

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 10 dicembre 2013;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'articolo 2 della legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la segnalazione di RAI – Radiotelevisione Italiana S.p.A., pervenuta in data 23 ottobre 2013 e integrata in data 14 e 28 novembre 2013;

CONSIDERATO quanto segue:

I. PREMESSA

1. In data 23 ottobre 2013 è pervenuta una segnalazione da parte di RAI-Radiotelevisione Italia S.p.A. (di seguito "RAI"), con la quale sono state denunciate presunte distorsioni concorrenziali verificatesi nell'ambito di 14 procedure selettive avviate dalla RAI - nel periodo compreso tra la prima settimana di agosto e la prima settimana di settembre 2013 - per l'affidamento di servizi di post-produzione relativi a diversi programmi RAI per la stagione televisiva 2013-14.

2. La segnalazione fa riferimento all'esistenza di un accordo volto a "spartirsi gli appalti di montaggio e riprese" tra le diverse società invitate dalla RAI alle procedure negoziate. In particolare, nella segnalazione si dà conto di una serie di missive anonime¹, di cui alcune spedite antecedentemente all'apertura delle buste relative alle gare in esse considerate, e pervenute agli Uffici RAI, relative ad accordi di ripartizione delle procedure di affidamento dei servizi di post-produzione indette da RAI, le quali, sarebbero state assegnate, in virtù della presentazione di offerte concordate, ad un prezzo più elevato di quello praticato nel passato ovvero a condizioni economiche meno convenienti rispetto a quelle che avrebbero potuto determinarsi in presenza di un confronto concorrenziale.

¹ Si tratta di cinque missive anonime pervenute in data 21 e 29 agosto 2013, 2, 3 e 5 settembre 2013.

3. Inoltre, in data 14 novembre 2013 il segnalante, su richiesta dell’Autorità, ha fatto pervenire ulteriori informazioni in relazione alla totalità delle gare esperite per la stagione 2013-14, nonché alle procedure esperite per i medesimi servizi a partire dal 1° luglio 2012 sino al 30 giugno 2013.

4. A tale insieme di procedure risultano aver preso parte 23 imprese operanti nella fornitura di servizi di post-produzione attive su Roma e iscritte all’albo fornitori Rai.

II. LE PARTI

a) Le società partecipanti

5. In base agli elementi sin qui acquisiti risulterebbero aver preso parte al comportamento denunciato le seguenti imprese.

6. Aesse Video S.r.l. (di seguito anche Aesse), società attiva, tra l’altro, nella fornitura di servizi di post produzione, è controllata da una persona fisica. Nel corso del 2010 ha realizzato un fatturato pari 1,165 milioni di euro.

7. Barbieri Communication S.r.l. (di seguito anche Barbieri) fornisce servizi di produzione e post-produzione ad aziende attive nella televisione, nel cinema e dell’editoria. Oltre alla RAI, Barbieri fornisce i propri servizi anche ad altri clienti pubblici e privati, quali il Ministero per i Beni e le Attività Culturali, Sky Italia S.r.l., Wind Telecomunicazioni S.p.A. ecc. La società, controllata da una persona fisica, ha realizzato nel 2010 un fatturato pari a 738.000 euro.

8. CapitalVideo Produzioni S.r.l. (di seguito anche Capital), società attiva nella fornitura di servizi di post produzione, è controllata da due persone fisiche, e ha realizzato un fatturato pari a 808.000 euro nel corso del 2012.

9. D4 S.r.l. (di seguito anche D4), società attiva nella fornitura di servizi di post produzione, è controllata da due persone fisiche, e ha realizzato un fatturato pari a 1,864 milioni di euro nel corso del 2011.

10. Digital Si S.r.l. (di seguito anche Digital), società attiva nella fornitura di servizi di post produzione, è controllata da una persona fisica, e ha realizzato un fatturato pari a 346.000 euro nel corso del 2012.

11. Diva Cinematografica S.r.l. (di seguito anche Diva) è una società, controllata da una persona fisica, attiva nell'erogazione di servizi audiovisivi e multimediali rivolti alla produzione e post produzione di documentari, programmi TV e spot promozionali destinati a televisioni pubbliche, aziende, enti e associazioni nazionali e internazionali. Diva ha realizzato un fatturato pari a 238.000 euro nel corso del 2012.

