

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 13 maggio 2015;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTO il Regolamento n. 1/2003 del Consiglio del 16 dicembre 2002;

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

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*”;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. PREMESSA

1. Sulla base di alcune notizie di stampa apparse nel mese di febbraio 2015¹, l'esito finale della vendita dei diritti televisivi per le stagioni calcistiche

¹ Cfr. doc. preistr. 1.

2015/2016, 2016/2017 e 2017/2018, espletata dalla Lega Nazionale Professionisti Serie A nel giugno 2014, potrebbe essere stato alterato da un accordo restrittivo della concorrenza posto in essere fra i principali operatori attivi a livello nazionale nel mercato delle *Pay-TV*, Sky Italia S.r.l. e RTI S.p.A., favorito dalla stessa Lega, nonché da Infront Italy S.r.l..

2. In particolare, dalle predette informazioni emergerebbe che la vendita dei diritti audiovisivi del Campionato di calcio per il triennio 2015/2018 sarebbe avvenuta in seguito ad accordi ripartitori fra Sky Italia S.r.l. e RTI S.p.A. Giova al riguardo osservare che l'acquisto dei diritti si sarebbe dovuto realizzare attraverso un confronto competitivo organizzato dalla Lega Nazionale Professionisti Serie A in forma di gara.

II. LE PARTI

3. La Lega Nazionale Professionisti Serie A (di seguito, "Lega Calcio" o soltanto "Lega") è l'associazione a carattere privatistico delle società calcistiche iscritte ai Campionati di Serie A.

La sua funzione istituzionale è rappresentata dall'organizzazione e gestione amministrativa dei Campionati nazionali di calcio di Serie A, del torneo di Coppa Italia, della gara di Supercoppa di Lega, nonché di alcuni campionati a carattere giovanile e della squadra di calcio rappresentativa della stessa Lega.

La Lega Calcio, in qualità di organizzatore delle competizioni suddette, ai sensi del Decreto Legislativo 9 gennaio 2008, n. 9 (c.d. Decreto Melandri), è contitolare, insieme alle società sportive che partecipano agli eventi, dei diritti audiovisivi relativi alle competizioni che organizza. Secondo le previsioni del suddetto decreto e della lettera *k*) dello Statuto-Regolamento, la Lega Calcio è il soggetto preposto alla commercializzazione dei diritti audiovisivi relativi alle competizioni che organizza². L'articolo 19 dello

² L'articolo 1, comma 3, dello Statuto-Regolamento della Lega, nella versione approvata dall'Assemblea in data 1° luglio 2010, intitolato "Natura e attribuzioni", prevede che la Lega: "*a. promuove, in ogni sede e con ogni mezzo consentito, gli interessi generali e collettivi delle società associate, rappresentandole nei casi consentiti dalla legge o dall'ordinamento federale, uniformando la propria attività e l'organizzazione interna a criteri di efficienza, trasparenza, parità di trattamento; b. organizza, nel rispetto di quanto previsto al comma 3 dell'art. 9 dello Statuto Federale, il Campionato di Serie A, la Supercoppa di Lega, il Campionato Primavera, la Supercoppa Primavera; c. organizza, previa, se necessaria, delega da parte di altra Lega la Coppa Italia e la Coppa Italia Primavera; d. stabilisce i calendari delle competizioni ufficiali di cui sub b. e c. e ne fissa date ed orari; e. regola, anche per la tutela della regolarità tecnica e disciplinare delle competizioni e per motivi connessi alla sicurezza, le modalità di accesso di operatori,*

Statuto-Regolamento, dopo aver definito al comma 1 diverse tipologie di entrate della Lega, al comma 2 stabilisce i criteri di ripartizione dei proventi derivanti dalla commercializzazione dei diritti audiovisivi fra le diverse società. Tali criteri, applicati a partire dalla stagione sportiva 2010/2011, sono declinati in maniera articolata e si basano principalmente sui risultati sportivi conseguiti dalle singole squadre nell'ambito di competizioni calcistiche italiane e internazionali e dei bacini di utenza.

4. Infront Italy S.r.l. (di seguito "Infront Italy" o soltanto "Infront") è una società con sede in Italia che risulta controllata indirettamente da Infront Sports & Media AG, società con sede in Svizzera acquisita da Dalian Wanda Group Co. Ltd.

Il Gruppo Infront Sports & Media è attivo a livello mondiale nell'ambito del *marketing* sportivo, offrendo gestione dei diritti media e pubblicitari, *sponsorship*, produzione, aggregazione e distribuzione di contenuti, *hostbroadcast*, organizzazione di eventi, consulenze di *marketing* sportivo, *online entertainment* e *hospitality*.

Infront Italy svolge il ruolo di Advisor della Lega Calcio per la commercializzazione dei diritti tv e media dei campionati di calcio di serie A e B, Coppa Italia e Supercoppa Italiana, nonché la gestione marketing e sponsoring di diverse squadre di calcio della Serie A.

Nel 2013, Infront ha realizzato un fatturato in Italia pari a circa 230 milioni di euro.

5. Sky Italia S.r.l. (di seguito solo Sky) è un operatore televisivo attivo nell'offerta di servizi di *pay-tv* nonché, negli ultimi anni, nell'offerta di servizi televisivi gratuiti. Sky è controllata dalla società britannica Sky plc.,

radio cronisti e fotografi negli spazi soggetti ai poteri degli ufficiali di gara; f. regolamenta, anche per la tutela della regolarità tecnica ed disciplinare delle competizioni e per motivi connessi alla sicurezza, i rapporti fra le società e i mezzi di informazione per il solo esercizio del diritto di cronaca radiofonica e televisiva e per assicurare le modalità di accesso, in conformità con le vigenti leggi; g. assicura la distribuzione interna delle risorse finanziarie; h. assicura la diffusione, anche attraverso mezzi informatici, dei principali atti e documenti associativi alle proprie associate che informa periodicamente sulla propria attività e sulle questioni di interesse comune; i. definisce, d'intesa con le categorie interessate, i limiti assicurativi contro i rischi a favore dei tesserati e svolge attività consultiva attinente al trattamento pensionistico degli stessi; j. rappresenta le società nella stipula degli accordi di lavoro e nella predisposizione dei relativi contratti tipo; k. in qualità di organizzatore della competizione nel senso definito dal decreto legislativo 9 gennaio 2008 n.9 (di seguito: Decreto), nonché contitolare dei diritti audiovisivi di cui al Decreto e relativi alle competizioni che organizza, li commercializza; l. rappresenta le società associate nei loro rapporti con la F.I.G.C., con le altre Leghe e, previo rilascio di delega specifica da ogni singola società, con i terzi; m. detta norme di gestione delle società, nell'interesse collettivo, e riscontra l'osservanza di queste e delle disposizioni emanate in materia dalla F.I.G.C. da parte delle società stesse; n. rappresenta le società associate nella tutela di ogni altro interesse collettivo".

appartenente al gruppo 21st Century Fox. Sky è il principale operatore televisivo a pagamento che offre i propri servizi attraverso la piattaforma satellitare (DTH) e la piattaforma internet. Sky è presente, altresì, nel mercato della televisione gratuita e della raccolta pubblicitaria su mezzo televisivo attraverso la piattaforma digitale terrestre (DTT). Nel 2014, SKY ha realizzato in Italia un fatturato di circa 2,8 miliardi di euro, registrando una perdita di circa 10 milioni di euro.

6. Reti Televisive Italiane S.p.A. (di seguito “RTI” o “RTI-Mediaset”) è la società del Gruppo Mediaset che detiene cinque *multiplex* nazionali in tecnica DVB-T e fornisce i contenuti televisivi gratuiti a livello nazionale. Inoltre, RTI è fornitore del servizio di *pay-tv* “*Mediaset Premium*”, attraverso la società da essa controllata Mediaset Premium S.p.A. e del servizio a pagamento via Internet *Infinity*. RTI, inoltre, è la società che gestisce il patrimonio dei diritti televisivi per l’Italia del Gruppo Mediaset, svolgendo le attività di acquisizione, sviluppo e produzione dei diritti per lo sfruttamento televisivo nazionale sia in modalità *free* che in modalità *pay*. RTI è controllata da Mediaset S.p.A., che ne detiene l’intero capitale sociale, e nel 2013 ha realizzato in Italia un fatturato di circa 2,1 miliardi di euro, con una perdita pari a circa 49 milioni di euro.

