



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXIII - n. 7

Pubblicato sul sito *www.agcm.it*
25 febbraio 2013

SOMMARIO

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE	5
A418C - PROCEDURE SELETTIVE LEGA CALCIO 2010/11 E 2011/12	
<i>Provvedimento n. 24206</i>	5
I760 - ROCHE-NOVARTIS/FARMACI AVASTIN E LUCENTIS	
<i>Provvedimento n. 24207</i>	28
OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	40
C11869 - EI TOWERS/RAMO DI AZIENDA DI VIKING	
<i>Provvedimento n. 24212</i>	40
C11871 - H3G/RAMO DI AZIENDA DI GALLERIE COMMERCIALI ITALIA (VENARIA)	
<i>Provvedimento n. 24213</i>	44
C11873 - F2I FONDI ITALIANI PER LE INFRASTRUTTURE SGR/SOCIETA' AZIONARIA GESTIONE AEROPORTO TORINO	
<i>Provvedimento n. 24214</i>	47
C11886 - AMBROGEST-PERSONE FISICHE-AMBROSIANA ENERGIA/ASSOUTILITY	
<i>Provvedimento n. 24215</i>	52
C11887 - EUROSPIN PUGLIA/RAMO DI AZIENDA DI PERSONA FISICA	
<i>Provvedimento n. 24216</i>	56
INDAGINI CONOSCITIVE	58
IC29 - TRASPORTO PUBBLICO LOCALE	
<i>Provvedimento n. 24217</i>	58
IC42 - PROCEDURA DI RISARCIMENTO DIRETTO E ASSETTI CONCORRENZIALI DEL SETTORE RC AUTO	
<i>Provvedimento n. 24218</i>	60
ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA	61
AS1018 – COMUNE DI AREZZO – DISCIPLINA DELL'ATTIVITA' DI PHONE CENTER	61

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

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

Provvedimento n. 24206

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 6 febbraio 2013;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

VISTA la propria delibera del 22 luglio 2009, con la quale è stata avviata un'istruttoria ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, nei confronti della Lega Nazionale Professionisti, per

accertare l'eventuale esistenza di violazioni dell'articolo 82 del Trattato CE (ora articolo 102 TFUE) nell'attività di vendita dei diritti audiovisivi relativi alla Competizione di Serie A delle stagioni sportive 2010-2011 e 2011-2012;

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

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

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

VISTE le osservazioni pervenute dai terzi interessati;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

CONSIDERATO quanto segue:

I. IL PROCEDIMENTO ISTRUTTORIO

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

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

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

- il pacchetto offerto per la trasmissione in esclusiva delle dirette degli incontri su piattaforma satellitare ("*Platinum Live*"), poteva essere pienamente sfruttabile soltanto da operatori in possesso di un'ampia capacità satellitare, adeguata alla trasmissione in contemporanea di un elevato numero di partite;
- il valore commerciale del secondo pacchetto destinato alla piattaforma satellitare ("*Satellite hilites*") e relativo alla trasmissione dei soli *highlights* nella fascia oraria 17.30-22.30, sarebbe stato compromesso dalla diffusione quasi contemporanea delle stesse immagini in chiaro (da parte del titolare del pacchetto "*Platinum hilites*"), e dal fatto che gli stessi diritti erano assegnati anche all'aggiudicatario del pacchetto "*Platinum Live*", senza limiti di orario;
- per la piattaforma digitale terrestre (DTT), era stata elaborata un'offerta basata su due pacchetti ("*Gold live*" e "*Silver live*"), tra loro non equilibrati in termini di potenziale attrattività e dalle caratteristiche coerenti proprio con la capacità economica e trasmissiva dei due operatori nazionali DTT di *pay-tv*.

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

4. L'Autorità aveva inoltre precisato che i pacchetti non apparivano adeguati a garantire condizioni di assoluta equità, trasparenza e non discriminazione ai partecipanti alle procedure competitive e a consentire una partecipazione alle stesse da parte di una pluralità di operatori delle diverse piattaforme, come invece richiesto dal Decreto Legislativo n. 9/2008².
5. Successivamente, con delibera del 1° ottobre 2009, l'Autorità ha ampliato l'oggetto dell'istruttoria con riferimento ad un ulteriore invito ad offrire, pubblicato dalla Lega Calcio il 3 settembre 2009, riguardante i diritti audiovisivi per il Campionato di Calcio di Serie B, stagioni 2010/11 e 2011/12. In tale invito era prevista, per gli assegnatari dei pacchetti *Platinum Live*, *Gold Live* e *Silver Live* di Serie A, la possibilità di fruire di una riduzione del corrispettivo di assegnazione dei pacchetti citati in caso di acquisizione di pacchetti di serie B. Secondo l'Autorità, tale previsione era suscettibile di determinare un ingiustificato vantaggio a favore dei principali operatori di *pay-tv*, limitando la possibilità di crescita e di ingresso di altri operatori.
6. In data 17 novembre 2009 la Lega Calcio ha presentato all'Autorità alcuni impegni ai sensi dell'art. 14-ter della legge n. 287/90. Gli impegni presentati sono stati sottoposti al *market test*, al fine di consentire ai terzi interessati di esprimere le loro osservazioni. A seguito delle osservazioni formulate dai terzi sugli impegni, la Lega Calcio, in data 28 dicembre 2009, ha aggiunto un ulteriore impegno, che non è stato oggetto di una nuova pubblicazione, in quanto ritenuto accessorio a quelli presentati il 17 novembre 2009 e già sottoposti al *market test*.
7. L'Autorità, con provvedimento n. 20687 del 18 gennaio 2010, deliberava di rendere obbligatori gli impegni presentati dalla Lega Calcio e di chiudere il procedimento senza accertamento dell'infrazione. L'Autorità riteneva che gli impegni presentati fossero idonei a far venire meno i profili anticoncorrenziali oggetto dell'istruttoria, in quanto diretti a promuovere una più accesa competizione nella fase di acquisizione dei diritti e una maggiore concorrenza all'interno delle piattaforme, assicurando contestualmente l'osservanza delle indicazioni fornite a valle della prima applicazione del Decreto Legislativo n. 9/2008.
8. Con sentenze nn. 10571 e 10572 del 10 maggio 2010, il TAR del Lazio, accogliendo i ricorsi proposti rispettivamente da Adiconsum e dalla società Conto TV S.r.l., ha annullato il provvedimento dell'Autorità del 18 gennaio 2010, ritenendo fondate due censure: a) la violazione del contraddittorio procedimentale per la mancata pubblicazione dell'impegno aggiuntivo presentato il 28 dicembre 2009; b) l'eccesso di potere nella valutazione degli impegni come idonei a rimuovere i profili anticoncorrenziali individuati nella delibera di avvio dell'istruttoria. Il giudice ha quindi disposto che l'Autorità riprendesse il procedimento, "*nel pieno esercizio del potere ad essa attribuito dalla legge, dal momento in cui lo stesso è stato illegittimamente interrotto*".
9. Il Consiglio di Stato, con sentenza n. 3230 del 30 maggio 2011 ha confermato la pronuncia del TAR del Lazio n. 10571/2010 e annullato il provvedimento impugnato. In virtù della rilevanza del vizio procedimentale, il giudice ha ritenuto assorbita ogni ulteriore valutazione in ordine alla effettiva idoneità degli impegni a rimuovere i profili anticoncorrenziali inizialmente riscontrati dall'Autorità. Con sentenza n. 52380 del 5 agosto 2010 il Consiglio di Stato ha invece annullato la

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

sentenza del TAR Lazio n. 10572/2010, per avvenuta rinuncia da parte di Conto TV S.r.l. al ricorso di primo grado e agli effetti favorevoli della sentenza.

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

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

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

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

II. LE PARTI

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

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

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

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

18. Sky Italia S.r.l. (di seguito, "SKY") è l'operatore televisivo satellitare nato nel luglio 2003 dalla fusione delle piattaforme Stream e Tele+. SKY è soggetta all'attività di direzione e coordinamento esercitata da The News Corporation Ltd., società a capo del gruppo Newscorp,

³ Doc. 1.13.

attivo nel settore dei media su scala mondiale. Le attività di Newscorp includono la produzione e la distribuzione di film e di programmi televisivi, la trasmissione di programmi televisivi via satellite e via cavo, la pubblicazione di giornali, riviste e libri, la produzione e la distribuzione di prodotti e servizi promozionali e pubblicitari, lo sviluppo di mezzi di trasmissione digitale e la creazione e la distribuzione di programmazioni online.

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

III. LE RISULTANZE ISTRUTTORIE

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

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

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

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

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

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

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

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

2. Il mercato rilevante e i mercati collegati

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

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

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

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

30. Con specifico riferimento ai diritti audiovisivi relativi a contenuti calcistici, secondo la prassi comunitaria, i diritti di trasmissione degli eventi calcistici disputati regolarmente da squadre nazionali ogni anno per tutto l'anno, quali gli eventi dei Campionati di Serie A e B e di Coppa Italia, nonché della UEFA *Champions League* e della UEFA *Europa League*, costituiscono un mercato distinto⁴. Tali diritti si differenziano dai diritti di trasmissione degli eventi calcistici che non si svolgono regolarmente (come i Mondiali di Calcio), in considerazione della diversa

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

periodicità e durata che caratterizza le due tipologie di competizioni calcistiche, tale da limitare la sostituibilità tra le stesse nella composizione delle offerte televisive.

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

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

2.2. I mercati collegati

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

Il mercato della pay-tv

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

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

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

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

ii) le modalità di finanziamento e quindi le funzioni obiettivo degli operatori. La principale fonte di ricavi degli operatori attivi nella *pay-tv* è rappresentata dagli abbonamenti e dalla vendita di programmi in *pay-per-view*; gli operatori attivi nel mercato della televisione in chiaro si finanziano

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

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

invece con la pubblicità (e/o con contributi statali)⁷. Mentre la concorrenza tra emittenti televisive a pagamento è sostanzialmente incentrata sull'acquisizione di utenti a pagamento, la concorrenza tra emittenti in chiaro è rivolta all'acquisizione di telespettatori e inserzionisti pubblicitari. Pertanto, mentre il livello di *audience* diventa fondamentale nel determinare il risultato economico di un'emittente gratuita, è il numero di utenti a pagamento che costituisce l'elemento determinante dei ricavi di un operatore di *pay-tv*.

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

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

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

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

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

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

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

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

della pressione concorrenziale che gli operatori attivi su una piattaforma sono in grado di esercitare sugli operatori attivi su piattaforme diverse¹¹.

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

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

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

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

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

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

Il mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo televisivo

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

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

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

46. Il principale operatore del mercato è RTI (Mediaset) che ha realizzato, nel 2011, il 57% del fatturato complessivo del mercato pubblicitario televisivo. Il secondo principale operatore è RAI

¹¹ Cfr. le decisioni della Commissione Europea sopra citate.

con una quota del 22% circa, in leggero calo rispetto all'anno precedente. Si rileva, infine, la presenza di SKY quale terzo operatore, il quale ha realizzato, nel 2010, una quota del 6%.

Tabella 2 - Quote di mercato nella raccolta pubblicitaria televisiva

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

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

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

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

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

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

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

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

50. Con riguardo alla piattaforma digitale terrestre (DTT), la Lega Calcio aveva suddiviso l'offerta dei diritti relativi alla Serie A in due pacchetti autonomi contenenti le dirette degli incontri: il *Gold Live*, relativo alle partite di 12 squadre, e il *Silver Live*, avente ad oggetto le partite delle restanti 8

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

squadre. Il prezzo minimo di ciascun pacchetto per entrambe le stagioni era pari, rispettivamente, a 435 milioni e a 145 milioni di euro.

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

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

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

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

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

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

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

Fonte: Centro Studi Lega Serie A

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

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

¹⁵ [Omissis].

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

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

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

Fonte: Centro Studi Lega Serie A

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

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

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

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

- in data 18 settembre 2009 la società Dahlia ha acquisito il pacchetto *Gold Live* di Serie B, contenente i diritti esclusivi di trasmissione in diretta sulla piattaforma digitale terrestre di tutti gli eventi della competizione¹⁸;

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

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

- il 16 aprile 2010 SKY ha acquisito i primi due pacchetti *Platinum Live* di Serie B, contenenti i diritti esclusivi di trasmissione in diretta sulla piattaforma satellitare di tutti gli eventi della competizione;

- il 31 marzo e il 6 settembre 2011 RTI ha acquistato il pacchetto *Gold Live* di Serie B, di seconda commercializzazione.