12. Euro Group Line Production S.r.l. (di seguito anche Euro Group), società con socio unico, è attiva nel settore della produzione e della post-produzione, fornendo i propri servizi a numerosi clienti del settore pubblico e privato (RAI, Camera dei deputati, Senato della Repubblica, Comune di Roma, Metro C, Mediaset, Sky, La7 ecc.). Il fatturato realizzato nel 2012 è pari a 2,271 milioni di euro.

13. Euroscena S.r.l. (di seguito anche Euroscena), società con socio unico, è uno dei principali operatori nel settore della produzione televisiva attraverso due Centri di Produzione a Milano e Roma. Il fatturato realizzato nel 2012 è pari a 5,365 milioni di euro.

14. Grande Mela S.r.l. (di seguito anche Grande Mela), società a socio unico, è attiva nella fornitura di servizi di post produzione, ed è controllata da una persona fisica, avendo realizzato un fatturato pari a 1,382 milioni di euro nel corso del 2012.

15. Industria e Immagine S.r.l. (di seguito anche Industria e Immagine) è una società controllata da una persona fisica, attiva nella fornitura di servizi di post produzione, che ha realizzato un fatturato pari a 1,025 milioni di euro nel corso del 2011.

16. MAV Television S.r.l. (di seguito anche MAV) è una società controllata da una persona fisica, attiva nella fornitura di servizi di post produzione, che ha realizzato un fatturato pari a 749.000 euro nel corso del 2012.

17. New Telecinema S.r.l (di seguito anche NEW) è una società controllata da persone fisiche, attiva nella fornitura di servizi di post produzione, che ha realizzato un fatturato pari a 866.000 euro nel 2012.

18. Obiettivo Immagine S.r.l. (di seguito anche Obiettivo), società con unico socio attiva nella fornitura di servizi di post produzione, è controllata da una persona fisica, e ha realizzato un fatturato pari a 1,193 milioni di euro nel corso del 2012.

19. On Air Unipersonale S.r.l. (di seguito anche On Air), società attiva nella produzione di video e di programmi televisivi, è controllata da una persona fisica, e ha realizzato nel 2012 un fatturato pari a 535.000 euro.

20. Point Films S.r.l. (di seguito anche Point) è una casa di produzione indipendente specializzata nell'ideazione, produzione e service tecnico per reti nazionali e canali satellitari controllata da una persona fisica. Point ha realizzato nel 2011 un fatturato pari a 268.000 euro.

21. Primopiano Tv S.r.l. (di seguito anche Primopiano) è una società controllata da una persona fisica attiva nella produzione di video e di programmi televisivi ed ha realizzato un fatturato pari a 838.000 euro nel corso del 2012.

22. Reportage Television Studio S.r.l. (di seguito anche Rts) opera nel settore degli audiovisivi professionali, delle telecomunicazioni, dell'elettronica, dell'informatica applicata. RTS ha realizzato un fatturato pari a 861.000 euro nel corso del 2012.

23. Siri Video S.r.l. (di seguito anche Siri) è una società con unico socio attiva nella produzione di video e di programmi televisivi ed ha realizzato un fatturato pari a 697.000 euro nel corso del 2012.

24. Soul Movie S.r.l. (di seguito anche Soul) è una società attiva nella produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi controllata

da due persone fisiche, e ha realizzato un fatturato pari a 1,185 milioni di euro nel corso del 2012.

25. Studio Immagine S.r.l. (di seguito anche Studio) è una società attiva nella produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi controllata da due persone fisiche, e ha realizzato un fatturato pari a 2,768 milioni di euro nel corso del 2012.

26. Telecinema Production S.r.l. (di seguito anche TC) è una società attiva nella produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi controllata da due persone fisiche, e ha realizzato un fatturato pari a 2,701 milioni di euro nel corso del 2011.

27. Video Etc S.r.l. (di seguito anche Video), attiva nella produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, controllata da una persona fisica, ha realizzato un fatturato pari a 573.000 euro nel corso del 2012.

