti vendita. L'esatta delimitazione della dimensione geografica dei mercati deve essere effettuata caso per caso sulla base della dimensione dei bacini di utenza dei singoli punti vendita, delle imprese interessate e del loro livello di sovrapposizione. In prima approssimazione, essa può essere circoscritta ai confini amministrativi provinciali.

Nel caso in esame, considerato che il punto vendita oggetto di acquisizione è localizzato nella provincia di Torino, tale provincia rappresenta l'ambito geografico di riferimento ai fini della valutazione dell'operazione comunicata.

Gli effetti dell'operazione

Nel mercato dei supermercati in provincia di Torino, l'insieme delle società aderenti al gruppo EUROSPIN detiene una quota di poco inferiore all'1,6%².

¹ Cfr. Provv. dell'Autorità n. 6113 del 18 giugno 1998, *Schemaventuno-Promodes/Gruppo Gs*, in Boll. n. 25/98.

² Elaborazioni dell'Autorità sulla base di dati Nielsen.

L'operazione, che consentirà a EUROSPIN di consolidare la propria posizione nel mercato interessato, non risulta tuttavia idonea a produrre effetti pregiudizievoli per la concorrenza, in ragione della ridotta quota di mercato dell'acquirente e dell'esigua quota imputabile al ramo di azienda oggetto di acquisizione, che dà luogo ad una sovrapposizione di attività marginale; peraltro, nel mercato di riferimento risultano presenti numerosi e qualificati operatori concorrenti.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sul mercato interessato tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

C10728 - SODIAAL INTERNATIONAL/ENTREMONT ALLIANCE*Provvedimento n. 21559*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 settembre 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Sodiaal – Union Coopérative à Capital Variable, pervenuta in data 12 agosto 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Sodiaal – Union Coopérative à Capital Variable (di seguito, Sodiaal), con sede legale a Parigi (Francia), è una società di diritto francese che opera nel settore lattiero-caseario, in particolare nella produzione e distribuzione di latte per consumo alimentare, latte industriale, grassi gialli (specialmente burro), alimenti per la nutrizione infantile, integratori alimentari e prodotti lattieri elaborati. La società opera nel mercato del burro e in quello dei prodotti lattieri elaborati attraverso due società controllate congiuntamente con Entremont Alliance S.A., rispettivamente Beuralia e Nutribio.

Nel 2009 il fatturato consolidato realizzato da Sodiaal a livello mondiale è stato pari a circa 2,5 miliardi di euro, di cui circa [47-100]¹ milioni di euro in Italia.

Entremont Alliance S.A. (di seguito, Entremont), con sede legale a Levallois-Perret (Francia), è una società di diritto francese attiva nell'industria dei prodotti lattiero-caseari, in particolare nella produzione e commercializzazione di formaggi, nonché di burro, latte e siero di latte in polvere, latte in polvere per neonati, integratori alimentari e prodotti lattieri elaborati. La società opera nel mercato del burro e in quello dei prodotti lattieri elaborati attraverso due società controllate congiuntamente con Sodiaal, rispettivamente Beuralia e Nutribio.

In Italia, Entremont è presente nei mercati dei formaggi a pasta semidura (attraverso la controllata Entremont Italia S.r.l.) e del burro, tramite Beuralia.

Nel 2009 il fatturato consolidato realizzato a livello mondiale da Entremont è stato di circa 1,5 miliardi di euro, di cui circa [47-100] milioni in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione, da parte di Sodiaal, per mezzo della sua controllata Sodiaal International S.A., del 100% del capitale sociale di Entremont.

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo esclusivo 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 n. 139/04, 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 da Entremont in Italia supera i 47 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato rilevante

Coerentemente con i precedenti comunitari e nazionali, i mercati interessati dall'operazione in esame, nei quali si realizza una sovrapposizione delle attività delle parti nel territorio nazionale, possono considerarsi quelli della produzione e commercializzazione di formaggi a pasta semi-dura e della produzione e commercializzazione di burro².

Da un punto di vista geografico, in virtù delle caratteristiche dei prodotti e delle abitudini alimentari dei consumatori, nonché dell'area geografica servita dai principali operatori, entrambi i mercati si possono considerare di dimensione nazionale.

Effetti dell'operazione

Nel mercato italiano dei formaggi a pasta semi-dura sono presenti entrambe le parti, con quote del tutto marginali, e congiuntamente inferiori al [1-5%]. Tale mercato appare, infatti, segmentato e sottoposto anche alla pressione concorrenziale di numerosi operatori locali.

Nel mercato del burro le parti sono presenti attraverso la società Beuralia, di cui entrambe detengono il controllo congiunto (che diverrà esclusivo in seguito all'acquisizione) e che ricopre una percentuale del mercato di circa il [1-5%], a fronte, peraltro, della presenza di numerosi e qualificati concorrenti.

Per le contenute quote di mercato detenute dalle parti e per la circostanza che nel mercato della produzione e commercializzazione del burro la quota complessivamente detenuta dalle parti non si modifica, l'operazione comunicata non è in condizioni di alterare significativamente le condizioni concorrenziali nei mercati interessati.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sui mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

² Cfr. inter alia Commission decision COMP/M4135 del 24 giugno 2006, *Lactalis/Galbani*, Provvedimento dell'Autorità n. 7067, C3460 - *Parmalat/Cirio*, del 15 aprile 1999.

**C10729 - PHILIPS MEDICAL SYSTEMS TECHNOLOGIES /RAMO DI AZIENDA DI
C.D.P. MEDICAL DEVELOPMENT**

Provvedimento n. 21560

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 settembre 2010;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Koninklijke Philips Electronics N.v., pervenuta in data 13 agosto 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Koninklijke Philips Electronics N.v. (di seguito, Phi), di diritto olandese, è la società posta al vertice del gruppo Philips attivo, su scala globale, nella produzione e vendita di un'ampia gamma di prodotti elettronici quali elettrodomestici, strumenti elettronici e per l'illuminazione, componenti elettronici, semiconduttori e apparecchiature mediche. In particolare, il gruppo si articola nelle tre divisioni operative *healthcare*, *consumer lifestyle* e *lighting*; in particolare, la divisione *healthcare* del gruppo interessata dall'operazione in esame, sviluppa strumenti e sistemi di diagnostica per immagini.

Phi è una società quotata alle borse valori di Amsterdam e New York.

Il fatturato conseguito dal gruppo Philips nell'esercizio 2009 è stato complessivamente pari a [20-30]¹ miliardi di euro, di cui [8-9] miliardi e [700-1.000] milioni per vendite realizzate rispettivamente nell'Unione europea e in Italia.

Oggetto di acquisizione è il ramo d'azienda della società di diritto israeliano C.D.P. Medical Development Ltd (di seguito, Cdp) dedito allo sviluppo e alla vendita di sistemi di comunicazione per l'archiviazione di immagini (i cosiddetti *Pacs*, *Picture archiving communication systems*), per la gestione e memorizzazione digitale di immagini mediche. I *Pacs* sviluppati da Cdp sono per uso radiologico e sono sistemi tecnologici di qualità venduti, a livello globale e principalmente a ospedali/cliniche di dimensione medio-piccola, a prezzi contenuti e senza la necessità di personale specializzato per l'assistenza e il funzionamento.

Il capitale di Cdp è detenuto, per il 40%, da una persona fisica attraverso la società controllata Visiomed Development and Research (1997) Ltd e, per il restante 60%, dalla società Medtechnica H.T. (1999) Ltd.

Il fatturato realizzato nel corso del 2009 dal ramo d'azienda oggetto di acquisizione è stato complessivamente pari a [1-10] milioni di euro, di cui [inferiore a 1 milione di] euro e [inferiore a 1 milione di] euro per vendite realizzate, rispettivamente, nell'Unione europea e in Italia.

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame riguarda l'acquisizione, da parte di Phi (per il tramite della controllata Philips Medical Systems Technologies Ltd) e quindi del gruppo Philips, del controllo del ramo d'azienda descritto in precedenza.

L'operazione risponde all'obiettivo del gruppo acquirente di estendere la gamma di Pacs prodotti per soddisfare le esigenze di clienti non interessati a soluzioni di costo elevato e all'insieme di servizi IT che Phi offre invece con gli altri propri prodotti.

L'operazione prevede inoltre alcune clausole di non concorrenza e di non sollecitazione. In particolare, i venditori si impegnano, per un periodo di massimo due anni, a non svolgere - direttamente o indirettamente- attività nell'ambito dei Pacs e a non detenere più del 10% di partecipazioni in aziende attive in tale settore, nonché a non sollecitare -direttamente o indirettamente- il personale indicato o che si trasferirà presso il gruppo acquirente.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parte 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 139/04, 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 superiore a 472 milioni di euro.

I patti di non concorrenza e di non sollecitazione descritti in precedenza possono essere qualificati come accessori alla concentrazione comunicata nella misura in cui contengono restrizioni direttamente connesse alla realizzazione dell'operazione e ad essa necessarie². In particolare, nel caso di specie gli impegni assunti dai venditori vanno a beneficio dell'acquirente e rispondono all'esigenza di garantire a quest'ultimo il trasferimento dell'effettivo valore dell'acquisizione. Tuttavia, per non travalicare i limiti di quanto ragionevolmente richiesto allo scopo, è necessario che la portata geografica non ecceda l'attuale ambito territoriale di operatività del ramo d'azienda oggetto di acquisizione, e che non vengano preclusi ai venditori investimenti di natura finanziaria.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

Da un punto vista merceologico, il settore interessato dall'operazione in esame è quello dei sistemi e delle soluzioni Pacs in cui opera il ramo d'azienda di Cdp oggetto di acquisizione.

Si tratta di soluzioni informatiche per apparecchiature medicali, spesso offerte nell'ambito di soluzioni più complesse, che consentono l'immagazzinamento e la revisione di immagini medicali e dei dati ad esse connessi. I Pacs sono sistemi modulari e scalabili che utilizzano componenti diverse, quali le modalità di immagine (raggi X, tomografia assiale computerizzata, ecc), i sistemi

² Si veda, al riguardo, la Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (G.U.C.E. 2005/C-56/03 del 5 marzo 2005).

di trasmissione delle informazioni, le postazioni di visione delle immagini e gli archivi per l'immagazzinamento e il recupero delle immagini³.

I Pacs sono essenzialmente *software* per la visualizzazione e archiviazione di immagini mediche (*film free*, senza pellicola) mediante i quali i clienti (ospedali, cliniche, centri diagnostici) possono sia visualizzare immagini mediche sullo schermo sia memorizzarle in formato elettronico, al fine di effettuare diagnosi e seguire nel tempo il percorso clinico del paziente. Ciò consente la riduzione delle copie stampate delle immagini mediche, agevola il recupero dei dati clinici, consentendo così risparmi di spazio, tempo e costo.

La domanda di Pacs esprime infatti le crescenti esigenze di digitalizzazione e di contenimento dei costi. Inizialmente limitata ai reparti di radiologia, la domanda si è poi estesa anche alla cardiologia e all'ortopedia, tanto che i Pacs gestiscono ora immagini derivanti da diverse fonti (ecografia, risonanza magnetica, tomografia, endoscopia, ecc).

Dal punto di vista dell'offerta, il settore vede la presenza di diverse tipologie di operatori (multinazionali, operatori con una maggiore prospettiva IT, piccoli rivenditori e integratori di Pacs con servizi di consulenza), nonché di un certo tasso di dinamicità derivante dal contenuto tecnologico dei prodotti.

Con riferimento alle parti dell'operazione, Cdp è specializzata, nell'ambito dell'uso radiologico, in sistemi di piccole dimensioni (mini-Pacs) in grado di gestire solo le immagini in unica modalità, mentre Phi offre *software* e relativi servizi di assistenza in prevalenza per ospedali di grandi dimensioni, che effettuano un elevato numero di esami e si servono di diverse unità sanitarie.

Nel caso di specie, non è necessario approfondire ulteriormente la questione dell'esatta definizione dell'ambito merceologico rilevante, poiché anche nell'ipotesi più restrittiva (Pacs per il solo uso radiologico) la valutazione non muterebbe.

Il mercato geografico

Dal punto di vista della rilevanza geografica, secondo l'orientamento dell'Autorità⁴ i sistemi Pacs presentano, sotto il profilo tecnologico, una certa uniformità a prescindere dal Paese nel quale vengono commercializzati. Tuttavia, la necessità di disporre di una rilevante attività di assistenza tecnica post-vendita, la quale deve essere articolata su base nazionale per garantire la tempestività necessaria ad effettuare interventi d'urgenza, induce a ritenere che l'estensione geografica del mercato in questione sia nazionale. Inoltre, la domanda proviene in prevalenza da strutture sanitarie (pubbliche o private) localizzate sul territorio nazionale e, come sottolineato dalle parti, vi sono altri fattori che depongono in tal senso (variabilità di prezzi e quote di mercato tra Paesi, possibile presenza di sistemi pubblici di rimborso nei diversi Stati membri, accordi distributivi strutturati essenzialmente su base nazionale).

Le stesse parti sottolineano tuttavia la presenza di diversi elementi per una estensione a livello europeo della rilevanza geografica del mercato, quali la dimensione globale dei principali operatori, il contesto normativo e regolamentare ormai armonizzato, l'acquisto dei prodotti generalmente tramite gare pubbliche e i costi di trasporto contenuti.

Ad ogni modo, nel caso di specie la questione della esatta definizione geografica del mercato può essere lasciata aperta.

³ Cfr. C7393 e C7684.

⁴ Cfr. casi citati.

Effetti dell'operazione

L'incidenza delle vendite riconducibili al ramo d'azienda oggetto di acquisizione risulta trascurabile, tanto a livello europeo (*[inferiore all'1%]* circa) quanto a livello nazionale (*[inferiore all'1%]*), e con riferimento al ristretto ambito dei Pacs ad uso radiologico. Di conseguenza, ad esito dell'operazione il peso del gruppo acquirente (rispettivamente pari al *[10-15%]* e al *[1-5%]* circa), non subirà variazioni di rilievo. Nel mercato sono inoltre presenti diversi e qualificati concorrenti quali in particolare Ge Healthcare, Agfa Healthcare, Carestream, Siemens Healthcare, ecc.

Vale inoltre considerare, da un punto di vista verticale, il fatto che già da alcuni anni Phi vende le soluzioni Cdp con il marchio Philips (per coprire le richieste di mini-Pacs a basso costo), tanto che una frazione consistente del fatturato di Cdp deriva proprio da vendite al gruppo acquirente.

Alla luce delle considerazioni che precedono, la concentrazione in esame non appare idonea a modificare significativamente le dinamiche concorrenziali nel mercato rilevante.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non comporta, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nel mercato interessato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

RITENUTO, altresì, che le clausole di non concorrenza e di non sollecitazione pattuite sono accessorie alla presente operazione nei soli limiti sopra precisati, e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove ne sussistano i presupposti, tali clausole nella misura in cui si realizzino oltre l'ambito geografico e la portata ivi indicati;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

C10730 - COLABETON/MONTE VERDE CALCESTRUZZI*Provvedimento n. 21561*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 settembre 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Colabeton S.p.A., pervenuta in data 16 agosto 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Colabeton S.p.A. (di seguito, Clbt) è una società di diritto italiano attiva nella produzione e commercializzazione di calcestruzzo preconfezionato, gestendo altresì partecipazioni in società operanti nello stesso settore.

Clbt è controllata da Financo S.r.l., società finanziaria a capo dell'omonimo gruppo e riconducibile a persone fisiche della medesima famiglia. Il gruppo Financo è attivo, attraverso la società controllata Colacem S.p.A., nella produzione e commercializzazione di leganti idraulici (principalmente cementi grigi e bianchi) e, attraverso Clbt, nella produzione e commercializzazione di calcestruzzo preconfezionato; il gruppo è altresì attivo nel settore degli inerti, della calce, del trasporto per conto terzi, del turismo e spettacolo e dell'editoria.

Il fatturato conseguito dal gruppo Financo nell'esercizio 2009 è stato complessivamente pari a 683,4 milioni di euro, di cui 526,0 e 498,6 milioni per vendite realizzate rispettivamente nell'Unione europea e in Italia.