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

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

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

Fonte: Centro Studi Lega Serie A

5. Il confronto europeo

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

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

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

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

	Serie A (ITA)	Premier League (ING)	Bundesliga (GER)	Ligue 1 (FRA)
Durata Contratto	2 anni (2010/2012)	3 anni (2010/2013)	4 anni (2009/2013)	4 anni (2008/2012)
Partite trasmesse sul territorio nazionale	380/380	138/380	306/306	380/380
Modalità commercializzazione diritti	Centralizzata	Centralizzata	Centralizzata	Centralizzata
Configurazione pacchetti	Per piattaforma	Per prodotto	Per piattaforma	Per prodotto
Numero pacchetti con partite in diretta	3 (esclusivi) 1(non esclusivo)	6 (esclusivi)	7 + 2 composti di due partite ciascuno (tutti esclusivi)	8 (esclusivi)
Numero pacchetti totali per il territorio domestico (di cui esclusivi)	9 (5)	11 (9)	20 (17)	12 (12)
Piattaforme calcio in diretta (* di cui ritrasmissione)	SAT, DTT, Mobile, IPTV(*), Internet(*)	SAT, CAB(*), DTT, IPTV(*), Mobile(*), Internet(*)	SAT, CAB(*), DTT (quattro gare), IPTV, Internet, Mobile	SAT, Internet(*), IPTV, Mobile
Operatori con calcio in diretta (esclusa ritrasmissione)	3 (Sky, Mediaset, Vodafone)	2 (BSkyB, ESPN)	2 (Sky, Deutsche Telekom) + 4 gare su ARD	2 (Canal Plus, Orange)
Embargo calcio in chiaro	18.00	22.30	18.30 (+ 4 gare trasmesse in diretta in chiaro)	Assenza di calcio in chiaro

Fonte: Centro Studi Lega Serie A

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

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

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

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

Fonte: Centro Studi Lega Serie A

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

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

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

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

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

7. Gli impegni presentati dalla Lega Calcio

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

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

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

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

IV. VALUTAZIONI

1. La posizione dominante della Lega Calcio

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

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

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

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

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

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

diverse procedure competitive in relazione alle diverse piattaforme avrebbe comunque garantito l'assegnazione dei diritti a più operatori.

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

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

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

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

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

79. L'esame del contesto europeo di riferimento consente poi di affermare che nei Paesi europei in cui si effettua la vendita centralizzata dei diritti, quali l'Inghilterra, la Germania e la Francia, pur in presenza di un maggior numero di pacchetti offerti al mercato, quelli contenenti le partite in diretta sono stati assegnati ad un numero di operatori complessivamente inferiore rispetto ai tre operatori assegnatari in Italia (cfr. Tabelle 6 e 7). Inoltre, nel nostro Paese, i contratti di licenza proposti al mercato hanno avuto una durata più breve (pari a due anni) rispetto ai menzionati Paesi europei. Si è visto, infine, che la detenzione dei diritti in capo ad operatori attivi su diverse piattaforme *pay* ha innescato dinamiche competitive che hanno portato, negli ultimi anni, a una riduzione dei prezzi e a un miglioramento complessivo dell'offerta.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

87. L'AGCom concorda, inoltre, con la valutazione dell'Autorità in merito alla posizione dominante della Lega Calcio nel mercato rilevante individuato. Secondo l'AGCom tale

valutazione è “ *condivisibile, anche in ragione della speciale attrattiva del Campionato di calcio di Serie A e B, e della circostanza che le competizioni calcistiche internazionali su base regolare (Champions League e Europa League) presentano caratteristiche di maggiore aleatorietà per le squadre nazionali e quindi, di norma, di minor appeal per l’insieme dei telespettatori italiani*²¹”.

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

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

DELIBERA

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

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

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 135, comma 1, lettera *b*), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'articolo 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 8, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

I760 - ROCHE-NOVARTIS/FARMACI AVASTIN E LUCENTIS*Provvedimento n. 24207*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 6 febbraio 2013;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'articolo 101 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea (TFUE);

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

VISTA la segnalazione della Associazione Italiana Unità Dedicate Autonome Private di Day Surgery, pervenuta in data 13 novembre 2012;

VISTA la segnalazione della Società Oftalmologica Italiana, pervenuta in data 18 gennaio 2013, e successivamente integrata in data 25 gennaio 2013;

VISTE le informazioni acquisite dalla Direzione Istruttoria dell'Autorità nel corso di attività preistruttorie;

CONSIDERATO quanto segue:

I. PREMESSA

1. In data 13 novembre 2012 è pervenuta all'Autorità una segnalazione da parte della Associazione Italiana Unità Dedicate Autonome Private di Day Surgery (di seguito anche Aiudapds) relativa a una presunta intesa anticoncorrenziale esistente tra società dei gruppi Roche e Novartis. A tale segnalazione è seguita un'ulteriore segnalazione da parte della Società Oftalmologica Italiana (di seguito anche SOI), depositata il 18 gennaio 2013 e integrata il successivo 25 gennaio, dai contenuti sostanzialmente simili alla precedente. Secondo tali segnalazioni, tra i gruppi Roche e Novartis sussisterebbe un'intesa volta a impedire in Italia l'utilizzazione per la cura di alcune patologie della vista di un farmaco, denominato Avastin e commercializzato da Roche, a vantaggio di un altro farmaco, denominato Lucentis e commercializzato da Novartis, in tutto equivalente al primo, ma il cui prezzo risulta essere sensibilmente superiore. Da ciò sarebbe derivato un grave danno per il Sistema Sanitario Nazionale (di seguito anche SSN), stimato nell'ordine di centinaia di milioni di euro.

2. Con riferimento alla fattispecie denunciata, sia Aiudapds che SOI hanno sollevato in particolare la questione della peculiarità del comportamento mantenuto da Roche, la quale, nonostante la mole di studi clinici esistenti a livello internazionale che avvalorano l'efficacia terapeutica del proprio farmaco Avastin in ambito oftalmico, non ha dato corso alle attività di rilevanza sostanzialmente amministrativa per ottenere la relativa registrazione e procedere così allo sfruttamento commerciale del prodotto anche per la cura di patologie della vista molto diffuse. A detta dei segnalanti, le imprese coinvolte nell'intesa avrebbero inoltre indotto una serie di agenzie di

farmacovigilanza a impedire, o quantomeno limitare, il mantenimento dell'impiego c.d. *off-label* dell'Avastin in ambito oftalmico.

II. LE PARTI

3. F.Hoffmann-La Roche Ltd. (di seguito anche Roche) è la società a capo dell'omonimo gruppo svizzero operante a livello mondiale nella produzione e commercializzazione di prodotti farmaceutici e diagnostici. Il controllo del gruppo è riconducibile ad alcuni componenti della famiglia Roche-Oeri attraverso la società Roche Holding AG, di cui detengono un complessivo 50,01%, mentre il restante capitale sociale è ripartito tra la società Novartis Ltd. – facente parte del gruppo Novartis – con una partecipazione di minoranza qualificata pari al 33% circa, e altri azionisti minori. Nel 2011 il fatturato mondiale del gruppo Roche è stato di circa 35,4 miliardi di euro.

1. Roche S.p.A. (di seguito anche Roche Italia) è la società filiale italiana del gruppo Roche. Nel 2011 il fatturato di Roche Italia è stato di circa 1 miliardo di euro.

2. Genentech Inc. (di seguito anche Genentech) è una società statunitense attiva nello sviluppo e produzione di farmaci biotecnologici; la società è interamente controllata da Roche.

3. Novartis AG (di seguito anche Novartis) è la società a capo dell'omonimo gruppo svizzero operante a livello mondiale nella produzione e commercializzazione di prodotti farmaceutici; la società è una *public company* quotata presso le borse di Zurigo e New York. Nel 2011 il fatturato mondiale del gruppo Novartis è stato di circa 47 miliardi di euro.

4. Novartis Farma S.p.A. (di seguito anche Novartis Farma) è la società filiale italiana del gruppo Novartis. Nel 2011 il fatturato di Novartis Farma è stato di circa 1,9 miliardi di euro.

5. L'Associazione Italiana Unità Dedicate Autonome Private di Day Surgery è un'associazione di circa quaranta strutture sanitarie private operanti sul territorio nazionale, alcune delle quali specializzate in oftalmologia.

6. La Società Oftalmologica Italiana è un'associazione scientifica con oltre 5.000 soci, rappresentanti oltre il 60% degli oculisti operanti sul territorio nazionale. La SOI costituisce la più grande associazione oftalmologica a livello europeo.

III. IL QUADRO NORMATIVO

7. Nei diversi ordinamenti l'autorizzazione all'immissione in commercio di un farmaco (di seguito anche AIC) viene rilasciata da parte di apposite autorità regolatorie al termine di un lungo *iter* scientifico-amministrativo composto di varie fasi di studio e sperimentazione. Tali agenzie, in particolare, approvano indicazioni terapeutiche e posologia dei farmaci, riportate in un apposito riassunto delle caratteristiche del prodotto (di seguito anche RCP) che rappresenta l'atto d'indirizzo fondamentale nella corretta applicazione di un determinato farmaco da parte di medici e strutture sanitarie (c.d. "uso secondo etichetta", ovvero "*on-label*").

8. Le principali autorità regolatorie operanti in ambito farmaceutico a livello mondiale sono, rispettivamente, la U.S. Food and Drug Administration (di seguito anche FDA) per gli Stati Uniti e la European Medicines Agency (di seguito anche EMA) per l'Unione Europea. Da quest'ultima dipende in particolare la c.d. procedura centralizzata per l'ottenimento dell'AIC di un farmaco, consistente in una valutazione scientifica della documentazione presentata dall'impresa richiedente, effettuata da un apposito comitato (Committee for Human Medicinal Products, di seguito anche CHMP) e trasmessa alla Commissione Europea che adotta una decisione avente carattere vincolante per gli enti nazionali competenti, i quali rilasciano AIC valide per i singoli Stati membri.

9. Nel caso dell'Italia, l'ente competente al rilascio dell'AIC è l'Agenzia Italiana del Farmaco (di seguito anche AIFA), alla quale spettano anche le più generali attività c.d. di farmacovigilanza, consistenti nel monitoraggio dell'eventuale emergenza di effetti indesiderati derivanti dall'uso dei farmaci e non riscontrati in fase sperimentale, cui possono conseguire una pluralità di provvedimenti, dalla modifica del RCP del farmaco in questione fino al suo ritiro dal mercato.

10. Tanto premesso per quanto riguarda l'AIC e il conseguente utilizzo *on-label* di un farmaco, va considerato che un medico o una struttura sanitaria, quando lo ritengano utile per la salute dei propri pazienti, possono tuttavia decidere d'impiegare un farmaco al di fuori di quanto indicato nel RCP. Ciò che viene comunemente definito "uso fuori etichetta", ovvero "*off-label*". Tale uso dipende dalla circostanza che spesso i farmaci sono composti da molecole già note e utilizzate da tempo, per le quali evidenze scientifiche suggerirebbero un uso razionale anche in situazioni cliniche non previste dal RCP. Rispetto all'uso *off-label* in Italia vige una particolare disciplina, anche sotto il profilo della copertura dei costi da parte del SSN.

11. In particolare, il decreto legge 21 ottobre 1996, n. 536, convertito con legge 23 dicembre 1996, n. 648, all'art. 1, comma 4, ha stabilito che "*qualora non esista valida alternativa terapeutica, sono erogabili a totale carico del Servizio sanitario nazionale, a partire dal 1 gennaio 1997, i medicinali innovativi la cui commercializzazione è autorizzata in altri Stati ma non sul territorio nazionale, i medicinali non ancora autorizzati ma sottoposti a sperimentazione clinica e i medicinali da impiegare per un'indicazione terapeutica diversa da quella autorizzata*". Tali farmaci vengono a questo fine "*inseriti in apposito elenco predisposto e periodicamente aggiornato*" da parte dell'AIFA (di seguito anche Lista 648). Deriva da tale normativa che, a fare data dal 1996, il SSN può erogare a proprie spese farmaci utilizzati *off-label*, purché inseriti nella Lista 648 a seguito di una specifica decisione dell'AIFA.

12. Successivi interventi normativi hanno provveduto a una più rigorosa delimitazione dell'uso *off-label* dei farmaci in Italia. L'art. 3 del decreto-legge 17 febbraio 1997, n. 23, convertito con modificazioni dalla legge 8 aprile 1998, n. 94 (c.d. legge Di Bella), ha disposto che l'attività curativa del medico viene reputata pienamente legittima soltanto quando il farmaco sia stato preventivamente autorizzato dall'autorità regolatoria (ovvero l'AIFA) per le medesime modalità di somministrazione, dosaggi o indicazioni terapeutiche per le quali è effettivamente prescritto al paziente, e delinea chiaramente gli ambiti entro cui può legittimamente collocarsi la prescrizione *off-label* dei farmaci¹. Dal canto suo, l'art. 1, comma 796, lettera z), della legge 27 dicembre 2006,

¹ "1. (...) il medico, nel prescrivere una specialità medicinale o altro medicinale prodotto industrialmente, si attiene alle indicazioni terapeutiche, alle vie e alle modalità di somministrazione previste dall'autorizzazione all'immissione in

n. 296 (c.d. legge finanziaria 2007) ha stabilito che l'uso di terapie farmacologiche con modalità o indicazioni diverse da quelle autorizzate a carico del SSN è consentito solo nell'ambito di sperimentazioni cliniche, vietandolo invece nelle strutture sanitarie pubbliche quando assuma carattere diffuso e sistematico e si configuri come alternativa terapeutica per pazienti affetti da patologie per le quali risultino autorizzati farmaci *ad hoc* ai sensi del rispettivo RCP².

13. Infine, l'art. 2, comma 348 della legge 24 dicembre 2007, n. 244 (c.d. legge finanziaria 2008) ha introdotto un'ulteriore limitazione per il medico curante, il quale per il trattamento di una determinata patologia non può in nessun caso prescrivere un farmaco di cui non sia autorizzato il commercio se questo non è collocato nella seconda fase della sperimentazione accreditata, ovvero non siano disponibili dati favorevoli di sperimentazione che dimostrino che il farmaco sia senza dubbio plausibile, sicuro ed efficace³. In questo senso, la prescrizione *off-label* viene a porre anche un problema di ordine etico, poiché condiziona fortemente il comportamento che il medico assume nei confronti della terapia cui sottopone il proprio paziente, del quale si assume comunque la completa responsabilità.

IV. I FATTI

14. Il 26 febbraio 2004 la FDA ha rilasciato a Genentech, una società controllata da Roche, l'AIC per gli Stati Uniti di un innovativo farmaco anti-angiogenico, l'Avastin⁴, basato sul principio attivo bevacizumab sviluppato dalla stessa Genentech, che ne detiene il brevetto. Il 12 gennaio 2005, al termine di una procedura centralizzata, Roche ha ottenuto l'AIC dell'Avastin per l'Unione Europea da parte dell'EMA e della Commissione Europea⁵; in data 19 ottobre 2005 l'AIFA ha

commercio rilasciata dal Ministero della sanità. 2. In singoli casi il medico può, sotto la sua diretta responsabilità e previa informazione del paziente e acquisizione del consenso dello stesso, impiegare un medicinale prodotto industrialmente per un'indicazione o una via di somministrazione o una modalità di somministrazione o di utilizzazione diversa da quella autorizzata, ovvero riconosciuta agli effetti dell'applicazione dell'articolo 1, comma 4, del decreto-legge 21 ottobre 1996, n. 536, convertito, con modificazioni, dalla legge 23 dicembre 1996, n. 648, qualora il medico stesso ritenga, in base a dati documentabili, che il paziente non possa essere utilmente trattato con medicinali per i quali sia già approvata quella indicazione terapeutica o quella via o modalità di somministrazione e purché tale impiego sia noto e conforme a lavori apparsi su pubblicazioni scientifiche accreditate in campo internazionale".

² "La disposizione di cui all'articolo 3, comma 2, del decreto-legge 17 febbraio 1998, n. 23, convertito, con modificazioni, dalla legge 8 aprile 1998, n. 94, non è applicabile al ricorso a terapie farmacologiche a carico del Servizio sanitario nazionale, che, nell'ambito dei presidi ospedalieri o di altre strutture e interventi sanitari, assuma carattere diffuso e sistematico e si configuri, al di fuori delle condizioni di autorizzazione all'immissione in commercio, quale alternativa terapeutica rivolta a pazienti portatori di patologie per le quali risultino autorizzati farmaci recanti specifica indicazione al trattamento. Il ricorso a tali terapie è consentito solo nell'ambito delle sperimentazioni cliniche dei medicinali di cui al decreto legislativo 24 giugno 2003, n. 211, e successive modificazioni".

³ "In nessun caso il medico curante può prescrivere, per il trattamento di una determinata patologia, un medicinale di cui non è autorizzato il commercio quando sul proposto impiego del medicinale non siano disponibili almeno dati favorevoli di sperimentazioni cliniche di fase seconda. Parimenti, è fatto divieto al medico curante di impiegare, ai sensi dell'articolo 3, comma 2, del decreto-legge 17 febbraio 1998, n. 23, convertito, con modificazioni, dalla legge 8 aprile 1998, n. 94, un medicinale industriale per un'indicazione terapeutica diversa da quella autorizzata ovvero riconosciuta agli effetti dell'applicazione dell'articolo 1, comma 4, del decreto-legge 21 ottobre 1996, n. 536, convertito dalla legge 23 dicembre 1996, n. 648, qualora per tale indicazione non siano disponibili almeno dati favorevoli di sperimentazione clinica di fase seconda".

⁴ V. la *FDA Labeling and Regulatory History* del farmaco:

<http://www.accessdata.fda.gov/scripts/cder/drugsatfda/index.cfm?fuseaction=Search.DrugDetails>. Cfr. anche la scheda riportata in <http://www.cancer.gov/cancertopics/druginfo/fda-bevacizumab>.

⁵ V. il sommario dello *European Public Assessment Report* (c.d. EPAR) reso disponibile dall'EMA nel suo sito:

http://www.ema.europa.eu/ema/index.jsp?curl=pages/medicines/human/medicines/000582/human_med_000663.jsp&mid=WC0b01ac058001d124.

quindi concesso l'AIC per l'Avastin relativamente al mercato italiano. Tutte le AIC appena citate sono state concesse per l'impiego di Avastin nelle terapie riservate ad alcune forme tumorali gravi e in stato avanzato, in particolare quelle metastatiche del colon-retto, ricorrenti più di frequente in soggetti anziani.

15. Il principio attivo alla base dell'Avastin è un anticorpo monoclonale – estratto da una cavia animale e adattato in modo da evitare reazioni di rigetto del sistema immunitario umano – che blocca la crescita di nuovi vasi sanguigni legando la sua azione al fattore vascolare di crescita endoteliale (*Vascular Endothelial Growth Factor*, di seguito anche VEGF), un segnale chimico stimolante l'angiogenesi in una varietà di malattie, in particolare tumorali.

16. Sulla base delle informazioni fornite dai segnalanti, sin dai primi impieghi di Avastin per la cura dei tumori metastatici al colon-retto è stato riscontrato in ambito clinico un significativo effetto collaterale positivo in pazienti altresì affetti da degenerazione maculare senile (di seguito anche dms), una malattia dell'occhio molto ricorrente in soggetti anziani e caratterizzata da una proliferazione di vasi sanguigni nella retina che porta alla perdita parziale o totale della vista; più in generale, la dms è riconducibile alla categoria delle maculopatie essudative, a sua volta affine al glaucoma neovascolare⁶. Con riferimento a tali effetti positivi sono state condotte numerose sperimentazioni e ricerche nell'ambito della comunità medico-scientifica internazionale, dalle quali è emersa una chiara efficacia terapeutica dell'Avastin per applicazioni oftalmiche⁷.

17. Nonostante tali risultati di ricerca, non risulta che Roche abbia mai avviato le procedure dinanzi alle diverse autorità regolatorie competenti per ottenere il riconoscimento nel relativo RCP dell'impiego di Avastin anche per la cura di patologie della vista, e poter così procedere al suo sfruttamento commerciale in tale settore. Per altro verso, la società ha invece perseguito attivamente un'estensione di usi del proprio farmaco sia sotto il profilo terapeutico che dei soggetti destinatari. Secondo quanto risulta da documentazione dell'EMA, infatti, l'impiego dell'Avastin è stato progressivamente ampliato al trattamento di diversi tipi di tumori metastatici; Roche, inoltre, sta procedendo a due sperimentazioni per usi pediatrici del farmaco⁸.

18. Nell'impossibilità di un impiego *on-label* dell'Avastin in ambito oftalmico si è diffuso nella comunità medica internazionale un uso *off-label* del farmaco, operato mediante il frazionamento galenico del contenuto delle fiale destinate alla cura delle patologie per cui è stata rilasciata a suo tempo l'AIC – con l'ottenimento di circa 40 dosi da ogni flacone – e la successiva iniezione intraoculare di tali partizioni. In Italia la copertura delle spese a carico del SSN dell'Avastin per impieghi *off-label* nella cura delle maculopatie essudative e del glaucoma neovascolare è stata prevista sin dal 2007, quando il farmaco è stato inserito nella Lista 648⁹. Sempre per quanto

⁶ Secondo quanto riportato nella segnalazione della SOI la dms è una patologia gravemente invalidante che colpisce una persona su tre avente età superiore ai 75 anni e, nei paesi industrializzati, rappresenta la principale causa di cecità negli individui al di sopra dei 65 anni; nella sola Italia circa un milione di persone risultano colpite da tale malattia.

⁷ Al proposito, la SOI parla testualmente di una "enorme mole di lavori pubblicati sull'utile impiego di Avastin nelle più svariate condizioni cliniche oculari".

⁸ Cfr. in particolare la *Assessment History* del farmaco disponibile nel sito internet dell'EMA (http://www.ema.europa.eu/ema/index.jsp?curl=pages/medicines/human/medicines/000582/human_med_000663.jsp&mid=WC0b01ac058001d124).

⁹ Cfr. determinazione AIFA del 23 maggio 2007, pubblicata in G.U. n. 122 del 28 maggio 2007.

riguarda l'Italia, il prezzo di un singolo flacone corrisponde attualmente a 504 euro: di conseguenza, il costo di ogni dose destinata a uso oftalmico corrisponde a meno di 15 euro.

19. Mentre le applicazioni *off-label* di Avastin s'imponevano a livello mondiale come il nuovo *standard* terapeutico della dms, il 30 giugno 2006 la FDA concedeva l'AIC a Genentech per gli Stati Uniti relativamente a un altro farmaco, denominato Lucentis¹⁰, brevettato sempre da Genentech e sviluppato dalla stessa società insieme a Novartis. In questo caso, l'AIC concessa dalla FDA presentava indicazioni terapeutiche, riportate nel relativo RCP, specificamente incentrate sulla cura della dms. Il Lucentis, da somministrarsi anch'esso con iniezione intraoculare, si basa su un principio attivo denominato ranibizumab, operante con modalità anti-angiogeniche in tutto simili a quelle del bevacizumab che è alla base di Avastin.

20. Novartis, sulla base di un accordo di sviluppo e commercializzazione esclusiva del Lucentis stipulato con Genentech/Roche che le riconosce, dietro pagamento di un importo fisso e di *royalties*, i diritti commerciali esclusivi sul farmaco al di fuori degli Stati Uniti¹¹, richiedeva all'EMA l'AIC del Lucentis per l'Unione Europea¹² con la specifica indicazione terapeutica della cura della dms riportata in RCP. Tale AIC veniva rilasciato dall'EMA e dalla Commissione Europea il 22 gennaio 2007. Successivamente Novartis chiedeva all'AIFA l'AIC per l'Italia, sempre con indicazioni terapeutiche relative alla cura della dms, autorizzazione che veniva concessa in data 31 maggio 2007 e contestualmente il farmaco veniva inserito nella classe farmacologica C/OSP1, non rimborsabile da parte del SSN¹³.

21. Il 4 dicembre 2008, sulla base di specifica domanda di Novartis per ottenere la classificazione del Lucentis ai fini della rimborsabilità da parte del SSN, AIFA ha inserito il farmaco nella classe farmacologia H/OSP1, soggetta a copertura economica da parte del SSN¹⁴ e ha fissato, ad esito di una negoziazione avvenuta con la società, un "*prezzo ex factory (iva esclusa)*" pari a 1.100 euro, e un "*prezzo al pubblico (iva inclusa)*" pari a 1.815,45 euro per singola iniezione intravitale. Solo da ultimo, a seguito di un recente intervento dell'AIFA, tale prezzo è stato abbassato a 810,62 euro¹⁵.

22. Tenuto conto dell'AIC rilasciato a Lucentis per la cura delle patologie oftalmiche fino a quel momento trattate *off-label* con l'Avastin e dell'inserimento del primo farmaco tra quelli coperti da

¹⁰ V. la comunicazione della FDA rilasciata in pari data:

<http://www.fda.gov/NewsEvents/Newsroom/PressAnnouncements/2006/ucm108685.htm>.