7. Mediaset Premium S.p.A. (di seguito Mediaset Premium) è la società controllata da RTI, costituita il 31 luglio 2014 e operativa dal 1° dicembre 2014, cui è stato conferito il ramo d’azienda relativo all’omonima televisione a pagamento del gruppo Mediaset.

III. FATTO

8. Sulla base di informazioni fornite dalla Lega in data 30 giugno 2014 nell’ambito del fascicolo SR21- *Lega calcio serie A-linee guida campionati di calcio 2015/2016-2017/2018*³, ad esito delle procedure competitive per l’assegnazione dei diritti relativi al Campionato di Serie A per le stagioni 2015-18, la Lega Calcio ha assegnato i seguenti pacchetti:

– Pacchetto A, riguardante i diritti per le piattaforme satellitare (DTH), Internet, IPTV e Telefonica mobile relativi a otto società sportive di maggior interesse per un totale di duecentoquarantotto eventi (65% del numero degli

³ Doc. preistr. 1.

eventi), alla società Sky;

– Pacchetto B, riguardante i diritti per le piattaforme digitale terrestre (DTT), Internet, IPTV e Telefonica mobile per i medesimi eventi del pacchetto A, alla società RTI;

– Pacchetto D, riguardante l'esclusiva per prodotto in tutte le piattaforme per i rimanenti eventi disputati dalle squadre con minor seguito e da una squadra di maggior seguito (centotrentadue *match* corrispondenti al 35% degli eventi) alla società RTI.

9. Il pacchetto C, relativo ai diritti accessori (interviste, immagini dagli spogliatoi, ecc.) al pacchetto A o B, non è stato assegnato nella medesima occasione poiché le offerte pervenute erano inferiori al prezzo minimo indicato nell'Invito ad Offrire (ovvero il bando di assegnazione)⁴. Infine, nessuna offerta è pervenuta per il pacchetto E relativo a tre *match* a scelta tra quelli disputati la domenica alle 15.00 da trasmettere tramite piattaforma *internet*.

IV. IL CONTESTO NORMATIVO DI RIFERIMENTO: IL DECRETO LEGISLATIVO 9 GENNAIO 2008, N. 9

10. Il Decreto Legislativo n. 9/08⁵ (di seguito, anche decreto) ha introdotto la vendita collettiva dei diritti televisivi, disponendo che “*L’organizzatore della competizione⁶ e gli organizzatori degli eventi sono contitolari dei diritti audiovisivi relativi agli eventi della competizione medesima*” e che “*l’esercizio dei diritti relativi ai singoli eventi spetta all’organizzatore della competizione medesima*” (articoli 3 e 4). Conseguentemente, la commercializzazione dei diritti è effettuata in forma centralizzata da parte dell’organizzatore della competizione (la Lega), il quale “*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 [...]*” (articolo 7, comma 1).

11. Ai partecipanti a tali procedure competitive devono essere garantite

⁴ Le Lega Calcio ha pubblicato un secondo invito a presentare offerte diritti audiovisivi campionato di serie A stagioni 2015/2016, 2016/2017 e 2017/2018 per i pacchetti esclusivi C (diritti accessori) ed E (diritti per modalità OTT) relativi a dirette a pagamento per il territorio italiano.

⁵ Il Decreto Legislativo n. 9/2008, in G.U. 1° febbraio 2008 n. 27, è stato emanato in attuazione della legge Delega 19 luglio 2007, n. 106.

⁶ Nel caso dei campionati di calcio tale soggetto è la Lega Calcio. Il decreto specifica infatti che si tratta del “soggetto cui è demandata o delegata l’organizzazione della competizione da parte della federazione sportiva riconosciuta dal Comitato Olimpico nazionale italiano, competente per la rispettiva disciplina sportiva”.

condizioni di assoluta equità, trasparenza e non discriminazione (articolo 6, comma 1). 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.