Monte Verde Calcestruzzi S.r.l. (di seguito, Mvc) è una società italiana attiva nella produzione e commercializzazione di calcestruzzo preconfezionato (attraverso il proprio impianto sito in Colturano, provincia di Milano), nonché nell'estrazione, frantumazione e selezione di inerti.

Mvc risulta allo stato soggetta, secondo quanto comunicato dalle parti, al controllo di una società (Monvil Beton S.r.l.) e di una persona fisica, entrambi tali soggetti detenendo il 33% del relativo capitale sociale; la rimanente frazione del 34% è invece appannaggio della stessa Clbt, in relazione ad una partecipazione finanziaria quale socio di minoranza.

Il fatturato realizzato, nel corso del 2009 e interamente in Italia, da Mvc è pari a 3,6 milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame riguarda l'acquisizione, da parte di Clbt e quindi del gruppo Financo, del controllo di Mvc attraverso l'acquisto, dalla suddetta persona fisica, di un'ulteriore quota di capitale sociale pari al 16%. Di conseguenza, ad esito dell'operazione Clbt arriverà a detenere il 50% del capitale di Mvc, e ciò comporterà la necessaria presenza di Clbt nella maggioranza di *governance* societaria o, comunque, il potere di bloccare l'adozione di decisioni strategiche della società (generale diritto di veto sulla conduzione della società). I rimanenti soci saranno le società

Monvil Beton S.r.l. (che manterrà il 33%) e Lavagna Scavi S.r.l. (cui la suddetta persona fisica cederà il rimanente 17% di propria pertinenza), peraltro tra loro collegate.

L'operazione in esame risponde all'obiettivo di proseguire l'attività di Mvc, altrimenti destinata da statuto a cessazione nell'anno in corso. Viene altresì prevista la cessione in affitto (di durata pari a quella delle autorizzazioni all'escavazione sui terreni) alla società Lavagna Scavi S.r.l. del ramo d'azienda di Mvc dedicato alla escavazione e lavorazione di inerti; di conseguenza, Mvc uscirà dal settore della produzione e commercializzazione di materiali inerti.

L'operazione prevede inoltre alcune clausole di non concorrenza. In particolare, la persona fisica venditrice si impegna, per un periodo di massimo cinque anni e limitatamente al territorio relativo al mercato geografico rilevante rispetto all'impianto Mvc di Colturano, a non svolgere - direttamente o indirettamente- attività in concorrenza nell'ambito della produzione di calcestruzzo preconfezionato.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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 139/04, 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 superiore a 472 milioni di euro.

I patti di non concorrenza descritti in precedenza possono essere qualificati come accessori alla concentrazione comunicata nella misura in cui contengono restrizioni direttamente connesse alla realizzazione dell'operazione e ad essa necessarie¹. In particolare, nel caso di specie gli impegni assunti dai venditori vanno a beneficio dell'acquirente e rispondono all'esigenza di garantire a quest'ultimo il trasferimento dell'effettivo valore dell'acquisizione. Tuttavia, per non travalicare i limiti di quanto ragionevolmente richiesto allo scopo, è necessario che la durata sia limitata a due anni, essendo l'acquirente già attivo nel settore interessato.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

Da un punto vista merceologico, il settore interessato dall'operazione in esame è quello del calcestruzzo in cui è attiva la società Mvc oggetto di acquisizione. Rileva inoltre la presenza del gruppo acquirente Financo nel mercato a monte della produzione di cemento.

Il calcestruzzo è un prodotto semilavorato omogeneo e a basso valore aggiunto ottenuto miscelando opportunamente cemento, materiali inerti (sabbia, ghiaia), acqua ed eventuali additivi; la produzione viene eseguita con l'uso di macchine, essendo oramai generalmente superato il processo di impasto manuale. Il calcestruzzo è utilizzato dalle imprese di costruzione per la

¹ Si veda, al riguardo, la Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (G.U.C.E. 2005/C-56/03 del 5 marzo 2005).

realizzazione, nell'edilizia civile e industriale, di strutture in cemento (armato e non) in alternativa al ferro e alle murature in laterizio².

Una parte della domanda viene soddisfatta mediante auto-produzione, che si realizza nel caso in cui sia lo stesso cliente finale (l'impresa edile) a produrre, direttamente nel cantiere interessato, il quantitativo di materiale necessario. La competizione tra produttori si esercita di conseguenza con riferimento alla restante parte della domanda, per la quale si parla di calcestruzzo preconfezionato ovvero pronto per l'uso, la cui fornitura include generalmente una serie di servizi aggiuntivi (trasporto, controllo qualitativo, assistenza tecnica).

Il cemento è l'*input* principale per la produzione del calcestruzzo e non è sostituibile con altri materiali. Esso viene ottenuto mediante frantumazione di materie prime (quali calcare, marna, ecc), dalla cui successiva omogeneizzazione e cottura si ottiene un prodotto semilavorato, il *clinker*. Il *clinker*, con l'aggiunta di opportuni correttivi, viene poi macinato per ricavare cemento di diverse tipologie (variabili per composizione chimica e proprietà fisiche e meccaniche).

Quanto agli inerti, essi sono ottenuti dalla frantumazione di materiale litoide estratto da cave o siti autorizzati e vengono anch'essi utilizzati quali *input* per la produzione di calcestruzzo. La loro maggiore o minore reperibilità sul mercato, derivante anche dalle difficoltà di reperimento di siti idonei e di ottenimento delle necessarie autorizzazioni amministrative per l'estrazione dei materiali, incide sulla variabilità del prezzo del prodotto finito (il calcestruzzo).

Il mercato geografico

Dal punto di vista della rilevanza geografica, il mercato del calcestruzzo ha dimensione locale in ragione della limitata trasportabilità del prodotto e della sua facile deperibilità dovuta, essenzialmente, a tempi di solidificazione piuttosto brevi³. La commercializzazione oltre una certa distanza diviene così antieconomica, rendendo per l'utilizzatore più conveniente, in caso, l'opzione dell'auto-produzione⁴.

In particolare, viene generalmente considerata un'area di raggio limitato (trenta chilometri circa) e centro nel luogo ove sorge lo stabilimento per la produzione di calcestruzzo. Pertanto, ai fini dell'operazione in esame, il mercato geografico rilevante può essere assunto pari al territorio circostante il comune di Colturano (provincia di Milano).

Anche il mercato del cemento presenta, seppure in misura inferiore rispetto a quello del calcestruzzo, una non trascurabile incidenza dei costi di trasporto che ne rendono antieconomica la distribuzione a grandi distanze, oltre cioè l'ambito della ripartizione territoriale di riferimento. Nel caso di specie, alla luce della localizzazione dell'impianto oggetto di acquisizione, viene interessata la ripartizione del Nord Ovest.

Nel caso del cemento, si registra una recente significativa rilevanza delle importazioni di prodotto finito (il 5% circa delle vendite a livello nazionale), derivanti ad esempio da minori costi di produzione all'origine, soprattutto nelle regioni dove sono presenti terminali portuali per il trasporto via mare. Si registra altresì l'importazione del prodotto semilavorato (il *clinker*),

² Peraltro, si segnala una certa evoluzione qualitativa del prodotto, stimolata sia dalle nuove normative sia dall'attività di ricerca per il miglioramento delle fasi applicative.

³ Vi è poi il possibile impiego di particolari additivi (in particolare i cosiddetti additivi ritardanti), sviluppati attraverso attività di ricerca e sviluppo nel settore dei materiali da costruzione, i quali, oltre a migliorare le caratteristiche del calcestruzzo in termini di elasticità e resistenza, consentono in linea teorica di conservare più a lungo la lavorabilità del prodotto incrementandone di conseguenza, almeno potenzialmente, il raggio di commercializzazione.

⁴ Cfr. C10718.

successivamente lavorato in appositi centri di macinazione. Il livello delle importazioni, facilitate dall'esistenza in Italia di adeguate infrastrutture portuali, è relativamente limitato, anche se significativo e comunque in aumento nel corso dell'ultimo decennio 1999-2009, soprattutto per quel che riguarda il *clinker*.

Effetti dell'operazione

Nel mercato del calcestruzzo, come sopra limitato dal punto di vista geografico, a Mvc è riconducibile un peso del 4% circa, che andrà ad aggiungersi all'11% circa detenuto dal gruppo acquirente.

Il mercato del calcestruzzo è inoltre caratterizzato da una struttura dell'offerta particolarmente frammentata, nonché da una limitata rilevanza delle barriere all'ingresso (favorita dall'omogeneità del prodotto) e in uscita (favorita dal livello contenuto di investimenti necessari e di costi irrecuperabili) e, altresì, da un peso limitato delle economie di scala.

In particolare, nel caso in esame si registra la presenza di diversi qualificati concorrenti quali il gruppo Buzzi Unicem/Unicalcestruzzi (15% circa), il gruppo Holcim/Rolcim (13% circa), il gruppo Italmobiliare/Italcementi (14% circa), Cementi Rossi (16% circa), Lombarda Calcestruzzi (11% circa).

Quanto ai possibili effetti verticali della presente operazione, vale considerare le limitate quantità di cemento acquistate, dall'unità produttiva di calcestruzzo oggetto di cessione, nella ripartizione geografica interessata; in percentuale, si tratta di un valore pari allo 0,1% del mercato complessivo (Nord Ovest). Di conseguenza, l'incidenza del gruppo Financo, comunque limitata (pari al 9%), non subirà incrementi apprezzabili a seguito dell'eventuale cambio di fornitore di cemento da parte dello stabilimento oggetto di acquisizione.

Il mercato del cemento, pur anch'esso tipicamente caratterizzato dalla natura omogenea del prodotto, ha sperimentato negli ultimi anni una certa evoluzione qualitativa, con una relativa diversificazione del prodotto in ragione delle esigenze ingegneristiche e, talora, anche estetiche. Si segnala inoltre una peculiarità del contesto italiano rispetto a quello degli altri Paesi europei consistente in un ridotto livello di concentrazione, nonostante le relative economie di scala che caratterizzano il settore: vi è infatti un numero relativamente elevato di operatori, per di più di natura eterogenea (aziende multinazionali, medi e piccoli operatori attivi a livello locale o nazionale, a seconda del numero e della localizzazione delle strutture produttive). Un relativamente elevato livello tecnologico degli impianti, frutto di innovazione in anni recenti, insieme alla reperibilità delle materie prime e alle barriere amministrative di carattere autorizzatorio, anche ambientali, costituiscono le limitate barriere all'ingresso nel mercato.

In particolare, nella ripartizione territoriale del Nord Ovest interessata dalla presente operazione si registra la presenza di diversi operatori concorrenti, e in particolare dei principali gruppi cementieri operanti in Italia, con quote di mercato significative. Nello specifico si tratta di Buzzi Unicem (16% circa), Holcim/Rolcim (23%), Italmobiliare/Italcementi (33%), Cementir/Caltagirone (7%).

Alla luce delle considerazioni che precedono, la concentrazione in esame non appare idonea a modificare significativamente le dinamiche concorrenziali nei mercati rilevanti.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non comporta, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nei mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

RITENUTO, altresì, che le clausole di non concorrenza pattuite sono accessorie alla presente operazione nei soli limiti sopra precisati, e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove ne sussistano i presupposti, tali clausole nella misura in cui si realizzino oltre la durata ivi indicata;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

C10731 - INTERNATIONAL BUSINESS MACHINES/UNICA*Provvedimento n. 21562*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 settembre 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società International Business Machines Corporation, pervenuta in data 18 agosto 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

International Business Machines Corporation (di seguito, IBM) è una società di diritto statunitense attiva a livello mondiale nello sviluppo, nella produzione e nella commercializzazione di un'ampia gamma di soluzioni informatiche quali *software*, sistemi e servizi.

IBM è quotata alla borsa valori di New York e presenta un azionariato diffuso con nessuno dei soci in grado di esercitare, individualmente o collettivamente, un'influenza determinante.

Il fatturato conseguito da IBM nell'esercizio 2009 è stato complessivamente pari a 68,6 miliardi di euro, di cui [20-30]¹ miliardi di euro e [2-3] miliardi di euro per vendite realizzate, rispettivamente, nell'Unione europea e in Italia.

Unica Corporation (di seguito, Unica) è una società di diritto statunitense che fornisce alle imprese servizi di gestione delle funzioni di *marketing* e *software* di analisi statistica di dati.

Unica è quotata alla borsa valori di New York e presenta un azionariato diffuso; i principali azionisti, con una quota superiore al 5% del capitale, sono quattro (Yuchun Lee; Palo Alto Investors; David Cheung; Diker Management LLC).

Nel corso del 2009 Unica ha conseguito, a livello mondiale, un fatturato complessivo pari a 72 milioni di euro, di cui [10-47] milioni di euro e [inferiore a 1 milione di] euro per vendite realizzate, rispettivamente, nell'Unione europea e in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame riguarda l'acquisizione, da parte di IBM, del controllo di Unica mediante l'acquisto dell'intero capitale sociale.

L'operazione prevede inoltre alcune clausole di non concorrenza. In particolare, uno dei principali azionisti/dipendenti di Unica ha sottoscritto un accordo che prevede un divieto di svolgere attività in concorrenza con quelle svolte finora ad Unica per il periodo più lungo tra i termini (i) di due anni dal *closing* dell'operazione e (ii) di due anni dalla fine dell'eventuale impiego della persona fisica con il gruppo IBM. Tale obbligo si applicherà a tutte le aree del mondo in cui la persona

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

fisica abbia avuto responsabilità di lavoro negli ultimi 12 mesi di impiego con Unica o con il gruppo IBM.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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 139/04, 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 superiore a 472 milioni di euro.

Il patto di non concorrenza descritto in precedenza può essere qualificato come accessorio alla concentrazione comunicata nella misura in cui contiene restrizioni direttamente connesse alla realizzazione dell'operazione limitatamente ad un periodo di due anni dal *closing* dell'operazione, e ad essa necessarie², in quanto funzionali alla salvaguardia del valore dell'azienda acquisita, avendo una durata temporale limitata, una portata materiale circoscritta all'attività economica dell'impresa ceduta e un ambito di applicazione territoriale correlato alla dimensione del mercato sui cui Unica opera. Essa è, pertanto, direttamente riconducibile e proporzionata all'esigenza di garantire all'acquirente di beneficiare dell'effettivo valore dell'attività di cui acquista il controllo, nonché di permettere ai partecipanti di fruire dell'integrazione e delle economie realizzate dall'operazione per un adeguato periodo di tempo.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

Da un punto vista merceologico, il settore interessato dall'operazione in esame è quello dei servizi di *Information Technology* (IT) dove opera la società Unica, oggetto di acquisizione.

All'interno di tale settore, la distinzione in mercati più specifici non risulta agevole; questa difficoltà deriva principalmente dalla rapida evoluzione tecnologica che caratterizza il comparto IT e dal fatto che le imprese ivi presenti tendono ad offrire una molteplicità di servizi, adattando la propria offerta alla stessa evoluzione tecnologica, alla domanda e alle esigenze della clientela.

Al riguardo, la Commissione europea ha individuato sette segmenti che identificano una pluralità di servizi informatici diretti ad imprese e enti pubblici, tra cui lo sviluppo di *software* (*software development*). Deve tuttavia rilevarsi una certa sostituibilità dal lato dell'offerta, anche in considerazione del fatto che i fornitori di servizi IT offrono generalmente una gamma più o meno ampia di prestazioni diverse in pacchetti che possono interessare tutti o alcuni dei segmenti individuabili.

Anche all'interno dello sviluppo e commercializzazione di programmi *software*, è possibile individuare una pluralità di ambiti, *in primis* a seconda della destinazione finale del prodotto, se a consumatori per uso domestico (*consumer software*) ovvero a imprese e istituzioni per uso

² Si veda, al riguardo, la Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (G.U.C.E. 2005/C-56/03 del 5 marzo 2005).

professionale (*business software*). A loro volta, i *software* di tipo *business* si possono dividere in programmi per infrastrutture di sistema (i cosiddetti *system infrastructure software*) e programmi applicativi (*application software*) a supporto delle principali funzioni aziendali, quali ad esempio la gestione finanziaria e delle vendite, la logistica, il *marketing*.

Nel caso di specie, l'attività di Unica riguarda lo sviluppo di soluzioni *software* per le attività di *marketing* delle imprese e software predittivi e di analisi statistica dati. In particolare, le applicazioni di *marketing* commercializzate da Unica ottimizzano i processi di gestione del *marketing* delle imprese, fornendo analisi statistiche dei dati relativi ai consumatori, profilazione dei clienti in base a eventi, canali interattivi di comunicazioni e comunicazioni commerciali via e-mail, campagne di gestione del *marketing*, e, più in generale, tutte le funzioni relative al *marketing* di un'impresa.

Secondo la classificazione di fonte IDC (International Data Corporation) fornita dalle parti, le attività di Unica interessano l'area delle *applications*, in particolare le soluzioni *advanced analytics software* (che costituiscono un sub-segmento del segmento denominato *data access, analysis and delivery software*) e le soluzioni *marketing* (che sono un sub-segmento del segmento *customer relationship data applications*).

Il segmento *data access, analysis and delivery software* include quei prodotti per utenti finali che consentono specifiche elaborazioni di dati, la loro analisi e verifica. Tra questi prodotti rientrano i software di analisi, interrogazione, *reporting*, analisi multidimensionale, estrazione di dati e altri strumenti di analisi statistica. Il sub-segmento *advanced analytics software*, in particolare, comprende software di estrazione di dati e di analisi statistica. Questi applicativi utilizzano tecnologie quali le reti neurali, algoritmi di induzione e raggruppamento (*clustering*) per rilevare relazioni tra i dati e consentire di scoprire dettagli nascosti e non evidenti ovvero troppo complessi da essere estratti attraverso i comuni software di interrogazione, *reporting* e analisi multidimensionale.

Il segmento *customer relationship data applications* include applicazioni che rendono automatici alcuni processi aziendali di gestione della clientela (vendite, *marketing*, assistenza clienti, ecc), gestendo così l'intero ciclo di vita di un cliente. Il sub-segmento *marketing*, in particolare, consta di soluzioni che consentono di automatizzare una serie di attività richieste nelle varie fasi dei processi di *marketing* (gestione di spazi pubblicitari, campagne promozionali, cataloghi elettronici, eventi ed esposizioni, relazioni con i mezzi di comunicazione, sondaggi, pubblicità su *internet*, ecc).

Il mercato geografico

Per quel che riguarda la rilevanza geografica, la dimensione del mercato può ritenersi sovranazionale, mondiale ad avviso delle parti³. Queste sottolineano infatti l'importanza di diversi elementi quali: la comunanza di esigenze e preferenze in termini di sviluppo tra gli utilizzatori, indipendentemente dalla loro localizzazione (le configurazioni dei prodotti sono difatti sostanzialmente le medesime e i prodotti stessi vengono consegnati senza particolari necessità di adattamenti a specifiche locali, salva talvolta la traduzione del manuale d'uso); la competizione a livello globale tra i maggiori fornitori; l'omogeneità dei prezzi in tutto il mondo; la scarsa incidenza dei costi di trasporto sul prezzo; l'esistenza di una rete di assistenza e manutenzione

³ Cfr. anche C10490 IBM/Intelliden e C10681 - IBM/Coremetrics.

offerta dal fornitore per via telematica (via internet o telefono); la sostanziale assenza di significative barriere commerciali, di carattere tariffario e non, tra Paesi.

Oltre alle condizioni di relativa omogeneità della domanda e dell'offerta, l'ipotesi di dimensione sovranazionale trae conferma, tra l'altro: dall'evoluzione a livello globale delle conoscenze tecnologiche e informatiche; dalla circostanza che gli acquirenti non sono soggetti a restrizioni territoriali e selezionano i propri fornitori confrontando operatori internazionali; dal fatto che i principali operatori sono imprese multinazionali che possono servire i mercati esteri senza necessariamente ivi disporre di una presenza fissa, ma agendo attraverso *partners* locali o l'invio *in loco* di proprio personale, e dall'assenza di particolari barriere normative, amministrative o commerciali, di carattere tariffario e non, per lo svolgimento dell'attività all'estero.

Effetti dell'operazione

Svolgendo l'analisi al dettaglio dei sub-segmenti, e secondo i dati di fonte IDC (International Data Corporation) forniti dalle parti, l'incidenza delle parti a livello mondiale nel sub-segmento *advanced analytics software* è pari a 14,1% e 0,6% per IBM e Unica rispettivamente; nel più ristretto ambito geografico EMEA, comprendente Europa, Medio Oriente e Africa, l'incidenza della parti è pari a circa 13,1% e 0,3% per IBM e Unica rispettivamente⁴. Pertanto, l'incremento della quota di vendita di IBM, derivante dall'acquisizione della quota di Unica, è pressoché insignificante, essendo inferiore all'1% sia a livello mondiale che a livello EMEA.

Per quanto riguarda il sub-segmento *marketing*, l'incidenza delle parti è di modesta entità, tanto a livello mondiale (3,2% e 2,7% per IBM e Unica rispettivamente) che nel più ristretto ambito geografico EMEA (circa 2,1% sia per IBM che per Unica)⁵.

Il mercato in esame risulta inoltre caratterizzato dalla presenza di numerosi e qualificati concorrenti (SAS, Adobe, Sap e Oracle), nonché dall'assenza di significative barriere all'ingresso (dati i particolari tassi di dinamicità e innovazione che caratterizzano il settore dell'IT, è possibile sviluppare con successo nuovi *software* con tempi e costi ridotti, disponendo della necessaria esperienza, competenza tecnica e *know how*).

Alla luce delle considerazioni che precedono, la concentrazione in esame non appare idonea a modificare significativamente le dinamiche concorrenziali nel mercato rilevante.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non comporta, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nel mercato interessato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

⁴ Secondo le parti è impossibile fornire, in assenza di banche dati e studi di mercato attendibili, una stima delle dimensioni italiane dei *sub-segmenti* interessati.

⁵ *Ibidem*.

Il provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

C10733 – ELECTROLUX HOME PRODUCTS CORPORATION-NEWCO/RAMO DI AZIENDA DI UKRAINIAN HOUSCHOLD APPLIANCES - DUE RAMI DI AZIENDA DI ANTONIO MERLONI

Provvedimento n. 21563

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 settembre 2010;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Electrolux AB, pervenuta in data 19 agosto 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Electrolux AB (di seguito, Electrolux) è una società di diritto svedese attiva nella produzione di beni indirizzati sia ai consumatori che ai professionisti. I prodotti per i consumatori includono elettrodomestici come ad esempio frigoriferi, congelatori, fornelli elettrici, asciugacapelli, lavatrici, lavapiatti, condizionatori, forni a micro-onde e prodotti per la cura dei pavimenti. I prodotti professionali includono attrezzature per hotel e ristoranti, come pure attrezzature per lavanderie domestiche, lavanderie automatiche, hotel e altri utilizzatori professionisti.

Le azioni di Electrolux sono quotate alla borsa di Stoccolma. Nessuno degli azionisti di Electrolux esercita, individualmente o collettivamente, un'influenza determinante sulla società. Per quanto a conoscenza di Electrolux, il principale azionista è Investor AB, che detiene il 12,7% del capitale totale e il 29,1% dei diritti di voto e nessun altro azionista detiene più del 6% dei diritti di voto.

Nel 2009, il fatturato consolidato realizzato a livello mondiale dal gruppo Electrolux è stato di circa 11,4 miliardi di euro, di cui circa 5,1 miliardi di euro realizzati nell'Unione Europea e circa [472-700]¹ milioni di euro realizzati in Italia.

Oggetto di acquisizione sono tre rami d'azienda:

- a) un ramo di azienda di proprietà di Ukrainian Household Appliances LLC costituito da uno stabilimento e altri beni situati a 23-a, Yunosti Steet, Villaggio di Mykytyntsi, Ivano-Frankivsk, regione di Ivano-Frankivsk, Ucraina e attivo nella produzione di lavatrici (inclusi macchinari, equipaggiamento, veicoli ed altri beni di proprietà di Ukrainian Household Appliances LLC situati nello stabilimento) (di seguito Stabilimento e Beni Mobili); Ukrainian Household Appliances LLC (di seguito UHA) è una società di diritto ucraino il cui capitale sociale è interamente detenuto da Antonio Merloni S.p.A.;
- b) un ramo di azienda di proprietà di Antonio Merloni S.p.A. costituito dall'equipaggiamento e dai macchinari (di seguito Beni in Locazione) e da alcuni attrezzi (di seguito Attrezzi) utilizzati per la produzione delle lavatrici attualmente prodotte da UHA (di seguito Attuali Prodotti);
- c) un ramo di azienda di proprietà di Antonio Merloni S.p.A. costituito da diritti IT e di proprietà intellettuale.

Antonio Merloni S.p.A. (di seguito Merloni) è una società in amministrazione straordinaria il cui capitale sociale è detenuto da due persone fisiche, nella misura del 99,9% e dello 0,1%.

Nel 2009 i rami di azienda *sub a)* e *sub b)*, comprendenti lo Stabilimento, i Beni Mobili, i Beni in Locazione e gli Attrezzi, hanno realizzato a livello mondiale un fatturato di circa 8,9 milioni di euro, di cui circa 2,3 milioni di euro per vendite nell'Unione Europea e circa [1-10] milioni di euro per vendite in Italia. Il ramo d'azienda *sub c)*, comprendente i diritti IT e di proprietà intellettuale, non ha realizzato alcun fatturato.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata ha ad oggetto l'acquisizione, da parte di Electrolux, dei rami d'azienda *sub a)*, *b)* e *c)* di cui sopra, tramite Electrolux Home Products Corporation NV (di seguito Electrolux Belgio) ed una NewCo che sarà appositamente costituita.

In particolare l'operazione è strutturata come segue: (i) l'acquisto da parte della NewCo dello Stabilimento e dei Beni Mobili; (ii) le dimissioni volontarie di tutti i dipendenti di UHA e la loro successiva riassunzione da parte della NewCo; (iii) l'acquisto da parte di Electrolux Belgio da Merloni dei Beni in Locazione e degli Attrezzi e la loro simultanea locazione alla NewCo in base ad un nuovo contratto successivo alla risoluzione dell'attuale contratto in vigore con Merloni; (iv) la cessione e/o la concessione in licenza da parte di Merloni dei diritti IT e di proprietà intellettuale; e (v) la sottoscrizione di alcuni contratti accessori relativi alla produzione degli Attuali Prodotti e la fornitura di alcuni servizi di ricerca e sviluppo, in particolare il Manufacturing Agreement, il New Manufacturing Agreement, l'R&D Services Agreement ed il Lease Agreement. Le parti dichiarano che le acquisizioni comunicate sono caratterizzate da interdipendenza funzionale.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

Preliminarmente, occorre osservare che le acquisizioni comunicate, in quanto caratterizzate da interdipendenza funzionale, costituiscono un'unica operazione.

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parti di 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 n. 139/04, 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 superiore a 472 milioni di euro.

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato rilevante

In considerazione dell'attività svolta dai rami d'azienda oggetto di acquisizione, l'operazione in oggetto concerne il mercato della produzione e distribuzione di lavatrici, la cui dimensione geografica è nazionale o corrispondente allo Spazio Economico Europeo².

Effetti dell'operazione

Nel mercato della produzione e distribuzione di lavatrici, i rami d'azienda oggetto di acquisizione detengono sia a livello nazionale che a livello di SEE una quota inferiore all'1%, mentre Electrolux detiene a livello nazionale una quota pari al 20,2% circa e a livello di SEE una quota pari al 17,4% circa.

In tale mercato sono presenti numerosi e qualificati concorrenti, quali BSH, Indesit, Whirlpool, Fagor-Brandt, Candy e Antonio Merloni.

In virtù di quanto considerato, si ritiene che nel mercato di riferimento l'operazione non avrà effetti pregiudizievoli per la concorrenza, non determinando modifiche sostanziali nella struttura concorrenziale dello stesso.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sul mercato interessato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

² Cfr. Decisione della Commissione del 4 marzo 2002, Caso COMP/M.2703 - *Merloni/GE/GDA JV*.

C10734 - PHILIPS HOLDING USA/BURTON MEDICAL PRODUCTS*Provvedimento n. 21564*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 settembre 2010;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Koninklijke Philips Electronics N.v., pervenuta in data 19 agosto 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Koninklijke Philips Electronics N.v. (di seguito, Phi), di diritto olandese, è la società posta al vertice del gruppo Philips attivo, su scala globale, nella produzione e vendita di un'ampia gamma di prodotti elettronici quali elettrodomestici, strumenti elettronici e per l'illuminazione, componenti elettronici, semiconduttori e apparecchiature mediche. In particolare, il gruppo si articola nelle tre divisioni operative *healthcare*, *consumer lifestyle* e *lighting*; con specifico riferimento a quest'ultima, interessata dall'operazione in esame, Phi offre soluzioni e applicazioni per l'illuminazione per usi sia residenziali che professionali (lampade, apparecchi per l'illuminazione, illuminazione industriale, stradale e per uffici, *display*, circuiti elettronici ed elettromagnetici, sistemi di illuminazione per mezzi di trasporto, impianti a infrarossi, ecc.).

Phi è una società quotata alle borse valori di Amsterdam e New York.

Il fatturato conseguito dal gruppo Philips nell'esercizio 2009 è stato complessivamente pari a [20-30]¹ miliardi di euro, di cui [8-9] miliardi di euro e [700-1.000] milioni di euro per vendite realizzate, rispettivamente, nell'Unione europea e in Italia.

Burton Medical Products Inc. (di seguito, Bmp) è una società di diritto statunitense attiva, principalmente nel Nord America dove realizza la gran parte del fatturato, nello sviluppo, produzione e vendita di apparecchiature di illuminazione utilizzate in esami medici, attività diagnostiche e operazioni chirurgiche, essendo il suo ambito esclusivo di attività quello relativo agli apparecchi per l'illuminazione destinati al settore medico e sanitario.

L'intero capitale di Bmp, che da parte sua non controlla nessuna società, è detenuto da una società (Luxo Usa Inc.) a sua volta controllata da Glamox Asa, la capogruppo norvegese (non controllata da alcuna altra società o persona fisica) di un gruppo attivo a livello mondiale nella produzione e commercializzazione di soluzioni per l'illuminazione.

Il fatturato realizzato nel corso del 2009 da Bmp è stato complessivamente pari a [1-10] milioni di euro, di cui [inferiore a 1 milione di] euro e [inferiore a 1 milione di] euro per vendite realizzate, rispettivamente, nell'Unione europea e in Italia.

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame riguarda l'acquisizione, da parte di Phi (per il tramite della controllata Philips Holding Usa Inc.) e quindi del gruppo Philips, del controllo di Bmp mediante l'acquisto dell'intero capitale sociale.

L'operazione risponde all'obiettivo del gruppo acquirente di estendere la gamma dei propri prodotti per l'illuminazione in ambito medico e sanitario (principalmente dispositivi di tipo generale quali luci da letto per stanze di pazienti, luci di segnalazione di percorsi, luci da soffitto per esami medici) con i prodotti realizzati da Bmp (apparecchiature più specializzate per procedure diagnostiche e operatorie vendute a centri medici, chirurgici, dentistici e veterinari).

L'operazione prevede inoltre alcune clausole di non concorrenza e di non sollecitazione. In particolare, il venditore si impegna, per un periodo di quattro anni e in relazione al territorio del Nord America, a non svolgere -direttamente o indirettamente- attività nell'ambito dei prodotti di illuminazione medica e a non detenere più del 5% di partecipazioni in aziende quotate attive in tale settore, nonché a non sollecitare -direttamente o indirettamente- fornitori, clienti e personale della società oggetto di acquisizione.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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 139/04, 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 superiore a 472 milioni di euro.

