

AS2154 – PROGETTO TIM_URBAN VISION/CONVERSIONE DELLE POSTAZIONI TELEFONICHE PUBBLICHE IN CABINE DIGITALI MULTISERVIZI

Roma, 12 marzo 2026

Associazione Nazionale Comuni Italiani

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nell'adunanza del 10 marzo 2026, ha deliberato di formulare alcune osservazioni, ai sensi dell'articolo 21 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, in merito alle problematiche concorrenziali derivanti dalla possibile approvazione da parte dei Comuni, senza svolgimento di alcuna procedura ad evidenza pubblica, di un progetto di TIM S.p.A. (di seguito, "TIM") in *partnership* con Urban Vision S.p.A. (di seguito, "Urban Vision") volto alla conversione delle attuali postazioni telefoniche pubbliche (cosiddette cabine telefoniche) in cabine digitali multiservizi. Tale progetto risulta essere stato già approvato dal Comune di Milano (con delibera n. 1699 del 22 dicembre 2023 e con la sottoscrizione di un successivo accordo del 6 marzo 2024) e dal Comune di Bari (con delibera n. 151 del 7 marzo 2024); risulta, altresì, che altri Comuni possano essere interessati ad aderirvi. Con la presente segnalazione, dunque, si intende indirizzare il *modus procedendi* dei Comuni che dovessero aderire, anche in futuro, a tale progetto.

Il progetto prevede che nuove cabine digitali saranno installate sul suolo pubblico, alcune negli spazi attualmente occupati dalle vecchie cabine, altre in spazi diversi. Esse verranno utilizzate per fornire vari servizi, tra i quali chiamate telefoniche, informazioni istituzionali, promozione e informazione culturale, *alert* pubblici, applicazioni sensoristiche per persone con disabilità motorie, barriere linguistiche o visive, e strumenti di contrasto agli episodi di violenza nei confronti delle donne o dei fenomeni di microcriminalità. Esse disporranno inoltre di spazi per la pubblicità in formato digitale e saranno interamente finanziate dai proventi derivanti dall'attività pubblicitaria.

Tale progetto fa seguito alla delibera n. 98/23/CONS¹, con la quale l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCom) ha ritenuto che non fosse più necessario continuare a garantire la disponibilità delle cabine telefoniche nell'ambito degli obblighi del servizio universale e ha quindi eliminato gli obblighi precedentemente previsti in capo a TIM nello svolgimento del servizio di telefonia pubblica, di fatto lasciando le cabine nella piena disponibilità della società (salvo quelle nei luoghi di rilevanza sociale) e conferendole piena autonomia nella scelta se continuare o meno a fornire il servizio. La delibera, tuttavia, riguarda il servizio di telefonia pubblica e, quindi, interessa le cabine solo nella misura in cui esse siano manufatti funzionali alla fornitura del servizio di telefonia pubblica, senza che da ciò possa desumersi un principio generale legato all'utilizzo delle cabine, laddove TIM ne modifichi la funzione.

L'Autorità ritiene che l'approvazione del progetto di TIM e Urban Vision da parte dei Comuni coinvolti e la sua implementazione possano comportare una ingiustificata violazione del principio di non discriminazione e una distorsione delle dinamiche concorrenziali nel settore della pubblicità esterna, nella misura in cui consentono l'installazione di impianti pubblicitari, e dunque l'offerta del relativo servizio, senza l'attivazione di procedure competitive, in un settore che risulta per sua natura contingentato, data la limitatezza degli spazi disponibili.

Al riguardo, va evidenziato che gli impianti che TIM intende installare, in *partnership* con Urban Vision, appaiono avere una finalità prevalentemente pubblicitaria, mentre il servizio di telefonia, sebbene presente, avrebbe un ruolo solo secondario e accessorio rispetto alla funzione pubblicitaria.

In tale contesto, emerge che l'installazione di tali strutture sul suolo pubblico senza alcun confronto competitivo possa comportare una distorsione concorrenziale, con una evidente discriminazione a favore di TIM e di Urban Vision e a sfavore delle altre imprese che prestano il servizio di pubblicità *out-of-home*, che per lo svolgimento di tale servizio hanno dovuto necessariamente confrontarsi con i concorrenti nell'ambito di procedure competitive e che, pertanto, devono sostenere oneri e costi maggiori che impediscono loro di praticare prezzi più bassi per l'acquisizione dello spazio pubblicitario, quali i costi per la predisposizione delle offerte di gara, i rischi della mancata aggiudicazione e l'accettazione delle condizioni determinate da un confronto concorrenziale aperto, che includono anche gli oneri da corrispondere a ciascun Comune.

Tali preoccupazioni non sono risolvibili dall'eventuale previsione da parte dei Comuni della non esclusività del progetto. Essa, infatti, non risolve la intrinseca limitata disponibilità di spazi pubblici nell'ambito cittadino che impone un'esigenza di contingentamento.

L'assenza di un confronto competitivo non si giustifica neanche alla luce degli interessi pubblici soddisfatti dalle nuove cabine, quali il contributo alla digitalizzazione delle città e l'offerta gratuita e distribuita sul territorio di servizi ai

¹ [Cfr. Delibera AGCom n. 98/23/CONS – Esito della verifica sulla necessità del servizio di telefonia pubblica ai sensi dell'articolo 97 del Codice delle Comunicazioni Elettroniche.]

cittadini. Il perseguimento di tali interessi, infatti, pur meritevole di apprezzamento, non sarebbe impedito dall'attivazione di un confronto competitivo che consenta all'Amministrazione di raggiungere i medesimi obiettivi stimolando al contempo le dinamiche concorrenziali tra i soggetti interessati, sia in termini di prezzo che di qualità.

Ed invero, la concessione per la gestione di spazi pubblicitari condizionata alla fornitura di beni e servizi di pubblica utilità, previa procedura di gara, è una prassi consolidata. I Comuni indicano gare per aggiudicare la gestione di spazi pubblicitari in luoghi pubblici che prevedono una combinazione di offerte tecniche ed economiche e che si concludono con la sottoscrizione di contratti in base ai quali l'aggiudicatario, a fronte del rilascio della concessione, si impegna, oltre al pagamento di una somma in denaro, a gestire a sue spese e installare beni ad uso pubblico, quali pensiline di fermata di mezzi automobilistici, bagni pubblici, strutture per il *bike sharing*, schermi interattivi destinati a veicolare informazioni e contenuti istituzionali di pubblico interesse, impianti per servizi di videosorveglianza e pulsanti per chiamate di emergenza con centrali di sorveglianza.

Tutto ciò considerato, l'Autorità auspica che i Comuni che sono interessati ad aderire al progetto di TIM e Urban Vision per l'installazione di nuove cabine digitali vogliano tener conto di quanto sopra esposto e assumano le conseguenti azioni amministrative in conformità ai principi concorrenziali, avvalendosi di procedure competitive, al fine di prevenire le discriminazioni nel mercato della pubblicità *out-of-home* che si verificherebbero qualora il progetto dovesse essere implementato nel loro territorio.

Si chiede in quest'ottica la massima possibile diffusione ai Comuni della presente segnalazione da parte di codesta Associazione.

La presente segnalazione sarà pubblicata sul Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli