

SCHEMA DI PROVVEDIMENTO

MERCATI DEI SERVIZI TELEFONICI INTERNAZIONALI DISPONIBILI AL PUBBLICO E FORNITI IN POSTAZIONE FISSA, PER CLIENTI RESIDENZIALI E NON RESIDENZIALI (MERCATI N. 4 E N. 6 DELLA RACCOMANDAZIONE DELLA COMMISSIONE EUROPEA N. 2003/311/CE): DEFINIZIONE DEI MERCATI RILEVANTI, IDENTIFICAZIONE DELLE IMPRESE AVENTI SIGNIFICATIVO POTERE DI MERCATO ED EVENTUALE IMPOSIZIONE DI OBBLIGHI REGOLAMENTARI

L'AUTORITA'

NELLA sua riunione del Consiglio del _____;

VISTA la legge 31 luglio 1997, n. 249, recante "Istituzione dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo", pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 31 luglio 1997, n.177 - supplemento ordinario n. 154;

VISTA la legge 14 novembre 1995, n. 481, recante "Norme per la concorrenza e la regolazione dei servizi di pubblica utilità. Istituzione delle Autorità di regolazione dei servizi di pubblica utilità", pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 18 novembre 1995, n. 270 - Suppl. Ordinario n.136;

VISTA la delibera n. 316/02/CONS del 9 ottobre 2002, recante "Regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e successive modificazioni e integrazioni", pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 5 novembre 2002, n. 259 e successive modificazioni;

VISTE le direttive n. 2002/19/CE ("direttiva accesso"), 2002/20/CE ("direttiva autorizzazioni"), 2002/21/CE ("direttiva quadro"), 2002/22/CE ("direttiva servizio universale") pubblicate sulla Gazzetta ufficiale delle Comunità europee del 24 aprile 2002, L.108;

VISTE le Linee direttrici della Commissione per l'analisi del mercato e la valutazione del significativo potere di mercato ai sensi del nuovo quadro normativo comunitario per le reti e i servizi di comunicazione elettronica, pubblicate sulla Gazzetta ufficiale delle Comunità europee C 165 dell'11 luglio 2002 (le "Linee Direttici");

VISTO il decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259, recante “Codice delle comunicazioni elettroniche” pubblicato sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 15 settembre 2003, n. 215 (il “Codice”);

VISTA la Raccomandazione della Commissione dell’11 febbraio 2003 relativa ai mercati rilevanti di prodotti e servizi del settore delle comunicazioni elettroniche suscettibili di una regolamentazione *ex ante* ai sensi della direttiva 2002/21/CE del Parlamento europeo e del Consiglio che istituisce un quadro normativo comune per le reti ed i servizi di comunicazione elettronica, pubblicata sulla Gazzetta ufficiale delle Comunità europee L 114 dell’8 maggio 2003 (la “precedente Raccomandazione”);

VISTA la Raccomandazione della Commissione del 17 dicembre 2007 relativa ai mercati rilevanti di prodotti e servizi del settore delle comunicazioni elettroniche che possono essere oggetto di una regolamentazione *ex ante* ai sensi della direttiva 2002/21/CE del Parlamento europeo e del Consiglio che istituisce un quadro normativo comune per le reti ed i servizi di comunicazione elettronica, pubblicata sulla Gazzetta ufficiale dell’Unione europea L 344/65 del 28 dicembre 2007 (la “Raccomandazione”);

VISTA la Raccomandazione della Commissione del 15 ottobre 2008, relativa alle notificazioni, ai termini e alle consultazioni di cui all’articolo 7 della direttiva 2002/21/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, che istituisce un quadro normativo comune per le reti e i servizi di comunicazione elettronica, pubblicata sulla Gazzetta ufficiale dell’Unione europea L 301 del 12 novembre 2008;

VISTA la delibera n. 217/01/CONS del 24 maggio 2001 recante “Regolamento concernente l’accesso ai documenti”, pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 20 giugno 2001, n. 141 e successive modifiche;

VISTA la delibera n. 453/03/CONS del 23 dicembre 2003, recante “Regolamento concernente la procedura di consultazione di cui all’articolo 11 del decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259” pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 28 gennaio 2004, n. 22;

VISTO l’accordo di collaborazione tra l’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e l’Autorità garante della concorrenza e del mercato in materia di comunicazioni elettroniche del 27 gennaio 2004;

VISTA la delibera n. 118/04/CONS del 5 maggio 2004, recante “Disciplina dei procedimenti istruttori di cui al nuovo quadro regolamentare delle comunicazioni elettroniche” pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica Italiana del 19 maggio 2004, n. 116 e successive modificazioni;

VISTA la delibera n. 380/06/CONS recante “Mercato dei servizi telefonici internazionali disponibili al pubblico e forniti in postazione fissa, per clienti residenziali e non residenziali (mercati n. 4 e n. 6 della raccomandazione della Commissione Europea n. 2003/311/CE); identificazione ed analisi del mercato, valutazione di sussistenza di imprese con significativo potere di mercato e definizione degli obblighi

regolamentari”, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica Italiana del 5 luglio 2006, n. 154;

VISTA la delibera n. 605/07/CONS recante “Mercati della terminazione internazionale verso singole direttrici: identificazione ed analisi dei mercati, valutazione di sussistenza del significativo potere di mercato per le imprese ivi operanti e individuazione degli obblighi regolamentari cui vanno soggette le imprese che dispongono di un tale potere”, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica Italiana del 20 dicembre 2007, n. 295;

VISTA la delibera n. 145/08/CONS di “Avvio del procedimento relativo ai mercati dei servizi telefonici internazionali disponibili al pubblico e forniti in postazione fissa, per clienti residenziali e non residenziali (mercati n. 4 e n. 6 della raccomandazione della Commissione Europea n. 2003/311/CE): identificazione ed analisi dei mercati, valutazione di sussistenza del significativo potere di mercato per le imprese ivi operanti e individuazione degli eventuali obblighi regolamentari cui vanno soggette le imprese che dispongono di un tale potere”, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica Italiana del 29 marzo 2008, n. 75;

VISTA la delibera n. 351/08/CONS di “Avvio del procedimento relativo alla valutazione della proposta di impegni presentati ai sensi della legge n. 248/06 dalla società Telecom Italia” del 25 giugno 2008, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 16 luglio 2008, n. 165, che ha sospeso per novanta giorni i termini del procedimento avviato con la delibera n. 626/07/CONS;

VISTA la delibera n. 542/08/CONS recante “Procedimento di valutazione della proposta di impegni presentati ai sensi della legge 248/06 da Telecom Italia di cui alla delibera 351/08/CONS: proroga dei termini di sospensione del procedimento avviato con delibera n. 626/07/CONS”, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 6 ottobre 2008, n. 234, che ha prorogato di novanta giorni il termine di sospensione stabilito nella delibera n. 351/08/CONS;

VISTA la delibera n. 718/08/CONS recante “Approvazione della proposta di impegni presentata da Telecom Italia S.p.A. ai sensi della legge 248/06 di cui al procedimento avviato con delibera n. 351/08/CONS”, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 29 dicembre 2008, n. 302;

VISTA la delibera n. 314/09/CONS recante “Identificazione e analisi dei mercati dell’accesso alla rete fissa (mercati n. 1, 4 e 5 fra quelli individuati dalla Raccomandazione 2007/879/CE” in corso di pubblicazione nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana;

CONSIDERATA la seguente analisi di mercato:

SOMMARIO

1.	IL QUADRO DI RIFERIMENTO NORMATIVO E REGOLAMENTARE	12
1.1.	IL QUADRO DI RIFERIMENTO NORMATIVO.....	12
1.2.	IL QUADRO DI RIFERIMENTO REGOLAMENTARE	14
2.	DEFINIZIONE DEL MERCATO RILEVANTE	15
2.1.	INTRODUZIONE.....	15
2.2.	I MERCATI DEI SERVIZI TELEFONICI INTERNAZIONALI DISPONIBILI AL PUBBLICO E FORNITI IN POSTAZIONE FISSA PER CLIENTI RESIDENZIALI (MERCATO 4) E NON RESIDENZIALI (MERCATO 6) NELLA DEFINIZIONE DELLA COMMISSIONE	16
2.3.	DESCRIZIONE TECNICA DEI SERVIZI TELEFONICI INTERNAZIONALI AL DETTAGLIO	16
2.4.	SOGGETTI ATTIVI DAL LATO DELLA DOMANDA E DELL'OFFERTA	19
2.5.	DEFINIZIONE DEL MERCATO	19
2.5.1.	IL MERCATO DEL PRODOTTO/SERVIZIO	19
2.5.2.	CONCLUSIONI SULLA DEFINIZIONE DEI MERCATI	27
2.5.3.	IL MERCATO GEOGRAFICO	27
2.5.4.	CONCLUSIONI IN MERITO AI MERCATI GEOGRAFICI.....	28
3.	APPLICAZIONE DEL TEST DEI TRE CRITERI	29
3.1.	PRIMO CRITERIO	29
3.2.	SECONDO CRITERIO.....	36
3.3.	CONCLUSIONI SUL SECONDO CRITERIO	47
3.4.	CONCLUSIONI SULL'APPLICAZIONE DEL TEST DEI TRE CRITERI.....	47
4.	REVOCA DEGLI OBBLIGHI REGOLAMENTARI	48
4.1.	RIMOZIONE DEGLI OBBLIGHI ESISTENTI.....	48

INDICE DELLE FIGURE

Figura 1 - Struttura delle componenti di servizio di fonia internazionale su rete PSTN	18
Figura 2 - Chiamate VoIP in decade 0 <i>managed</i> sul totale chiamate in PSTN e VoIP - Anni 2005-2008 (valori percentuali)	23
Figura 3 - Mercato Residenziale: Minuti originati da propri utenti attestati e in CS/CPS - Anni 2005-2008	32
Figura 4 - Mercato Non Residenziale: Minuti originati da propri utenti attestati e in CS/CPS - Anni 2005-2008	33
Figura 5 - Quota di mercato media in ricavi degli operatori dominanti EU nei mercati della telefonia vocale da postazione fissa – Valori percentuali	41
Figura 6 - Mercato internazionale non residenziale: Prezzo medio (Euro) – Anni 2005-2008	45
Figura 7 - Mercato internazionale residenziale: Prezzo medio (Euro) – Anni 2005-2008	45

INDICE DELLE TABELLE

Tabella 1 – Minuti sviluppati tramite VoIP in decade 0 <i>managed</i> sul totale minuti in PSTN e VoIP - Anni 2005-2008 (valori percentuali)	24
Tabella 2 - Condizioni economiche dei servizi di fonia internazionale offerti su PSTN e con tecnologia VoIP	25
Tabella 3 – Linee CPS in migliaia – Anni 2004-2009 (primo trimestre)	32
Tabella 4 - Volumi di traffico vs destinazioni internazionali da postazione fissa per direttrice di destinazione – Mercato residenziale non residenziale - Anni 2006-2008	38
Tabella 5 – Ricavi da traffico vs destinazioni internazionali da postazione fissa per direttrice di destinazione – Mercato residenziale e non residenziale - Anni 2006-2008	39
Tabella 6 – Mercato non residenziale: Quote di mercato in ricavi – Anni 2005-2008	42
Tabella 7 – Mercato non residenziale: Quote di mercato in volumi – Anni 2005-2008	43
Tabella 8 – Mercato residenziale: Quote di mercato in ricavi – Anni 2005-2008	43
Tabella 9 – Mercato residenziale: Quote di mercato in volumi – Anni 2005-2008	44