I patti di non concorrenza e di non sollecitazione descritti in precedenza possono essere qualificati come accessori alla concentrazione comunicata nella misura in cui contengono restrizioni direttamente connesse alla realizzazione dell'operazione e ad essa necessarie². In particolare, nel caso di specie gli impegni assunti dal venditore vanno a beneficio dell'acquirente e rispondono all'esigenza di garantire a quest'ultimo il trasferimento dell'effettivo valore dell'acquisizione. Tuttavia, per non travalicare i limiti di quanto ragionevolmente richiesto allo scopo, è necessario che la durata sia limitata a due anni, essendo l'acquirente già attivo nel settore interessato, e che non vengano preclusi al venditore investimenti di natura finanziaria.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

Da un punto vista merceologico, il settore interessato dall'operazione in esame è quello dei prodotti, sistemi e soluzioni per l'illuminazione in cui opera la società Bmp oggetto di acquisizione. Rileva altresì la presenza del gruppo acquirente nei settori a monte della relativa componentistica.

² Si veda, al riguardo, la Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (G.U.C.E. 2005/C-56/03 del 5 marzo 2005).

(i) I prodotti per l'illuminazione sono dispositivi elettrici utilizzati per la creazione di energia artificiale e/o per l'illuminazione. Un sistema di illuminazione è composto da una sorgente di luce (lampada/lampadina), un riflettore per il suo irradiazione, una apertura (con o senza lente), un rivestimento esterno o un guscio (per garantire il corretto allineamento e la protezione della lampada), un alimentatore elettrico (se richiesto) e un collegamento con una presa di corrente. I sistemi di illuminazione controllano la distribuzione della luce e del calore, assicurano la distribuzione del corretto flusso elettrico e forniscono il supporto ottico per la sistemazione delle lampadine.

Dal lato della domanda, i sistemi di illuminazione possono essere impiegati essenzialmente per due macro-categorie di applicazioni, l'una relativa all'illuminazione residenziale (lampade, lampade da tavolo, da soffitto, da muro, faretti, ecc), l'altra relativa all'illuminazione di tipo professionale, sia per interni che per esterni. Nell'ambito della seconda è poi possibile segmentare ulteriormente distinguendo il caso degli impianti per usi architettonici e commerciali (palazzi, musei, negozi e punti vendita, aree commerciali interne, ecc) e quello degli impianti per usi industriali (aree e stabilimenti produttivi, ospedali, ecc).

Per quanto riguarda l'offerta, i sistemi di illuminazione possono essere basati su diverse tecnologie, da quelle più tradizionali (lampade incandescenti, alogene, fluorescenti) a quelle più avanzate quali i Led e la fibra ottica. I Led (o *light emitting diode*) sono dispositivi elettronici che generano luce quando stimolati dalla corrente elettrica, luce poi irradiata in un *chip*; essi presentano diversi vantaggi quali dimensioni ridotte, scarso impatto ambientale (assenza di mercurio), maggior durata e robustezza, efficienza energetica. La fibra ottica viene utilizzata in applicazioni in cui è necessario irradiare un fascio di luce chiara verso un punto in assenza di un collegamento direttamente visibile. Recentemente, le tecnologie a Led e a fibra ottica hanno conosciuto un significativo sviluppo da parte dei produttori e il loro ambito di applicazione si è espanso (dall'originario ambito di tipo architettonico-decorativo e artistico), fino a raggiungere un'ampia gamma di soluzioni per l'illuminazione residenziale e professionale comparabile con l'offerta rappresentata dalle tecnologie tradizionali.

Ciò ha incrementato il grado di sostituibilità del prodotto, dal lato sia della domanda che dell'offerta; con specifico riferimento a quest'ultimo aspetto, si rileva che la maggior parte degli operatori attivi nel settore contemplano, o potenzialmente sono in grado di contemplare, nella propria offerta soluzioni di illuminazione ad uso sia residenziale che professionale (per interno ed esterno) e basati su un'ampia gamma di soluzioni tecnologiche (da quelle tradizionali a quelle a Led e fibra ottica), spesso tra loro fungibili. Sebbene, quindi, dal lato della domanda si potrebbero notare differenziazioni tra i vari prodotti, come pure la presenza di una eterogeneità dei consumatori, potrebbe ritenersi opportuno considerare il mercato in termini unitari³.

Ad ogni modo, non è necessario addivenire ad una precisa delimitazione merceologica, atteso che la valutazione non muta anche considerando i più ristretti ambiti applicativi. Nel caso di specie, è difatti possibile circoscrivere l'analisi al solo segmento dei prodotti professionali per l'illuminazione, nonché al suo sottosegmento delle soluzioni per il settore medico-sanitario, in particolare ospedaliero (comprendente sia i prodotti di tipo generale sviluppati da Phi, sia i dispositivi più specializzati realizzati da Bmp).

³ Cfr. C10491.

(ii) I componenti per gli apparecchi di illuminazione basati su tecnologia tradizionale (quali diffusori, trasformatori, resistenze, ecc) risultano, secondo le parti, equiparabili per caratteristiche tecniche a quelli utilizzati nel caso della fibra ottica dal punto di vista della domanda, rappresentata dai produttori di apparecchi di illuminazione. Diversamente, i componenti per sistemi a Led hanno diverse caratteristiche e si articolano su più livelli (coincidenti con i diversi livelli della filiera produttiva)⁴, dal livello denominato 1 (produzione di *chip*, domandati dagli operatori attivi nei livelli successivi), ai livelli 2/3 (assemblaggio di *chip*, lenti, *driver* e sistemi di controllo, domandati dai produttori di dispositivi di illuminazione come ad esempio Phi e Bmp, nonché dai produttori di segnali luminosi), fino al livello 4, che corrisponde al prodotto finale di illuminazione (applicazione finale dei prodotti a tecnologia a Led, derivante dall'assemblaggio dei sistemi Led acquistati nei rispettivi prodotti, commercializzati poi con i propri marchi). Ad ogni modo, anche in questo caso non è necessario addivenire ad una precisa delimitazione merceologica, attesa la struttura già verticalmente integrata del gruppo Philips e il limitato peso di Bmp.

Il mercato geografico

(i) Per quanto riguarda la rilevanza geografica, il mercato delle soluzioni e dei prodotti per l'illuminazione può essere considerato di dimensione nazionale, in considerazione della presenza di imprese specializzate di piccole dimensioni operanti generalmente in ambito nazionale, nonché dei gusti e delle preferenze della clientela italiana. Si rileva tuttavia una tendenza alla commercializzazione internazionale dei prodotti, con particolare riferimento a quelli a Led e a fibra ottica⁵. Anche le parti sottolineano i significativi cambiamenti intervenuti di recente nel mercato, con la crescente tendenza alla distribuzione transfrontaliera dei prodotti, favorita anche dall'assenza di particolari barriere di natura tecnica o normativa, almeno in ambito comunitario.

Nel caso di specie, non appare tuttavia necessario definire con precisione l'estensione geografica del mercato, in quanto anche adottando le diverse ipotesi la valutazione non muterebbe.

(ii) Analoga tendenza all'internazionalizzazione può riscontrarsi anche nel caso della componentistica, con riferimento sia alla tecnologia tradizionale e a fibra ottica che a quella a Led. In quest'ultimo specifico ambito, ad esempio, si rileva come i fornitori operino in molte aree del mondo (Stati Uniti, Europa, Giappone, Taiwan, Corea) e vendano i componenti Led a clienti in grado di comprare i prodotti senza particolari restrizioni a livello europeo; in particolare, i produttori sono in grado di distribuire i propri prodotti a livello europeo, se non mondiale, attraverso importatori o società estere controllate⁶.

Effetti dell'operazione

In relazione agli effetti di natura orizzontale, non si registra una rilevante sovrapposizione tra le attività delle parti, attesa in particolare la trascurabile frazione delle vendite complessive riconducibile alla società Bmp oggetto di acquisizione. La quota di mercato stimata per Bmp risulta infatti di entità molto modesta (in particolare [*inferiore all'1%*]), in ambito sia nazionale che europeo, e con riferimento tanto al settore dei prodotti per l'illuminazione nel complesso

⁴ *Ibidem*.

⁵ *Ibidem*.

⁶ *Ibidem*.

quanto ai sottosegmenti individuabili nel caso di specie (prodotti professionali e prodotti sanitario-ospedalieri).

Pertanto, gli analoghi valori riferibili a Phi ($[1-5\%]$ e $[10-15\%]$ rispettivamente in ambito nazionale ed europeo con riferimento al mercato complessivo e quote comunque inferiori al $[10-15\%]$ nelle diverse segmentazioni) non subiranno modificazioni di rilievo. Il mercato risulta inoltre caratterizzato dalla presenza di numerosi concorrenti (quali in generale Zumbotel, Trilux, Eglo, Targetti Poulsen, Disano, Beghelli, iGuzzini, ecc, e in particolare Trilux e Fagerhult nel più ristretto ambito delle applicazioni mediche e sanitario-ospedaliere).

Per quel che riguarda gli effetti di natura verticale, rileva in particolare la modesta incidenza di Bmp nel mercato a valle della produzione di apparecchi per l'illuminazione, tale da non modificare gli assetti concorrenziali nelle relazioni verticali del mercato.

Alla luce delle considerazioni che precedono, la concentrazione in esame non appare idonea a modificare significativamente le dinamiche concorrenziali nei mercati rilevanti.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non comporta, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nei mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

RITENUTO, altresì, che le clausole di non concorrenza e di non sollecitazione pattuite sono accessorie alla presente operazione nei soli limiti sopra precisati, e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove ne sussistano i presupposti, tali clausole nella misura in cui si realizzino oltre la durata e la portata ivi indicate;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

C10735 - LOTTOMATICA VIDEOLOT RETE/COIN-NET*Provvedimento n. 21565*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 settembre 2010;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione effettuata dalla società Lottomatica Videolot Rete S.p.A., pervenuta in data 20 agosto 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Lottomatica Videolot Rete S.p.A. (di seguito, Videolot) è una società che opera nell'attivazione e conduzione operativa della rete per la gestione telematica del gioco lecito mediante gli apparecchi da divertimento ed intrattenimento e le relative attività e funzioni connesse. In particolare, Videolot è titolare di una concessione rilasciata dall'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato (di seguito, AAMS) per l'attivazione e la conduzione operativa della rete per la gestione telematica del gioco lecito mediante apparecchi da divertimento ed intrattenimento.

Il capitale sociale di Videolot è interamente detenuto da Lottomatica Group S.p.A., a sua volta soggetta al controllo della società De Agostini S.p.A..

Il gruppo Lottomatica opera, in Italia e all'estero, nel mercato dei giochi e delle scommesse (oltre che nel campo dei servizi automatizzati rivolti a persone fisiche e giuridiche); in particolare, in Italia organizza e gestisce, sulla base di titoli autorizzatori pubblici, diversi giochi, su base esclusiva (lotto e lotterie sia istantanee che tradizionali) e non (concorsi pronostici, scommesse a totalizzatore e a quota fissa, apparecchi *new slot machines* con vincita in denaro).

Il fatturato complessivamente conseguito dal gruppo De Agostini nell'esercizio 2009 è stato pari a 4,1 miliardi di euro, di cui 1,8 miliardi di euro per vendite realizzate in Italia.

COIN-NET S.r.l. (di seguito, Coin Net) è una società attiva nella creazione, organizzazione, gestione, acquisto, affitto ed alienazione di attività di intrattenimento e divertimento, attività di sala da gioco, realizzazione di ogni gioco lecito, gestione di apparecchi meccanici, elettronici, virtuali ed ogni altra apparecchiatura adibita all'intrattenimento ed al gioco.

In particolare Coin Net risulta titolare dei seguenti beni e rapporti giuridici: *i*) circa 2.149 apparecchi da divertimento ed intrattenimento ex art. 110, comma 6 e comma 6/a, del TULPS¹ (c.d. "*new slot*"), tutte già collegate alla rete telematica di Videolot; *ii*) i cambiamonete installati presso i punti vendita; *iii*) i contratti stipulati con gli esercenti per l'installazione e la gestione del parco macchine.

Il capitale sociale di Coin Net è interamente detenuto dalla società Eurobed S.r.l. (di seguito, Eurobed).

¹ Si tratta di apparecchi che distribuiscono vincite in denaro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame ha ad oggetto l'acquisizione, da parte di Videolot, della totalità del capitale sociale di Coin Net.

Parte integrante dell'operazione è un patto in base al quale, con riferimento agli esercizi commerciali presso i quali sono installati gli apparecchi e salvo espliciti accordi assunti con Videolot, il promittente venditore Eurobed, i suoi soci ed amministratori si impegnano a non svolgere, per un periodo di tre anni dalla data di trasferimento della partecipazione, neanche per interposta persona, le medesime attività svolte da Coin Net, nonché alcuna attività nel settore dei giochi e delle scommesse o comunque concorrente con le attività della società Lottomatica Group S.p.A., delle sue controllate e di Videolot, anche per conto di terzi, eccezion fatta per le attività effettuate da Eurobed medesima in ragione di uno specifico accordo con Videolot.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parte 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 n. 139/04, 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 superiore a 472 milioni di euro.

Il patto di non concorrenza descritto costituisce una restrizione accessoria all'operazione, in quanto strettamente funzionale alla salvaguardia del valore dell'azienda acquisita, a condizione che abbia un oggetto limitato agli ambiti merceologici e geografici in cui l'impresa acquisita ha finora svolto la propria attività² e durata circoscritta ad un periodo di due anni non ravvisandosi trasferimento di *know how*, e a condizione che non sia impedito al venditore di acquistare o detenere azioni a soli fini di investimento finanziario.

IV. VALUTAZIONI

L'operazione interessa le attività di gestione degli apparecchi da divertimento e intrattenimento (*new slot*) e di connessione degli stessi alla rete telematica del gioco lecito. La gestione di tali apparecchi comporta l'installazione degli stessi nei punti vendita, la manutenzione periodica e, talora, la raccolta del denaro immesso negli apparecchi.

Videolot è uno dei dieci concessionari della gestione telematica delle giocate effettuate tramite gli apparecchi predetti e svolge, pertanto, un'attività che si situa a monte rispetto al settore in cui è attiva Coin Net.

La legalizzazione delle videolotterie avvenuta nel 2004 ha infatti, da un lato, coinvolto gli operatori attivi nella raccolta dei giochi e delle scommesse (e tra questi Lottomatica per il tramite di Videolot), dall'altro, visto affermarsi nuovi operatori, i gestori degli apparecchi da gioco, cd. "terzi incaricati".

² Cfr. Comunicazione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle operazioni di concentrazione 2005/C 56/03, pubblicata in GUCE del 5 marzo 2005 C56/24.

A seguito del perfezionamento dell'operazione, Videolot acquisirà la gestione diretta delle 2.149 *new slot* attualmente nella disponibilità di Coin Net.

L'impatto dell'operazione sull'attività a monte di connessione delle *new slot* sarà comunque nullo, posto che tutti gli apparecchi da gioco oggetto di acquisizione risultano già connessi alla rete telematica di Videolot.

Laddove si consideri l'attività di Videolot quale gestore diretto di apparecchi da gioco, l'operazione avrà comunque un impatto limitato. Infatti, sulla base delle informazioni fornite dalle parti, attualmente il gruppo Lottomatica gestisce direttamente solo 11.886 *new slot* a fronte di circa 49.188 apparecchi collegati alla rete telematica di Videolot e di circa 350.000 *new slot* totali collegate alla rete centrale dell'AAMS³.

Pertanto, l'operazione non appare idonea ad alterare significativamente le condizioni concorrenziali attualmente esistenti nel settore in ragione della struttura dell'offerta della gestione degli apparecchi da divertimento e intrattenimento, nonché della posizione detenuta da Videolot nell'attività di gestione telematica delle giocate effettuate tramite detti apparecchi.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1 della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sul settore interessato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

RITENUTO, altresì, che il patto intercorso tra le parti è accessorio alla presente operazione nei soli limiti sopra descritti e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove ne sussistano i presupposti, il suddetto patto che si realizzi oltre i limiti ivi indicati;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

³ Dati forniti dalla parte comunicante.

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

AS754 – COMUNE DI VERONA - BANDO DI GARA PER IL SERVIZIO DI BROKERAGGIO ASSICURATIVO

Roma, 14 luglio 2010

Comune di Verona
Sindaco

Con riferimento alla richiesta di parere, pervenuta in data 21 giugno 2010 (Vs. Prot. n. P.G. 161780), concernente la possibilità di ammettere ad una gara un Raggruppamento Temporaneo di Imprese (RTI) di cui una sia in possesso dei requisiti necessari e sufficienti per partecipare singolarmente, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, ai sensi dell'articolo 22 della legge n. 287/90, intende svolgere le seguenti considerazioni.