¹¹ Secondo quanto da ultimo riportato da Novartis in un suo documento ufficiale, "*Novartis has two agreements with Genentech, Inc. USA, a subsidiary of Roche Holding AG (...) Novartis has licensed the exclusive rights to develop and market Lucentis outside the United States for indications related to diseases of the eye. As part of this agreement, Novartis paid Genentech/Roche an initial milestone and shared the cost for the subsequent development by making additional milestone payments upon the achievement of certain clinical development points and product approval. Novartis also pays royalties on the net sales of Lucentis products outside the United States. Lucentis sales of USD 2.4 billion (2011: USD 2.0 billion) have been recognized by Novartis*" (cfr. *Novartis Annual Report 2012*, p. 239: <http://www.novartis.com/investors/financial-results/annual-results-2012.shtml>). In proposito cfr. anche il documento *Roche Business Report 2011*, p. 41 (http://www.roche.com/investors/annual_reports/annual_reports_2011.htm).

¹² V. il sommario dell'EPAR reso disponibile dall'EMA nel suo sito:

http://www.ema.europa.eu/ema/index.jsp?curl=pages/medicines/human/medicines/000715/human_med_000890.jsp&mid=WC0b01ac058001d124.

¹³ V. determinazione AIFA del 31 maggio 2007, pubblicata in G.U. n. 130 del 7 giugno 2007.

¹⁴ V. determinazione AIFA del 4 dicembre 2008, , pubblicata in G.U. n. 295 del 18 dicembre 2008.

¹⁵ V. determinazione AIFA del 21 dicembre 2012, pubblicata in G.U. n. 17 del 21 gennaio 2013.

parte del SSN, l'AIFA è intervenuta ai sensi della disciplina di cui al D.L. n. 536/96 (che, come già visto, esclude la copertura da parte del SSN dei costi di un farmaco impiegato *off-label* in presenza di una “*valida alternativa terapeutica*”) per circoscrivere le applicazioni dell'Avastin in ambito oftalmico a carico del SSN¹⁶. La presenza dell'Avastin nella Lista 648, in particolare, veniva mantenuta soltanto per il trattamento delle maculopatie essudative diverse dalla dms, del glaucoma neovascolare e della dms già in trattamento con bevacizumab. Quest'ultima indicazione terapeutica, tuttavia, è stata eliminata dall'AIFA nel 2010 a seguito di un contenzioso radicato dal produttore di un altro farmaco, denominato Macugen¹⁷. Anche tale farmaco presenta nel RCP apposita indicazione terapeutica per la cura della dms e viene commercializzato con livelli di prezzo simili a quelli del Lucentis, ma risulta essere impiegato in misura residuale da parte dei professionisti oftalmici¹⁸.

23. A fronte della sensibile differenza nei costi delle cure oftalmiche realizzate con iniezioni intravitreali di Avastin e Lucentis¹⁹, a livello internazionale sono stati progressivamente avviati studi e ricerche volte a verificare la similarità terapeutica dei due farmaci in vista di un mantenimento dell'uso *off-label* dell'Avastin nei diversi sistemi sanitari. La verifica comparata dell'efficacia terapeutica di Avastin e Lucentis, in particolare, è stata oggetto di studi finanziati da enti pubblici, dai quali è emersa una sostanziale sostituibilità terapeutica dei due farmaci²⁰. A seguito della pubblicazione di tali studi su primarie riviste medico-scientifiche internazionali, l'impiego *off-label* dell'Avastin per la cura delle maculopatie essudative (in particolare della dms) e del glaucoma neovascolare è pertanto proseguito in tutto il mondo, Italia compresa, dove la stessa SOI ha preso a più riprese una posizione ufficiale al riguardo esprimendosi a sostegno della piena sostituibilità dei due farmaci²¹.

24. Il 30 agosto 2012 il CMPH dell'EMA è intervenuto a modificare il RCP dell'Avastin, inserendo al paragrafo 4.4 del RCP la specificazione secondo cui tale farmaco non è formulato per uso intravitale²². Successivamente a tale intervento, il 3 ottobre 2012 l'AIFA ha adottato una comunicazione, seguita da un'apposita determinazione con la quale ha definitivamente escluso dalla Lista 648 l'Avastin²³. Nella sua comunicazione, in particolare, l'AIFA cita testualmente l'intervento adottato in sede EMA, secondo cui “*Avastin non è formulato per l'uso intravitale*” e “*una riduzione della concentrazione di VEGF in circolo è stata dimostrata in seguito a terapia*”.

¹⁶ V. determinazione AIFA del 4 marzo 2009, pubblicata in G.U. n. 62 del 16 marzo 2009.

¹⁷ Cfr. determinazione AIFA del 28 ottobre 2010, pubblicata in G.U. n. 269 del 17 novembre 2010, dove si fa riferimento alla sentenza del TAR Lazio n. 13777/2010.

¹⁸ Aiudaps, nella sua segnalazione, rileva espressamente come tale farmaco sia “considerato dai medici oculisti generalmente meno efficace”.

¹⁹ Secondo quanto calcolato da SOI, alla luce dei più aggiornati prezzi delle confezioni dei due farmaci disponibili sul mercato italiano, 1 ml di Lucentis costa oltre 3.200 euro, mentre 1 ml di Avastin costa circa 135 euro.

²⁰ In particolare lo statunitense National Eye Institute, facente parte dei *National Institutes of Health*, ha lanciato un ampio studio comparativo (c.d. studio CATT) di Avastin e Lucentis, i cui risultati hanno confermato sia nel 2011 che nel 2012 l'equivalenza dei due farmaci per la cura della dms; analoghi risultati sono stati ottenuti anche da un altro studio comparativo, commissionato da due strutture del sistema sanitario inglese, il *National Institute for Health Research e il Health Technology Assessment Programme*, pubblicato nel 2012 (c.d. studio IVAN).

²¹ Cfr. Notiziario SOI, n. 4/2012, per i vari documenti in esso riportati.

²² Cfr. decisione dell'EMA/H/C/000582-II/0044 del 30 agosto 2012.

²³ Cfr. determinazione AIFA del 18 ottobre 2012, n. 10, pubblicata in G.U. n. 252 del 27 ottobre 2012.

*intravitreale anti-VEGF. Sono state segnalate gravi reazioni avverse di tipo sistemico quali emorragie non oculari ed eventi tromboembolici arteriosi in seguito ad iniezione intravitreale di inibitori di VEGF, e vi è un rischio teorico che può riguardare l'inibizione di VEGF*²⁴.

25. Con riferimento alla modifica del RCP da parte dell'EMA, nella propria segnalazione la SOI ha considerato come questa sarebbe stata determinata dalla segnalazione da parte di Roche di complicanze derivanti dall'uso intravitreale dell'Avastin, complicanze che non riguarderebbero direttamente l'Avastin ma sarebbero relative all'uso dell'iniezione intravitreale, comune anche al Lucentis e al Macugen, ciò che renderebbe equivoco il senso e l'utilità della segnalazione in termini di farmacovigilanza. Risulta inoltre agli atti, sulla base della segnalazione di Aiudapds, che Roche abbia preso contatto con le principali agenzie di farmacovigilanza a livello internazionale per ottenere la discussione e l'aggiornamento delle informazioni registrative dell'Avastin relativamente ai suoi impieghi in ambito oftalmico.

26. A valle degli interventi delle agenzie di farmacovigilanza citate, se prima della determinazione AIFA del 3 ottobre 2012 il SSN poteva ancora coprire le spese dell'utilizzo *off-label* dell'Avastin per la cura delle maculopatie essudative diverse dalla dms e del glaucoma neovascolare, a seguito di tale intervento gli unici farmaci erogabili con spese a carico del SSN per la cura di tutte le maculopatie essudative e del glaucoma neovascolare risultano essere il Lucentis e il Macugen. Stante l'elevata differenza di prezzo dei farmaci citati – ovvero principalmente Lucentis e Avastin, come visto considerati tra loro sostanzialmente equivalenti da parte di una serie di studi comparativi, quali il CATT e l'IVAN, pubblicati sulle principali riviste internazionali di settore – il SSN si è trovato quindi a dover fronteggiare un aggravio di spese sanitarie significativo: al proposito, la SOI ha stimato nella sua segnalazione un maggior costo annuo atteso nella misura di oltre 400 milioni di euro.

27. Mentre la disciplina applicativa del farmaco Avastin risultava progressivamente circoscritta a seguito delle precitate determinazioni adottate dall'AIFA, alcune amministrazioni regionali, poste di fronte al montante aggravio economico del passaggio obbligato in ambito oftalmico dalle applicazioni *off-label* dell'Avastin a quelle *on-label* del Lucentis, provvedevano con proprie delibere a garantire una temporanea erogabilità del primo farmaco all'interno delle strutture sanitarie regionali. Avverso tali delibere, adottate in particolare dalle giunte regionali di Emilia-Romagna (n. 1628/2009) e Veneto (n. 2352/2011), la società Novartis Farma ricorreva dinanzi ai competenti tribunali amministrativi regionali al fine di ottenerne l'annullamento. Con specifico riferimento al caso dell'Emilia-Romagna, prima del deposito del ricorso da parte di Novartis Farma risultano agli atti una serie di comunicazioni inviate all'amministrazione regionale sia da Novartis Farma per sostenere l'uso *on-label* del proprio farmaco Lucentis, che da Roche Italia per contrastare l'uso *off-label* del proprio farmaco Avastin. Roche Italia, in particolare, con una nota del 9 dicembre 2009 ha sconsigliato l'uso dell'Avastin in ambito oftalmico, facendo tra l'altro presente che il gruppo Roche “*non ha mai studiato né tantomeno richiesto l'autorizzazione*” in tal senso.

28. A fronte del ricorso presentato da Novartis Farma avverso la Regione Emilia-Romagna e nei confronti di Roche Italia, non risulta che quest'ultima si sia mai costituita in giudizio. Da ultimo, si

²⁴ Cfr. comunicazione AIFA del 3 ottobre 2012 (<http://www.agenziafarmaco.gov.it/it/content/uso-intravitreale-label-della-specialita%C3%A0-medicinale-avastin%C2%AE-bevacizumab-modifiche-del-riass>).

segnala come il TAR Emilia-Romagna abbia rimesso alla Corte Costituzionale una questione di legittimità costituzionale circa l'attuale impossibilità per le amministrazioni regionali – su cui ricadono concretamente, in quanto a carico del Servizio sanitario regionale, i costi dei farmaci dispensati dal SSN – di avere quantomeno un potere d'iniziativa e partecipazione alla procedura di AIC di farmaci allo stato impiegati *off-label*. Con l'occasione, il giudice amministrativo ha rilevato come il riconoscimento di un simile potere “*porrebbe rimedio a situazioni nelle quali, come è avvenuto nel caso in questione, a causa di un'inesistente concorrenza tra impresa produttrice del farmaco off-label e quella produttrice del farmaco on-label, l'obbligo per il Servizio sanitario regionale di prescrivere il farmaco on-label costringerebbe l'amministrazione regionale, e, dunque, la collettività, a sopportare un costo economico oggettivamente eccessivo, se non addirittura esorbitante, derivante dall'alto prezzo del secondo farmaco*” (ord. no. 378 del 30 maggio 2012).

29. Dal canto suo, il TAR Veneto ha da ultimo adottato un decreto con cui, nel respingere un'istanza di revoca del decreto relativo alla sospensione dell'utilizzo *off-label* dell'Avastin nelle strutture sanitarie regionali, ha nondimeno sancito la possibilità, a giudizio dei medici curanti, di proseguire l'impiego del farmaco per la cura di pazienti già in trattamento, alla luce del principio di continuità terapeutica (decreto n. 638 del 18 ottobre 2012).

IV. VALUTAZIONI

A) Il mercato rilevante

30. Al fine dell'individuazione del mercato rilevante, occorre ricordare come in caso di intese valutabili ai sensi della normativa antitrust la definizione di questo sia essenzialmente volta a individuare le caratteristiche del contesto economico e giuridico nel quale si colloca l'accordo o la pratica concordata intercorrente tra le imprese: tale definizione, dunque, risulta funzionale alla delimitazione dell'ambito nel quale l'intesa può restringere o falsare il meccanismo concorrenziale, nonché alla decifrazione del grado di offensività dell'intesa stessa²⁵.

31. Tenuto conto di ciò, il mercato rilevante nel caso di specie appare *prima facie* definibile come quello delle cure destinate alle patologie della vista corrispondenti alle maculopatie essudative (tra cui la dms) e al glaucoma neovascolare. Sotto il profilo merceologico, in tale mercato risultano allo stato disponibili i soli farmaci Avastin (impiegato *off-label*), Lucentis e Macugen (impiegati *on-label*). Secondo quanto già anticipato, peraltro, il Macugen trova un impiego residuale, con la conseguenza che ad Avastin e Lucentis corrisponde la sostanziale interezza del mercato rilevante. Rispetto a tali ultimi due farmaci, si ricorda che i rispettivi principi attivi (bevacizumab e ranibizumab) e le relative modalità operative anti-angiogeniche siano sostanzialmente corrispondenti: al proposito, in un proprio documento ufficiale, la SOI è arrivata addirittura a parlare del Lucentis come di un “*farmaco clone*”²⁶.

²⁵ In proposito, ex multis, v. Corte di Giustizia, sent. 10 marzo 1992, causa T-68/92, *Siv c. Commissione*; Consiglio di Stato, VI, sent. n. 189/2001; TAR Lazio, sent. n. 1790/2003, *Pellegrini c. Consip*.

²⁶ Cfr. SOI, Terapia intravitreale per il trattamento della Degenerazione Maculare Senile Neovascolare, prot. 149/S/2012/I, 12 ottobre 2012, in Notiziario SOI, n. 4/2012, p. 12.

B) Le condotte

32. Il complesso degli elementi riportati nelle precedenti sezioni porta a ipotizzare l'esistenza di un'intesa orizzontale tra le società Roche e Novartis, anche per il tramite di Genentech e delle proprie filiali italiane Roche Italia e Novartis Farma, volta a limitare il confronto concorrenziale tra le stesse imprese nel mercato rilevante delle cure destinate alle patologie della vista corrispondenti alle maculopatie essudative e al glaucoma neovascolare. L'intesa, in particolare, appare animata dalla volontà di mantenere disponibile sul mercato il solo farmaco (Lucentis) avente il prezzo più alto, evitando in ogni modo che le applicazioni dell'Avastin ne possano pregiudicare le *performance* commerciali in un contesto di ripartizione delle relative aree di specializzazione merceologica. I maggiori costi derivanti dall'uso esclusivo del Lucentis commercializzato da Novartis che l'intesa avrebbe comportato per il SSN sono stati stimati dai segnalanti nell'ordine di diverse centinaia di milioni di euro.

33. Le condotte delle imprese appaiono funzionali alla massimizzazione dei profitti congiunti. Tenuto conto dell'accordo di distribuzione del Lucentis intercorrente tra Genetech/Roche e Novartis – accordo che le stesse società, come già visto, ricollegano a un più ampio rapporto di collaborazione e sviluppo instaurato in relazione a tale farmaco – Novartis ha agito al fine di ottenere il massimo vantaggio dalla vendita del Lucentis senza temere la concorrenza di un farmaco, l'Avastin, notoriamente riconosciuto come valida alternativa terapeutica avente un prezzo sensibilmente inferiore. Roche, impresa che pure dovrebbe avere interesse a una commercializzazione dell'Avastin per usi oftalmici, trova invece maggior convenienza al mantenimento dei profitti derivanti dalle *royalties* – versate da Novartis a Genentech sulla base del precitato accordo di distribuzione – di un farmaco, quale il Lucentis, di cui Roche difende le quote di mercato proprio evitando la registrazione *on-label* dell'Avastin per uso oftalmico.

34. L'inerzia dimostrata da Roche nei confronti di una possibile estensione degli usi dell'Avastin in campo oftalmico appare altrimenti inspiegabile secondo una normale logica imprenditoriale, tipicamente improntata alla massimizzazione del profitto attraverso la vendita di propri prodotti, e ciò tanto più a fronte dell'impressionante mole di studi e ricerche indipendenti che hanno accertato la piena validità terapeutica del farmaco per la cura delle maculopatie essudative e del glaucoma neovascolare²⁷. La condotta di Roche appare ancor più peculiare quando si consideri che la stessa impresa, per lo stesso farmaco, ha invece dimostrato notevole attivismo nel chiedere e ottenere l'estensione ad altri usi sia sotto il profilo terapeutico che dei soggetti destinatari. Nella medesima logica d'inerzia strategica da parte di Roche appare inquadrabile anche la mancata costituzione in giudizio dell'impresa nei procedimenti intentati da Novartis nei confronti delle amministrazioni locali che hanno cercato di mantenere disponibile l'erogazione dell'Avastin a carico del SSN.

35. Nel contesto dell'intesa con Novartis rileva altresì la condotta di Roche volta a indurre le competenti agenzie di farmacovigilanza a impedire le applicazioni *off-label* dell'Avastin in ambito oftalmico. Al riguardo, risulta agli atti che il gruppo Roche avrebbe contattato varie agenzie di farmacovigilanza per provocare la discussione e l'aggiornamento delle relative informazioni

²⁷ L'apparente incomprensibilità del comportamento di Roche è stata tra l'altro di recente segnalata anche in prestigiose pubblicazioni mediche internazionali: v. in particolare Fiona Godlee, *Avastin versus Lucentis*, in *British Medical Journal*, maggio 2012 (<http://www.bmj.com/content/344/bmj.e3162>); Robert Campbell et al., *Implications of "not me" drugs for health systems: lessons from age related macular degeneration*, in *British Medical Journal*, maggio 2012 (<http://www.bmj.com/content/344/bmj.e2941>).

registrative del proprio farmaco. In base a quanto indicato dai segnalanti, le complicanze riportate da Roche alle agenzie di farmacovigilanza – alla base dell'intervento di EMA che ha comportato una modifica del RCP dell'Avastin e della successiva esclusione, per mezzo di una determinazione dell'AIFA, della copertura economica da parte del SSN dell'impiego *off-label* del farmaco in ambito oftalmico – potrebbero non essere direttamente riconducibili al farmaco, bensì all'uso dell'iniezione intravitreale, comune anche al Lucentis e al Macugen

36. Non è da escludersi, infine, che le condotte delle diverse imprese possano essere state condizionate anche dai forti legami di tipo societario e operativo intercorrenti tra i gruppi Roche e Novartis, a fronte (1) della partecipazione azionaria di Novartis in Roche superiore al 30%, e (2) delle attività di ricerca e sviluppo realizzate da Novartis insieme a Genentech, controllata di Roche.

C) L'applicabilità del diritto comunitario

37. La sussistenza del pregiudizio al commercio fra Stati membri dipende da un complesso di fattori che possono non essere decisivi se considerati singolarmente e che, tra l'altro, includono: la natura dei prodotti o servizi e la posizione delle imprese interessate. Inoltre, secondo il costante orientamento della giurisprudenza comunitaria un'intesa è suscettibile di pregiudicare gli scambi intracomunitari quando, sulla base di una serie di elementi oggettivi di diritto e di fatto, la stessa possa esercitare un'influenza diretta o indiretta, attuale o potenziale, sulle correnti di scambio tra Stati membri, in una misura che potrebbe nuocere alla realizzazione degli obiettivi di un mercato unico²⁸.

38. A fronte di tali principi, si rileva che le condotte oggetto del presente provvedimento investono l'intero territorio italiano, ricordando in proposito come la Commissione abbia specificamente indicato che *“gli accordi che si estendono a tutto il territorio di uno Stato membro hanno, per loro natura, l'effetto di consolidare la compartimentazione dei mercati a livello nazionale, ostacolando così l'integrazione economica voluta dal Trattato”*²⁹.

RITENUTO, pertanto, che le condotte sopra descritte, poste in essere da Novartis AG, F.Hoffmann-La Roche Ltd., Genentech Inc., Novartis Farma S.p.A. e Roche S.p.A. sono suscettibili di configurare un'intesa restrittiva della concorrenza nel mercato delle cure destinate alle patologie della vista corrispondenti alle maculopatie essudative – tra cui la degenerazione maculare senile – e al glaucoma neovascolare, in violazione dell'articolo 101 del TFUE;

DELIBERA

a) l'avvio dell'istruttoria, ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, nei confronti delle società Novartis AG, F.Hoffmann-La Roche Ltd., Genentech Inc., Novartis Farma S.p.A. e Roche S.p.A. per accertare l'esistenza di violazioni dell'articolo 101 del TFUE;

²⁸ Cfr. la Comunicazione della Commissione europea sulla nozione del pregiudizio al commercio fra Stati membri di cui agli articoli 81 e 82 Trattato CE (Commissione 2004/C 101/07, in GUCE C 101/81 del 27 aprile 2004); Cfr. sentenza della Corte di giustizia delle Comunità europee dell'11 luglio 2005, C-42/84, Remia BV e al. c. Commissione.

²⁹ Cfr. punto 78 della Comunicazione della Commissione sulla nozione di pregiudizio, cit.. V. anche sentenza della Corte CE del 19 febbraio 2002, C-309/99, *Wouters*.

b) la fissazione del termine di giorni sessanta, decorrente dalla notificazione del presente provvedimento, per l'esercizio da parte dei rappresentanti legali della Parte, o di persone da essa delegate, del diritto di essere sentiti, precisando che la richiesta di audizione dovrà pervenire alla Direzione Agroalimentare, Trasporti e Farmaceutico della Direzione Generale per la Concorrenza di questa Autorità almeno quindici giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;

c) che il responsabile del procedimento è il dottor Luca Arnaudo;

d) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione Agroalimentare, Trasporti e Farmaceutico della Direzione Generale per la Concorrenza di questa Autorità dai legali rappresentanti della Parte o da persone da essa delegate;

e) che il procedimento deve concludersi entro il 20 dicembre 2013.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

C11869 - EI TOWERS/RAMO DI AZIENDA DI VIKING

Provvedimento n. 24212

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 6 febbraio 2013;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'atto della società EI Towers S.p.A., pervenuto in data 17 dicembre 2012;

VISTA la richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, inviata in data 9 gennaio 2013 ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249;

VISTO il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, pervenuto in data 30 gennaio 2013 ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

EI Towers S.p.A. (di seguito, EIT) è una società quotata alla Borsa italiana e controllata indirettamente da Mediaset S.p.A. EIT detiene e gestisce l'infrastruttura necessaria per la diffusione dei segnali televisivi del Gruppo di appartenenza, oltre ad offrire servizi di ospitalità principalmente per altri operatori televisivi, radiofonici e di telecomunicazioni (c.d. "tower business"). Inoltre, EIT, anche attraverso la società controllata Towertel S.p.A., opera nel settore della costruzione, installazione, gestione e manutenzione delle torri tecnologiche destinate alla realizzazione di impianti di radiodiffusione sonora e televisiva, di telecomunicazione e telefonia.

Il fatturato consolidato nel 2011 di EIT, interamente realizzato in Italia, ammonta a circa 229 milioni di euro. Il fatturato consolidato realizzato nel 2011 dal Gruppo Mediaset ammonta a circa 4,2 miliardi di euro a livello mondiale, di cui [4-5]¹ miliardi di euro realizzati a livello europeo e [3-4] miliardi di euro a livello italiano.

Oggetto di acquisizione è il ramo di azienda della società Viking S.r.l. (di seguito, Viking) costituito da due postazioni di trasmissione site, rispettivamente, nel comune di Reggello (FI) – località La Stanza – e nel comune di Grosseto – località Poggino di Roselle. Nel ramo d'azienda sono inclusi tutti i relativi contratti attivi e passivi, ivi comprese le licenze, le autorizzazioni e le concessioni funzionali all'esercizio dell'attività propria del ramo d'azienda.

Il fatturato nel 2011 dal ramo d'azienda, interamente realizzato in Italia, è [inferiore a 1 milione di euro].

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 ha per oggetto l'acquisizione del controllo esclusivo del ramo d'azienda di Viking da parte di EIT. L'operazione è finalizzata alla sostituzione di due postazioni non più utilizzabili² attualmente nella disponibilità di EIT, tramite la propria controllata Towertel, con quelle oggetto di acquisizione, situate nelle vicinanze.

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 stessa legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 474 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata interessa i seguenti mercati rilevanti³, di dimensione geografica nazionale:

- i) il mercato delle infrastrutture per la radiodiffusione televisiva;
- ii) il mercato delle infrastrutture per la radiodiffusione sonora;
- iii) il mercato delle infrastrutture per le telecomunicazioni mobili.

L'acquisizione comporta la sostituzione di due postazioni da parte di EIT, che verranno dismesse, con altrettante infrastrutture site nella stessa area geografica e dotate della medesime caratteristiche tecniche, ossia capacità di copertura della popolazione e spazio per l'ospitalità disponibile. Le due postazioni acquisite attualmente sono dedicate all'ospitalità di impianti di trasmissione di segnale per la radiodiffusione sonora e di telecomunicazioni mobili.

Nel mercato delle infrastrutture per la radiodiffusione televisiva, EIT rappresenta il principale operatore con una quota di mercato in valore superiore al 50%⁴. Gli effetti complessivi dell'operazione in esame possono essere considerati trascurabili, posto che si tratta di sole due postazioni, che peraltro verranno utilizzate per sostituire due altre infrastrutture in corso di dismissione, e che su tutto il territorio nazionale EIT detiene un portafoglio superiore a 1.500 infrastrutture per il *broadcasting* televisivo.