1. IL QUADRO DI RIFERIMENTO NORMATIVO E REGOLAMENTARE

1.1. Il quadro di riferimento normativo

1. Il quadro di riferimento normativo della presente analisi è costituito principalmente dalle seguenti direttive entrate in vigore il 24 aprile 2002 (c.d. quadro normativo comune per le reti ed i servizi di comunicazione elettronica):

- direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio che istituisce un quadro normativo comune per le reti ed i servizi di comunicazione elettronica (2002/21/CE), c.d. “direttiva quadro”¹;
- direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio relativa alle autorizzazioni per le reti e i servizi di comunicazione elettronica (2002/20/CE), c.d. “direttiva autorizzazioni”²;
- direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio relativa all’accesso alle reti di comunicazione elettronica e alle risorse correlate, e all’interconnessione delle medesime (2002/19/CE), c.d. “direttiva accesso”³;
- direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio relativa al servizio universale e ai diritti degli utenti in materia di reti e di servizi di comunicazione elettronica (2002/22/CE), c.d. “direttiva servizio universale”⁴;
- direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio del 12 luglio 2002 relativa al trattamento dei dati personali e alla tutela della vita privata nel settore delle comunicazioni elettroniche (2002/58/CE), c.d. “direttiva protezione dati”⁵.

2. Inoltre, particolare rilievo rivestono:

- la Raccomandazione relativa ai mercati rilevanti di prodotti e servizi del settore delle comunicazioni elettroniche che possono essere oggetto di una regolamentazione ex ante ai sensi della direttiva 2002/21/CE del Parlamento

¹ In GUCE L 108 del 24 aprile 2002, pag. 33.

² In GUCE L 108 del 24 aprile 2002, pag. 21.

³ In GUCE L 108 del 24 aprile 2002, pag. 7.

⁴ In GUCE L 108 del 24 aprile 2002, pag. 51.

⁵ In GUCE L 201 del 31 luglio 2002, pag. 37.

europeo e del Consiglio, adottata il 17 dicembre 2007⁶ (“la Raccomandazione”);

- le Linee direttrici della Commissione per l’analisi del mercato e la valutazione del significativo potere di mercato ai sensi del nuovo quadro normativo comunitario per le reti e i servizi di comunicazione elettronica, adottate dalla Commissione il 9 luglio 2002⁷ (le “Linee direttrici”);
- la Raccomandazione relativa alle notificazioni, ai termini e alle consultazioni di cui all’articolo 7 della direttiva 2002/21/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, adottata il 15 ottobre 2008⁸ (la “Raccomandazione sull’art. 7”).

3. Il quadro normativo sopra delineato e, in particolare, la direttiva quadro, la direttiva accesso, la direttiva autorizzazioni e la direttiva servizio universale sono state recepite in Italia dal d.lgs. 259/03 del 1° agosto 2003, recante “Codice delle comunicazioni elettroniche”⁹ (di seguito, anche il “Codice”).

4. La Raccomandazione, che sostituisce la Raccomandazione della Commissione dell’11 febbraio 2003 relativa ai mercati rilevanti di prodotti e servizi del settore delle comunicazioni elettroniche suscettibili di una regolamentazione *ex ante* (la “precedente Raccomandazione”)¹⁰, ha ad oggetto i sette mercati rilevanti dei prodotti e servizi del settore delle comunicazioni elettroniche le cui caratteristiche sono tali da giustificare l’imposizione degli obblighi di regolamentazione *ex ante*. L’art. 15, comma 3 e l’art. 7, comma 4, della direttiva quadro prevedono che uno Stato membro, ove ricorrano particolari circostanze, possa identificare un mercato rilevante differente da quelli previsti dalla Raccomandazione. Tali disposizioni sono state recepite dall’art. 18 e dall’art. 12, comma 4, del Codice.

5. Le Linee direttrici della Commissione illustrano i criteri cui le Autorità nazionali di regolamentazione (di seguito, le ANR o le Autorità) devono fare riferimento nell’ambito delle analisi dei mercati di cui agli artt. 14, 15 e 16 della direttiva quadro, recepiti rispettivamente dagli artt. 17, 18 e 19 del Codice.

6. Il percorso che il quadro normativo comunitario delinea per l’analisi sulla concorrenzialità dei mercati richiede che le ANR procedano dapprima alla definizione

⁶ In GUCE L 344 del 28 dicembre 2007, pag. 65.

⁷ In GUCE C 165 dell’11 luglio 2002, pag. 6.

⁸ In GUCE L 301 del 12 novembre 2008, pag. 23.

⁹ Pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana del 15 settembre 2003, n. 214 ed entrato in vigore il 16 settembre 2003.

¹⁰ In GUCE L 114 dell’8 maggio 2003, pag. 45. Tale Raccomandazione individuava diciotto mercati suscettibili di regolamentazione *ex ante* che sono stati oggetto del primo ciclo di analisi condotte dall’Autorità.

del mercato, sia con riferimento ai mercati identificati dalla Commissione come suscettibili di regolamentazione *ex ante* (indicati nell'Allegato della Raccomandazione”) sia con riferimento ad eventuali ulteriori mercati non inclusi in tale lista.

7. Una volta definito il mercato dal punto di vista merceologico e geografico e verificato, per i mercati non indicati nell'Allegato alla Raccomandazione, che i cd “tre criteri” risultano soddisfatti (*infra* capitolo 3), le ANR procedono alla verifica dell'eventuale sussistenza, sul mercato individuato, di imprese che detengano, individualmente o congiuntamente, un significativo potere di mercato. All'esito della suddetta analisi le ANR introducono, rimuovono o modificano obblighi regolamentari. La definizione dei mercati rilevanti e l'analisi degli stessi devono essere condotte dalle ANR conformemente ai principi del diritto della concorrenza, tenendo nel massimo conto la Raccomandazione e le Linee direttrici. Tuttavia, dal momento che cambia l'orizzonte temporale di riferimento, non si può escludere che, in taluni casi, i mercati definiti ai fini della regolamentazione settoriale possano non coincidere con i mercati definiti ai fini del diritto della concorrenza. Infatti, nel caso della regolamentazione, la definizione dei mercati è sempre svolta in chiave previsionale, in quanto le ANR devono tenere conto, oltre che delle condizioni di mercato esistenti, anche della prevedibile evoluzione futura.

1.2. Il quadro di riferimento regolamentare

8. L'Autorità ha portato a termine la prima analisi del mercato dei servizi telefonici internazionali al dettaglio per la clientela residenziale e non residenziale (mercati n. 4 e 6 della precedente Raccomandazione) nel mese di giugno 2006, con la delibera n. 380/06/CONS.

9. L'Autorità ha stabilito che in entrambi i mercati dei servizi telefonici internazionali al dettaglio non esistono condizioni di concorrenza effettiva ed ha identificato l'operatore Telecom Italia S.p.A. quale detentore di significativo potere di mercato.

10. All'operatore notificato, ai sensi dell'articolo 67 del Codice, sono stati imposti, in entrambi i mercati, gli obblighi di trasparenza, controllo dei prezzi, contabilità dei costi e l'obbligo di non privilegiare ingiustamente determinati clienti finali.

11. Con particolare riferimento all'obbligo di trasparenza, l'Autorità ha imposto all'operatore notificato le modalità e le tempistiche di comunicazione delle condizioni economiche dei servizi offerti alla clientela residenziale (mercato 4) e non residenziale (mercato 6), di informare gli abbonati, con adeguato preavviso, della modifica delle condizioni contrattuali per essi in vigore - non inferiore a un mese rispetto alla data della loro attuazione - compresa quindi la modifica degli schemi di prezzo.

2. DEFINIZIONE DEL MERCATO RILEVANTE

2.1. Introduzione

12. Ai sensi dell'articolo 18 del Codice, l'Autorità, tenendo in massima considerazione la Raccomandazione e le Linee direttrici¹¹, definisce i mercati rilevanti conformemente ai principi del diritto della concorrenza e sulla base delle caratteristiche e della struttura del mercato nazionale delle comunicazioni elettroniche.

13. Nell'ambito della pratica del diritto della concorrenza, la definizione del mercato è quel processo il cui fine è di individuare un insieme di prodotti/servizi e loro fornitori (attuali e potenziali) che siano effettivamente alternativi per la soddisfazione di un determinato bisogno economico, delimitandone al tempo stesso l'ambito geografico di riferimento. In tal senso, il mercato rilevante presenta sia una dimensione merceologica sia una dimensione geografica.

14. Secondo una giurisprudenza consolidata il mercato del prodotto/servizio rilevante comprende i prodotti o i servizi sostituibili o sufficientemente intercambiabili, in funzione non solo delle loro caratteristiche obiettive, dei loro prezzi e dell'uso cui sono destinati, ma anche in funzione delle condizioni di concorrenza e/o della struttura della domanda e dell'offerta sul mercato in questione. Pertanto l'Autorità, oltre a considerare i prodotti o servizi sufficientemente intercambiabili per caratteristiche obiettive, prezzi e destinazione, analizza le condizioni di sostituibilità prevalenti dal lato della domanda e dell'offerta applicando il test del monopolista ipotetico, *small but significant non transitory increase in price* (SSNIP test).

15. Una volta identificato il mercato del prodotto/servizio rilevante, l'Autorità procede alla definizione della dimensione geografica del mercato, ovvero dell'area in cui i soggetti interessati sono attivi dal lato dell'offerta e della domanda dei prodotti/servizi in questione, in cui le condizioni della concorrenza sono simili o sufficientemente omogenee e che può essere distinta dalle aree adiacenti, in cui le condizioni prevalenti della concorrenza sono sostanzialmente diverse. Il punto di partenza per la definizione dei limiti del mercato geografico è analogo a quello sopra descritto per la valutazione della sostituibilità dal lato della domanda e dell'offerta (SSNIP test), anche se – in alcuni casi – la diretta applicazione del test del monopolista ipotetico potrebbe condurre all'individuazione di mercati di ambito geografico molto ristretto, quali un singolo comune o l'area servita da una singola centrale. In tali casi è opportuno che a prevalere sia sempre il concetto di omogeneità delle condizioni competitive.

¹¹ Cfr. Linee direttrici, capitolo 2, punti 33 – 69.

2.2. I mercati dei servizi telefonici internazionali disponibili al pubblico e forniti in postazione fissa per clienti residenziali (mercato 4) e non residenziali (mercato 6) nella definizione della Commissione

16. La Commissione europea, nella Raccomandazione del dicembre 2007, ha eliminato i mercati al dettaglio dei servizi telefonici internazionali per clientela residenziale e non residenziale dalla lista dei mercati suscettibili di regolamentazione *ex ante*.