L'Autorità ha più volte espresso, nei suoi precedenti, il principio in base al quale l'RTI è compatibile con le regole poste a tutela della concorrenza quando le singole imprese partecipanti non posseggano singolarmente i requisiti dimensionali previsti dal bando di gara o non siano in grado di svolgere tutti i servizi richiesti dalla stazione appaltante. Allo stesso tempo l'orientamento dell'Autorità in tema di RTI indica che, qualora le singole imprese posseggano i requisiti dimensionali e tecnici richiesti per l'ammissione alla gara è escluso che le stesse possano partecipare in associazione¹.

La formazione di una RTI da parte di una impresa in possesso singolarmente dei necessari requisiti e di un'altra impresa, invece, non in grado di partecipare autonomamente alla gara, è da escludere laddove quest'ultima possa diventare un operatore concorrente della prima aggregandosi con altre società presenti sul mercato, a loro volta non in possesso dei requisiti richiesti. Viceversa, l'RTI non sarebbe lesiva della concorrenza laddove l'unica possibilità di partecipare alla gara da parte dell'impresa di minori dimensioni fosse l'associazione con una impresa in grado di partecipare da sola alla gara.

Nel caso in esame, il Comune deve pertanto valutare le effettive caratteristiche competitive del mercato che, ad una prima analisi, appare caratterizzato dalla presenza di vari operatori, con

¹ Si vedano, sul punto, le segnalazioni AS623, del 20 ottobre 2009, *Affidamento del servizio di brokeraggio assicurativo da parte di pubbliche amministrazioni*, in Boll. n. 40/09; AS 251, del 30 gennaio 2003, *Bandi predisposti dalla concessionaria servizi informatici pubblici – Consip S.p.A.*, in Boll. n. 5/03 e AS187, del 17 dicembre 1999, *Bandi di gara in materia di*

diverse caratteristiche dimensionali e di gamma di servizi offerti, come tale da non giustificare l'aggregazione di una RTI tra società dotate e non dotate dei necessari requisiti per la partecipazione alla gara.

Il presente parere sarà pubblicato sul bollettino di cui all'art. 26 della legge n. 287/90. Eventuali esigenze di riservatezza dovranno essere manifestate all'Autorità entro trenta giorni dal ricevimento del presente, precisandone i motivi.

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

AS755 - GESTIONE INFORMATIZZATA DEGLI ATENEI UNIVERSITARI

Roma, 10 settembre 2010

Ministro dell'Istruzione, dell'Università
e della Ricerca

Nell'esercizio dei poteri di cui agli articoli 21 e 22 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (di seguito, l'Autorità) intende formulare alcune osservazioni in merito al Decreto Ministeriale 14 maggio 2010 con il quale il Ministero in indirizzo ha approvato il nuovo statuto del Consorzio Interuniversitario per il Calcolo Automatico dell'Italia Nord Orientale (di seguito, Cineca o il Consorzio) e alle problematiche concorrenziali esistenti nel mercato dell'elaborazione e della fornitura di *software* per la gestione informatizzata delle segreterie studenti nelle Università italiane.

Per quanto concerne la revisione dello statuto di Cineca, l'Autorità ritiene che sussistano particolari perplessità di ordine concorrenziale con riferimento alla nuova versione dell'articolo 2 dello statuto, laddove questo prevede che *“nell'esclusivo interesse degli Enti consorziati ed in esecuzione o comunque in conformità alle decisioni di affidamento o di incarico provenienti da tali Enti, il Consorzio rappresenta lo strumento organizzativo specializzato, appositamente costituito ed operante per lo svolgimento delle attività, anche con carattere di impresa”* (enfasi aggiunta), indicate nel successivo articolo 3, dedicato alla descrizione dell'ambito di operatività del Consorzio. La portata anticoncorrenziale delle citate disposizioni risulta aggravata, altresì, dall'assenza di precise regole circa eventuali incompatibilità tra funzioni di gestione e amministrazione del Consorzio e incarichi esterni in altre realtà imprenditoriali.

Allo stesso modo, suscita diverse preoccupazioni di carattere concorrenziale la prassi, adottata da un sempre crescente numero di Università, di acquisire da Cineca e, per tramite di questa, dalla società interamente controllata Kion S.p.A., la fornitura dei *software* gestionali e dei relativi servizi di assistenza, in assenza di una qualsivoglia forma di confronto concorrenziale.

Come noto, Cineca è un consorzio interuniversitario senza scopo di lucro, costituito nel 1969 d'iniziativa di alcuni enti universitari.

In conformità con quanto previsto dalle varie versioni dello statuto succedutesi nel tempo, l'attività principale del Consorzio consiste nello sviluppo di applicazioni e servizi avanzati di *Information Technology*, attraverso la promozione del ricorso a sistemi avanzati di elaborazione dei dati, nonché la stessa predisposizione, elaborazione e gestione di appositi sistemi informatici dedicati alla realtà universitaria.

Attualmente, Cineca è il maggiore centro di calcolo in Italia, nonché uno dei più importanti a livello mondiale¹. Dal 30 gennaio 2006, il Consorzio, pur mantenendo la propria natura *non profit*, ha acquisito personalità giuridica privata e il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca (MIUR) è entrato a pieno titolo tra gli enti consorziati con compiti di vigilanza. In particolare, ai sensi dell'articolo 20 dello statuto attualmente vigente (articolo 19 dello statuto precedente), le modifiche statutarie, deliberate dal Consiglio di Amministrazione del Consorzio, debbono essere trasmesse al MIUR per l'approvazione.

Nello svolgimento della sua attività, Cineca si avvale di una società strumentale, Kion S.p.A. (di seguito, Kion), interamente controllata dal Consorzio, che si occupa della commercializzazione delle licenze d'uso dei *software* elaborati in ambito Cineca, nonché della prestazione dei servizi di assistenza e manutenzione post vendita.

Dai dati attualmente a disposizione emerge che i prodotti distribuiti da Cineca/Kion – principalmente il *software* ESSE3, con licenza a codice sorgente chiuso – detengono una quota pari a circa l'80% del mercato. Il più importante concorrente detiene una quota di mercato del 3%. Gli altri operatori hanno una quota di mercato pari o inferiore all'1%. Il numero di Atenei che si avvale di servizi in auto-produzione è, dal 2001 ad oggi, tendenzialmente decrescente ed è ridotto, ormai, a poche unità.

Tenuto conto del contesto di mercato sopra descritto, l'Autorità ritiene che le recenti modifiche allo statuto di Cineca, approvate dal MIUR con il menzionato decreto, risultino idonee a produrre significativi effetti anticoncorrenziali.

La previsione, avallata dal MIUR, secondo la quale il Consorzio costituisce lo “*strumento organizzativo specializzato, appositamente costituito ed operante per lo svolgimento delle attività, anche con carattere di impresa*”, legittimando l'attività sostanzialmente imprenditoriale svolta da Cineca, non solo contrasta *ictu oculi* con l'ulteriore previsione relativa all'assenza di scopo di lucro nell'attività consortile, ma snatura in maniera decisiva il carattere istituzionale del Consorzio stesso, che è diretta conseguenza della partecipazione al Cineca del MIUR, oltre che di altri enti di ricerca di rilevanza nazionale.

In sostanza, da un lato, lo statuto individua il Consorzio quale principale interlocutore istituzionale delle Università nell'ambito dello sviluppo di applicazioni e servizi avanzati di tecnologia informatica, ruolo rafforzato dalla presenza nella compagine consortile dello stesso MIUR – con funzione di controllo – e di altri enti pubblici di ricerca; dall'altro, tuttavia, per il raggiungimento delle finalità istituzionali, lo stesso statuto consente a Cineca di svolgere attività di natura imprenditoriale, con evidenti conseguenze sul mercato di riferimento che, come dimostrano i dati innanzi ricordati, risulta fortemente condizionato dalla presenza di un operatore dotato di un esplicito riconoscimento istituzionale e, per tale ragione, avvantaggiato *in re ipsa* rispetto agli imprenditori privati pure attivi nel settore.

L'effetto distorsivo della concorrenza risulta ulteriormente rafforzato dal costante ricorso di Cineca, per l'effettivo svolgimento dell'attività di impresa connessa allo sviluppo del *software* e alla prestazione dei relativi servizi di assistenza, alla società strumentale Kion, direttamente controllata dal Consorzio, con la quale sussistono diverse connessioni anche di carattere soggettivo

¹ Aderiscono al Consorzio almeno 43 Università italiane, il Consiglio Nazionale delle Ricerche (CNR), l'Istituto Nazionale di Oceanografia e di Geofisica Sperimentale (OGS) e il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca (MIUR). I dati sono disponibili sul sito *web* di Cineca, www.cineca.it.

(dai dati a disposizione risulta che almeno un componente del Consiglio di Amministrazione di Kion ricopre incarichi di responsabilità in Cineca). Ciò anche per l'assenza, nello statuto di Cineca, di precise regole circa eventuali incompatibilità tra funzioni di gestione e amministrazione del Consorzio e incarichi esterni in altre realtà imprenditoriali, specie se strettamente connesse all'ambito di attività consortile, che evitino l'insorgere di conflitti di interesse nel perseguimento delle finalità istituzionali del Consorzio stesso.

Sotto un secondo profilo, l'Autorità sottolinea come risulti contraria ai principi a tutela della concorrenza e del libero mercato e idonea ad attribuire alla menzionata società ingiustificati vantaggi competitivi la prassi, adottata da un sempre crescente numero di Università, di affidare direttamente a Cineca e, per tramite di questa, a Kion, la fornitura dei *software* gestionali e dei relativi servizi di assistenza, in assenza di una qualsivoglia forma di confronto competitivo. L'affidamento avviene sempre a titolo oneroso, a prescindere dalla partecipazione o meno al Consorzio e, di conseguenza, dal versamento del contributo associativo a Cineca.

A tale proposito, l'Autorità osserva che le Università pubbliche, così come tutte le pubbliche amministrazioni, sono tenute al rispetto delle regole e dei principi dell'evidenza pubblica laddove decidano di esternalizzare i propri servizi, non agendo, quindi, in autoproduzione, ma rivolgendosi a soggetti terzi che esercitino un'attività di carattere imprenditoriale.

Al riguardo, in linea con i principi della giurisprudenza comunitaria, l'Autorità osserva che, indipendentemente dalla formale natura giuridica del soggetto fornitore dei servizi, ai fini *antitrust*, il Consorzio Cineca, nel momento in cui presta un'attività economica di carattere imprenditoriale, è qualificabile come impresa. Secondo la consolidata giurisprudenza comunitaria, del resto, la circostanza che un soggetto offra beni e servizi senza perseguire uno scopo di lucro non è *ex se* idonea ad escludere la natura economica dell'attività svolta e la conseguente applicazione delle regole di concorrenza previste dall'ordinamento comunitario e nazionale².

In questo contesto, l'Autorità osserva che la fornitura di licenze *software* e la prestazione dei relativi servizi di assistenza e manutenzione, costituendo attività tipicamente economica, ricadono senz'altro nell'ambito di applicazione della disciplina generale del Codice dei Contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture. Per tale ragione, nel processo di acquisizione delle forniture così come nell'affidamento dei servizi di assistenza, le Università pubbliche sono soggette al rispetto della disciplina prevista dal Codice stesso e dei principi generali in materia di evidenza pubblica, anche al fine di garantire ad altri operatori, peraltro già presenti nel mercato, una concreta possibilità di competere per l'aggiudicazione delle forniture e dei servizi. Circostanza che, allo stato, risulta fortemente condizionata dal ruolo svolto da Cineca/Kion nel mercato di riferimento.

A questo proposito, il fatto che Cineca sia statutariamente legittimato a collaborare con le Università per l'elaborazione e lo sviluppo di appositi sistemi informatici può rilevare soltanto come parametro di riferimento per individuare i limiti di operatività del Consorzio, ma è irrilevante ai fini *antitrust* e non esime né Cineca, né tantomeno le Università pubbliche dal rispetto delle regole di concorrenza. Al contrario, il fatto che Cineca possa, nell'ambito della sua attività

² A questo proposito, appare opportuno osservare che, secondo la consolidata giurisprudenza comunitaria, anche le associazioni, persino quelle di volontariato, senza scopo di lucro, ispirate da principi solidaristici e le cui prestazioni fornite dai collaboratori siano per lo più a titolo gratuito- sono imprese ai sensi del diritto antitrust. Tali associazioni possono

istituzionale, svolgere determinati servizi, non può giustificare che le Università, che di questi servizi vogliono avvalersi, li affidino senza gara, in palese violazione della normativa posta a tutela della concorrenza.

Né pare poter essere invocata, nel caso di specie, la particolare figura dell'*in house providing*, la cui legittimità è subordinata, come noto, al rispetto di stringenti requisiti che non paiono in alcun modo ricorrere nel caso in discussione.

Da ultimo, con riferimento alla natura “chiusa” del codice sorgente delle licenze ESSE3 di Cineca, l'Autorità sottolinea l'opportunità che, anche con riferimento al mercato in esame, proprio in quanto caratterizzato dalla presenza di un operatore in posizione di evidente dominanza, le procedure di acquisizione di *software* favoriscano l'affermazione della piena interoperabilità tra i vari prodotti disponibili nel mercato. L'esperienza comunitaria e nazionale ha dimostrato, infatti, che l'interoperabilità tra sistemi applicativi informatici, anche attraverso il ricorso a programmi a codice sorgente aperto, stimola lo sviluppo della concorrenza nel mercato, induce una più efficace evoluzione tecnologica e comporta una riduzione dei costi, con benefici per gli utenti finali.

A questo proposito, si osserva come, in tempi recenti, lo stesso Legislatore abbia condiviso l'impostazione sopra richiamata, prescrivendo, ai sensi del comma 2 dell'art. 68 del decreto legislativo n. 82/2005, recante “*Codice dell'amministrazione digitale*”, che nell'approvvigionamento di prodotti *software*, le PP.AA. adottino soluzioni tali da assicurare “*l'interoperabilità e la cooperazione applicativa...*” e da consentire “*la rappresentazione dei dati e documenti in più formati, di cui almeno uno di tipo aperto, salvo che ricorrano peculiari ed eccezionali esigenze*”. A questo proposito, si osserva, altresì, come, ai sensi del comma 1 del medesimo articolo, le pubbliche amministrazioni “*acquisiscono, secondo le procedure previste dall'ordinamento, programmi informatici a seguito di una valutazione comparativa di tipo tecnico ed economico*” che deve tenere conto anche della possibilità di acquisire sul mercato programmi informatici a codice sorgente aperto.

Alla luce di quanto sin qui considerato, l'Autorità auspica che il Ministero in indirizzo ed il mondo universitario in generale tengano conto delle osservazioni svolte e sottolinea, inoltre, la necessità che alle distorsioni sopra evidenziate sia posto quanto prima un termine.

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

esercitare pertanto un'attività economica in concorrenza con altri operatori, peraltro con il vantaggio concorrenziale della cospicua riduzione della spesa concernente le risorse umane.

AS756 - COMUNE DI MINORI (SA) - SERVIZIO DI VIGILANZA DELLE AREE DI SOSTA E GESTIONE DEI PARCOMETRI

Roma, 2 agosto 2010

Comune di Minori
Sindaco

Oggetto: richiesta di parere ai sensi dell'art. 23bis, comma 4 del decreto legge n. 112/2008, convertito in legge n. 133/2008, relativamente all'affidamento *in house* del servizio di vigilanza delle aree di sosta, manutenzione dei parcometri, recupero delle monete e versamento degli incassi al Comune di Minori.

Con riguardo alla richiesta in oggetto, effettuata ai sensi dell'art. 23bis, comma 4 del decreto legge n. 112/2008, convertito in legge n. 133/2008, l'Autorità garante della Concorrenza e del Mercato, nella sua adunanza del 28 luglio 2010, ha ritenuto che, nel caso di specie, il servizio di vigilanza delle aree di sosta, manutenzione dei parcometri, recupero delle monete e versamento degli incassi al Comune di Minori non appare in grado di incidere in misura apprezzabile sulle condizioni concorrenziali del mercato interessato, in ragione della ridotta dimensione in termini di popolazione interessata e dell'esiguo valore del servizio.