28. World Video Production S.r.l. (di seguito anche World), società attiva nella produzione di video e di programmi televisivi, controllata da una persona fisica, ha realizzato nel 2012 un fatturato pari a 894.000 euro.

b) La società denunciante

29. RAI-Radiotelevisione Italiana S.p.A. (di seguito RAI) è la società alla quale è affidato in esclusiva il servizio pubblico di diffusione di programmi radiofonici e televisivi, con qualsiasi mezzo tecnico. La concessione del servizio pubblico radiotelevisivo è regolamentata dalla legge n. 112/04, dal Decreto Legislativo n. 177/05 e dalla convenzione di durata ventennale fra la RAI e l'allora Ministero delle Poste e delle Telecomunicazioni, sottoscritta dalle parti il 15 marzo 1994 e approvata con D.P.R. del 28 marzo 1994. La quasi totalità del pacchetto azionario di RAI (99,56%) è detenuto, attraverso la società RAI Holding S.p.A., dal Ministero dell'Economia e delle Finanze. Nel 2012 RAI ha realizzato un fatturato consolidato di circa 2,62 miliardi di euro a livello mondiale, quasi interamente realizzati a livello nazionale.

III. I FATTI

A) *Il contesto giuridico di riferimento*

30. Preliminarmente, si osserva che i servizi di post-produzione rientrano nell'ambito del settore radiotelevisivo, e pertanto, ai sensi dell'articolo 19, comma 2, lettera *b*) del Decreto Legislativo 163/06, c.d. Codice degli Appalti, sono esclusi dall'applicazione del Codice medesimo².

A livello regolamentare interno, le procedure di affidamento della RAI sono disciplinate nelle “*Istruzioni interne per le procedure di affidamento dei contratti aventi ad oggetto lavori, servizi e forniture*” approvate dal CdA della RAI nel 2010, relative agli approvvigionamenti sia del settore ordinario - cui invece si applicano le disposizioni del Codice - sia del settore radiotelevisivo in cui rientrano le attività di post-produzione. In particolare, gli affidamenti dei servizi di post-produzione, fuori dai casi in cui è ammessa la procedura negoziata diretta verso un unico operatore (cd. negoziazione diretta)³, avvengono generalmente sulla base di una procedura selettiva ristretta. Seguendo tale procedura, l'invito viene rivolto ad almeno 5 fornitori, ove compatibili con l'oggetto del contratto, ai quali viene richiesto di formulare un'offerta secondo prescrizioni contenute in una lettera di invito (richiesta di offerta cd. “RDO”), corredata dai documenti complementari (capitolato tecnico, schema di contratto, condizioni generali). L'affidamento avviene secondo il criterio del prezzo più basso.

31. Inoltre, sulla base del quadro regolamentare interno di riferimento⁴, condizione necessaria per poter stipulare contratti con la RAI di importo annuale superiore a euro 50.000 è l'iscrizione all'Albo Fornitori. La scelta dei fornitori iscritti all'Albo da invitare a ciascuna procedura avviene sulla base del principio di rotazione, in attuazione dell'articolo 27 del Codice degli Appalti, dedicato ai principi generali relativi ai contratti esclusi⁵.

² Ai sensi dell'articolo 19, 2° comma del Codice degli Appalti, il settore radiotelevisivo comprende i contratti “aventi per oggetto l'acquisto, lo sviluppo, la produzione o coproduzione di programmi destinati alla trasmissione, gli appalti concernenti il tempo di trasmissione e i contratti principalmente finalizzati a permettere la messa a disposizione o la gestione di reti pubbliche di telecomunicazione o la prestazione al pubblico di uno o più servizi di telecomunicazioni”.

³ La negoziazione diretta è ammessa per: appalti inferiori a 40.000 Euro; per gli appalti da affidare necessariamente ad un operatore determinato cd. infungibile, per ragioni di natura tecnica o artistica, ovvero attinente alla tutela di diritti esclusivi ovvero strettamente attinenti al contenuto dei programmi televisivi.

⁴ Regolamento per l'istituzione e la gestione dell'Albo Fornitori RAI.

⁵ L'articolo 27 del Codice degli Appalti prevede che “L'affidamento dei contratti pubblici aventi ad oggetto lavori, servizi forniture, esclusi, in tutto o in parte, dall'applicazione del presente codice, avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza, proporzionalità. L'affidamento deve essere preceduto da invito ad almeno cinque concorrenti, se compatibile con l'oggetto del contratto”.

32. In particolare, secondo le esigenze di produzione indicate nella RDO e nel relativo capitolato tecnico predisposto dal Centro di Produzione TV, la lista degli inviti a partecipare alla singola negoziazione viene determinata dalla Direzione Appalti e Acquisti della Direzione Produzione TV che seleziona i fornitori previa verifica per ciascuno di essi dei seguenti elementi:

- disponibilità delle risorse tecniche, umane, logistiche oggetto di richiesta (ad esempio, numero di sale di montaggio, software, sala speaker ecc.);
- numero complessivo degli inviti che ciascun fornitore ha già ricevuto, nell'arco della stagione produttiva;
- del relativo valore economico complessivo delle procedure a cui ciascun fornitore ha partecipato.

B) Le gare

33. La segnalazione di RAI ha ad oggetto alcune anomalie concorrenziali relative a 14 procedure ristrette espletate da RAI nel periodo agosto-settembre 2013. Tuttavia, l'esame della documentazione acquisita dall'Autorità ha fatto emergere criticità concorrenziali relative a 6⁶ ulteriori procedure di affidamento, espletate a partire da luglio 2013 fino all'inizio di ottobre, per l'assegnazione dei medesimi servizi. In particolare, si tratta delle seguenti trasmissioni: *[omissis]**

C) I riscontri rispetto ai fatti segnalati alla RAI

34. In via generale, si osserva che i fatti segnalati alla RAI mediante segnalazioni anonime hanno trovato riscontro il più delle volte in relazione al generalizzato aumento dei costi orari richiesto per lo svolgimento del servizio. Inoltre, in alcuni casi, l'assegnatario indicato nelle missive anonime, di cui alcune spedite antecedentemente all'apertura delle buste, è risultato confermato.

35. Inoltre, dalle analisi svolte sui dati resi disponibili dalla RAI emergono diversi indici di possibili comportamenti collusivi tenuti in occasione del complesso delle gare analizzate.

36. In primo luogo, si evidenzia come le aggiudicazioni per i servizi di post-produzione avvenute dal 1° luglio 2012 all'8 luglio 2013 (69 procedure per complessivi *[omissis]* euro di servizi posti a gara) sono avvenute con sconti

⁶ Di cui una poi non aggiudicata per intervenuta disponibilità di risorse interne alla RAI.

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

quasi sempre superiori al 20% rispetto alla base d'asta, e uno sconto medio pari al 39,6%. Invece, da metà luglio 2013 e sino al 3 ottobre 2013, è iniziata una serie di gare contraddistinte da sconti nettamente inferiori: per 20 procedure, il cui valore complessivo posto a gara è stato di [omissis] euro, lo sconto della miglior offerta è risultato in media del 6,8%. Dopo il 3 ottobre 2013, risultano poi aggiudicate ulteriori 8 gare, ove lo sconto è risalito al 26,4%, ovvero un valore più vicino a quelli ottenuti prima delle gare denunciate.

37. In secondo luogo, i differenti sconti registrati nei vari periodi si riflettono sul prezzo praticato, quantificato da RAI nel costo orario delle offerte vincenti: per le 69 gare sino al luglio 2013 esso è stato di 26,99 euro/ora, mentre per le 20 procedure successive di 38,19 euro/ora, con un incremento dunque di quasi il 50%..

38. In terzo luogo, l'incremento dei prezzi di aggiudicazione si è verificato per le procedure più importanti, assegnate immediatamente prima dell'inizio della nuova stagione televisiva. Per dare un'idea della rilevanza delle gare in questione, basti considerare che il valore medio posto a gara per le 20 commesse del periodo metà luglio-3 ottobre 2013 è stato circa tre volte superiore rispetto a tutte le altre gare assegnate nel 2013 (sino alla fine di ottobre).

39. In quarto luogo, la tabella 1, relativa a tutte le gare dell'estate 2103 per trasmissioni già esternalizzate e poste a gara nello stesso periodo del 2012, evidenzia un ulteriore elemento che potrebbe indurre a ritenere esservi stato un funzionamento non concorrenziale nelle gare qui in esame. In 6 delle 8 gare considerate l'aggiudicatario è risultato il medesimo del 2012. Inoltre, la riassegnazione della gara si accompagna in 5 dei 6 casi ad un aumento del prezzo orario.