17. La precedente Raccomandazione, nella definizione dei mercati, aveva ritenuto opportuno distinguere il mercato della clientela residenziale da quello della clientela non residenziale, sulla base delle diverse condizioni contrattuali praticate dagli operatori all'una e all'altra categoria di utenti.

18. Coerentemente con quanto previsto dalla Commissione europea, nell'ambito della precedente analisi di mercato l'Autorità aveva individuato, per le chiamate internazionali, due mercati rilevanti:

- a) il mercato dei servizi telefonici forniti in postazione fissa per clienti residenziali (mercato 4);
- b) il mercato dei servizi telefonici forniti in postazione fissa per clienti non residenziali (mercato 6);

2.3. Descrizione tecnica dei servizi telefonici internazionali al dettaglio

19. In linea con quanto indicato nella precedente Raccomandazione i servizi telefonici internazionali forniti in postazione fissa sono quei servizi che consentono ai clienti finali di effettuare chiamate verso destinazioni internazionali.

20. I servizi telefonici internazionali disponibili al pubblico da postazione fissa possono essere forniti attraverso l'utilizzo di due differenti tecnologie:

- a) commutazione di circuito (che utilizza la rete telefonica pubblica PSTN/ISDN), tramite accesso a banda stretta;
- b) commutazione di pacchetto (ossia i servizi di comunicazione vocale su rete IP, *Voice over Internet Protocol*, VoIP), tramite accesso a banda larga in fibra ottica o con tecnologia xDSL.

21. I servizi di telefonia internazionale su rete PSTN consentono agli utenti di effettuare chiamate internazionali tramite la composizione di un prefisso internazionale utilizzando una numerazione geografica del Piano Nazionale di Numerazione (PNN). La chiamata può avvenire attraverso:

- un meccanismo di chiamata con selezione del vettore (*Carrier Selection*, CS), con cui il cliente, per effettuare chiamate internazionali, può scegliere un operatore diverso da quello che gli fornisce l'accesso alla

rete, componendo un codice che identifica il vettore che fornisce il servizio di telefonia internazionale;

- un meccanismo di chiamata con pre-selezione del vettore (*Carrier Pre-Selection*, CPS) con cui il cliente, per effettuare chiamate internazionali, può scegliere un operatore diverso da quello che gli fornisce l'accesso alla rete senza la necessità di comporre il codice che identifica il vettore.

22. I servizi VoIP hanno conosciuto una notevole diffusione negli ultimi anni, pertanto si presentano in forme tecnicamente e commercialmente diverse. Essendo i servizi in costante evoluzione, una classificazione esaustiva risulterebbe complessa. Secondo la *Common Position* dell'*European Regulators' Group* (ERG)¹², l'elemento che accomuna tutti i tipi di servizi VoIP è l'uso di pacchetti IP per la trasmissione del segnale vocale.

23. Al riguardo, l'Autorità ha individuato diverse categorie di servizi VoIP, offribili attraverso un accesso a banda larga¹³. Tra questi, i servizi di telefonia internazionale sono:

- i. servizi VoIP in decade 0, che consentono agli utenti di effettuare chiamate internazionali tramite una numerazione geografica del PNN;
- ii. servizi VoIP in decade 5 o nomadici, che consentono agli utenti di effettuare chiamate internazionali tramite una numerazione non geografica del PNN;
- iii. servizi VoIP che consentono agli utenti di effettuare chiamate internazionali utilizzando numerazioni del PNN differenti per le chiamate in entrata e per quelle in uscita, eventualmente ricorrendo a sistemi di indirizzamento alternativi alla numerazione del PNN.

24. Un'ulteriore distinzione relativa ai servizi VoIP è quella tra servizi di tipo "*managed*" e "*unmanaged*". I primi sono servizi VoIP offerti al cliente finale dal medesimo operatore che offre anche il servizio di accesso a banda larga alla rete fissa. I secondi sono servizi VoIP offerti da un operatore differente da quello che offre al cliente finale il servizio di accesso a banda larga; l'operatore che fornisce il servizio VoIP *unmanaged* non è in grado, in generale, di gestire e controllare pienamente i parametri tecnici del servizio.

25. Si noti che solo i servizi VoIP in decade zero (di cui al punto i) e di tipo *managed* presentano caratteristiche funzionali analoghe a quelle proprie dei servizi telefonici tradizionali offerti sulla rete PSTN/ISDN. Tali servizi, infatti, oltre a garantire le medesime caratteristiche di qualità dei servizi su rete telefonica pubblica tradizionale¹⁴,

¹² ERG (07) 56rev2 "*ERG Common Position on VoIP*", Dicembre 2007.

¹³ Cfr. delibera n. 11/06/CIR (Allegato B) e delibera n. 314/09/CONS (par. 73 e seguenti).

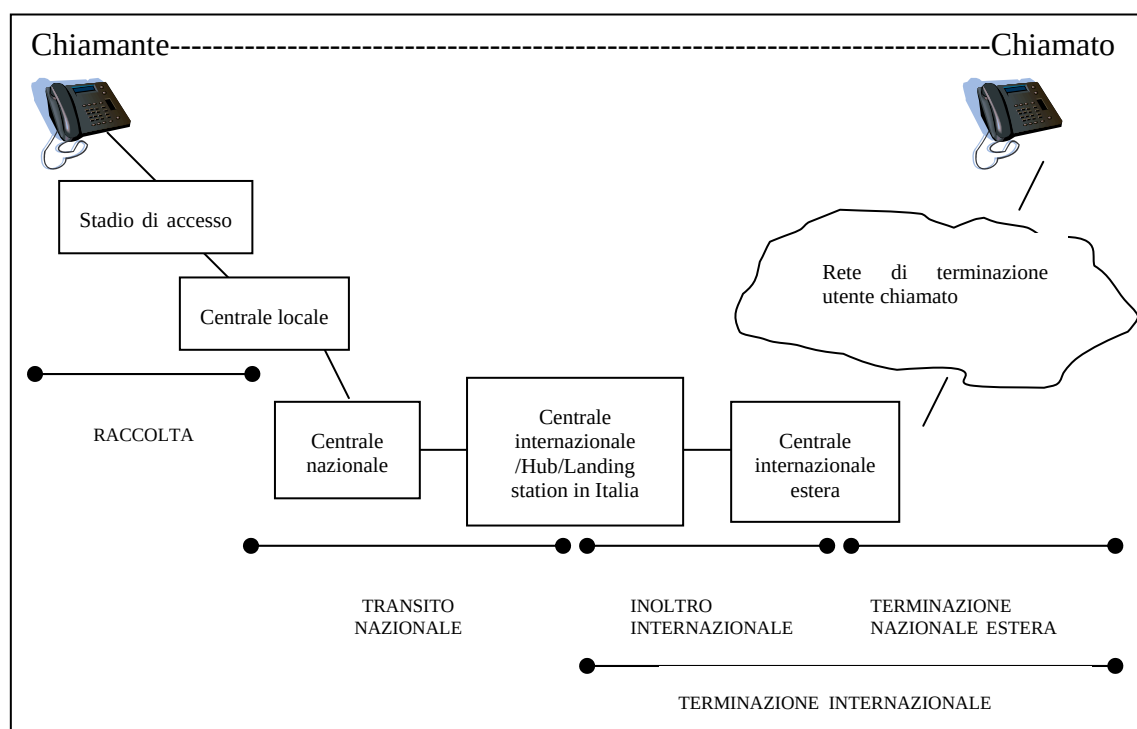
¹⁴ Le caratteristiche principali sono: basso ritardo di comunicazione, assenza di *jitter*, assenza di eco e limitata distorsione del segnale vocale.

consentono di ricevere ed effettuare chiamate senza la necessità di una preliminare e periodica configurazione del sistema da parte dell'utente (ad esempio la connessione alla rete IP). Inoltre, tali servizi sono offribili attraverso tutte le tipologie di accesso a banda larga – tecnologie xDSL, fibra ottica, WLL, ad eccezione della tecnologia satellitare.

26. Per effettuare una chiamata internazionale in tecnologia PSTN sono necessarie le seguenti funzionalità di rete (**Figura 1**), che un operatore può svolgere su rete propria o affittare da altri operatori:

- la raccolta, ossia il trasporto della chiamata dal terminale di origine fino all'autocommutatore locale (incluso il servizio di commutazione);
- il transito/inoltro nazionale, ossia il trasporto della chiamata dall'autocommutatore locale all'autocommutatore nazionale, nonché il trasporto della chiamata dall'autocommutatore nazionale a quello internazionale (*hub o landing station*) situato in Italia;
- l'inoltro internazionale, ossia il trasporto della chiamata dall'autocommutatore internazionale situato in Italia ad un autocommutatore internazionale estero;
- la terminazione sulla rete di appartenenza dell'utente estero chiamato.

Figura 1 - Struttura delle componenti di servizio di fonìa internazionale su rete PSTN



27. Per fornire un servizio di fonia internazionale al dettaglio in tecnologia VoIP *managed* in decade 0 le funzionalità di rete necessarie sono:

- l'accesso a banda larga al cliente finale;
- l'interconnessione alla rete Internet;
- la terminazione sulla rete di appartenenza dell'utente estero chiamato.

2.4. Soggetti attivi dal lato della domanda e dell'offerta

28. I soggetti attivi dal lato della domanda di mercato sono i clienti, residenziali e non residenziali, che effettuano chiamate internazionali da postazione fissa (eventualmente utilizzando carte pre-pagate a codice). Tra le postazioni fisse rientrano anche i *Phone Shop/Center* che ai fini della presente analisi vengono considerati clienti non residenziali.

29. I soggetti attivi dal lato dell'offerta di mercato sono gli operatori di rete fissa che vendono nel mercato al dettaglio i servizi telefonici internazionali su rete proprietaria o affittata da altri operatori. Attualmente, in Italia ed in generale in Europa, secondo il nuovo quadro regolamentare delle comunicazioni elettroniche, gli operatori che vogliono offrire tali servizi sono soggetti solo ad un regime di autorizzazione generale.

2.5. Definizione del mercato

2.5.1. Il mercato del prodotto/servizio

30. Il punto di partenza per giungere alla corretta individuazione dei mercati rilevanti dal punto di vista merceologico, in assenza di una definizione della Raccomandazione, è costituito dalle definizioni adottate dall'Autorità nell'ambito della precedente analisi (delibera n. 380/06/CONS) sulla base delle indicazioni che la Commissione ha fornito nell'allegato alla precedente Raccomandazione, ossia:

- il mercato dei servizi telefonici internazionali forniti in postazione fissa per clienti residenziali (mercato n. 4);
- il mercato dei servizi telefonici internazionali forniti in postazione fissa per clienti non residenziali (mercato n. 6).