La verifica della conformità delle suddette linee guida ai principi e alle disposizioni del decreto è demandata all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato e all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, per i profili di rispettiva competenza (articolo 6.6). Inoltre, il decreto individua in capo all'Autorità Garante un generale potere di vigilanza sulla corretta applicazione del medesimo, al fine di garantire la concorrenza nel mercato dei diritti audiovisivi (articolo 20).

V. I MERCATI RILEVANTI

12. 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.

V.1. Il mercato dei diritti televisivi sportivi

13. I diritti televisivi relativi a eventi sportivi costituiscono tipicamente una delle principali componenti della programmazione televisiva in chiaro e a pagamento.

In tale ambito, i diritti di trasmissione TV degli eventi calcistici disputati regolarmente ogni anno per tutto l'anno, quali gli eventi delle serie A e B e gli eventi di coppa, nonché la UEFA Champions League e la Coppa UEFA,

⁷ Cfr., *ex multis*, Consiglio di Stato, 3 giugno 2014, n. 2837, I722 - *Logistica Internazionale*.

costituiscono un mercato distinto⁸.

14. In particolare, la sostituibilità tra gli eventi calcistici e gli altri programmi può essere verificata analizzando in che misura i secondi consentano alle emittenti televisive di ottenere analoghi risultati, in termini di pubblico richiamato. I programmi sportivi hanno caratteristiche particolari: essi sono in grado di ottenere numeri elevati di spettatori e di raggiungere un pubblico identificabile, che costituisce uno specifico target per determinati inserzionisti. Dato poi l'interesse suscitato dal gioco del calcio in Europa, i diritti di trasmissione del calcio non possono essere considerati sostituibili da altri diritti di trasmissione sportiva. Il calcio attrae infatti una particolare fascia demografica di pubblico, e quindi anche una certa pubblicità, che altri tipi di programmi non sono in grado di attirare.

15. Sulla base delle considerazioni svolte, si ritiene pertanto che il mercato rilevante ai fini del presente procedimento sia costituito, quantomeno, dai diritti di trasmissione televisiva in Italia degli eventi calcistici disputati regolarmente ogni anno per tutto l'anno, rappresentati eminentemente dagli incontri delle serie A e B e di coppa, nonché della UEFA Champions League e della Coppa UEFA.

16. L'ambito geografico del mercato interessato risulta essere nazionale, corrispondente al territorio italiano, in ragione di fattori culturali e di preferenze dei diversi pubblici nazionali. Inoltre, i diritti mediatici sugli eventi calcistici sono in genere venduti su base nazionale. Questo è dovuto al carattere della distribuzione, che è nazionale in ragione di regimi normativi nazionali, barriere linguistiche e fattori culturali.

17. Nella maggior parte dei Paesi europei si assiste all'utilizzazione di modelli di negoziazione e vendita centralizzata dei diritti audiovisivi degli eventi calcistici e le decisioni della Commissione Europea sulla UEFA Champions League (2003), sulla Bundesliga (2004) e sulla Premier League (2006) hanno riconosciuto la legittimità di tali modelli⁹. In ambito europeo,

⁸ Cfr. decisioni COMP/C-2/37.214 Joint selling of the media rights to the German Bundesliga, del 19 gennaio 2005 e COMP/C.2-37398 Joint selling of the commercial rights of the UEFA Champions League, del 23 luglio 2003 e provv. 7340 nonché provv. AGCM n. 24206 del 6 febbraio 2013, A418C – Procedure selettive Lega Calcio 2010/2011 e 2011/2012, in Boll. 7/2013.