La presente decisione sarà pubblicata sul bollettino di cui all'art. 26 della legge n. 287/90. Eventuali esigenze di riservatezza dovranno essere manifestate all'Autorità entro trenta giorni dal ricevimento del presente, precisandone i motivi.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

AS757 - COMUNE DI SANTA MARIA DEL CEDRO (CS) - SERVIZI DI IGIENE AMBIENTALE

Roma, 30 luglio 2010

Comune di Santa Maria del Cedro
Sindaco

Oggetto: Richiesta di parere relativa all'affidamento, ai sensi dell'art. 23 bis, comma 3, del Decreto Legge 25 giugno 2008, n. 112, convertito in Legge 6 agosto 2008, n. 133, del servizio di igiene ambientale, dei servizi di spazzamento strade ed aree pubbliche, di manutenzione del verde pubblico e di pulizia degli immobili comunali, del servizio di manutenzione ordinaria e straordinaria degli impianti di illuminazione pubblica e del servizio di manutenzione ordinaria degli impianti elettrici di 10 edifici comunali.

Con riferimento alle richieste in oggetto, l'Autorità nella sua adunanza del 28 luglio 2010, ha ritenuto che, per quanto di propria competenza, non ricorrano le condizioni per il rilascio del parere ai sensi dei commi 3 e 4 dell'art. 23-bis a causa dell'evidente mancanza dei requisiti fondamentali per la configurabilità stessa dell'affidamento *in house*.

Con riguardo ai servizi di: i) pulizia degli immobili comunali e ii) manutenzione ordinaria degli impianti elettrici di dieci edifici comunali, si osserva preliminarmente che questi non possono essere considerati un servizio pubblico locale ai sensi della normativa citata, trattandosi di attività finalizzata alla gestione di beni pubblici e quindi palesemente differente rispetto alla fornitura di un servizio di rilevanza economica ai cittadini-utenti, diretto alla soddisfazione immediata di esigenze della collettività¹.

Con riguardo ai servizi di: i) igiene ambientale; ii) spazzamento strade ed aree pubbliche; iii) manutenzione del verde pubblico; iv) manutenzione ordinaria e straordinaria degli impianti di illuminazione pubblica, l'Autorità intende esprimere le seguenti considerazioni

In primo luogo, la natura e l'ampiezza del raggio di attività ricomprese nell'oggetto sociale della società Santa Maria del Cedro S.p.A. appaiono inficiare il rapporto di controllo tra Ente locale e impresa beneficiaria nell'ambito della gestione *in house*. Al riguardo la circostanza che tale società possa svolgere, oltre a quelle oggetto dell'affidamento, le più svariate attività (dal trasporto, anche

¹ Cfr. al riguardo la pronuncia delle SS. UU. Civ. della Cassazione 17573 del 2006, nella quale è stato ribadito: “[...] *un determinato servizio può essere qualificato come pubblico solo se l'attività in cui si realizza è diretta a soddisfare in via immediata esigenze della collettività; pertanto, esulano dal relativo ambito le prestazioni, di carattere strumentale, rese al soggetto preposto al suo esercizio*”.

per conto terzi, alla gestione di attività turistiche, dalla gestione di impianti idrici e di canili allo svolgimento di attività di import-export) e fornire tali servizi anche in favore di altri Enti pubblici e di soggetti privati, oltre ch  compiere tutte le operazioni finanziarie, mobiliari e immobiliari, necessarie o utili per il raggiungimento dell'oggetto sociale, appare indicativo di una evidente propensione dell'impresa ad effettuare investimenti di risorse economiche in altri mercati – anche non contigui – in vista di un'eventuale espansione in settori diversi da quelli rilevanti per l'ente pubblico conferente.

In secondo luogo, lo statuto societario non garantisce in via certa e permanente l'inceditibilit  a privati delle azioni, come invece richiesto dalla giurisprudenza amministrativa, essendo presente una previsione che consente l'ingresso di capitali privati nella societ  affidataria.

Tali circostanze, attribuendo alla societ  affidataria un'ampia vocazione commerciale che travalica le funzioni richieste per l'espletamento del servizio affidato, non consentono di ritenere sussistente il requisito della prevalenza dell'attivit  oggetto di affidamento nei confronti dell'ente pubblico affidante². Inoltre, la possibilit  di ingresso di capitali privati nella societ  affidataria induce, altres , a ritenere che non possa essere soddisfatto il requisito del "controllo analogo".

Inoltre, com'  noto, ai sensi del comma 6 del medesimo articolo 23 bis, d.l. n. 112/2008, convertito in l. n. 133/2008, l'affidamento simultaneo di una pluralit  di servizi pubblici locali alla medesima societ    consentito solo laddove venga esperita una gara e, al tempo stesso, possa essere dimostrato che tale scelta sia economicamente vantaggiosa. Deliberando l'affidamento simultaneo di pi  servizi pubblici alla medesima societ , il Comune istante ha pertanto contravvenuto alle disposizioni di cui al comma 6 del medesimo articolo 23 bis. Peraltro, il successivo comma 9 del medesimo articolo pone il divieto per i soggetti gi  titolari della gestione di servizi pubblici locali non affidati mediante procedure competitive, come sembrerebbe nel caso della societ  Santa Maria del Cedro, di acquisire la gestione di servizi ulteriori ovvero in ambiti territoriali diversi o di svolgere servizi o attivit  per altri enti pubblici.

Infine, anche a prescindere da tali considerazioni, in ogni caso, si ritiene opportuno ricordare che l'art. 23 bis, d.l. n. 112/2008, convertito in l. n. 133/2008, ha stabilito che il conferimento della gestione dei servizi pubblici locali debba avvenire, in via ordinaria, a favore di soggetti individuati mediante procedure competitive ad evidenza pubblica. La stessa norma, tuttavia, ha previsto che a tale principio generale si possa derogare in presenza di peculiari caratteristiche economiche, sociali, ambientali e geomorfologiche del contesto territoriale di riferimento.

Nel caso di specie, si ritiene che l'amministrazione Comunale non abbia dimostrato la sussistenza di tali peculiarit  e, in particolare, delle ragioni che non permettono un efficace e utile ricorso al mercato per l'affidamento dei suddetti servizi, limitandosi a produrre per ognuno di essi due preventivi (senza peraltro indicare quali siano i principali operatori del settore che li avrebbero emessi) superiori a quello proposto dalla societ  Santa Maria del Cedro S.p.A.. Tale constatazione, infatti, non appare in grado di giustificare l'affidamento *in house*, posto che il costo del servizio pu  rappresentare una variabile sulla quale mettere in competizione gli operatori nell'ambito di una procedura competitiva.

² Cfr., *ex multis*, Consiglio di Stato, 26 agosto 2009, Sez. V, sent. n. 5082.

La presente decisione sarà pubblicata sul bollettino di cui all'art. 26 della legge n. 287/90. Eventuali esigenze di riservatezza dovranno essere manifestate all'Autorità entro trenta giorni dal ricevimento della presente, precisandone i motivi.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

**AS758 - COMUNE DI ROSIGNANO MARITTIMO (LI) - SERVIZIO DI
DISTRIBUZIONE DEL GAS NATURALE**

Roma, 30 luglio 2010

Comune di Rosignano Marittimo
Sindaco

Oggetto: richiesta di parere in materia di concessione del servizio di distribuzione del gas naturale.

In relazione alla richiesta di parere pervenuta in data 12 luglio 2010 e relativa alla possibilità o meno per i Comuni di esperire le gare per il servizio di distribuzione del gas nelle more della definizione degli ambiti territoriali minimi da parte dei Ministeri competenti, si comunica che l'Autorità, nella sua adunanza del 28 luglio 2010 ha espresso le seguenti considerazioni.

Premesso che esula dai compiti di questa istituzione entrare nel merito di casi specifici sui quali è chiamata a pronunciarsi la giurisprudenza amministrativa o accertare se i comportamenti degli enti locali sono legittimi alla luce della normativa vigente nel settore della distribuzione del gas, l'Autorità ritiene preferibile propendere, quantomeno, per la soluzione della facoltatività, lasciando liberi i Comuni di decidere se indire le gare o se, al contrario, attendere la definizione degli ambiti¹.

Il presente parere sarà pubblicato sul Bollettino di cui all'art. 26 della legge n. 287/90. Eventuali esigenze di riservatezza dovranno essere manifestate all'Autorità entro trenta giorni dal ricevimento del presente parere, precisandone i motivi.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

¹ Cfr. Parere reso al Comune di Grottammare AS 674 in Boll. 12/2010.

PUBBLICITA' INGANNEVOLE E COMPARATIVA

PI5723A - COSTI SERVIZIO 48469-RIDETERMINAZIONE SANZIONE TELECOM

Provvedimento n. 21566

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 settembre 2010;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*", come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146 (di seguito, *Codice del Consumo*);

VISTO il proprio provvedimento n. 17209 del 3 agosto 2007, adottato a conclusione del procedimento istruttorio relativo al caso PI5723 – "*Costi sms per il servizio 48469*", con il quale è stato deliberato:

- i) l'accertamento dell'ingannevolezza di due messaggi pubblicitari diffusi, in collaborazione con le società Zero 9 S.r.l. e M-Platform S.r.l., dalla società Telecom Italia S.p.A. (di seguito, anche Telecom), tramite la rivista "*For Men Magazine*" e uno spot televisivo, ex articoli 19, 20 e 21, lettere a) e b) del Codice del Consumo, nella versione vigente prima dell'entrata in vigore dei Decreti Legislativi 2 agosto 2007, n. 145 e n. 146, in quanto il contenuto risultava ingannevole in ordine alle caratteristiche, alle condizioni economiche ed alle modalità di fruizione dei servizi a sovrapprezzo e di suonerie per cellulari pubblicizzate, potendo, per tale motivo, pregiudicare il comportamento economico dei consumatori;
- ii) di irrogare una sanzione amministrativa pecuniaria di 43.100 euro, nei confronti di Telecom per la pratica di cui al punto i);

VISTA la sentenza del TAR del Lazio, sez. I, n. 10465/2008, depositata in data 20 novembre 2008, con la quale è stato accolto parzialmente il ricorso della società Telecom avverso il suddetto provvedimento, limitatamente alla determinazione del trattamento sanzionatorio, con conseguente annullamento della decisione dell'Autorità nella parte relativa alla quantificazione della suddetta sanzione;

VISTA, in particolare, la motivazione della sentenza con cui il TAR ha annullato la sanzione irrogata dall'Autorità;

VISTO, altresì, che il TAR ha rimesso all'Autorità il compito di procedere alla rideterminazione della sanzione irrogata alla società Telecom, evidenziando, per la pratica di cui al punto i), che "*appare condivisibile il rilievo concernente l'assenza di congruità nella ponderazione dei ruoli, attribuiti dalla stessa Autorità ai soggetti coinvolti nel procedimento (critica agevolmente deducibile dalle deduzioni sull'estraneità di Telecom alla realizzazione e diffusione del messaggio, nonché alla scelta della tecnica pubblicitaria utilizzata), non sembrando che la qualifica di "coautore" assegnata alla ricorrente possa restare priva di conseguenze sulla determinazione della sanzione base (43.100 euro) in un ammontare superiore a quello della misura finale irrogata a ciascuno dei content provider (13.100 euro), ossia ai soggetti i quali, nella veste di "autore" e*

“committente”, sono i promotori della censurata iniziativa promozionale, vantando un interesse pregnante alla riuscita dell’operazione economica”.

VISTO il proprio provvedimento n. 21237 del 9 giugno 2010, con cui l’Autorità ha avviato un nuovo procedimento per la rideterminazione della sanzione da irrogare alla società Telecom, per la violazione accertata con provvedimento n. 17209 del 3 agosto 2007, in contraddittorio con la Parte;

VISTI tutti gli atti del procedimento;

CONSIDERATO che la presente rideterminazione è eseguita in ottemperanza alla sentenza del TAR, ma non costituisce atto di acquiescenza ad essa da parte dell’Autorità;

CONSIDERATO che nelle more la Parte ha già provveduto al pagamento della sanzione.

CONSIDERATO quanto segue:

I. LA PARTE

1. Telecom Italia S.p.A., in qualità di professionista ai sensi dell’art. 2, lettera c), del Decreto e di società operante nella fornitura di servizi di telefonia fissa, mobile e internet in Italia. Il bilancio di Telecom relativo all’esercizio chiuso al 31 dicembre 2009 presenta ricavi per 30.158 milioni di euro.

II. L’AVVIO DEL PROCEDIMENTO

2. A seguito della sentenza del TAR, sez. I, n. 10465/2008, depositata in data 20 novembre 2008, l’Autorità ha avviato il procedimento PI5723A – *“Costi per servizio 48469- rideterminazione sanzione Telecom”* - al fine di provvedere alla rideterminazione della sanzione irrogata alla società Telecom con il provvedimento n. 17209 del 3 agosto 2007, sulla base dei criteri indicati nella citata sentenza del TAR.

III. LE ARGOMENTAZIONI DIFENSIVE DELLA PARTE

3. La Parte, con memoria pervenuta in data 26 luglio 2010, ha rappresentato quanto segue:

– in via preliminare, Telecom ha ribadito di considerare il provvedimento illegittimo, anche nella parte in cui ha imputato a Telecom la violazione delle norme in materia di pubblicità ingannevole in relazione alla diffusione dei messaggi da parte di Zero 9 S.r.l. e M-Platform S.r.l. A tal proposito, viene fatto presente che è stato promosso ricorso in appello innanzi al Consiglio di Stato, per l’integrale annullamento del provvedimento n. 17209 del 3 agosto 2007;

– con riferimento al presente procedimento di rideterminazione della sanzione, nel richiamare le valutazioni svolte nella sentenza del TAR, sez. I, n. 10465/2008, Telecom sostiene di non aver mai fornito, in concreto, alcun contributo alla realizzazione del messaggio, non avendo ideato, realizzato, o diffuso tali comunicazioni promozionali. Si sarebbe trattato di iniziative autonome e unilaterali di Zero 9 S.r.l. e M-Platform S.r.l., di cui Telecom non era a conoscenza, realizzate senza alcuna autorizzazione avente ad oggetto l’utilizzo del proprio logo. Pertanto, non vi sarebbero i presupposti per l’applicazione della sanzione. In via subordinata, nel riquantificare l’importo della sanzione in ottemperanza a quanto indicato nella predetta sentenza del TAR,

l'Autorità dovrà necessariamente tenere conto del ruolo subvalente di Telecom nella realizzazione della contestata fattispecie di pubblicità ingannevole ai fini di una riduzione dell'importo base.

IV. VALUTAZIONI GIURIDICHE

4. Occorre premettere che, con la predetta sentenza n. 10465/2008, il TAR Lazio ha confermato la legittimità della valutazione effettuata dall'Autorità in merito alla scorrettezza della pratica commerciale oggetto del provvedimento impugnato, accogliendo talune censure avanzate da parte ricorrente solo al fine di una diversa quantificazione della sanzione già irrogata.

5. L'ambito del presente provvedimento è quindi circoscritto alla quantificazione della suddetta sanzione pecuniaria che va ad essere rideterminata sulla base delle valutazioni effettuate dai giudici amministrativi in riferimento alla sola gravità della violazione del Codice del Consumo come accertata in capo al professionista.

6. Nessun rilievo è stato per contro sollevato in merito alla durata ai fini della determinazione della sanzione.

7. Il TAR ha rilevato invece la mancata considerazione del diverso ruolo svolto da Telecom rispetto alla condotta attiva dei *content service provider*, da ciò desumendo l'incongruenza di un importo base della sanzione superiore a quello inflitto a tale soggetto.

8. Tutto ciò premesso, si ritiene di rideterminare l'ammenda, già irrogata a Telecom con delibera n. 17209 del 3 agosto 2007, nei seguenti termini:

L'importo base della sanzione viene rideterminato in 10.000 euro (diecimila euro), quindi in una misura inferiore all'importo base determinato per i *content provider* così come indicato dal TAR Lazio nella sentenza n. 10465/2008¹.