Tabella 1. Raffronto tra prezzi orari e sconti delle assegnazioni effettuate nell'estate 2012 e nell'estate 2013

Programma	2012			2013		
	Prezzo orario	Sconto	Vincitore	Prezzo orario	Sconto	Vincitore
[omissis]	€9,85	33,58%	POINT FILMS	€9,79	5,37%	POINT FILMS*
[omissis]	€4,94	41,11%	MAV TELEVISION S.r.l.	€2,44	8,96%	STUDIO IMMAGINE S.r.l.
[omissis]	€4,39	42,78%	ON AIR	€3,10	9,20%	POINT FILMS
[omissis]	€2,19	24,38%	PRIMOPIANO TV	€6,76	5,00%	PRIMOPIANO TV
[omissis]	€8,30	52,92%	EURO GROUP LINE PRODUCTION S.r.l.	€3,53	5,96%	EURO GROUP LINE PRODUCTION S.r.l.
[omissis]	€2,18	4,15%	REPORTAGE TELEVISION STUDIO S.r.l.	€2,10	5,67%	REPORTAGE TELEVISION STUDIO S.r.l.
[omissis]	€5,49	42,59%	BARBIERI	€5,46	5,59%	BARBIERI
[omissis]	€3,42	46,38%	EURO GROUP LINE PRODUCTION S.r.l.	€4,70	3,90%	EURO GROUP LINE PRODUCTION S.r.l.

* Si tratta di una procedura ristretta non aggiudicata, ma che è stata ugualmente considerata, in quanto le offerte erano state presentate, prendendo in considerazione la migliore offerta.

40. Infine, si rileva che tutte le imprese invitate a ciascuna delle 20 gare considerate, hanno sistematicamente offerto sconti nettamente inferiori a quelli che erano risultati necessari per le aggiudicazioni precedenti. Qualora le procedure fossero state caratterizzate da offerte praticate in autonomia dai partecipanti, tali offerte difficilmente avrebbero potuto risultare adeguate all'aggiudicazione della procedura.

41. Riassumendo quanto evidenziato sopra, appare evidente e allo stesso tempo anomalo quanto avvenuto nell'estate 2013, quando per la ventina di gare che costituiscono la tornata più importante dell'anno (in quanto aggiudicate in vista della nuova stagione televisiva) è rilevabile un drastico abbattimento dello sconto praticato dagli aggiudicatari, risultato mediamente inferiore a un quinto di quello "storico", con una conseguente crescita media dei prezzi di circa il 50%. Tale circostanza si accompagna alla frequente riassegnazione della commessa al precedente affidatario. Inoltre, tale risultato è conseguenza di una politica di offerta con sconti molto bassi da parte di tutte le imprese invitate a partecipare alle varie procedure, e non solo dei vincitori; le medesime imprese hanno tendenzialmente presentato le offerte di importo maggiore nelle gare non aggiudicate, in dissonanza con una politica di prezzo ben più aggressiva in occasione delle procedure in cui sono poi risultate vincitrici.

IV. LE VALUTAZIONI

A) Il mercato rilevante

42. Preliminarmente, si ricorda che, nei casi riguardanti intese, la definizione del mercato rilevante è essenzialmente volta a individuare le caratteristiche del contesto economico e giuridico nel quale si colloca il coordinamento fra imprese concorrenti. Ai fini della valutazione di un'intesa, infatti, l'individuazione del mercato rilevante, ancorché utile per circoscrivere con precisione e focalizzare l'analisi dei comportamenti delle imprese coinvolte, non appare decisiva come nei casi di valutazione di comportamenti abusivi. Tale definizione risulta funzionale all'individuazione dell'ambito merceologico e territoriale nel quale si manifesta un coordinamento fra imprese concorrenti e si realizzano gli effetti derivanti dall'illecito

concorrenziale, essendo in particolare “funzionale alla decifrazione del suo grado di offensività”⁷.