Inoltre, i siti utilizzati per il *broadcasting* televisivo possono essere distinti in "strategici" o "secondari", in funzione della capacità di copertura della popolazione. Le infrastrutture oggetto della presente operazione rientrano in questa seconda categoria, avendo l'una capacità di copertura

² Infatti, secondo quanto affermato dalle parti, la postazione di Reggello (FI) è stata danneggiata da un incendio mentre quella di Roselle (GR) ha subito alcuni impedimenti di carattere amministrativo.

³ Cfr. provv. n. 23117 del 14 dicembre 2011, C11205 – *Elettronica Industriale/Digital Multimedia Technologies*, in Boll. n. 50/11.

⁴ Cfr. provv. n. 23117 del 14 dicembre 2011, cit..

della popolazione di circa 20.000 unità (Roselle) e rappresentando l'altra una postazione (Reggello).

Come comunicato dalle Parti, le infrastrutture acquisite ospiteranno sia gli operatori attualmente presenti, sia quelli precedentemente ubicati sulle postazioni dismesse, mantenendo comunque una capacità residuale di ospitalità. Peraltro, nelle stesse aree geografiche locali vi sono altre infrastrutture disponibili gestite da operatori concorrenti.

Rileva infine che EIT, operatore verticalmente integrato con il Gruppo Mediaset, nell'offrire servizi di ospitalità agli operatori di rete concorrenti è soggetta alle misure imposte con il provvedimento n. 23117 del 14 dicembre 2011, C11205 – *Elettronica Industriale/Digital Multimedia Technologies*, in base alle quali è tenuta a garantire l'accesso alle proprie infrastrutture (e ad offrire il servizio di gestione degli impianti trasmissivi) a tutti gli operatori televisivi nazionali su frequenze terrestri, in tecnica digitale, che ne facciano richiesta, a condizioni eque, trasparenti e non discriminatorie. Pertanto, le postazioni acquisite saranno soggette alle medesime misure.

Con riferimento ai mercati rilevanti delle infrastrutture per la radiodiffusione sonora e per le telecomunicazione mobili, EIT non fornisce servizi di ospitalità di entità significativa agli operatori radiofonici e agli operatori di telecomunicazioni mobili. Gli effetti dell'operazione – relativa all'acquisizione di due postazioni – appaiono trascurabili in considerazione dell'ampio numero di infrastrutture utilizzate rispettivamente per la radiodiffusione sonora (circa 5.800, secondo le stime fornite da EIT) e per le telecomunicazioni mobili (circa 48.000, secondo le stime fornite da EIT). A livello locale, inoltre, come detto, sono presenti altre infrastrutture gestite da operatori concorrenti.

Alla luce di quanto precede, dunque, la presente operazione non appare idonea a determinare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nei mercati rilevanti tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza.

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

Con atto pervenuto in data 30 gennaio 2013, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha espresso parere favorevole allo schema di provvedimento dell'Autorità, in cui si rileva che la concentrazione in esame non è suscettibile di determinare, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione di una posizione dominante sui mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza.

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, 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 e delle Infrastrutture e dei Trasporti.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

**C11871 - H3G/RAMO DI AZIENDA DI GALLERIE COMMERCIALI ITALIA
(VENARIA)**

Provvedimento n. 24213

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 6 febbraio 2013;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'atto della società H3G S.p.A. pervenuto in data 18 dicembre 2012;

VISTA la richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, inviata in data 9 gennaio 2013 ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249;

VISTO il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, pervenuto in data 30 gennaio 2013 ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

H3G S.p.A. (di seguito, H3G) è una società attiva nel settore delle telecomunicazioni in forza di una licenza individuale nazionale per i sistemi di comunicazioni mobili terrestri di terza generazione (UMTS) rilasciata dal Ministero delle Telecomunicazioni in data 10 gennaio 2001, nonché soggetto autorizzato alla fornitura di contenuti televisivi ed alla fornitura al pubblico di servizi ad accesso condizionato, in tecnologia DVB-H (*Digital Video Broadcasting Handheld*).

H3G è controllata da 3 Italia S.p.A., a sua volta controllata dalla società Hutchison 3G Italy Investments S.a.r.l., che ne detiene il 95,4% del capitale sociale. Hutchison 3G Italy Investments S.a.r.l. è a sua volta partecipata al 100% dalla società Hutchison Whampoa Europe Investments S.a.r.l., controllata indirettamente e totalitariamente dalla società Hutchison Whampoa Limited.

Nel 2011 il gruppo 3 Italia ha realizzato un fatturato di circa 2,1 miliardi di euro per vendite in Italia.

Oggetto dell'operazione è il ramo d'azienda della società Gallerie Commerciali Italia S.p.A. (di seguito, GCI), costituito da un esercizio commerciale sito nel Centro Commerciale di Venaria (TO), in Corso Toscana.

La società GCI ha per oggetto l'acquisto, la vendita, la permuta, la costruzione, la gestione e la locazione di beni immobili, di macchinari, di impianti, di attrezzature aziendali, nonché la progettazione, realizzazione e gestione di gallerie commerciali.

GCI è controllata da I.D.C. Int. Development Corp. N.V. e da Simon Properties Luxembourg S.A.R.L..

Il dato relativo al fatturato realizzato nel 2011 dal ramo d'azienda di GCI non è disponibile.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame ha per oggetto l'affitto da parte di H3G del ramo d'azienda di cui sopra per l'esercizio di commercio al dettaglio di telefonia mobile ed accessori esclusivamente ad insegna "3" (tre di H3G), costituito dal seguente complesso organizzato di beni e diritti: il diritto di detenzione e godimento della porzione immobiliare, il diritto di godimento dell'avviamento, il diritto di uso e godimento delle parti e dei servizi comuni e delle infrastrutture del Centro, il diritto di utilizzare i servizi erogati in base al Regolamento del Centro, il diritto di uso e godimento degli impianti, dei servizi, delle strutture e delle attrezzature, il diritto di uso dei posti macchina ubicati nel parcheggio.

La durata del contratto sarà di sette anni. L'operazione è volta ad ottenere la disponibilità di uno spazio commerciale al fine di ottimizzare la rete commerciale di H3G.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame, in quanto comporta l'acquisizione del controllo esclusivo di una parte 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 stessa legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 474 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata interessa il mercato della distribuzione al dettaglio di prodotti e servizi di telefonia mobile e relativi accessori.

Tale mercato è caratterizzato da una notevole capillarità dei punti vendita; la commercializzazione dei prodotti e servizi di telefonia mobile avviene tramite molteplici canali distributivi, costituiti in particolare dagli ipermercati e dai punti vendita specializzati nell'informatica e nel "*consumer electronics*", nonché dai punti vendita specializzati nelle telecomunicazioni. Accanto ai punti vendita di proprietà degli operatori mobili, vi sono i punti vendita in *franchising* che distribuiscono esclusivamente prodotti e servizi a marchio di uno specifico operatore nonché numerosi altri punti vendita indipendenti che distribuiscono i prodotti e servizi di più operatori. Dal punto di vista geografico il mercato rilevante appare coincidere col territorio nazionale data la presenza di molteplici operatori che agiscono in condizioni di concorrenza omogenee su tutto il territorio nazionale, e considerata l'uniformità dei prodotti distribuiti, anche in termini di prezzo, nell'ambito del territorio nazionale¹.

Ad oggi la rete distributiva di H3G risulta composta da circa 2000 punti vendita². All'esito della presente operazione, per quanto riguarda il mercato della distribuzione al dettaglio di prodotti e

¹ Cfr. provv. n. 19987, C10063 – *MONDO WIND / PHONE*, del 18 giugno 2009, in Boll. n. 24/09, e provv. n. 22591, C11076 – *TLC COMMERCIAL SERVICES/4G HOLDING*, del 13 luglio 2011, in Boll. n. 28/11.

² Il dato include sia i punti vendita esclusivi sia i punti vendita *multibrand*.

servizi di telefonia mobile e relativi accessori, la rete di vendita di H3G sarà quindi incrementata in misura marginale.

Il mercato in questione è caratterizzato dalla presenza di numerosi e qualificati operatori quali Telecom Italia, Vodafone e Wind, le cui reti di vendita risultano di dimensioni superiori a quelle di H3G³. Per tale ragione anche gli effetti verticali dell'operazione appaiono marginali.

Alla luce di quanto precede, dunque, la presente operazione non appare idonea a determinare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nel mercato rilevante tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza.

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

Con atto pervenuto in data 30 gennaio 2013, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha espresso parere favorevole allo schema di provvedimento dell'Autorità, in cui si rileva che la concentrazione in esame non è suscettibile di determinare, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione di una posizione dominante sul mercato interessato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza.

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, 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 e delle Infrastrutture e dei Trasporti.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

³ Cfr. provv. n. 22591, C11076 – *TLC COMMERCIAL SERVICES / 4G HOLDING*, del 13 luglio 2011, in Boll. n. 28/11.

C11873 - F2i FONDI ITALIANI PER LE INFRASTRUTTURE SGR/SOCIETÀ AZIONARIA GESTIONE AEROPORTO TORINO*Provvedimento n. 24214*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 6 febbraio 2013;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società F2i Fondi italiani per le infrastrutture SGR S.p.A., pervenuta in data 20 dicembre 2012 e integrata in date 2 e 3 gennaio 2013;

VISTA la propria richiesta di informazioni del 18 gennaio 2013, con conseguente interruzione dei termini ai sensi dell'articolo 5, comma 3, del D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTE le informazioni aggiuntive della società F2i Fondi italiani per le infrastrutture SGR S.p.A., pervenute in data 25 gennaio 2013;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

F2i Fondi italiani per le infrastrutture SGR S.p.A. (di seguito, F2i) è una società che gestisce un fondo comune d'investimento mobiliare di tipo chiuso, che detiene nel proprio portafoglio partecipazioni in società attive nei seguenti settori: infrastrutture di trasporto (porti, aeroporti, autostrade, interporti, ferrovie e terminal ferroviari); reti di trasporto e distribuzione di elettricità, gas e acqua, nonché depositi di stoccaggio; reti di telecomunicazione e media; impianti di produzione di energia elettrica da fonti rinnovabili e tradizionali; sanità, servizi pubblici locali e infrastrutture sociali. Tra le partecipazioni di controllo presenti nel portafoglio del fondo F2i rientra anche GESAC S.p.A., la società concessionaria della gestione dell'Aeroporto di Napoli. Da dicembre 2012 F2i detiene anche una partecipazione di circa il 44% nel capitale sociale di SEA S.p.A., la società che gestisce gli aeroporti di Milano Malpensa e Milano Linate.

Gli azionisti di F2i sono al tempo stesso proprietari di quote del Fondo F2i. Nessuno degli azionisti di F2i è in grado di esercitare il controllo sulla società, dato che maggioranze alternative (c.d. "*shifting majority*") sono possibili nel Consiglio di Amministrazione. Tra i principali azionisti rientrano Cassa depositi e prestiti, che esprime il presidente del Consiglio di Amministrazione, le principali Fondazioni bancarie italiane e alcune Casse di Previdenza.

F2i nel 2011 ha realizzato a livello nazionale un fatturato pari a [100-474] milioni di euro¹.

Società Azionaria Gestione Aeroporto Torino S.p.A. (di seguito, SAGAT) è la società concessionaria della gestione dell'Aeroporto di Torino. SAGAT, anche attraverso proprie controllate, è attiva nella progettazione, realizzazione, manutenzione e gestione delle infrastrutture aeroportuali, nelle attività di *handling* connesse alle operazioni di volo e nello sviluppo e controllo

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

dei servizi commerciali agli utenti aeroportuali. SAGAT detiene una partecipazione indiretta del 7,2% nel capitale sociale di SAB S.p.A., la società che gestisce l'aeroporto di Bologna, nonché una partecipazione indiretta del 33,4% nel capitale sociale di ADF S.p.A., la società che gestisce l'aeroporto di Firenze.

I principali azionisti di SAGAT sono FCT Holding S.r.l. (Comune di Torino) con il 38%; Sintonia S.p.A. (24,4%); Equiter S.p.A. (12,4%); Finpiemonte partecipazioni S.p.A. (la finanziaria della Regione Piemonte (8%)); Provincia di Torino (5%); Tecnoinvestimenti S.r.l. (4,7%); SAB Aeroporto di Bologna (4,1%).

SAGAT nel 2011 ha realizzato a livello nazionale un fatturato pari a [47-100] milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione da parte di F2i di una quota complessiva pari al 50,79% delle azioni di SAGAT, da realizzarsi mediante due distinte operazioni di compravendita delle partecipazioni: una con il Comune di Torino, che ha ceduto il 28%, e una con Sintonia S.p.A., che ha ceduto a F2i il 22,79% del capitale sociale². Ad esito dell'operazione F2i acquisirà il controllo esclusivo di SAGAT³.

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, così come modificato dall'art. 5-bis, comma 2, lettera c), del d.l. 24 gennaio 2012, n. 1, convertito in legge 24 marzo 2012, n. 27, in quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 474 milioni di euro ed il fatturato realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'impresa oggetto di acquisizione è stato superiore a 47 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

I mercati rilevanti

Mercati del prodotto

L'operazione interessa il settore della gestione aeroportuale.

Come più volte ribadito dall'Autorità e dalla Commissione Europea, nell'ambito della gestione aeroportuale sono individuabili tre ampie tipologie di servizi⁴:

² La residua partecipazione di Sintonia, pari a circa l'1,6% del capitale sociale, è stata acquistata da Tecnoinvestimenti S.p.A..

³ Dal patto parasociale stipulato tra F2i e alcuni azionisti di minoranza risulta anche che spetta a F2i esprimere 6 degli 11 amministratori del Consiglio di Amministrazione; l'amministratore delegato viene scelto tra i 6 membri di F2i.

⁴ Cfr. provv. n. 17061 del 3 luglio 2007, C8616 - *Leonardo/Aeroporti di Roma*, in Boll. n. 27/07 e provv. n. 12047 del 29 maggio 2003, A303 - *Aviapartner/società Aeroporto Guglielmo Marconi di Bologna*, in Boll. n. 22/03. Per i casi comunitari cfr. decisioni della Commissione del 25 marzo 1997, caso n. IV/M.786 - *Birmingham International Airport*

(a) i servizi relativi alle infrastrutture centralizzate, definite dall'articolo 9 del Decreto Legislativo n. 18/99 e gestite in via esclusiva dall'ente gestore dell'aeroporto, in quanto la loro complessità, il loro costo o impatto ambientale non appaiono consentirne la suddivisione o duplicazione⁵. Tali servizi, che sono strettamente necessari per lo svolgimento delle attività di decollo, atterraggio e volo, costituiscono un unico "pacchetto" di servizi, richiesti nella loro globalità dagli *handler* per la fornitura ai vettori dei servizi di assistenza a passeggeri e aeromobili, o dagli stessi vettori che ricorrono all'autoproduzione. L'utilizzo dell'infrastruttura aeroportuale è remunerato mediante corrispettivi che, ove ricorrano condizioni di insostituibilità dell'infrastruttura gestita in condizioni di monopolio, sono sottoposti a regolazione da parte dell'ENAC⁶.

(b) i servizi di assistenza a terra (*handling*), costituiti dal complesso di operazioni di assistenza necessarie e accessorie alla partenza, all'atterraggio e alla sosta dell'aeromobile e del suo carico. Ciascuno di essi richiede in genere un distinto *know how* e risponde a una specifica e distinta domanda da parte dei vettori aerei. Per gli aeroporti con un traffico pari o superiore a 2 milioni di passeggeri o a 50 mila tonnellate di merci ai prestatori di servizi è riconosciuto il libero accesso al mercato, sulla base dei requisiti previsti dalla normativa⁷;

(c) i servizi commerciali, che comprendono: la gestione di negozi di vendita di prodotti al pubblico, esercitata da soggetti terzi beneficiari di sub-concessione; la gestione di parcheggi, nonché la vendita di spazi pubblicitari.

Le tipologie di servizi sopra elencate potrebbero essere ulteriormente suddivise in più sottomercati. Per altro verso va considerato che i vettori, nella scelta degli scali su cui operare, prendono in considerazione l'offerta complessiva dei servizi di gestione aeroportuale.

Ai fini della presente operazione non appare, comunque, necessario procedere ad una più puntuale delimitazione dei mercati, poiché essa non porterebbe comunque ad una diversa valutazione degli effetti concorrenziali dell'operazione.

Mercati geografici

Per quanto riguarda i servizi relativi alle infrastrutture centralizzate ed i servizi di assistenza a terra (*handling*), la dimensione geografica dei mercati interessati coincide con quella dei singoli aeroporti su cui opera il gestore. Nel caso di specie SAGAT opera nell'aeroporto di Torino.

Infatti, i vettori che effettuano l'autoassistenza in un dato scalo necessitano nello scalo stesso, e non altrove, delle infrastrutture a supporto dell'attività di assistenza a terra. La medesima considerazione rileva anche per quanto riguarda gli *handler*, i quali inoltre sono vincolati dai contratti di assistenza stipulati con i vettori aerei, che individuano gli scali su cui i servizi di

(GUCE del 03/05/1997, C 137, p. 3), del 22 dicembre 1997, caso n. IV/M.1035 - *Hochtief/Aer Rianta/Dusseldorf Airport* (GUCE del 26/02/1998, C 61, p. 5) e del 21 maggio 1999, caso n. IV/M.1255 - *Flughafen Berlin* (GUCE del 02/07/1999, C 186, p. 8). In tali decisioni la Commissione ha considerato le tre tipologie di servizi quali mercati distinti, lasciando aperta la questione della ulteriore suddivisibilità di ciascuno di essi in diversi mercati distinti in funzione della natura dei servizi forniti.

⁵ In questo senso si è espressa anche la Commissione Europea. Cfr. Relazione della Commissione sull'applicazione della direttiva 96/67/CE del Consiglio del 15 ottobre 1996, COM(2006) 821 definitivo, Bruxelles 24.1.2007.

⁶ Di norma sono regolati i corrispettivi per l'accesso alle infrastrutture e agli spazi aeroportuali strumentali alla fornitura dei servizi di *handling*, che necessariamente devono essere erogati presso lo scalo aeroportuale; viceversa, i canoni per la locazione di spazi commerciali (esempio negozi e parcheggi), che possono indifferentemente essere localizzati all'interno del sedime aeroportuale ovvero in altri spazi urbani, non sono soggetti a regolazione.

⁷ Cfr. contenuti della Direttiva 96/67/CE, trasposta in diritto interno dal Decreto Legislativo 13 gennaio 1999, n. 18.

handling devono essere resi. Nell'aeroporto di Torino i servizi di *handling* sono prestati, oltre che da SAGAT, dalla società Aviapartner Handling S.p.A., appartenente all'omonimo gruppo attivo in 5 paesi europei.

Con riferimento ai servizi commerciali forniti all'interno dell'aeroporto, sebbene essi o alcuni di essi, in linea di principio, potrebbero risultare sostituibili con servizi analoghi prestati in aree limitrofe allo scalo aeroportuale, nel caso di specie non appare necessaria una più esatta delimitazione geografica del mercato, in considerazione del fatto che nel mercato geografico interessato l'acquirente opererà solo tramite la società acquisita. Anche con riferimento al mercato dei servizi commerciali si può quindi ritenere che l'estensione geografica coincida con l'aeroporto di Torino.

In relazione al complesso dei servizi di gestione aeroportuale, pur se allo stato non si riscontra una compiuta sostituibilità fra aeroporti, occorre considerare, con riferimento al trasporto passeggeri, che i diversi aeroporti di destinazione possono risultare più o meno sostituibili, in relazione sia alla tipologia di passeggeri (*business* o *leisure*)⁸ che di vettori (ad esempio i vettori *low cost* effettuano le proprie scelte di insediamento anche valutando l'offerta complessiva dei servizi aeroportuali prestati nei diversi scali). Nel caso del trasporto merci, in genere combinato al trasporto passeggeri, dal punto di vista dei vettori il grado di sostituibilità tra aeroporti diversi dipende anche dalla qualità dei servizi di logistica e intermodali.

Gli effetti dell'operazione

Con riferimento ai mercati dei servizi di gestione aeroportuale dell'aeroporto di Torino, si ritiene che l'operazione in esame non sia idonea a produrre effetti di rilievo, determinando la mera sostituzione di un operatore con un altro.

L'operazione non appare produrre effetti di rilievo anche laddove si considerasse il complesso dei servizi di gestione aeroportuale prestati nei vari aeroporti, in considerazione della notevole distanza tra l'unico aeroporto attualmente controllato dalla società acquirente (Napoli) e l'aeroporto gestito dalla società acquisita.

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 nei 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 e delle Infrastrutture e dei Trasporti.

⁸ Sulla base dei precedenti comunitari e nazionali i bacini di domanda ("*catchment area*") sono attualmente definiti assegnando come misura indicativa un raggio – a partire dal singolo aeroporto – di circa 100 Km. Tra i diversi precedenti comunitari e nazionali, cfr. Corte di Giustizia, T-342/07, sentenza del 6 luglio 2010, Ryanair Holdings v. Commission, par. 110 ss. Il miglioramento dei collegamenti terrestri potrà avere l'effetto di indurre ad un ampliamento del raggio in questione.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

C11886 - AMBROGEST-PERSONE FISICHE-AMBROSIANA ENERGIA/ASSOUTILITY
Provvedimento n. 24215

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 6 febbraio 2013;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione di Ambrogest S.p.A., e di tre persone fisiche, pervenuta in data 18 gennaio 2013;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Ambrogest S.p.A. (di seguito, Ambrogest) è una *holding* di partecipazioni e gestioni mobiliari, principalmente in società che svolgono attività di *advisory* e consulenza strategica in favore di imprese.

Ambrogest è partecipata da molteplici soci, nessuno dei quali ha, da solo o congiuntamente con altri, la possibilità di esercitare un potere di controllo sulla società.

Nel 2011 il fatturato di Ambrogest è stato pari a 1 milione di euro circa, interamente realizzato in Italia.

Ambrosiana Energia S.r.l. (di seguito, Ambrosiana Energia) è una società *holding* di partecipazioni e gestioni mobiliari, costituita in data 27 novembre 2012 e interamente posseduta da tre persone fisiche (di seguito, i Manager) che ricoprono, rispettivamente, le cariche di Presidente e Amministratore Delegato, Amministratore Delegato e *Chief Financial Officer* della società Assoutility S.r.l., con quote del 40%, 40% e 20%.

Assoutility S.r.l. (di seguito, Assoutility), è una società posseduta al 100% dal Consorzio Assoutility.

Assoutility opera, esclusivamente in Italia, nei settori della produzione e della vendita dell'energia elettrica, nonché nel settore della vendita del gas naturale. Per quanto concerne, in particolare, il settore della produzione di energia elettrica, Assoutility opera dal 2010 nelle macrozone Nord e Sud, essendo titolare, attraverso una partecipazione di controllo nella società Assoutility Green Power S.r.l., di tre impianti di produzione di energia elettrica da fonte rinnovabile.

Nel 2011 il fatturato realizzato in Italia da Assoutility è stato di circa 585 milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame è composta da due operazioni tra loro legate da un vincolo condizionale.

L'acquisizione da parte di Ambrogest di una partecipazione in Ambrosiana Energia è, infatti, condizionata all'acquisizione da parte di quest'ultima dell'intero capitale azionario di Assoutility.

A causa di tale legame le due operazioni costituiscono un'unica operazione di concentrazione.

L'operazione sarà realizzata mediante un aumento di capitale di Ambrosiana Energia che verrà in parte riservato ad Ambrogest. La sottoscrizione dell'aumento di capitale da parte di Ambrogest avverrà prima del perfezionarsi dell'operazione di acquisizione della partecipazione in Assoutility da parte di Ambrosiana Energia, e solo condizionatamente al non dissenso dell'Autorità in ordine a tale operazione.

A seguito dell'ingresso di Ambrogest nell'assetto proprietario di Ambrosiana Energia il capitale sociale di quest'ultima sarà detenuto per il 65% da Ambrogest e per il 35% dai Manager. Successivamente, Ambrosiana Energia acquisirà il 100% delle azioni di Assoutility.

Dopo l'operazione, in virtù dello Statuto di Ambrosiana Energia e di un patto parasociale tra i soci, i componenti del Consiglio di Amministrazione di Ambrosiana Energia saranno cinque, due nominati dai Manager e tre da Ambrogest. Ai sensi dello Statuto, inoltre, il Consiglio di Amministrazione delibererà con il voto favorevole di tutti i suoi componenti su una serie di materie, tra cui, a titolo esemplificativo, l'approvazione del *budget* e dei piani pluriennali, la determinazione degli indirizzi strategici della società, nonché l'assunzione, la nomina, la revoca e/o il licenziamento del direttore generale e dei dirigenti.

Ambrosiana Energia sarà, per tali ragioni, soggetta al controllo congiunto di Ambrogest e dei Manager.

L'operazione prevede, inoltre, un patto di non concorrenza a carico del venditore, della durata di tre anni, relativo a tutte le attività riconducibili all'impresa oggetto di acquisizione nell'ambito del territorio italiano.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo congiunto di un'impresa e, tramite di essa, del controllo esclusivo di un'altra 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, così come modificato dall'art. 5-*bis*, comma 2, lettera *c*), del decreto-legge 24 gennaio 2012, n. 1, convertito in legge 24 marzo 2012, n. 27, in quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 474 milioni di euro ed il fatturato realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'impresa oggetto di acquisizione è stato superiore a 47 milioni di euro.

Il patto di non concorrenza a carico del venditore non costituisce una restrizione accessoria all'operazione in esame per la durata eccedente quella strettamente funzionale alla salvaguardia del valore delle società acquistate, pari a tre anni in presenza, nel caso di specie, di trasferimento di know-how e di avviamento¹ e per gli ambiti geografici ulteriori rispetto a quelli nei quali è attiva la società oggetto del passaggio di controllo.

¹ Cfr. Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (2005/C 56/03), pubblicata nella Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea del 5 marzo 2005, §20.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

IV.1. I mercati rilevanti

L'operazione in esame riguarda i settori della produzione e della vendita di energia elettrica, nonché quello della vendita di gas naturale, nei quali è attiva Assoutility. All'interno di ciascun settore è possibile distinguere diversi mercati rilevanti. In particolare, seguendo le definizioni adottate da costante giurisprudenza comunitaria e nazionale², la società oggetto di acquisizione risulta attiva nei seguenti mercati:

- 1) mercato della produzione e vendita all'ingrosso di energia elettrica nella macrozona Nord e nella macrozona Sud, attraverso tre impianti di produzione da fonte rinnovabile dislocati nelle due macrozone e aventi una capacità complessiva installata pari a 2,77 MWp;
- 2) mercati nazionali della vendita di energia elettrica ai clienti non domestici allacciati in MT e AT e, in via marginale, una serie di mercati locali per la vendita di energia elettrica ai clienti non domestici allacciati in BT;
- 3) mercato nazionale della vendita di gas ai clienti finali di medio-grandi dimensioni, con consumi superiori a 200.000 mc di gas/anno.

Le parti acquirenti non sono presenti né direttamente né indirettamente in nessuno di tali mercati né, più in generale, svolgono alcuna attività nei settori dell'energia elettrica e del gas naturale.

IV.2. Gli effetti dell'operazione

Nessuna delle parti acquirenti è presente, direttamente o indirettamente in alcuno dei mercati in cui opera Assoutility. Pertanto, in ragione della totale assenza di sovrapposizioni orizzontali sui mercati interessati l'operazione dà esclusivamente luogo ad una sostituzione dell'operatore preesistente con un altro, e non muterà significativamente le condizioni di concorrenza nei suddetti mercati.

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;

RITENUTO, altresì, che il patto di non concorrenza 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 il tempo e la portata geografica ivi indicati;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

² Cfr. per l'energia elettrica: M3440 – *Eni – GDP – EDP*, §64; provv. n. 22683 del 4 agosto 2011, C11082 – *CVA - Compagnia Valdostana Delle Acque/DEVAL-Vallenergie*, in Boll. n. 31/11; provv. n. 21528 del 8 settembre 2010, A411 – *Sorgenia/A2A*, in Boll. n. 35/10, nonché le decisioni relative ai casi A411b, A411c, A411d; Provv. 23824 dell'8 agosto 2012, C11695 – *Cassa Depositi e Prestiti/SNAM*, in Boll. 32/12; provv. n. 22270 del 30 marzo 2011, C10985 – *HERA Comm Marche/Sadori Gas*, in Boll. n. 13/11; A411 – *Sorgenia/A2A*, cit., nonché le decisioni relative ai casi A411a, A411c, A411d; per il gas.

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 e delle Infrastrutture e dei Trasporti.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

C11887 - EUROSPIN PUGLIA/RAMO DI AZIENDA DI PERSONA FISICA*Provvedimento n. 24216*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 6 febbraio 2013;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Eurospin Puglia S.p.A., pervenuta in data 21 gennaio 2013;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

EUROSPIN PUGLIA S.p.A. (di seguito, EUROSPIN PUGLIA), con sede legale a San Pietro Vernotico (BR), è una società operante nella distribuzione moderna al dettaglio di prodotti alimentari ed altri prodotti di largo e generale consumo con la formula *discount*. EUROSPIN PUGLIA è controllata da EUROSPIN ITALIA S.p.A. (di seguito, EUROSPIN) che, nel 2011, ha realizzato a livello nazionale un fatturato di circa 3 miliardi di euro.

Oggetto di acquisizione è un ramo d'azienda appartenente ad una persona fisica, costituito da un punto vendita localizzato in Lecce, con superficie di vendita di 953 m², autorizzato all'esercizio di attività di vendita al dettaglio di beni di largo e generale consumo.

Il fatturato attribuibile a tale ramo d'azienda è pari a circa 82.000 euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione, da parte di EUROSPIN PUGLIA, del ramo d'azienda sopra descritto.

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.

Tale concentrazione non è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva previsto dall'articolo 16, comma 1, della legge n. 287/90 - così come modificato dall'art. 5-*bis*, comma 2, lettera *c*), del D.L. 24 gennaio 2012, n. 1, convertito in legge 24 marzo 2012, n. 27 - non essendo il fatturato totale realizzato a livello nazionale dall'impresa di cui è prevista l'acquisizione superiore a 47 milioni di euro.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione non è soggetta ad obbligo di comunicazione preventiva;

DELIBERA

che non vi è luogo a provvedere.

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 e delle Infrastrutture e dei Trasporti.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

INDAGINI CONOSCITIVE

IC29 - TRASPORTO PUBBLICO LOCALE

Provvedimento n. 24217

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 6 febbraio 2013;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTO l'articolo 12, comma 2, della legge 10 ottobre 1990, n. 287, ai sensi del quale l'Autorità può procedere a indagini conoscitive di natura generale nei settori economici nei quali l'evoluzione degli scambi, il comportamento dei prezzi od altre circostanze facciano presumere che la concorrenza sia impedita, ristretta o falsata;

VISTO il D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217 e, in particolare, l'articolo 17, relativo alle indagini conoscitive di natura generale;

VISTO il proprio provvedimento n. 14414 del 15 giugno 2005 con il quale è stato deliberato di procedere ad un'indagine conoscitiva di carattere generale riguardante le caratteristiche del settore dei servizi di trasporto pubblico locale;

CONSIDERATO che l'indagine conoscitiva era finalizzata ad approfondire le dinamiche che interessavano il settore, e in particolare le modalità di espletamento delle procedure concorsuali previste, a partire dal 1° gennaio 2006, ai sensi del quadro normativo in materia di trasporto pubblico locale allora vigente;

CONSIDERATO, altresì, che le dinamiche del settore hanno costituito oggetto di analisi nell'ambito del procedimento istruttorio I657 - *SERVIZI AGGIUNTIVI DI TRASPORTO PUBBLICO NEL COMUNE DI ROMA*, a chiusura del quale, con provvedimento n. 17550 del 30 ottobre 2007¹, l'Autorità ha accertato l'esistenza di più intese restrittive della concorrenza finalizzate a concertare la partecipazione alle gare per l'affidamento dei servizi di TPL sul territorio nazionale;

CONSIDERATO che il quadro normativo, anche in considerazione dell'adozione del Regolamento CE n. 1370/2007, è stato progressivamente interessato da numerosi e rilevanti interventi del legislatore nazionale, che hanno da ultimo inciso sulle modalità applicabili nell'affidamento dei servizi da parte degli enti locali;

RITENUTO, pertanto, che le informazioni già acquisite nell'ambito del citato procedimento istruttorio I657 e le intervenute modifiche della normativa comunitaria e nazionale che hanno interessato la disciplina e l'organizzazione del settore del trasporto pubblico locale consentono di ritenere superate le specifiche finalità dell'indagine conoscitiva avviata con provvedimento n. 14414 del 15 giugno 2005;

¹ in Boll. n. 41/2007.

Tutto ciò premesso e considerato;

DELIBERA

di procedere alla chiusura dell'indagine riguardante le caratteristiche del settore dei servizi di trasporto pubblico locale.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

**IC42 - PROCEDURA DI RISARCIMENTO DIRETTO E ASSETTI CONCORRENZIALI
DEL SETTORE RC AUTO***Provvedimento n. 24218*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 6 febbraio 2013;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO, in particolare, l'articolo 12, comma 2, della legge citata, ai sensi del quale l'Autorità può procedere a indagini conoscitive di natura generale nei settori economici nei quali l'evoluzione degli scambi, il comportamento dei prezzi od altre circostanze facciano presumere che la concorrenza sia impedita, ristretta o falsata;

VISTO il D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217 e, in particolare, l'articolo 17, relativo alle indagini conoscitive di natura generale;

VISTO il proprio provvedimento del 6 maggio 2010, con il quale l'Autorità ha deciso di procedere, ai sensi dell'articolo 12, comma 2, della legge n. 287/90, a un'indagine conoscitiva riguardante la procedura di risarcimento diretto e gli assetti concorrenziali del settore della responsabilità civile per autoveicoli terrestri (R.C. Auto);

VISTO l'allegato al presente provvedimento, contenente le conclusioni dell'indagine riguardante la procedura di risarcimento diretto e gli assetti concorrenziali del settore della responsabilità civile per autoveicoli terrestri (R.C. Auto);

DELIBERA

di procedere alla chiusura dell'indagine conoscitiva.

Il presente provvedimento verrà pubblicato sul Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

AS1018 – COMUNE DI AREZZO – DISCIPLINA DELL'ATTIVITA' DI PHONE CENTER

Roma, 8 febbraio 2013

Comune di Arezzo
Sindaco

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella sua riunione del 31 gennaio 2013, ha inteso formulare, ai sensi dell'art. 21 della legge n. 287/1990, talune considerazioni in merito alla disciplina dell'attività di *phone center* prevista dall'art. 44 del Regolamento di Polizia Urbana del Comune di Arezzo, approvato con deliberazione del Consiglio Comunale n. 43 del 28 marzo 2012. In particolare, l'Autorità intende richiamare l'attenzione sulle disposizioni relative al divieto per le imprese che svolgono attività di *phone center* costituite dopo la data di entrata in vigore del Regolamento, di svolgere contestualmente attività di *money transfer*.

In via preliminare, si ricorda che l'attività di *phone center* è soggetta alla disciplina speciale di cui al Decreto Legislativo n. 259/2003 (Codice delle comunicazioni elettroniche), il quale, oltre a stabilire il principio generale secondo cui “[l]a fornitura di reti e servizi di comunicazione elettronica, che è di preminente interesse generale, è libera”, prevede che siano ammesse limitazioni nei soli casi di “difesa e della sicurezza dello Stato, della protezione civile, della salute pubblica e della tutela dell'ambiente e della riservatezza e protezione dei dati personali, poste da specifiche disposizioni di legge o da disposizioni regolamentari di attuazione” (art. 3, commi 2 e 3).

Con particolare riferimento al divieto di svolgere attività di *money transfer*, l'Autorità ha già osservato che “[i]l divieto di svolgimento, nei centri di telefonia in sede fissa, di servizi diversi dalla cessione al pubblico di servizi telefonici e dell'attività commerciale accessoria ... rappresenta una ingiustificata limitazione quantitativa e qualitativa dell'offerta in contrasto con le esigenze di salvaguardia della concorrenza e, peraltro, con l'art. 3, lett. c), del d.l. n. 223/2006 che, in una prospettiva di liberalizzazione degli accessi al mercato, esclude l'applicazione di

limitazioni quantitative all'assortimento merceologico offerto negli esercizi commerciali, fatta salva la distinzione tra settore alimentare e non alimentare”¹.

Detto divieto, pertanto, è suscettibile di restringere l'accesso e l'esercizio dell'attività di *money transfer* alle imprese che svolgono attività di *phone center*, senza che ciò sia giustificato da specifiche esigenze di interesse pubblico.

In conclusione, l'Autorità, nel richiamare l'attenzione di codesta Amministrazione sull'esigenza di evitare che i propri provvedimenti introducano restrizioni della concorrenza non strettamente giustificate da motivi imperativi di interesse generale, auspica che le osservazioni formulate possano costituire la base per un riesame in tal senso delle disposizioni del Regolamento in oggetto.

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella

¹ Provvedimento del 24 gennaio 2008 nel caso AS443, *Legge regionale Veneto sulla regolamentazione dell'attività dei centri di telefonia*.

*Autorità garante
della concorrenza e del mercato*

Bollettino Settimanale
Anno XXIII- N. 7 - 2013

Coordinamento redazionale

Giulia Antenucci

Redazione

Elisabetta Allegra, Sandro Cini, Valerio Ruocco,
Simonetta Schettini
Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato
Ufficio Statistico 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