31. Partendo da tali definizioni, l'Autorità verifica se nel periodo di tempo intercorso dall'analisi precedente siano intervenuti cambiamenti di carattere economico e/o tecnico

tali da rendere le precedenti definizioni superate¹⁵. In particolare, al fine di individuare il mercato rilevante dal punto di vista merceologico, l'Autorità ritiene necessario valutare la sussistenza di eventuali relazioni di sostituibilità tra i seguenti servizi:

- a) servizi telefonici internazionali forniti da postazione fissa, per clienti residenziali e per clienti non residenziali;
- b) servizi telefonici internazionali forniti da postazione fissa e servizi telefonici internazionali forniti da postazione mobile, per clienti residenziali e per clienti non residenziali;
- c) servizi telefonici internazionali forniti in tecnologia PSTN e servizi telefonici internazionali forniti in tecnologia VoIP, per clienti residenziali e non residenziali;
- d) servizi telefonici internazionali forniti in postazione fissa verso diverse direttrici, per clienti residenziali e non residenziali;
- e) servizi telefonici internazionali forniti in postazione fissa con modalità post-pagata e servizi telefonici internazionali con modalità pre-pagata (carta telefonica), per clienti residenziali e non residenziali.

Nei paragrafi che seguono si svolge l'analisi di sostituibilità tra le tipologie di servizi elencate.

a) Sostituibilità tra servizi telefonici internazionali forniti da postazione fissa, per clienti residenziali e per clienti non residenziali

32. Nella presente analisi l'Autorità intende per:

- “cliente residenziale”: una persona fisica che acquista i servizi per finalità diverse da quelle imprenditoriali o professionali e che intesta il relativo contratto al proprio codice fiscale. Tipicamente si tratta di utenti che accedono ai relativi servizi da una postazione fissa situata in una abitazione privata;
- “cliente non residenziale”: una persona fisica e/o giuridica che acquista i servizi per finalità di tipo imprenditoriale o professionale; i relativi contratti di fornitura risultano intestati ad una partita I.V.A. Inoltre l'Autorità, ai fini della presente analisi, in linea con quanto affermato nella delibera n. 380/06/CONS, considera il traffico generato dai *Phone Shop/Center* come traffico generato dalla clientela non residenziale.

33. Nell'ambito della prima analisi di mercato relativa ai servizi telefonici internazionali al dettaglio (delibera n. 380/06/CONS) l'Autorità, in linea con la precedente

¹⁵ Le definizioni summenzionate presuppongono l'individuazione di mercati al dettaglio distinti per l'accesso e per le chiamate in uscita, come indicato nella precedente Raccomandazione (Cfr. 4.2.1). Costituiscono oggetto della presente analisi i mercati al dettaglio delle chiamate internazionali in uscita.

Raccomandazione, aveva concluso che il mercato dell'utenza residenziale è separato dal mercato dell'utenza non residenziale in virtù delle seguenti ragioni: i) differenti condizioni economiche e articolazioni del servizio praticate dagli operatori per la clientela residenziale e non residenziale; ii) differenti esigenze della clientela in termini di qualità del servizio ed assistenza; iii) diversità dell'identificativo fiscale e, dunque, del regime fiscale del cliente.

34. L'Autorità ritiene che nel periodo di tempo intercorso dalla precedente analisi non siano intervenuti elementi tali da modificare le definizioni date nella delibera n. 380/06/CONS. Infatti, anche se da un punto di vista strettamente funzionale il servizio è sempre lo stesso per le due tipologie di utenti, le esigenze complessive in termini di qualità del servizio ed assistenza continuano ad essere differenti tra la clientela residenziale e quella non residenziale, rendendo di fatto i servizi di comunicazione forniti alle due tipologie di utenti non sostituibili. Inoltre, la tipologia di clientela servita nei due mercati al dettaglio sviluppa volumi di traffico non solo differenti, ma anche distribuiti in modo diverso nel corso della giornata (fascia *peak* ed *off-peak*).

35. Alla luce di queste considerazioni, l'Autorità ritiene che, dal lato della domanda, un incremento dei prezzi, da parte di un ipotetico monopolista, sul mercato delle chiamate internazionali per clientela non residenziale non determinerebbe una migrazione della clientela non residenziale verso le offerte destinate alla clientela residenziale, a causa delle differenti condizioni economiche e contrattuali e dei differenti servizi di assistenza, tale da rendere non profittevole l'incremento di prezzo. Per le stesse ragioni, un incremento dei prezzi da parte di un ipotetico monopolista sul mercato delle chiamate internazionali per clientela residenziale non determinerebbe una migrazione di quest'ultima verso le offerte destinate alla clientela non residenziale, se non per fasce marginali di clientela.

36. Dal lato dell'offerta, l'Autorità ritiene che un operatore che fornisce servizi alle imprese (clientela non residenziale) non possa rispondere tempestivamente agli eventuali aumenti di prezzo praticati da un monopolista ipotetico nel mercato della clientela residenziale, in quanto le caratteristiche economiche dei servizi offerti a queste due categorie di clienti possono essere molto diverse¹⁶.

37. Infine, come osservato nella delibera n. 314/09/CONS *“il diverso identificativo fiscale del cliente è un segnale esogeno a cui corrispondono caratteristiche commerciali, di marketing, di distribuzione e di assistenza distinte, e non uno strumento artificiale per discriminare tra tipologie di clientela che altrimenti appartenerebbero allo stesso mercato”*.

¹⁶ Cfr. par. 81 della delibera n. 314/09/CONS, in cui l'Autorità ha osservato che alcuni operatori italiani sono specializzati nell'offrire servizi di fonia vocale ad una sola delle due tipologie di clientela.

38. Sulla base delle considerazioni suesposte, l'Autorità conferma che il mercato dei servizi telefonici internazionali forniti in postazione fissa, per clienti residenziali e per clienti non residenziali costituiscono due mercati al dettaglio distinti.

b) Sostituibilità tra servizi telefonici internazionali, forniti da postazione fissa e servizi telefonici internazionali forniti da postazione mobile, per clienti residenziali e per clienti non residenziali

39. Nell'ambito della precedente Raccomandazione, le chiamate originate da postazione fissa non venivano ritenute sufficientemente sostituibili da parte degli utenti finali con le chiamate da postazione mobile da poter essere considerate appartenenti allo stesso mercato dal lato della domanda.

40. Nonostante negli ultimi anni si sia assistito ad un proliferare di offerte commerciali da parte degli operatori che propongono servizi integrati fisso-mobile, l'Autorità ritiene che ancora non si possa parlare di una totale integrazione tra le due piattaforme e che, pertanto, non vi sia sostituibilità tra servizi di fonia vocale internazionali forniti da postazione fissa e servizi forniti da postazione mobile. Infatti le chiamate da postazione mobile sono considerate da parte della clientela un servizio complementare, piuttosto che sostituto, delle chiamate da postazione fissa per le seguenti ragioni.

41. Dal lato della domanda, le chiamate da rete mobile garantiscono innanzitutto all'utente la possibilità di effettuare chiamate indipendentemente dalla localizzazione, al contrario di quanto accade per le chiamate da rete fissa. Inoltre, dal momento che le chiamate internazionali da rete mobile generalmente hanno prezzi sensibilmente più elevati delle chiamate da rete fissa¹⁷, difficilmente un utente passerebbe ad effettuare chiamate da rete mobile a seguito di un aumento dei prezzi del 10% delle chiamate da rete fissa.

42. Dal lato dell'offerta, un operatore di rete mobile difficilmente avrebbe la possibilità di passare tempestivamente alla fornitura del servizio da rete fissa a seguito di un incremento modesto ma significativo e non transitorio dei prezzi di quest'ultimo servizio da parte di un monopolista ipotetico.

43. Alla luce di queste considerazioni, l'Autorità ritiene che le chiamate internazionali da postazione fissa costituiscano un mercato separato da quello delle chiamate internazionali da postazione mobile, sia per la clientela residenziale che per quella non residenziale.

¹⁷ Tralasciando l'importo dello scatto alla risposta, a titolo esemplificativo, una chiamata da rete fissa verso un numero fisso in Europa, Usa e Canada ha un prezzo che, a seconda dell'operatore, varia circa tra 12,50 cent/euro al minuto o di 18,12 cent/euro al minuto, mentre una chiamata da postazione mobile verso le stesse destinazioni ha un prezzo orientativo di 50 cent/euro al minuto.

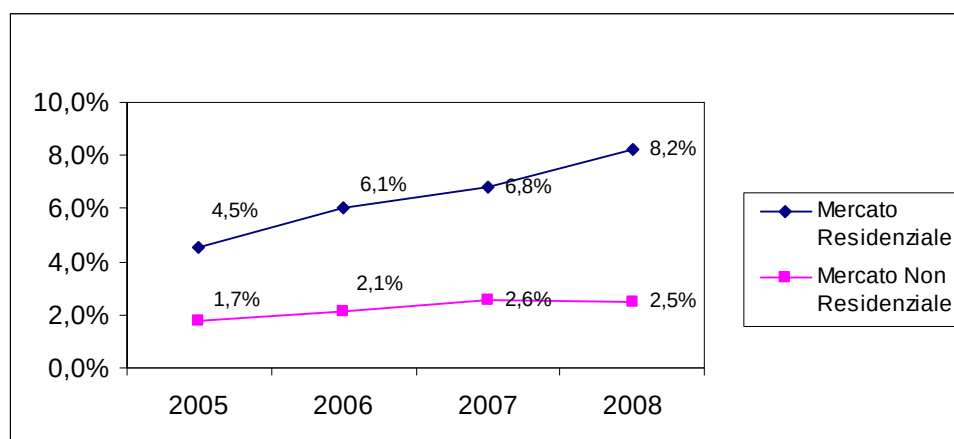
c) Sostituibilità tra servizi telefonici internazionali, forniti in tecnologia PSTN e servizi telefonici internazionali forniti in tecnologia VoIP, per clienti residenziali e non residenziali

44. Nell'analisi precedente l'Autorità, in merito al VoIP, osservava che la telefonia VoIP aveva appena cominciato a diffondersi sul mercato italiano. Inoltre, l'Autorità aveva distinto il servizio di chiamata VoIP in decade 0 dal servizio VoIP in decade 5 e aveva ritenuto che solo il VoIP in decade 0 facesse parte del mercato rilevante, in quanto sostituibile con la tradizionale telefonia su rete PSTN.

45. Rispetto al periodo dell'analisi precedente, la telefonia vocale su tecnologia VoIP ha subito un notevole sviluppo. A tal riguardo, la delibera n. 314/09/CONS¹⁸ evidenzia che negli ultimi anni si è registrato un significativo incremento del numero di linee sulle quali vengono forniti servizi di fonia in tecnologia VoIP in decade 0.

46. Un ulteriore indicatore della diffusione di tali servizi è il numero di chiamate internazionali effettuate con questa tecnologia. Dalla Figura 2 emerge un andamento crescente sia per i clienti residenziali che per quelli non residenziali. In particolare, per la clientela residenziale, le chiamate tramite tecnologia VoIP passano da 4,5 per cento dell'anno 2005 a valori superiori al 6 per cento negli anni 2006 e 2007, per superare l'8 per cento nel 2008. Analogamente, per la clientela non residenziale si osserva un incremento da 1,7 per cento del 2005 a 2,5 per cento del 2008. Anche se il *trend* è crescente in entrambi i mercati, si osserva che il numero di chiamate effettuate dalla clientela residenziale è più che doppio rispetto al numero di chiamate internazionali effettuate dalla clientela non residenziale.