Tutto ciò premesso e considerato;

DELIBERA

che la sanzione amministrativa pecuniaria da applicare alla società Telecom Italia S.p.A. per i comportamenti alla stessa ascritti nel provvedimento dell'Autorità n. 17209 del 3 agosto 2007, venga rideterminata, nella misura di 10.000 € (diecimila euro), salvo conguaglio ad esito del giudizio di appello.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 27, comma 13, del Codice del Consumo, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 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.

¹ Nel provvedimento n. 17209 del 3 agosto 2007, l'importo base della sanzione calcolato rispetto ai Content Service Provider (Zero 9 S.r.l. e M-Platform S.r.l.), è stato fissato in 13.100 euro.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

PI5723B - COSTI SERVIZIO 48469-RIDETERMINAZIONE SANZIONE VODAFONE

Provvedimento n. 21567

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 settembre 2010;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*", come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146 (di seguito, *Codice del Consumo*);

VISTO il proprio provvedimento n. 17209 del 3 agosto 2007, adottato a conclusione del procedimento istruttorio relativo al caso PI5723 – *Costi sms per il servizio 48469*, con il quale è stato deliberato:

i) l'accertamento dell'ingannevolezza di due messaggi pubblicitari diffusi, in collaborazione con le società Zero 9 S.r.l. e M-Platform S.r.l., dalla società Vodafone Omnitel N.V. (di seguito, anche Vodafone), tramite la rivista "*For Men Magazine*" e uno spot televisivo, ex articoli 19, 20 e 21, lettere a) e b) del *Codice del Consumo*, nella versione vigente prima dell'entrata in vigore dei Decreti Legislativi 2 agosto 2007, n. 145 e n. 146, in quanto il contenuto risultava ingannevole in ordine alle caratteristiche, alle condizioni economiche ed alle modalità di fruizione dei servizi a sovrapprezzo e di suonerie per cellulari pubblicizzate, potendo, per tale motivo, pregiudicare il comportamento economico dei consumatori;

ii) di irrogare una sanzione amministrativa pecuniaria di 33.100 euro, nei confronti di Vodafone per la pratica di cui al punto i);

VISTA la sentenza del TAR del Lazio, sez. prima, n. 10464/2008, depositata in data 20 novembre 2008, con la quale è stato accolto parzialmente il ricorso della società Vodafone avverso il suddetto provvedimento, limitatamente alla determinazione del trattamento sanzionatorio, con conseguente annullamento della decisione dell'Autorità nella parte relativa alla quantificazione della suddetta sanzione;

VISTA, in particolare, la motivazione della sentenza con cui il TAR ha annullato la sanzione irrogata dall'Autorità;

VISTO, altresì, che il TAR ha rimesso all'Autorità il compito di procedere alla rideterminazione della sanzione irrogata alla società Vodafone, evidenziando, per la pratica di cui al punto i), che "*appare condivisibile il rilievo concernente l'assenza di congruità nella ponderazione dei ruoli, attribuiti dalla stessa Autorità, ai soggetti coinvolti nel procedimento, non sembrando che la qualifica di "coautore" assegnata alla ricorrente possa restare priva di conseguenze sulla determinazione della sanzione base (33.100 euro) in un ammontare superiore a quello della misura finale irrogata a ciascuno dei content provider (13.100 euro), ossia ai soggetti che, nella veste di "autore" e "committente", sono i promotori della censurata iniziativa promozionale, vantando un interesse pregnante alla riuscita dell'operazione economica*".

VISTO il proprio provvedimento n. 21238 del 9 giugno 2010, con cui l'Autorità ha avviato un nuovo procedimento per la rideterminazione della sanzione da irrogare alla società Vodafone, per

la violazione accertata con provvedimento n. 17209 del 3 agosto 2007, in contraddittorio con la Parte;

VISTI tutti gli atti del procedimento;

CONSIDERATO che la presente rideterminazione è eseguita in ottemperanza alla sentenza del TAR, ma non costituisce atto di acquiescenza ad essa da parte dell'Autorità;

CONSIDERATO che nelle more la Parte ha già provveduto al pagamento della sanzione.

CONSIDERATO quanto segue:

I. LA PARTE

1. Vodafone Omnitel N.V., in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, comma 1, lettera b), del Codice del Consumo. La società opera nel settore delle comunicazioni e, in particolare, nei servizi di fonia e dati su rete fissa e mobile. I ricavi di Vodafone nell'esercizio 2009 ammontano a 8.492 milioni di euro¹.

II. L'AVVIO DEL PROCEDIMENTO

2. A seguito della sentenza del TAR, sez. prima, n. 10465/2008, depositata in data 20 novembre 2008, l'Autorità ha avviato il procedimento PI5723B – “*costi per servizio 48469- rideterminazione sanzione Vodafone*” - al fine di provvedere alla rideterminazione della sanzione irrogata alla società Vodafone con il provvedimento n. 17209 del 3 agosto 2007, sulla base dei criteri indicati nella citata sentenza del TAR.

III. LE ARGOMENTAZIONI DIFENSIVE DELLA PARTE

3. La Parte, con memoria pervenuta in data 23 luglio 2010, ha rappresentato quanto segue:

- Vodafone ribadisce la propria estraneità rispetto al messaggio pubblicitario giudicato ingannevole, essendo stato ideato e diffuso da Dada in totale autonomia e nel proprio esclusivo interesse. Difetterebbero, in particolare, i presupposti per l'individuazione di una responsabilità editoriale, essendosi Dada sottratta all'obbligo di sottoporre preventivamente il messaggio alla valutazione di Vodafone, che non lo ha mai visionato, né espressamente approvato, né fatto proprio. Sul punto, la Parte ha richiamato la circostanza che il contratto in essere con Zero 9 S.r.l. prevede un meccanismo di silenzio-rifiuto e non di silenzio assenso.
- Vodafone afferma che non dovrebbe essere sanzionata per la diffusione di un messaggio pubblicitario rispetto al quale non ha alcun ruolo e che è anzi stato diffuso contro la sua volontà e al di fuori della sua sfera di controllo. La tesi, pur avallata dal TAR, secondo la quale queste circostanze rileverebbero “*solo sul piano dei rapporti interni*”, non può essere condivisa in quanto giuridicamente inesatta e palesemente contraddittoria rispetto alla rilevanza che i rapporti negoziali assumono nel provvedimento. Anche rispetto a tale profilo, Vodafone ha proposto ricorso al Consiglio di Stato per l'annullamento integrale della sentenza del TAR;
- in base alla ponderazione dei diversi ruoli, la sanzione da irrogare dovrà essere congruamente inferiore a quella (nel caso di specie, euro 13.100) irrogata ai *Content Provider*, che del messaggio

¹ Fonte: http://www.vodafone.it/vodafone/pstm/pstm_details.do?key=54732&year=2010&lang=it.

pubblicitario giudicato ingannevole è autore e committente e che, come precisa il TAR, è anche il principale interessato, “*vantando un interesse pregnante alla riuscita dell'operazione economica*” reclamizzata;

– alla luce delle considerazioni svolte, la Parte ritiene che l'Autorità, nel rideterminare la sanzione applicata, non irroghi alcuna sanzione. In via subordinata chiede che, sulla base dei principi stabiliti nella citata sentenza del TAR, la sanzione da irrogare a Vodafone rappresenti una somma congruamente inferiore a quella inflitta a Zero 9 S.r.l..

IV. VALUTAZIONI GIURIDICHE

4. Occorre premettere che, con la predetta sentenza n. 10464/2008, il TAR Lazio ha confermato la legittimità della valutazione effettuata dall'Autorità in merito alla scorrettezza della pratica commerciale oggetto del provvedimento impugnato, accogliendo talune censure avanzate da parte ricorrente solo al fine di una diversa quantificazione della sanzione già irrogata.

5. L'ambito del presente provvedimento è quindi circoscritto alla quantificazione della suddetta sanzione pecuniaria che va ad essere rideterminata sulla base delle valutazioni effettuate dai giudici amministrativi in riferimento alla sola gravità della violazione del Codice del Consumo come accertata in capo al professionista.

6. Il TAR ha rilevato la mancata considerazione del diverso ruolo svolto da Vodafone rispetto alla condotta attiva dei *content service provider*, da ciò desumendo l'incongruenza di un importo base della sanzione superiore a quello inflitto a tale soggetto.

7. Tutto ciò premesso, si ritiene di rideterminare l'ammenda, già irrogata a Vodafone con delibera n. 17209 del 3 agosto 2007, nei seguenti termini:

L'importo base della sanzione viene rideterminato in 10.000 euro (diecimila euro), quindi in una misura inferiore all'importo base determinato per i *content provider* così come indicato dal TAR Lazio nella sentenza n. 10464/2008 ².

Tutto ciò premesso e considerato;

DELIBERA

che la sanzione amministrativa pecuniaria da applicare alla società Vodafone Omnitel N.V. per i comportamenti alla stessa ascritti nel provvedimento n. 17209 del 3 agosto 2007, venga rideterminata nella misura di 10.000 €(diecimila euro)), salvo conguaglio ad esito del giudizio di appello.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 27, comma 13, del Codice del Consumo, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 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.

² Nel provvedimento n. 17209 del 3 agosto 2007, l'importo base della sanzione calcolato rispetto al Content Service Provider (Zero 9 S.r.l. e M-Platform S.r.l.), è stato fissato in 13.100 euro.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

PS3180 - STANDA-PROMOZIONE SU VOLANTINO

Provvedimento n. 21541

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 settembre 2010;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*", come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146 (di seguito, *Codice del Consumo*);

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette*", adottato con delibera dell'Autorità del 15 novembre 2007, pubblicata nella G.U. n. 283 del 5 dicembre 2007, ed entrato in vigore il 6 dicembre 2007 (di seguito, *Regolamento*);

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Billa A.G. (di seguito, anche, "Billa"), con sede legale a Wiener Neudorf (Austria) e sede secondaria in Italia a Milano¹, in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società opera nel settore della distribuzione organizzata moderna di prodotti alimentari e non, attraverso punti vendita con insegne "Billa", "Penny", "Standa", "Uni" e "Bipa" e ha realizzato, in base all'ultimo bilancio consolidato (al 31 dicembre 2008), ricavi per circa 2 miliardi di euro, registrando una perdita di circa 36 milioni di euro.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento concerne l'offerta promozionale pubblicizzata dal professionista mediante un volantino nel quale non era indicato il periodo di validità temporale dell'offerta.

3. In particolare, secondo la segnalazione di un consumatore, pervenuta il 20 gennaio 2009 tramite il Nucleo Speciale Tutela Mercati - Gruppo Antitrust della Guardia di Finanza, il professionista avrebbe pubblicizzato, nell'agosto 2008, un'offerta promozionale attraverso un volantino contenente nella prima pagina la dicitura "*Il prezzo del successo in cucina? Solo 1€ in più!*" e nella seconda le seguenti indicazioni: "*Crea il tuo set di pirofile a solo 1 euro in più!*" e "*Per ogni 20 € di spesa e aggiungendo solo 1 € puoi avere una delle 4 bellissime pirofile in ceramica per cucinare le tue ricette più sfiziose. Scegli quella che più ti piace e buon appetito*".

¹ La sede secondaria di Milano, in Via dei Missaglia 97, è stata indicata da Billa AG come indirizzo al quale inviare le comunicazioni relative alla presente pratica.



4. Il segnalante avrebbe ricevuto il volantino alla fine del mese di agosto 2008 e avrebbe effettuato il 23 agosto acquisti per oltre 20 euro presso il punto vendita Standa di Carsoli (AQ), S.S. Tiburtina Km. 68200. Alla cassa gli sarebbe stato tuttavia rappresentato che la promozione sarebbe iniziata il lunedì 25 agosto. Recatosi nuovamente, il successivo 30 agosto, presso lo stesso punto vendita, il consumatore avrebbe ricevuto una risposta evasiva circa l'effettivo periodo di validità dell'offerta.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

5. In data 25 febbraio 2010 è stata inviata al professionista una richiesta di informazioni alla quale lo stesso ha dato riscontro il 15 marzo 2010.

6. Sulla base delle informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo, in data 14 maggio 2010 è stato comunicato a Billa l'avvio del procedimento istruttorio n. PS3180 per presunta violazione degli artt. 20 e 22 del Codice del Consumo.

7. Il professionista ha inviato memorie e documentazione, pervenute in data 3, 4 8 giugno e 1° luglio 2010.

8. In data 2 agosto 2010 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

2) Le evidenze acquisite

9. Nelle risposte alle richieste di informazioni il professionista ha chiarito che la promozione cui si riferisce il messaggio pubblicitario in esame ha interessato tutti i punti vendita a insegna "STANDA" e "BILLA" e che la stessa è stata pubblicizzata mediante la distribuzione, effettuata anche all'interno dei punti vendita, di circa un milione e settecentomila copie del volantino stesso (circa un milione di copie per i punti vendita a insegna "STANDA" e circa seicentomila copie per i punti vendita a insegna "BILLA").

10. Billa ha altresì precisato che il messaggio pubblicitario relativo alla promozione in esame è stato ideato e predisposto dalla propria Direzione Marketing e ha fornito copia delle due versioni del volantino, una per i punti vendita a insegna "STANDA" e l'altra per i punti vendita a insegna "BILLA", identiche su entrambe le facciate, tranne che per il logo collocato in fondo alla pagina.

11. La promozione è iniziata il 1° settembre 2008 e si è conclusa, a esaurimento scorte, verso la fine di ottobre 2008, con la vendita di 63 mila e 64 mila pezzi, rispettivamente nei punti vendita a insegna "STANDA" e "BILLA".

12. Secondo i chiarimenti forniti dal professionista, la promozione in oggetto è stata la prima programmata e realizzata dallo stesso al fine di consentirne la partecipazione anche ai clienti non sottoscrittori di *fidelity card*. Una caratteristica propria delle promozioni di questa tipologia è che le stesse sono caratterizzate da una durata inferiore alle normali promozioni con raccolte punti e catalogo, che durano circa un anno.

13. Il professionista ha precisato che nel predisporre le successive promozioni di questo tipo è stata poi modificata l'impostazione del relativo volantino, con l'inserimento anche della data di inizio della manifestazione, comunque sempre indicata sui manifesti in filiale.

3) Le argomentazioni difensive della Parte

14. Il professionista ha rappresentato di avere distribuito il volantino in esame, principalmente, all'interno dei punti vendita ove era anche esposto un manifesto di dimensioni 70x100 indicante in modo evidente la data di inizio della promozione.

15. Secondo quanto riferito dal professionista, inoltre, non gli sarebbero pervenute segnalazioni di consumatori riguardo all'iniziativa oggetto dell'istruttoria.

IV. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

16. In base alle informazioni ricevute, la promozione ha interessato tutti i punti vendita ad insegna "STANDA" e "BILLA" ed è stata pubblicizzata mediante la distribuzione del volantino sopra descritto, sia all'interno che all'esterno dei punti vendita.

17. Il messaggio contenuto nel volantino era dunque suscettibile di indurre un consumatore a recarsi appositamente presso uno dei punti vendita del professionista al fine di ottenere i prodotti in offerta con il pagamento di un solo euro in aggiunta a una spesa di modesto importo, non inferiore a venti euro.

18. Nel caso di specie assume rilievo l'assenza dell'elemento informativo relativo al periodo di validità dell'offerta nel volantino predisposto e distribuito dal professionista. Tale omissione

assume tanto più rilievo alla luce della caratteristica evidenziata dal professionista, che contraddistingue questa tipologia di promozione, proposta per la prima volta con il volantino in esame, costituita dalla breve durata dell'offerta rispetto a quella delle offerte normalmente proposte alla clientela.

19. Non appare in grado di escludere la scorrettezza invece la presenza nei punti vendita di un manifesto indicante la data di inizio della promozione in quanto la durata della promozione deve essere resa nota in tutti i mezzi promozionali utilizzati dal professionista in quanto orienta immediatamente la decisione commerciale dei consumatori.