43. Le gare in esame interessano la prestazione dei servizi di post-produzione dei programmi televisivi, nell’ambito dei quali rientra una categoria non omogenea di servizi tra cui: il montaggio di materiale audio-video, i servizi di riversamento materiale, di correzione colore, sottotitolazione, inserzione dei titoli di testa e di coda, il cambio formato, cambio standard e l’elaborazione grafica. Nel caso in esame, il presunto coordinamento collusivo tra le imprese si sarebbe realizzato relativamente alle procedure per i servizi di post-produzione offerti all’Area Altre Strutture Editoriali del Centro di Produzione TV della RAI da soggetti attivi nella città di Roma, quali risultanti dai criteri di preselezione adottati dalla stessa RAI.

44. A tale definizione si è giunti sia a partire dalle caratteristiche della domanda, in quanto connessa al tipo di servizio richiesto il quale risponde ad alcune peculiarità, sia per le modalità con le quali tale domanda viene espressa.

45. Con riguardo al primo aspetto, si osserva che si tratta dei servizi di post-produzione rivolti alla Direzione Produzione TV, ed in particolare al Centro Produzione TV della Rai, i quali appaiono differenziarsi in relazione alla specificità del servizio rispetto a quelli richiesti dalle altre strutture, quali RAI Cinema, Televideo, Radiofonia. Inoltre, con riferimento alle gare in esame, viene in rilievo per le sue specificità l’attività dell’Area Altre Strutture Editoriali del Centro Post-produzione, che ha la responsabilità di tutte le attività di montaggio, lavorazione e gestione teche per conto delle Reti generaliste e per i Canali specializzati.

46. Con riguardo al secondo aspetto, occorre rilevare che la RAI, sebbene il settore radiotelevisivo rientri tra i settori esclusi di cui all’articolo 19 del Codice degli Appalti, è in ogni caso tenuta al rispetto dei principi generali di cui all’articolo 27 del Codice, in ciò differenziandosi dalle altre emittenti televisive.

Nello specifico, la domanda è espressa dalla Direzione Post-Produzione del CPTV della RAI e veicolata ai fornitori, tra quelli inclusi nell’Albo Fornitori dell’azienda, dalla Direzione Acquisti e Appalti della Direzione Produzione TV attraverso procedure e condizioni espressamente individuate dall’ente stesso, in osservanza dei principi generali di trasparenza, non discriminazione e parità di trattamento (“Istruzioni interne per le procedure

⁷ Cfr. Tar Lazio, sent. n. 1790/2003, *Pellegrini/Consip*.

di affidamento dei contratti aventi ad oggetto lavori, servizi e forniture” approvate dal CdA nel 2010).

47. Alla luce di tali profili, del tipo di servizio richiesto e delle peculiarità della domanda, il mercato rilevante appare individuabile con riferimento all’insieme delle procedure selettive avviate dalla RAI aventi per oggetto servizi di post-produzione relativi a programmi televisivi delle reti generaliste e dei canali tematici; tale mercato, sotto il profilo geografico, appare definibile a livello locale.

48. Quanto alla struttura del mercato, esso si caratterizza per la presenza di 29 operatori che rispondono ai requisiti in linea con gli standard RAI; l’entrata sul mercato quindi è regolata dalla valutazione della RAI della sussistenza dei requisiti. Le imprese attive sul mercato presentano singolarmente quote di mercato piuttosto contenute e il grado di concentrazione del mercato è piuttosto basso (CR4 pari al 46,5% e HHI pari a 768).

49. Occorre, comunque, tenere presente che la metà delle imprese operanti nel mercato, tra cui quelle con le quote maggiori, è risultata aggiudicataria di almeno una delle 20 gare che hanno registrato anomalie⁸.

50. Si rileva inoltre, che stante la procedura seguita dalla RAI in fase di selezione ed aggiudicazione delle gare il grado di trasparenza del mercato è da ritenersi particolarmente elevato.

B) Le condotte

51. Le analisi svolte evidenziano alcune anomalie, nelle 20 procedure condotte da RAI nel periodo 15 luglio -3 ottobre 2013, che appaiono incompatibili con un normale svolgimento in senso concorrenziale delle medesime procedure.