Figura 2 - Chiamate VoIP in decade 0 *managed* sul totale chiamate in PSTN e VoIP - Anni 2005-2008 (valori percentuali)



Fonte: Elaborazioni dell'Autorità su dati forniti dagli operatori

¹⁸ Cfr. Tabella 4, par. 77.

47. L'andamento del traffico vocale internazionale sviluppato con tecnologia VoIP in decade 0 di tipo *managed* risulta crescente nel tempo anche in termini di volumi (Tabella 1), sia nel mercato residenziale sia in quello non residenziale.

Tabella 1 – Minuti sviluppati tramite VoIP in decade 0 *managed* sul totale minuti in PSTN e VoIP - Anni 2005-2008 (valori percentuali)

	2005	2006	2007	2008
Clientela Residenziale	4,3%	5,4%	6,0%	8,5%
Clientela Non Residenziale	1,0%	1,2%	1,5%	1,9%

Fonte: Elaborazioni dell'Autorità su dati forniti dagli operatori

48. Al fine di svolgere l'analisi di sostituibilità, l'Autorità deve valutare se i servizi di telefonia internazionale su tecnologia VoIP rientrano nello stesso mercato dei servizi internazionali forniti su tecnologia PSTN.

49. A tal riguardo l'Autorità, al paragrafo 25, ha osservato che solo i servizi VoIP in decade zero e di tipo *managed* sono sostituibili dal punto di vista tecnico con i servizi telefonici tradizionali offerti sulla rete PSTN/ISDN, in quanto presentano caratteristiche funzionali analoghe. Pertanto, i clienti finali non percepiscono differenze tra i due tipi di servizi.

50. Per valutare la sostituibilità dal punto di vista economico, è necessario verificare se, a seguito di un incremento di prezzo significativo, ma non transitorio, da parte di un monopolista ipotetico sul mercato dei servizi di telefonia internazionale offerti su rete PSTN, si assisterebbe ad una migrazione della clientela verso servizi di telefonia internazionale offerti su tecnologia VoIP in decade 0.

51. La Tabella 2, che riporta i prezzi dei servizi di telefonia internazionale forniti su tecnologia PSTN e su tecnologia VoIP in decade 0, mostra che i prezzi del VoIP in decade 0 di tipo *managed* sono sostanzialmente paragonabili a quelli del PSTN.

Tabella 2 - Condizioni economiche dei servizi di fonia internazionale offerti su PSTN e con tecnologia VoIP

Tipologia di chiamata	Operatore/Nome offerta	Tariffa minutaria (€/cent minuto)	
		PSTN	VoIP
Internazionali vs EU occidentale, Canada e USA (rete fissa)	BT /Business voice*	6,8	6,8
	Fastweb Offerta <i>top customer 3</i>	4,99	4,99
	Telecom/Teleconomy one office	5,2	-
	Telecom/One office con Alice	-	1
Internazionali vs EU orientale (rete fissa)	BT /Business voice	13,6	13,6
	Fastweb Offerta <i>top customer 3</i>	25,82	25,82
	Telecom/Teleconomy one office	24,3	-
	Telecom/One office con Alice	-	20

*Ad esclusione delle chiamate verso Gran Bretagna, con tariffa pari a 5,4 euro cent al minuto.

Fonte: Elaborazioni dell'Autorità su dati forniti dagli operatori

52. Quindi è verosimile ritenere che, a seguito di un incremento di prezzo dei servizi tradizionali, la clientela si sposterebbe verso i servizi offerti su VoIP in decade 0. Ove ci fossero eventuali lievi differenze nella qualità del servizio, non si ritiene che sarebbero tali da precludere lo spostamento della clientela verso il VoIP. Si può pertanto concludere, in coerenza con quanto sostenuto nella delibera n. 314/09/CONS, che i due servizi sono sostituibili, ovvero che i servizi VoIP in decade 0 di tipo *managed* fanno parte dello stesso mercato di quelli PSTN.

d) Sostituibilità tra servizi telefonici internazionali forniti in postazione fissa verso diverse direttrici, per clienti residenziali e non residenziali

53. Le Linee direttrici affermano che, ai fini della regolamentazione *ex ante*, quando si considera la dimensione dei mercati dei servizi di comunicazione elettronica internazionale al dettaglio o all'ingrosso, può essere opportuno considerare coppie di Paesi o di città come mercati separati¹⁹. Pertanto, si potrebbe pensare di definire il mercato al dettaglio dei servizi telefonici internazionali, segmentandolo in base a singole direttrici o gruppi di direttrici.

54. L'Autorità, partendo dall'ipotesi più restrittiva - che individua tanti mercati separati quante sono le direttrici di destinazione delle chiamate - ha valutato le condizioni di sostituibilità esistenti, sia dal lato della domanda sia dal lato dell'offerta, tra i servizi di

¹⁹ Cfr. Linee direttrici, paragrafo 61.

telefonia internazionale al dettaglio verso le differenti destinazioni, al fine di decidere se, e quali di esse, possano essere incluse in un unico mercato rilevante.

55. Dal lato della domanda, il recapito di una chiamata in un Paese di destinazione non può essere considerato sostituibile dal recapito della stessa chiamata in un altro Paese. Infatti, un utente finale che deve fare una telefonata dall'Italia verso un determinato Paese difficilmente reagirebbe ad un incremento modesto ma significativo e non temporaneo del prezzo (SSNIP) del servizio di telefonia verso tale direttrice, da parte di un monopolista ipotetico, acquistando il servizio di telefonia internazionale verso un altro Paese, qualunque esso sia. Pertanto, non si assisterebbe ad una migrazione della domanda di mercato verso chiamate destinate ad altre direttrici tale da rendere l'incremento di prezzo profittevole. Ciò porterebbe a concludere che, dal lato della domanda, i servizi di telefonia internazionale verso differenti direttrici andrebbero a costituire mercati rilevanti separati.

56. Tuttavia, l'analisi di sostituibilità dal lato dell'offerta porta a conclusioni differenti. L'Autorità, infatti, evidenzia l'esistenza di vincoli al comportamento competitivo di un ipotetico monopolista, nella fornitura del servizio verso una determinata direttrice, provenienti dalle imprese attive nell'offerta di servizi di telefonia internazionale verso altre direttrici. In particolare, l'Autorità ritiene che uno SSNIP delle chiamate internazionali verso una particolare direttrice possa indurre le imprese fornitrici del servizio di chiamate internazionali verso altre direttrici ad offrire, in un arco di tempo ragionevole ed a basso costo, anche il servizio di telefonia verso la direttrice che ha subito l'incremento di prezzo, rendendo tale incremento non profittevole. Ciò perché le imprese che forniscono il servizio al dettaglio di telefonia internazionale verso una o più direttrici internazionali già dispongono di gran parte delle risorse necessarie per la fornitura del servizio che ha subito l'incremento di prezzo e possono, pertanto, procurarsi quegli *input* mancanti in un arco di tempo ragionevole e senza dover effettuare ingenti investimenti. A sostegno di tale affermazione, si osserva che tutti i fornitori di servizi di telefonia internazionale al dettaglio, offrono il servizio verso tutte le direttrici.

57. Alla luce delle considerazioni svolte, l'Autorità ritiene che non sia opportuno segmentare il mercato al dettaglio dei servizi telefonici internazionali per singole direttrici²⁰ e che, pertanto, tutte le direttrici facciano parte dello stesso mercato.

²⁰ Per quanto riguarda la caratterizzazione dei mercati al dettaglio, l'Autorità era giunta alle stesse conclusioni nell'analisi dei "Mercati all'ingrosso della terminazione internazionale verso singole direttrici" di cui alla delibera n. 605/07/CONS nonché nella delibera 380/06/CONS relativa all'analisi dei mercati al dettaglio.

e) Sostituibilità tra servizi telefonici internazionali, forniti in postazione fissa con modalità post-pagata e servizi telefonici internazionali con modalità pre-pagata (carta telefonica) per clienti residenziali e non residenziali

58. Nella delibera n. 380/06/CONS, l'Autorità aveva escluso i servizi di telefonia internazionale offerti in modalità pre-pagata tramite carte telefoniche, dal mercato rilevante in quanto questi ultimi presentano modalità di fruizione differenti e tali da renderli solo parzialmente sostituiti dei servizi di traffico internazionale su rete fissa di tipo post pagato.

59. L'Autorità ritiene che nell'arco di tempo intercorso dall'ultima analisi non siano intervenuti elementi tali da rendere superate le precedenti conclusioni. A conferma di ciò si osserva che su trentacinque operatori che hanno fornito i dati per il periodo in esame, solo cinque forniscono i servizi di telefonia internazionale tramite carte pre-pagate. Inoltre tali servizi, oltre che presentare una maggiore complessità d'uso rispetto alla normale chiamata da postazione fissa con modalità post-pagata, vengono utilizzati soprattutto in particolari occasioni e da specifici segmenti di clientela (per esempio stranieri non residenti).

60. Per queste ragioni, l'Autorità ritiene che i servizi telefonici internazionali offerti attraverso carte pre-pagate non rientrino nei mercati rilevanti.

2.5.2. Conclusioni sulla definizione dei mercati

61. L'Autorità ritiene che rientrino nei mercati dei servizi telefonici internazionali da postazione fissa le chiamate, effettuate sia in tecnologia PSTN che in tecnologia VoIP *managed* in decade 0, verso destinazioni estere in postazione fissa o mobile.

62. Sulla base delle considerazioni esposte, l'Autorità ha individuato per le chiamate internazionali i seguenti mercati rilevanti:

1. il mercato dei servizi telefonici internazionali forniti in postazione fissa per clienti residenziali;
2. il mercato dei servizi telefonici internazionali forniti in postazione fissa per clienti non residenziali.

D1. Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito alla definizione dei mercati rilevanti?

2.5.3. Il mercato geografico

63. Secondo quanto previsto dalle Linee direttrici, il mercato geografico comprende un'area in cui le condizioni della concorrenza sono simili o sufficientemente omogenee e che può essere distinta dalle aree adiacenti, in cui le condizioni della concorrenza sono sostanzialmente diverse.

64. Nel primo ciclo di analisi di mercato l'Autorità ha definito il mercato al dettaglio dei servizi telefonici internazionali come nazionale, in ragione della sufficiente omogeneità delle condizioni concorrenziali su tutto il territorio nazionale, con riferimento sia alla gamma dei servizi offerti sia ai prezzi praticati alla clientela finale.

65. L'Autorità ritiene che attualmente e nel periodo di riferimento di questa analisi di mercato, dal lato della domanda non esistano differenti comportamenti o preferenze dei clienti, nonché differenti modelli di acquisto tra le diverse aree del Paese, che possano determinare l'esistenza di condizioni concorrenziali specifiche per particolari ambiti territoriali all'interno del territorio nazionale.

66. Analogamente, dal lato dell'offerta, non si osserva una differenziazione delle offerte commerciali in base alle zone geografiche di ubicazione della clientela chiamante; al contrario, si riscontra un'offerta e una politica di prezzi omogenea a livello nazionale.

67. Per completezza di analisi, è necessario valutare se, per i mercati in esame, sia necessario estendere i confini geografici oltre quelli nazionali, cioè valutare se i mercati possano essere di dimensione geografica sopranazionale.