⁹ Cfr. Decisione della Commissione del 23 luglio 2003, relativa ad un procedimento a norma dell'articolo 81 del trattato CE (ora articolo 101 TFUE) e dell'articolo 53 dell'accordo SEE (COMP/C.2-37.398 Vendita congiunta dei diritti della UEFA Champions League) notificata con il numero C (2003) 2627 - (2003/778/CE). Decisione della Commissione del 19 gennaio 2005 in un procedimento ai sensi dell'articolo 81 del trattato CE (ora articolo 101 TFUE) e dell'articolo 53, paragrafo 1, dell'accordo SEE (COMP/C-2/37.214 Vendita congiunta dei diritti mediatici relativi al campionato di calcio tedesco – Bundesliga) notificata con il numero C (2005) 78 - (2005/396/CE). Decisione della Commissione del 22 marzo 2006 relativa ad un procedimento ai sensi dell'articolo 81 del trattato CE, ora articolo 101 TFUE (Caso COMP/38.173 Vendita congiunta dei diritti di trasmissione relativi alla FA Premier League), notificata con il numero C(2006) 868 -(2008/C 7/10).

in particolare, sono stati apportati alcuni correttivi al sistema di vendita centralizzata al fine di garantire la concorrenza tra operatori della comunicazione e consentire l'accesso al mercato anche a nuove imprese. Tali correttivi si riferiscono alla suddivisione in pacchetti dei diritti oggetto di vendita, alla previsione per la vendita di procedure di gara trasparenti e non discriminatorie, al divieto per un unico operatore di acquistare tutti i pacchetti, alla fissazione di limiti temporali non eccessivamente lunghi dei contratti di vendita.

V.2. I mercati collegati al mercato rilevante: il mercato delle pay-tv e il mercato della raccolta pubblicitaria sul mezzo televisivo.

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

19. Nella prassi della Commissione e dell'Autorità, il mercato della *pay-tv* è tradizionalmente considerato distinto dal mercato della televisione in chiaro e, più specificamente, dal mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo televisivo, benché tra questi intercorrano collegamenti derivanti da relazioni orizzontali¹⁰. Ciò principalmente in quanto i programmi e i contenuti *premium* tipicamente distribuiti attraverso la *pay tv* non sono di norma sostituibili con i programmi e i contenuti trasmessi dai canali in chiaro¹¹. Sul punto, è necessario notare come i diritti sportivi della Serie A siano ricompresi, secondo i precedenti già citati, nell'ambito dei diritti *premium*.

20. D'altra parte, occorre altresì considerare che gli operatori di entrambi i mercati utilizzano i contenuti per acquisire quote di *audience*. Le condotte degli uni influenzano quindi i risultati economici degli altri. Inoltre, gli operatori di *pay tv*, potendo inserire *spot* nell'ambito della loro programmazione, sono anche attivi nel mercato della raccolta pubblicitaria televisiva e costituiscono quindi una forma di pressione concorrenziale nei confronti delle società che finanziano l'offerta di programmi prevalentemente attraverso la raccolta pubblicitaria.

¹⁰Cfr. provv. 15632 A362 - Diritti calcistici, del 28 giugno 2006, in Boll. N. 26/06, e le decisioni della Commissione Europea relative ai casi COMP/M.5121, Newscorp/Premiere; COMP/M.4504, SFR/Télé2 France; COMP/M.4204, Cinven/UPC France; COMP/M.3411, UGC/Noos; e COMP/M.2876, Newscorp/Telepiù.

¹¹ Ad esempio, nel caso dei diritti audiovisivi calcistici dei Campionati, le emittenti *pay* trasmettono solitamente le gare in diretta, mentre le televisioni in chiaro diffondono soltanto gli highlights in differita.

21. Per quanto concerne il mercato della *pay-tv*, secondo i dati riportati nella Relazione annuale 2014 dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, per l’anno 2013, Sky Italia detiene una quota di mercato in valore pari al 77,80%, mentre Mediaset Premium detiene una quota di mercato pari al 19,10%. La rimanente quota di mercato, pari al 3,20% del fatturato totale realizzato, è detenuto da diversi operatori di minore dimensione.

22. In ordine al mercato della raccolta pubblicitaria televisiva, si rileva che RTI (Mediaset Premium) detiene una quota di mercato pari al 53%. Sky rappresenta il terzo operatore con una quota del 6% ed è preceduta da RAI con una quota di mercato del 19%¹².

VI. VALUTAZIONI

23. Le notizie di stampa indicano la sussistenza di condotte potenzialmente restrittive della concorrenza poste in essere dagli operatori televisivi Sky e RTI e dalla Lega Calcio, nonché dall’*advisor* della Lega Calcio, Infront Italy, che cura tutti gli aspetti relativi all’assegnazione dei diritti audiovisivi. I predetti soggetti potrebbero aver realizzato un accordo restrittivo della concorrenza in violazione dell’articolo 101, comma 1, del TFUE. Mediaset Premium è parte del presente procedimento in qualità di soggetto che gestisce i diritti relativi della televisione a pagamento acquistati da RTI.

24. Nell’assetto finale delle assegnazioni per i diritti audiovisivi del campionato di calcio di Serie A per il triennio 2015/2018, Sky manterrà il potere di trasmettere tutte le partite sulla piattaforma satellitare, mentre RTI-Mediaset i diritti sulle medesime partite *premium* sulla piattaforma del digitale terrestre.

25. Tuttavia, successivamente all’espletamento della gara da parte della Lega, l’assetto delle assegnazioni sarebbe dovuto essere diverso. In particolare, l’ordine delle offerte per i singoli pacchetti era stato il seguente:

Pacchetto A - Satellitare e altre piattaforme (248 eventi)

1 Sky (gruppo 21st Century Fox)

2 RTI

¹² Fonte: elaborazioni dell’Autorità su dati pubblicati nella Relazione Annuale dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, anno 2014.

Pacchetto B - Digitale terrestre e altre piattaforme (248 eventi)

- 1 Sky (gruppo 21st Century Fox)
- 2 Fox Sport (gruppo 21st Century Fox)
- 3 RTI

Pacchetto D - Esclusiva per prodotto (tutte le piattaforme, 132 eventi)

- | | |
|---------------------------------|---|
| 1 RTI | Offerta condizionata all'ottenimento di A o B |
| 2 Sky (gruppo 21st Century Fox) | Inferiore al minimo |
| 3 Eurosport (gruppo Discovery) | Inferiore al minimo |

26. Ad esito della procedura, a Sky avrebbero dovuto essere assegnati i pacchetti A e B. RTI aveva invece presentato l'offerta più alta per il solo pacchetto D, condizionata all'ottenimento di uno dei pacchetti A o B. Vi era dunque il rischio che il pacchetto D non fosse assegnato, se l'offerta di RTI non fosse stata considerata valida (l'invito a offrire non prevedeva infatti la possibilità di offerte condizionate), o comunque non considerata qualora Sky avesse ottenuto i pacchetti A e B, e tenuto conto del fatto che le altre offerte erano risultate inferiori al minimo. In tal caso, secondo le previsioni delle Linee Guida elaborate dalla Lega Calcio, quest'ultima avrebbe potuto rivolgersi nuovamente al mercato, consentendo alla generalità degli operatori interessati di riformulare le proprie offerte¹³.

27. Le notizie di stampa in atti sembrano indicare che l'assetto finale per l'assegnazione dei diritti audiovisivi per il triennio 2015/2018 come sopra descritto non discenda da un confronto competitivo fra gli operatori interessati, ma sia stato il frutto di un accordo, realizzato successivamente all'espletamento della gara che ha determinato un esito delle assegnazioni diverso da quello inizialmente risultante dalla stessa procedura di gara.

28. L'accordo in esame sembrerebbe aver avuto ad oggetto: (i) l'assegnazione del pacchetto satellitare (A) a Sky, l'assegnazione del pacchetto digitale terrestre (B) a RTI e l'assegnazione del pacchetto per prodotto (D) a RTI (ii) la cessione del pacchetto D da RTI a Sky. Tale accordo potrebbe aver alterato il normale dispiegarsi del gioco della concorrenza, determinando di fatto una ripartizione dei diritti audiovisivi