20. Nel caso di specie, inoltre, il comportamento di Billa AG deve ritenersi non conforme al grado di diligenza professionale ragionevolmente esigibile, nell'ambito di simili iniziative promozionali, da operatori attivi nella distribuzione moderna al dettaglio di prodotti di largo consumo. In base ai principi di correttezza e buona fede, il professionista avrebbe infatti dovuto chiaramente indicare, nelle proprie comunicazioni commerciali al pubblico, la durata effettiva della promozione, caratteristica essenziale dell'iniziativa promozionale, al fine di consentire ai consumatori di determinare in modo pienamente consapevole il proprio comportamento economico in rapporto all'iniziativa promozionale in esame.

21. Alla luce delle precedenti considerazioni, la pratica commerciale in esame risulta pertanto scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2 e 22 del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione all'offerta del professionista.

V. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

22. Ai sensi dell'art. 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 500.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

23. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'art. 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'art. 27, comma 13, del Codice del Consumo: in particolare, della gravità della violazione, dell'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare l'infrazione, della personalità dell'agente, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

24. Con riguardo alla gravità della violazione, si deve tener conto dell'importanza e della dimensione economica del professionista, operatore di rilievo nel settore della distribuzione moderna al dettaglio di prodotti di largo consumo con vari punti vendita.

25. Inoltre, si tiene conto nella fattispecie in esame della capacità di penetrazione del messaggio, diffuso complessivamente in un milione e seicentomila copie.

26. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere nei mesi di settembre e ottobre 2008.

27. In considerazione di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria nella misura di 60.000 € (sessantamila euro).

28. In considerazione della situazione economica del professionista, che presenta condizioni economiche non positive con un bilancio in perdita, si ritiene congruo determinare l'importo della

sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Billa A.G. nella misura di 50.000 € (cinquantamila euro).

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a indurre in errore il consumatore con riferimento a una caratteristica essenziale dell'iniziativa promozionale del professionista;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere da Billa AG, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2 e 22 del Codice del Consumo, e ne vieta l'ulteriore diffusione;

b) che a Billa AG sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 50.000 € (cinquantamila euro).

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera b) deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, con versamento diretto al concessionario del servizio della riscossione oppure mediante delega alla banca o alle Poste Italiane, presentando il modello allegato al presente provvedimento, così come previsto dal Decreto Legislativo 9 luglio 1997, n. 237.

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'art. 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio di copia del modello attestante il versamento effettuato.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 150.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

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 27, comma 13, del Codice del Consumo, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 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

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

PS3553 - VALPADANA COSTRUZIONI

Provvedimento n. 21543

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 settembre 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*", come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146 (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette*", adottato con delibera dell'Autorità del 15 novembre 2007, pubblicata nella G.U. n. 283 del 5 dicembre 2007, ed entrato in vigore il 6 dicembre 2007 (di seguito, Regolamento);

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Valpadana Costruzioni S.r.l. (di seguito, anche "Valpadana Costruzioni"), in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera b), del Codice del Consumo. La società esercita attività di acquisto, vendita, costruzione anche in appalto per conto proprio e di terzi, demolizione, ristrutturazione, locazione e permuta di beni immobili, esecuzione di opere di urbanizzazione e gestione di proprietà immobiliari; nel 2008 ha realizzato un fatturato pari a circa 9,3 milioni di euro e un utile netto di circa 8.000 euro.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il presente procedimento concerne il comportamento posto in essere da Valpadana Costruzioni, consistente nella diffusione di messaggi pubblicitari volti a promuovere l'acquisto di immobili ad uso abitativo e suscettibili di indurre in errore i destinatari riguardo alle caratteristiche dei servizi offerti dal professionista.

3. In particolare, in data 9 marzo 2009 è pervenuta all'Autorità una segnalazione da parte di un consumatore, che lamentava che i messaggi pubblicitari diffusi sul quotidiano *L'Arena di Verona* in data 3 dicembre 2008 e tramite il sito Internet della società lascerebbero intendere al lettore che il professionista gestisca in proprio tutte le fasi della filiera produttiva dell'edilizia abitativa, curando direttamente l'acquisto delle aree edificabili, la progettazione, la costruzione e la commercializzazione degli immobili. In realtà, alcune attività della filiera, e segnatamente quelle afferenti la costruzione degli immobili, sarebbero affidate dal professionista ad imprese e/o società terze.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO***1) L'iter del procedimento***

4. A seguito della denuncia pervenuta, in data 23 aprile 2009 è stato richiesto al professionista di fornire informazioni (corredate dalla relativa documentazione) in merito all'esternalizzazione delle

attività di progettazione, costruzione e vendita degli immobili, precisando le modalità contrattuali, i soggetti terzi coinvolti e i volumi di attività affidati a terzi rispetto al complesso delle attività.

5. In assenza di un riscontro da parte del professionista, la richiesta è stata reiterata in data 12 febbraio 2010, senza tuttavia che vi fosse alcun seguito da parte della società.

6. In data 12 aprile 2010 è stato comunicato a Valpadana Costruzioni l'avvio del procedimento istruttorio PS3553 per presunta violazione degli artt. 20 e 21 del Codice del Consumo.

7. La società non ha depositato memorie, né ha dato risposta alla richiesta di informazioni contestuale alla comunicazione di avvio del procedimento.

8. In data 24 giugno 2010 è stato richiesto al professionista, ai sensi dell'art. 27, comma 5, del Codice del Consumo, e dell'art. 15, del Regolamento, di fornire prove sull'esattezza materiale dei dati di fatto connessi alla pratica commerciale oggetto di istruttoria. Anche a fronte di tale comunicazione, che alla pari delle precedenti risulta regolarmente ricevuta, il professionista non ha prodotto alcun riscontro.

9. In data 14 luglio 2010 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

2) Le evidenze acquisite

10. I messaggi agli atti del procedimento consistono in: a) una pagine *web*, attualmente in diffusione, tratta dalla sezione "*Progetti*" del sito Internet www.valpadanacostruzioni.it; b) 6 pagine pubblicitarie, attualmente in diffusione, contenute nella sezione "*Pubblicità*" del medesimo sito; c) 3 pagine pubblicitarie pubblicate sul quotidiano *l'Arena di Verona* del 3 dicembre 2008.

11. Nelle pagine *web* di cui al punto a) sono riportati i *link* alla descrizione dei progetti realizzati e in corso di realizzazione da parte del professionista; in particolare, in una delle due pagine è riportata una descrizione dell'attività della società, ove si dice che la stessa "*opera da molti anni nel settore dell'edilizia e dell'urbanistica sviluppando tutti gli ambiti di intervento seguendo direttamente l'intera filiera. Molte sono le opere e gli interventi conclusi in tanti anni di attività. Per tutti gli interventi si gestiscono direttamente: acquisizione delle aree, progettazione architettonica e/o urbanistica, costruzione degli immobili, commercializzazione*" (sottolineatura aggiunta).

12. Le pagine pubblicitarie di cui ai punti b) e c) promuovono l'offerta di immobili residenziali di nuova costruzione, tramite l'uso di differenti immagini raffiguranti, prevalentemente, cantieri edili o abitazioni. I *claim* utilizzati recitano: "*Progetta, costruisce e vende immobili e terreni di qualità e valore*", "*Progettiamo, costruiamo, vendiamo ville a schiera e appartamenti*", "*Valpadana costruisce la casa dei tuoi sogni*", "*La vostra casa la costruiamo noi*". In tutti i messaggi campeggia il logo "*Gruppo Zampini Valpadana costruzioni*" e sono presenti i recapiti del professionista.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

13. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo stampa e Internet, in data 30 luglio 2010 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

14. Con parere pervenuto in data 26 agosto 2010, la suddetta Autorità ha ritenuto che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20 e 21 del Codice del Consumo, sulla base delle seguenti considerazioni:

- il professionista non risulta aver trasmesso alcuna documentazione in risposta alla richiesta dell'Autorità di fornire prove sull'esattezza materiale dei dati di fatto connessi alla pratica commerciale oggetto di istruttoria;
- pertanto, l'onere probatorio è rimasto inadempito e la veridicità dell'affermazione contenuta nei messaggi diffusi risulta non dimostrata.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

15. La pratica commerciale oggetto di valutazione riguarda l'ingannevolezza dei messaggi pubblicitari diffusi dal professionista, con specifico riguardo allo svolgimento, in via diretta, delle attività di costruzione degli immobili offerti.

16. I messaggi pubblicitari diffusi da Valpadana Costruzioni, nell'asserire che la società "*progetta, costruisce e vende*" immobili residenziali, che segue "*direttamente l'intera filiera*" o che "*gestisce direttamente*" tutti gli ambiti di intervento, lasciano intendere che il professionista gestisca in proprio tutte le fasi della filiera produttiva dell'edilizia abitativa, curando direttamente anche l'attività di edificazione, che rappresenta quella di maggior rilievo e peso per il consumatore. I *claim* utilizzati, in particolare, enfatizzano il ruolo del professionista quale unico soggetto referente e garante nei confronti degli acquirenti e ne prospettano, sia pure implicitamente, il vantaggio per il consumatore¹. Tale elemento costituisce una circostanza rilevante nella formazione della volontà negoziale del consumatore, idonea a indurlo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso.

17. Il professionista non solo non ha risposto alla richiesta di informazioni contestuale all'avvio del procedimento, ma non ha prodotto neppure alcuna documentazione finalizzata a rispondere all'assolvimento dell'onere della prova sull'esattezza materiale dei dati di fatto connessi alla pratica commerciale oggetto di istruttoria e, pertanto, i dati contenuti nei messaggi pubblicitari contestati debbono ritenersi inesatti, ai sensi dell'art. 27, comma 5 del Codice del Consumo.

18. In conclusione, i messaggi in esame, sulla base delle suindicate considerazioni, devono ritenersi idonei a falsare in misura apprezzabile il comportamento del consumatore, fornendo ad esso informazioni non rispondenti al vero riguardo alle caratteristiche del servizio offerto dal professionista e pregiudicandone, di conseguenza, il comportamento economico.

19. Pertanto, alla luce delle considerazioni svolte, la pratica commerciale in esame, costituita dalla diffusione dei messaggi pubblicitari descritti, risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, e 21 del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale ed idonea a falsare il comportamento del consumatore medio cui è destinata. Con specifico riguardo alla valutazione del canone di diligenza professionale, è da evidenziare che non si è riscontrato, da parte del professionista, il normale grado di competenza e attenzione che ragionevolmente ci si poteva attendere nella condotta in esame, avuto riguardo alla sua qualità di rilevante operatore del settore immobiliare nel territorio della provincia di Verona.

¹ Consistente, ad esempio, nella responsabilità diretta del costruttore nel caso in cui, nei dieci anni successivi al compimento dell'opera, essa rovini in tutto in parte, per vizio del suolo o per difetto della costruzione, ovvero presenti

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

20. Ai sensi dell'art. 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 500.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

21. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'art. 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'art. 27, comma 13, del Codice del Consumo: in particolare, della gravità della violazione, dell'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare l'infrazione, della personalità dell'agente, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

22. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame, dell'entità complessiva del pregiudizio potenziale per i consumatori, tenuto conto del rilevante esborso normalmente connesso ad operazioni immobiliari, e della dimensione economica del professionista. Peraltro, sotto il profilo dell'ampiezza della diffusione e della capacità di penetrazione del messaggio, occorre considerare che lo stesso risulta essere stato diffuso a mezzo Internet e attraverso il quotidiano *l'Arena di Verona*, ossia attraverso modalità suscettibili di raggiungere un significativo numero di consumatori.

23. Per quanto riguarda poi la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere dal dicembre 2008 e, relativamente ai messaggi diffusi via Internet, è tuttora in corso di diffusione.

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta in quanto, nel prospettare ai consumatori l'offerta di immobili residenziali di nuova costruzione, fornisce indicazioni non rispondenti al vero riguardo alle caratteristiche del servizio offerto, con specifico riferimento allo svolgimento in via diretta dell'attività di costruzione degli immobili offerti;

RITENUTO, inoltre, che, in ragione della prolungata diffusione del messaggio in esame, della sua attualità e del conseguente perdurante effetto a danno dei consumatori - anche in considerazione del rilevante esborso normalmente connesso ad operazioni immobiliari -, si rende necessario disporre la pubblicazione di una dichiarazione rettificativa a cura e spese del professionista, ai sensi dell'art. 27, comma 8, del Codice del Consumo, sul sito Internet dello stesso al fine di impedire che la pratica commerciale in oggetto continui a produrre effetti;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Valpadana Costruzioni S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20 e 21 del Codice del Consumo, e ne vieta l'ulteriore diffusione;

b) che alla società Valpadana Costruzioni S.r.l. sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 35.000 € (trentacinquemila euro).

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera b) deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, con versamento diretto al concessionario del servizio della riscossione oppure mediante delega alla banca o alle Poste Italiane, presentando il modello allegato al presente provvedimento, così come previsto dal Decreto Legislativo 9 luglio 1997, n. 237.

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'art. 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio di copia del modello attestante il versamento effettuato.

DISPONE

a) che la società Valpadana Costruzioni S.r.l. pubblichi, a sua cura e spese, una dichiarazione rettificativa ai sensi dell'art. 27, comma 8, del Codice del Consumo, secondo le seguenti modalità:

- 1) il testo della dichiarazione rettificativa è quello riportato in allegato al presente provvedimento;
- 2) la dichiarazione rettificativa dovrà essere pubblicata, entro trenta giorni dall'avvenuta notificazione del presente provvedimento, per un periodo di sessanta giorni sulla *home page* del sito www.valpadanacostruzioni.it con adeguata evidenza grafica;
- 3) la pubblicazione dovrà ricalcare *in toto* impostazione, struttura e aspetto della dichiarazione rettificativa allegata; nella pagina di pubblicazione della dichiarazione rettificativa, così come nelle restanti pagine, non dovranno essere riportati messaggi che si pongano in contrasto con il contenuto della dichiarazione stessa o che comunque tendano ad attenuarne la portata e il significato;

b) che la pubblicazione della dichiarazione rettificativa dovrà essere preceduta dalla comunicazione all'Autorità della data a partire dalla quale la stessa avrà luogo e dovrà essere seguita, entro tre giorni, dall'invio all'Autorità di una copia della pagina contenente la dichiarazione rettificativa pubblicata.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 150.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

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 27, comma 13, del Codice del Consumo, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 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
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

PS3553 – VALPADANA COSTRUZIONI*Allegato al provvedimento n. 21543**Allegato al provvedimento n. 2146* **COMUNICAZIONI A TUTELA DEL CONSUMATORE****AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO****La società VALPADANA COSTRUZIONI S.r.l.**

ha diffuso sul suo sito Web nonché attraverso pagine pubblicitarie diffuse a mezzo stampa messaggi volti a promuovere l'acquisto di immobili ad uso abitativo asserendo di curare direttamente la progettazione, la costruzione e la vendita degli stessi,

condotta che è stata ritenuta dall'Autorità come una

PRATICA COMMERCIALE SCORRETTA

I messaggi diffusi lasciano intendere che

Valpadana Costruzioni S.r.l. gestisca in proprio tutte le fasi della filiera produttiva dell'edilizia abitativa, provvedendo direttamente all'acquisto delle aree edificabili, alla progettazione, alla costruzione e alla commercializzazione degli immobili.

In realtà alcune attività, in particolare quelle relative alla costruzione degli immobili, non vengono svolte direttamente da Valpadana Costruzioni S.r.l. ma vengono da questa affidate ad imprese e/o società terze.

L'Autorità ha disposto la pubblicazione della presente dichiarazione rettificativa.

(Provvedimento adottato nell'Adunanza dell'8 settembre 2010 art. 27, comma 8, del Codice del Consumo)

*Autorità garante
della concorrenza e del mercato*

Bollettino Settimanale
Anno XX- N. 35 - 2010

Coordinamento redazionale

Giulia Antenucci

Redazione

Elisabetta Allegra, Sandro Cini, Valerio Ruocco,
Simonetta Schettini
Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato
Direzione Statistica e Ispezioni Informatiche
Piazza Giuseppe Verdi, 6/a - 00198 Roma
Tel.: 06-858211 Fax: 06-85821256

Web: <http://www.agcm.it>

Realizzazione grafica

Area Strategic Design