68. A tale fine, in accordo con le Linee direttrici, l'Autorità deve valutare, attraverso l'analisi della sostituibilità dal lato della domanda e dell'offerta, se le condizioni di concorrenza sono simili o sufficientemente omogenee tra i vari Paesi.

69. Come osservato nella delibera n. 605/07/CONS, l'Autorità ritiene che, dal lato della domanda, un incremento modesto ma significativo e non transitorio del prezzo (SSNIP) dei servizi telefonici internazionali in Italia non indurrebbe i clienti finali del servizio ad acquistare da operatori attivi in altri Paesi.

70. Analogamente, dal lato dell'offerta, l'Autorità ritiene che non vi sia sostituibilità. Infatti, a seguito di uno SSNIP, gli operatori attivi nella fornitura del servizio in esame in Paesi attigui non sono in grado di cominciare a fornire il servizio in Italia in un breve arco temporale e viceversa. Tali operatori dovrebbero, infatti, sostenere investimenti significativi, in breve tempo, per creare propri punti di presenza in Italia.

71. Per l'insieme delle condizioni sopra esposte, l'Autorità non intende individuare segmenti di mercato regionali o sub-nazionali, né sovranazionali.

2.5.4. Conclusioni in merito ai mercati geografici

72. L'Autorità ritiene che i mercati dei servizi telefonici internazionali disponibili al pubblico e forniti in postazione fissa, per clienti residenziali e non residenziali, si caratterizzano come mercati nazionali.

D2. Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito alla dimensione dei mercati geografici?

3. APPLICAZIONE DEL TEST DEI TRE CRITERI

73. L'analisi svolta ha portato alla definizione di due mercati rilevanti non inclusi tra quelli elencati nella Raccomandazione come suscettibili di regolamentazione *ex ante*. Dal momento che tali mercati attualmente sono sottoposti a regolamentazione, l'Autorità deve valutare se, alla luce delle evoluzioni tecnologiche intercorse dalla precedente analisi, i tre criteri indicati dalla Commissione affinché un mercato sia suscettibile di regolamentazione *ex ante* risultino ancora cumulativamente soddisfatti.

74. Nel caso tale valutazione abbia un esito positivo, l'Autorità procederà alla verifica della sussistenza, in tali mercati, di una o più imprese che detengano un significativo potere di mercato.

75. I tre criteri indicati nella Raccomandazione sono:

- i la presenza di forti ostacoli non transitori all'accesso;
- ii la presenza di caratteristiche che inducono a pensare che nel mercato non si svilupperanno, con il passare del tempo, condizioni di concorrenza effettiva;
- iii l'efficienza relativa del diritto della concorrenza e della regolamentazione *ex ante* complementare.

3.1. Primo Criterio

76. La Commissione europea, nella Raccomandazione, specifica che le tipologie di ostacoli all'accesso al mercato (barriere all'entrata) da tenere in considerazione sono due: gli ostacoli di natura strutturale e gli ostacoli di natura giuridica o normativa. *“Gli ostacoli strutturali all'accesso al mercato derivano dalle condizioni iniziali dei costi o della domanda che creano condizioni asimmetriche tra operatori storici e nuovi operatori, rendendo difficile o addirittura impossibile l'accesso al mercato da parte di questi ultimi”*²¹. *“Gli ostacoli giuridici o normativi non sono determinati dalle condizioni economiche, bensì derivano piuttosto da misure legislative, amministrative o di altra natura adottate a livello nazionale e aventi un effetto diretto sulle condizioni di accesso e/o la collocazione degli operatori sul mercato rilevante”*²².

Ostacoli di tipo strutturale

77. In accordo con le Linee direttrici della Commissione, il Gruppo di Regolatori Europei (ERG)²³ ha individuato una serie di indicatori che le ANR devono considerare

²¹ Cfr. par. 9 della Raccomandazione.

²² Cfr. par. 10 della Raccomandazione.

²³ Cfr. ERG (08) 21 *Report on Guidance on the application of the three criteria test*.

ai fini della valutazione dell'esistenza di eventuali barriere all'entrata. Con riferimento ai mercati della fonia internazionale per clienti residenziali e non residenziali, l'Autorità ritiene opportuno analizzare in particolare i seguenti indicatori:

- a. Esistenza di *sunk cost* e controllo di infrastrutture difficili da duplicare;
- b. Economie di scala e di varietà;
- c. Integrazione verticale;
- d. Costo del cambiamento (*switching cost*).

78. Il documento del gruppo ERG prevede, inoltre, che le ANR possano valutare se le eventuali barriere all'entrata siano di tipo non transitorio in un contesto cosiddetto *modified greenfield approach*, cioè in assenza di regolamentazione nei mercati in esame, ma tenendo conto dell'eventuale regolamentazione vigente nei corrispondenti mercati all'ingrosso. Pertanto, in linea con il documento ERG, l'analisi del primo criterio è svolta in tale contesto.

Esistenza di sunk cost e controllo di infrastrutture difficili da duplicare

79. I *sunk cost* sono quei costi che un operatore deve sostenere per entrare nel mercato e che non possono essere recuperati in caso di uscita. Tra tali costi rientrano sia gli investimenti in infrastrutture di telecomunicazioni che un operatore nuovo entrante deve sostenere per fornire servizi su infrastruttura proprietaria, sia gli investimenti in campagne pubblicitarie e di vendita che i nuovi entranti sostengono a seguito dell'entrata sul mercato per la creazione di una base clienti sufficientemente ampia.

80. Con riferimento ai servizi di telefonia internazionale da postazione fissa si osserva che l'esistenza di servizi regolamentati nei corrispondenti mercati all'ingrosso nazionali (mercati 8, 10, 11 e 12 della precedente Raccomandazione) in generale può ridurre l'ammontare degli investimenti non recuperabili in infrastrutture di telecomunicazione che un operatore dovrebbe sostenere per fornire i servizi su infrastruttura proprietaria. Tuttavia, una riduzione di tali costi non si traduce nell'eliminazione totale di questo tipo di barriera.

81. Si ritiene, invece, che il fattore che determina la maggiore riduzione dei costi degli operatori che forniscono servizi al dettaglio di fonia vocale internazionale sia costituito dal servizio di terminazione internazionale. Infatti, l'incidenza del costo del servizio di terminazione sul costo totale di una chiamata internazionale al dettaglio è, in generale, molto maggiore rispetto all'incidenza del costo della terminazione sul costo totale di una chiamata nazionale.

82. Pertanto, la possibilità di acquisire il servizio di terminazione internazionale a condizioni favorevoli consentirebbe agli operatori di realizzare ingenti risparmi di costo che potrebbero tradursi in minori prezzi al dettaglio.

83. A tal riguardo si osserva che, come precedentemente riscontrato dall'Autorità nella delibera n. 605/07/CONS, le modalità di acquisto del servizio di terminazione

internazionale all'ingrosso da parte degli operatori che forniscono servizi di fonia internazionale al dettaglio, consentono a questi ultimi di esercitare un notevole contropotere di acquisto nei confronti dei fornitori all'ingrosso. Dal momento che nel mercato della terminazione internazionale sono presenti molteplici offerenti del servizio²⁴, gli acquirenti dei servizi di terminazione internazionale ricorrono sempre più spesso a modalità di instradamento del traffico alternative ai tradizionali accordi bilaterali che consentono loro di cambiare frequentemente fornitore, in base alle condizioni economiche proposte. Nella pratica gli acquirenti selezionano il fornitore di terminazione mediante la cosiddetta tecnica di *least cost routing* in base alla quale confrontano costantemente i listini del servizio di terminazione internazionale dei diversi fornitori – nell'ambito di veri e propri centri di intermediazione per il traffico internazionale²⁵ – per selezionare l'offerta più conveniente (*least cost*). Peraltro, si osserva che molti acquirenti di terminazione internazionale, essendo al contempo venditori del servizio, hanno la possibilità di valutare facilmente le alternative presenti nel mercato e, quindi, sono in grado di cambiare prontamente fornitore.

84. Per queste ragioni l'Autorità aveva precedentemente concluso (delibera n. 605/07/CONS) che i mercati dei servizi di terminazione internazionale sono mercati concorrenziali.

85. In base a quanto previsto dalla Raccomandazione, il riscontro di un adeguato livello di concorrenza nei mercati all'ingrosso è sufficiente ad assicurare una fornitura in concorrenza del corrispondente servizio al dettaglio.

86. Dal momento che il servizio di terminazione internazionale, per quanto argomentato sopra, costituisce l'*input* di maggior rilevanza in termini di costo per il completamento di una chiamata internazionale, l'Autorità conclude che la fornitura di tale *input* a condizioni concorrenziali sia in grado di per sé di eliminare le barriere strutturali all'ingresso, facilitando l'entrata di nuovi operatori nei mercati in esame.

87. Per quanto riguarda gli altri *input* necessari per la fornitura del servizio di telefonia vocale internazionale, si osserva che un operatore che voglia fornire servizi al dettaglio di fonia senza utilizzare una infrastruttura propria, può scegliere le seguenti modalità di accesso al cliente: i) accesso indiretto (in CS/CPS) e ii) diretto (ULL e *naked bitstream*).

88. Il livello dei costi non recuperabili (*sunk costs*) varia a seconda della tipologia di accesso utilizzata e, in generale, risulta più elevato nel caso di accesso diretto (ULL e *naked bitstream*).

89. Nei primi anni di liberalizzazione dei mercati delle telecomunicazioni, la modalità di accesso indiretto ha consentito ad un elevato numero di operatori, dotati di limitate infrastrutture proprietarie, di offrire servizi di telefonia al dettaglio da postazione fissa

²⁴ Cfr. Tabella 2 delibera n. 605/07/CONS.

²⁵ Come, ad esempio, i centri *telehouse* presenti a Milano, Londra, Francoforte ed altri grandi centri urbani a livello internazionale.

in modo diffuso sul territorio nazionale, grazie all'esistenza di un'offerta all'ingrosso per i diversi livelli di interconnessione. Il livello delle barriere all'ingresso è pertanto risultato piuttosto contenuto, infatti, in caso di accesso indiretto l'operatore deve sostenere i costi necessari ad aprire le proprie infrastrutture ed interconnettersi con l'operatore che fornisce accesso. Il ricorso alla modalità di accesso indiretto da parte degli operatori alternativi è andato diminuendo nel tempo all'aumentare del livello di infrastrutturazione degli stessi.

90. A tal riguardo, se si esamina l'andamento nel tempo della CPS, prendendo come indicatore il numero di linee (Tabella 3), si osserva che, dopo un lieve incremento tra l'anno 2004 e 2005 (da 4017 a 4085 milioni), il numero di linee scende sensibilmente, attestandosi intorno ad un valore inferiore ai 2 milioni nel 2008 e di poco superiore a 1,5 milioni nel primo trimestre del 2009.