¹³In particolare il punto 35 delle Linee Guida prevede che "qualora anche uno solo dei detti pacchetti esclusivi posti in vendita non riceva un'offerta pari o superiore al prezzo minimo, la Lega Calcio Serie A ha facoltà: a) di avviare una nuova procedura competitiva per i pacchetti esclusivi relativi alle dirette, modificandone la composizione e/o il prezzo minimo; b) in caso di esito negativo di tale seconda procedura competitiva, non essendosi ricevuta, anche per uno solo dei detti pacchetti esclusivi posti in vendita, un'offerta pari o superiore al prezzo minimo, b.1) di avviare una terza procedura competitiva per i pacchetti esclusivi relativi alle dirette, qualora ne modifichi la composizione e/o il prezzo, b.2) di passare direttamente a trattativa privata per i pacchetti esclusivi posti in vendita, qualora non ne modifichi la composizione". Inoltre, il punto 36 prevede che "Nel caso di pacchetti non assegnati ai sensi dei precedenti paragrafi, la Lega calcio Serie A decide se attivare dall'inizio una nuova procedura competitiva o dare corso a trattative private, riservandosi in entrambi i casi di apportare modifiche ai pacchetti medesimi".

sulla base di un principio storico, cristallizzando le assegnazioni operate nelle stagioni calcistiche precedenti¹⁴. Tale accordo ha avuto l'effetto di escludere possibili nuovi concorrenti nel mercato. In ordine a tale ultimo profilo, rileva la circostanza che Eurosport aveva presentato un'offerta, manifestando in tal modo il proprio interesse all'assegnazione di una parte dei diritti audiovisivi in esame.

29. In conclusione, è possibile ipotizzare un'intesa restrittiva della concorrenza posta in essere da Sky, RTI, Mediaset Premium, Lega Calcio e Infront in violazione dell'articolo 101, comma 1, del TFUE volta a condizionare ed alterare gli esiti della procedura di assegnazione con gara, con effetti sui mercati televisivi collegati della *pay-tv* e della raccolta pubblicitaria, e escludendo dall'aggiudicazione potenziali nuovi entranti sul mercato.

VII. IL PREGIUDIZIO AL COMMERCIO INTRACOMUNITARIO

30. Il descritto comportamento appare idoneo a pregiudicare il commercio intracomunitario e, pertanto, appare integrare gli estremi per un'infrazione dell'articolo 101 del TFUE.

31. Secondo la Comunicazione della Commissione 2004/C 101/07 – *Linee direttrici sulla nozione di pregiudizio al commercio tra Stati membri di cui agli articoli 81 e 82 del Trattato* [ora articoli 101 e 102 TFUE], su GUCE C 101/81 del 27 aprile 2004, il concetto di pregiudizio al commercio intracomunitario deve essere interpretato tenendo conto dell'influenza diretta o indiretta, reale o potenziale, sui flussi commerciali tra gli Stati membri. Si consideri, al riguardo, che l'intesa in questione riguarderebbe imprese operanti sull'intero territorio nazionale.

32. Di conseguenza, la fattispecie oggetto del presente procedimento, apparendo idonea ad arrecare pregiudizio al commercio tra Stati membri, deve essere valutata ai sensi dell'articolo 101 del TFUE.

RITENUTO, pertanto, che le condotte sopra descritte poste in essere dalla Lega Nazionale Professionisti Serie A e dalle società Infront Italy S.r.l., Sky Italia S.r.l., Reti Televisive Italiane S.p.A. e Mediaset Premium S.p.A. sono suscettibili di configurare un'intesa restrittiva della concorrenza in violazione dell'articolo 101 del TFUE.

¹⁴A Sky sarebbe stato assegnato tutto il campionato mentre a Mediaset solo la parte più rilevante, come in passato.

DELIBERA

- a) l'avvio dell'istruttoria ai sensi dell'articolo 14, della legge n. 287/90, nei confronti della Lega Nazionale Professionisti Serie A e dalle società Infront Italy S.r.l., Sky Italia S.r.l., Reti Televisive Italiane S.p.A. e Mediaset Premium S.p.A. per accertare l'esistenza di violazioni dell'articolo 101 del TFUE;
- 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 il Dott. Carlo Piazza;
- 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 30 aprile 2016.

Il presente provvedimento sarà 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