52. Depongono infatti in tal senso, oltre ai riscontri fattuali in merito al contenuto delle denunce anonime pervenute presso la RAI in occasione della formulazione delle offerte relative alla stagione 2013-2014, una serie di elementi quali: il drastico abbattimento degli sconti nelle gare dell’estate 2013, che costituiscono la tornata più importante dell’anno (in quanto aggiudicate in vista della nuova stagione televisiva), rispetto alle aggiudicazioni dei 12 mesi precedenti (diminuzione superiore all’80%), con conseguente incremento dei prezzi medi di circa il 50%; le frequenti riassegnazioni, per i programmi già appaltati all’esterno nel 2012, ai soggetti

⁸ Le imprese che hanno vinto almeno una delle 20 gare contano per più dell’80% del mercato.

in quella sede risultati vincitori, a prezzi di gran lunga superiori; la circostanza che i prezzi siano poi tornati sui livelli usuali nell'autunno 2013; le strategie di offerta di tutti gli invitati alle 20 gare oggetto di analisi, che hanno sistematicamente offerto sconti nettamente inferiori a quelli che erano risultati necessari per le aggiudicazioni precedenti; la configurazione delle medesime strategie con il frequente ricorso alle offerte di comodo.

53. L'analisi delle procedure illustrata dalla Tabella 1 evidenzia come la distorsione della concorrenza potrebbe consistere in un meccanismo spartitorio caratterizzato dalla riassegnazione delle procedure ai medesimi soggetti della stagione precedente, a sconti inferiori rispetto alla base d'asta e a prezzi più alti.

54. Il complesso degli elementi sopra descritti consente di ipotizzare l'esistenza di un coordinamento tra le società Aesse, Barbieri, Capital, D4, Digital, Diva, Euro Group, Euroscena, Grande Mela, Industria e Immagine, MAV, NEW, Obiettivo, On Air, Point, Primopiano, Rts, Siri, Soul, Studio, TC, Video e World, volto a limitare il confronto concorrenziale tra le stesse nella partecipazione alle procedure per l'affidamento dei servizi di post-produzione per la RAI e diretto alla ripartizione degli affidamenti.

RITENUTO, pertanto, che le condotte sopra descritte poste in essere dalle società Aesse Video S.r.l., Barbieri Communication S.r.l., CapitalVideo Produzioni S.r.l., D4 S.r.l., Digital Si S.r.l., Diva Cinematografica S.r.l., Euro Group Line Production S.r.l., Euroscena S.r.l., Grande Mela S.r.l., Industria e Immagine S.r.l., MAV Television S.r.l., New Telecinema S.r.l., Obiettivo Immagine S.r.l., On Air Unipersonale S.r.l., Point Films S.r.l., Primopiano Tv S.r.l., Reportage Television Studio S.r.l., Siri Video S.r.l., Soul Movie S.r.l., Studio Immagine S.r.l., Telecinema Production S.r.l., Video Etc S.r.l. e World Video Production S.r.l. sono suscettibili di configurare un'intesa restrittiva della concorrenza, in violazione dell'articolo 2 della legge n. 287/90;

DELIBERA

a) l'avvio dell'istruttoria ai sensi dell'articolo 14, della legge n. 287/90, nei confronti delle società Aesse Video S.r.l., Barbieri Communication S.r.l., CapitalVideo Produzioni S.r.l., D4 S.r.l., Digital Si S.r.l., Diva Cinematografica S.r.l., Euro Group Line Production S.r.l., Euroscena S.r.l.,

Grande Mela S.r.l., Industria e Immagine S.r.l., MAV Television S.r.l., New Telecinema S.r.l., Obiettivo Immagine S.r.l., On Air Unipersonale S.r.l., Point Films S.r.l., Primopiano Tv S.r.l., Reportage Television Studio S.r.l., Siri Video S.r.l., Soul Movie S.r.l., Studio Immagine S.r.l., Telecinema Production S.r.l., Video Etc S.r.l. e World Video Production S.r.l. per accertare l'esistenza di violazioni dell'articolo 2 della legge n. 287/90;

b) la fissazione del termine di giorni sessanta decorrente dalla notificazione del presente provvedimento per l'esercizio da parte dei legali rappresentanti delle parti, o di persone da essi delegate, del diritto di essere sentiti, precisando che la richiesta di audizione dovrà pervenire alla Direzione "Comunicazioni" di questa Autorità almeno quindici giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;

c) che il responsabile del procedimento è la Dott.ssa Luisa De Caro;

d) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione "Comunicazioni" di questa Autorità dai rappresentanti legali delle parti, nonché da persone da essi delegate;

e) che il procedimento deve concludersi entro il 16 dicembre 2014.

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