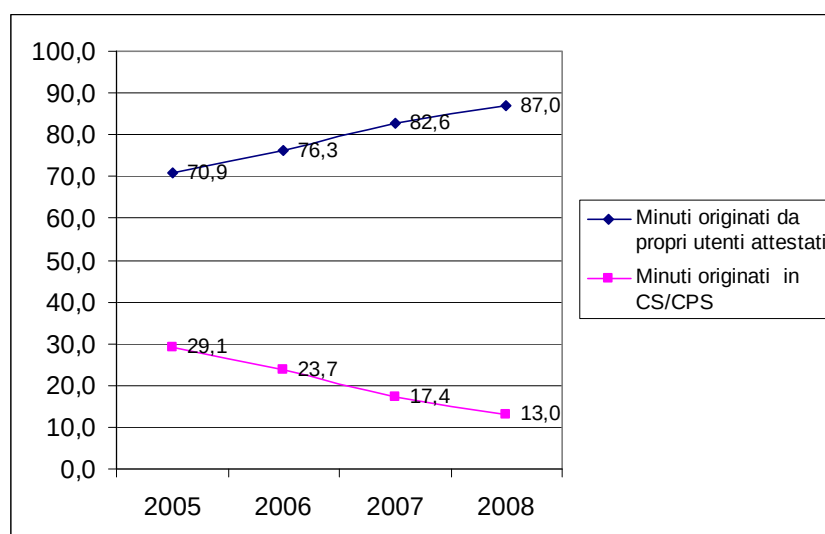
Tabella 3 – Linee CPS in migliaia – Anni 2004-2009 (primo trimestre)

	2004	2005	2006	2007	2008	1T2009
Linee CPS	4.017	4.085	3.829	2.780	1.754	1.548

Fonte: Elaborazioni dell'Autorità su dati forniti dagli operatori

91. Focalizzandosi sul mercato delle chiamate da postazione fissa verso destinazioni internazionali, si osserva un decremento nei minuti di traffico vocale internazionale originati tramite CS/CPS nel mercato residenziale (Figura 3), attribuibile al passaggio degli operatori alternativi a modalità di accesso diretto a seguito di una maggiore infrastrutturazione.

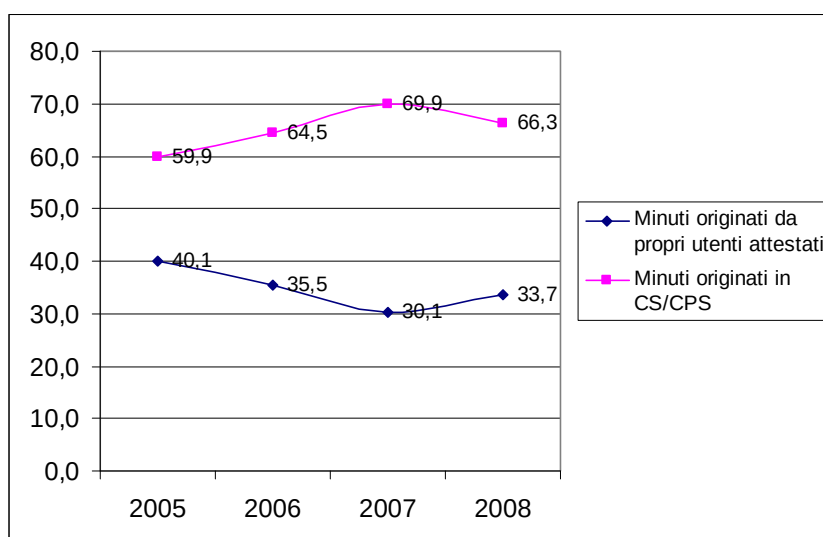
Figura 3 - Mercato Residenziale: Minuti originati da propri utenti attestati e in CS/CPS - Anni 2005-2008



Fonte: Elaborazioni dell'Autorità su dati forniti dagli operatori

92. Per quanto concerne il mercato delle telefonia internazionale non residenziale, viceversa, i minuti di fonia vocale internazionale offerti dagli operatori in CS/CPS superano i minuti originati da rete propria anche se nell'ultimo anno, ad una riduzione dei minuti in CS/CPS corrisponde un aumento dei minuti originati su rete propria. L'aumento dei minuti originati in CS e CPS può essere legato alla attribuzione di alcune gare in ambito pubblico ad operatori alternativi che, non essendo presenti con propria infrastruttura in molte zone del territorio nazionale (le zone non coperte dall'ULL), ricorrono all'accesso indiretto (CS/CPS) e sviluppano elevati volumi di traffico con questa modalità di accesso, come risulta nell'ambito della consueta e continua attività di monitoraggio di questi mercati, con particolare attenzione alle dinamiche della domanda.

Figura 4 - Mercato Non Residenziale: Minuti originati da propri utenti attestati e in CS/CPS - Anni 2005-2008



Fonte: Elaborazioni dell'Autorità su dati forniti dagli operatori

93. Alla riduzione delle linee in CPS è corrisposto negli anni un sensibile aumento delle linee ULL che sono passate da poco più di un milione nel 2005 a circa quattro milioni nel primo trimestre del 2009. Anche se l'accesso in ULL risulta mediamente più oneroso della CS/CPS, si tratta comunque di una modalità di accesso che consente agli operatori alternativi di sostenere costi irrecuperabili inferiori a quelli che dovrebbero sostenere per fornire gli stessi servizi su rete proprietaria.

94. Si può pertanto concludere che la regolamentazione vigente nei corrispondenti mercati all'ingrosso nazionali (*modified greenfield approach*) consente di ridurre i *sunk cost*, garantendo agli eventuali operatori nuovi entranti la possibilità di ricorrere alle infrastrutture dell'operatore *incumbent* con tempi di *provisioning* piuttosto brevi, se rapportati alla realizzazione in proprio delle infrastrutture necessarie.

95. Alla luce delle considerazioni suesposte, l'Autorità conclude che le modalità di acquisto del servizio di terminazione internazionale, congiuntamente all'esistenza di una regolamentazione negli altri mercati all'ingrosso, siano tali da eliminare la presenza di costi non recuperabili.

Economie di scala e di varietà

96. Un indicatore della presenza di barriere all'ingresso è costituito dall'esistenza di forti economie di scala e/o di varietà. Per quanto riguarda le economie di varietà, anche se un operatore che fa ricorso all'accesso indiretto non può realizzare gli stessi guadagni di efficienza di un operatore che utilizza la rete propria, si deve considerare che gli operatori che utilizzano l'accesso indiretto in genere sono presenti anche in altri mercati al dettaglio dove hanno una base di clienti significativa; ciò consente loro di realizzare comunque economie di varietà.

97. Inoltre, come osservato in precedenza, il ricorso all'accesso indiretto va diminuendo all'aumentare del livello di infrastrutturazione dei vari operatori alternativi. Di conseguenza la maggiore diffusione di accessi diretti consente a questi ultimi di realizzare maggiori economie e di scala e di varietà.

98. In conclusione, l'esistenza di servizi regolati a livello *wholesale*, in particolare il ricorso all'accesso diretto, riduce le differenze in termini di economie di scala/varietà tra l'operatore dominante e gli operatori nuovi entranti.

Integrazione verticale

99. La presenza di operatori che detengono un significativo potere di mercato nei mercati a monte potrebbe, attraverso effetti leva, influenzare in modo rilevante il livello concorrenziale dei mercati a valle, in quanto potrebbe accentuare il livello delle barriere all'ingresso.

100. Come precedentemente osservato dall'Autorità²⁶, nei mercati dei servizi di fonia internazionale da postazione fissa vi sono più operatori che sono integrati verticalmente nel mercato all'ingrosso della terminazione internazionale oltre a Telecom Italia, quali ad esempio BT Italia, Wind, Tele 2, Colt, ed Eutelia.

101. Pertanto, tali operatori, possono beneficiare della possibilità di razionalizzare i propri costi di natura tecnico-operativa ed effettuare scelte coordinate tra livelli *wholesale* e *retail* della catena del valore.

Costo del cambiamento

102. Un'ulteriore indicatore della presenza di barriere all'ingresso è l'esistenza di elevati *switching cost*, cioè di quei costi che un utente deve sostenere per cambiare operatore. Tra questi, si annoverano costi monetari e non monetari. Nel caso dei mercati

²⁶ Cfr. par. 170 e 171 della delibera n. 605/07/CONS.

in esame, gli *switching cost* possono riferirsi sia ai costi che un cliente dovrebbe sostenere per cambiare solo l'operatore che fornisce i servizi di fonia internazionale, sia i costi che dovrebbe sostenere per cambiare l'operatore di accesso.

103. L'Autorità osserva che, nel primo caso, gli *switching costs* per i clienti sono praticamente assenti. Nel secondo caso, la possibilità degli utenti di conservare il proprio numero di telefono (*number portability*) in caso di cambio di operatore di accesso, la possibilità di recedere dal contratto in qualsiasi momento, sostenendo unicamente i costi necessari per la conclusione del rapporto contrattuale²⁷, nonché il fatto che molti operatori offrano *gratis* (o a prezzi molto contenuti) le nuove attivazioni, costituiscono elementi che riducono sensibilmente i costi di cambiamento del fornitore che gli utenti dovrebbero sostenere.

104. L'Autorità ritiene pertanto che gli *switching cost* non siano di entità tale da costituire una barriera all'ingresso nei mercati in esame.

Ostacoli di tipo giuridico

105. Le ANR, al fine di individuare eventuali ostacoli di tipo giuridico devono valutare se esistano requisiti legali, regolamentari o altri vincoli normativi che possano ritardare un ingresso tempestivo nel mercato rilevante da parte di altri operatori.

106. Gli unici ostacoli di tipo giuridico rilevabili con riguardo ai mercati al dettaglio della telefonia internazionale, da postazione fissa, per la clientela residenziale e non residenziale, potrebbero essere di natura amministrativa e riguardano il rilascio dell'autorizzazione da parte delle amministrazioni locali all'esecuzione di scavi per la realizzazione di infrastrutture di rete. Tuttavia si tratta di disposizioni amministrative che vincolano in modo uniforme qualunque operatore interessato all'attivazione del servizio, incluso l'operatore dominante.

107. L'Autorità ritiene, pertanto, che non vi sia alcuna misura legislativa, amministrativa o di altra natura, adottata a livello nazionale, che possa costituire una barriera all'entrata di tipo giuridico per i mercati dei servizi internazionali di fonia al dettaglio.

Conclusioni sul primo criterio

108. Gli ostacoli all'ingresso sui mercati della fonia internazionale al dettaglio potrebbero dipendere dall'esistenza di barriere di tipo strutturale (eventuali *sunk cost* e controllo da parte dell'operatore *incumbent* di infrastrutture difficilmente duplicabili, necessità di conseguire adeguate economie di scala e di varietà, presenza di elevati *switching cost* ed integrazione verticale) e di tipo giuridico.

109. L'Autorità, dall'analisi degli indicatori summenzionati, evince che lo sviluppo delle reti proprietarie degli operatori alternativi, gli obblighi imposti nei corrispondenti

²⁷ Legge n. 40/07, legge Bersani.

mercati a monte nonché le modalità di acquisizione del servizio all'ingrosso di terminazione internazionale siano in grado di consentire l'ingresso in tali mercati da parte di operatori alternativi e che, pertanto, il primo criterio non risulti soddisfatto per i mercati in oggetto.

3.2. Secondo Criterio

110. La Commissione europea sottolinea che *“anche qualora un mercato sia caratterizzato da forti ostacoli all'accesso, altri fattori strutturali in tale mercato possono indicare la tendenza verso una situazione di concorrenza effettiva nell'arco di tempo considerato”*²⁸.

111. I principali indicatori da valutare al momento dell'analisi del secondo criterio *“sono analoghi a quelli esaminati nel contesto di un'analisi di mercato in prospettiva futura; si tratta in particolare di indicatori concernenti la struttura del mercato, l'andamento e la dinamica del mercato, compresi indicatori come le quote di mercato e le relative tendenze, i prezzi di mercato e le relative tendenze, nonché la portata e la copertura delle reti o infrastrutture concorrenti”*²⁹.

112. A tale riguardo l'ERG osserva³⁰ che l'orizzonte temporale considerato è di particolare rilevanza nell'analisi prospettica. Per ridurre il rischio di errore legato alla imprevedibilità delle assunzioni effettuate su orizzonti temporali troppo estesi, è ragionevole assumere come riferimento temporale ai fini dell'analisi del secondo criterio il medesimo periodo usato come riferimento nell'analisi di mercato (18 mesi).

113. Nel paragrafo precedente si è osservato che nei mercati in esame non si riscontra la presenza di forti ostacoli non transitori all'accesso grazie allo sviluppo delle reti degli operatori alternativi, all'esistenza dei rimedi nei corrispondenti mercati all'ingrosso e, soprattutto, grazie alla dinamicità del mercato all'ingrosso della terminazione internazionale. In considerazione del fatto che i tre criteri devono risultare soddisfatti cumulativamente, il mancato soddisfacimento del primo criterio renderebbe non necessaria l'analisi del secondo e del terzo.

114. Tuttavia, poiché in assenza dei rimedi nei corrispondenti mercati all'ingrosso, cioè a fronte di una ipotetica rimozione degli stessi, nei mercati dei servizi telefonici internazionali al dettaglio vi potrebbero essere barriere strutturali, l'Autorità ritiene opportuno valutare se vi siano altri fattori strutturali utili ad indicare se i mercati tendano ad una effettiva concorrenza nell'orizzonte temporale considerato (18 mesi). L'Autorità procede dunque all'analisi del secondo criterio, analizzando, ove possibile, gli indicatori elencati nel documento ERG ritenuti attinenti al mercato in esame, quali:

²⁸ Cfr. par. 12 della Raccomandazione.

²⁹ Cfr. par. 6 della Raccomandazione.

³⁰ Cfr. ERG (08) 21 *Report on Guidance on the application of the three criteria test*.

- a. le quote di mercato;
- b. l'andamento dei prezzi;
- c. le barriere all'espansione;
- d. la concorrenza potenziale.

115. Prima di passare ad esaminare gli indicatori summenzionati, si esaminano brevemente il numero di operatori presenti nei due mercati e si fornisce una valutazione della dimensione e della dinamica dei mercati in oggetto sia in termini di volumi che di ricavi.

Numero di operatori

116. Nei mercati dei servizi telefonici internazionali sono presenti una molteplicità di operatori (circa 35). I tre quarti degli operatori, nel periodo dal 2005 al 2008, hanno dichiarato di avere venduto servizi telefonici internazionali sia alla clientela residenziale sia a quella non residenziale. L'Autorità rileva che più del 25 per cento di tali operatori è specializzato nell'offrire servizi di fonia vocale internazionale alla sola clientela non residenziale.

Dimensione del mercato

117. Dall'analisi dei dati emerge un andamento decrescente dei volumi di traffico vocale internazionale sia per il mercato residenziale (-1,2 per cento dal 2005 al 2008) sia per quello non residenziale (-3,9 per cento dal 2005 al 2008). Si osserva, inoltre, che il mercato non residenziale sviluppa volumi di traffico tra tre e quattro volte superiori ai volumi sviluppati dalla clientela residenziale.

118. Gran parte del traffico vocale internazionale negli anni dal 2006 al 2008 ha come destinazione l'Europa (Tabella 4). In particolare, le chiamate dirette verso l'Europa incidono per una quota costante, circa l'80 per cento, del mercato residenziale. Nel mercato non residenziale, il peso del traffico verso l'Europa passa dal 45 per cento circa (anni 2006 e 2007), al 51 per cento circa del 2008. L'America è una direttrice stazionaria per la clientela residenziale con volumi di traffico intorno al 15 per cento nei tre anni considerati; per la clientela non residenziale incide sul traffico internazionale complessivo per un valore che passa dal 20,1 per cento del 2006 al 14,6, per cento del 2008. Nel mercato non residenziale l'Africa pesa per una quota prossima al 20 per cento, mentre l'Asia incide sul traffico internazionale complessivo per circa il 15 per cento. Nel mercato residenziale sia l'Africa sia l'Asia non superano congiuntamente il 5 per cento del traffico internazionale totale.

Tabella 4 - Volumi di traffico vs destinazioni internazionali da postazione fissa per direttrice di destinazione – Mercato residenziale non residenziale - Anni 2006-2008

	Mercato residenziale				Mercato non residenziale		
	2006	2007	2008		2006	2007	2008
Europa	79,4%	79,5%	79,5%		45,1%	45,4%	50,7%
di cui Unione Europea	58,7%	59,1%	60,2%		33,2%	32,6%	37,9%
di cui Europa centro-orientale	6,6%	6,1%	5,7%		8,2%	9,5%	9,6%
di cui Altri paesi europei	14,1%	14,2%	13,6%		3,7%	3,3%	3,0%
Africa	2,9%	2,7%	2,5%		19,2%	19,4%	18,0%
di cui Africa settentrionale	1,9%	1,8%	1,6%		8,9%	8,7%	8,5%
di cui Africa occidentale	0,5%	0,5%	0,4%		7,2%	7,6%	6,3%
di cui Africa orientale	0,2%	0,2%	0,2%		1,7%	1,9%	2,1%
di cui Africa centro meridionale	0,2%	0,2%	0,3%		1,4%	1,2%	1,2%
Asia	1,6%	1,5%	1,3%		14,5%	17,1%	14,3%
di cui Asia occidentale	0,5%	0,5%	0,4%		2,7%	3,3%	3,1%
di cui Asia centro-meridionale	0,4%	0,4%	0,3%		6,1%	8,6%	6,9%
di cui Asia orientale	0,7%	0,6%	0,6%		5,6%	5,2%	4,3%
America	15,0%	15,5%	15,6%		20,1%	16,8%	14,6%
di cui America settentrionale	11,4%	12,0%	12,1%		6,9%	5,9%	5,1%
di cui America centro meridionale	3,6%	3,5%	3,5%		13,3%	10,8%	9,5%
Oceania	0,8%	0,7%	0,6%		0,5%	0,7%	1,4%
Altre destinazioni	0,2%	0,2%	0,3%		0,5%	0,4%	0,7%

Fonte: Elaborazioni dell'Autorità su dati forniti dagli operatori

119. Anche i ricavi da traffico internazionale mostrano un andamento decrescente sia per il mercato residenziale (-29,7 per cento dal 2005 al 2008) che per quello non residenziale (-25,5 per cento dal 2005 al 2008). In particolare, i ricavi sono passati da 205.491.087 euro del 2005 a 144.493.667 euro per l'anno 2008, per il mercato residenziale; per il mercato non residenziale i ricavi sono passati da 346.634.105 euro del 2005 a 258.092.823 euro del 2008³¹. Anche in questo caso il mercato non residenziale genera ricavi sensibilmente superiori a quelli del mercato residenziale.

120. Gran parte dei ricavi da traffico vocale internazionale nei tre riferimenti temporali considerati è generato da chiamate dirette verso l'Europa (Tabella 5) sia per il mercato residenziale che per quello non residenziale. Tra i paesi dell'Europa, la direttrice che maggiormente incide è costituita dal traffico diretto verso i paesi appartenenti all'Unione Europea, con valori superiori al 40 per cento nel mercato residenziale e al 30 per cento nel mercato non residenziale. L'Africa pesa per una quota in crescita dal 2006 al 2008 sia per la clientela residenziale sia per quella non residenziale, raggiungendo il 15 per cento, nel primo caso, il 36 per cento, nel secondo caso. I ricavi da traffico

³¹ Per motivi di carattere metodologico e per la diversa partecipazione delle imprese alla fornitura dei dati, vi sono alcune differenze rispetto ai dati forniti in occasione della Relazione annuale.

internazionale verso l'Asia sono in diminuzione nel mercato non residenziale (dal 15,5 per cento del 2006 al 13 per cento del 2008); al contrario risultano in crescita nel mercato residenziale (dal 5,4 per cento del 2006 al 7,1 per cento del 2008). Il peso dei ricavi da chiamate dirette verso l'America risulta in diminuzione in entrambi i mercati, raggiungendo nell'ultimo anno considerato il 12,8 per cento per la clientela residenziale e 7,8 per cento per quella non residenziale.

Tabella 5 – Ricavi da traffico vs destinazioni internazionali da postazione fissa per direttrice di destinazione – Mercato residenziale e non residenziale - Anni 2006-2008

	Mercato residenziale				Mercato non residenziale		
	2006	2007	2008		2006	2007	2008
Europa	63,4%	61,5%	64,5%		47,0%	44,2%	41,3%
di cui Unione Europea	44,3%	43,1%	46,5%		34,5%	32,7%	32,1%
di cui Europa centro-orientale	10,0%	9,3%	10,8%		8,1%	7,8%	7,1%
di cui Altri paesi europei	9,0%	9,2%	7,1%		4,4%	3,6%	1,8%
Africa	9,0%	8,9%	14,1%		21,9%	24,5%	36,1%
di cui Africa settentrionale	3,5%	3,5%	6,8%		11,0%	12,0%	20,3%
di cui Africa occidentale	3,1%	3,1%	4,1%		6,7%	8,0%	10,9%
di cui Africa orientale	1,3%	1,3%	1,9%		2,4%	2,8%	2,9%
di cui Africa centro meridionale	1,1%	1,1%	1,3%		1,7%	1,7%	2,0%
Asia	5,4%	5,5%	7,1%		15,5%	15,0%	13,0%
di cui Asia occidentale	2,0%	2,0%	2,5%		4,9%	4,5%	4,8%
di cui Asia centro-meridionale	1,6%	1,7%	2,1%		5,1%	5,7%	4,5%
di cui Asia orientale	1,8%	1,8%	2,5%		5,5%	4,8%	3,7%
America	17,7%	20,0%	12,8%		13,6%	13,5%	7,8%
di cui America settentrionale	6,2%	6,5%	1,6%		2,7%	2,6%	0,5%
di cui America centro meridionale	11,5%	13,5%	11,2%		10,9%	10,9%	7,3%
Oceania	1,6%	1,5%	0,8%		0,6%	0,9%	0,9%
Altre destinazioni	2,9%	2,6%	0,7%		0,9%	1,0%	0,9%

Fonte: Elaborazioni dell'Autorità su dati forniti dagli operatori

121. La contrazione del mercato dei servizi di telefonia internazionale nel periodo di tempo sotto osservazione è riconducibile principalmente a due motivi.

122. Innanzitutto, come osservato nell'ambito dell'analisi di sostituibilità³², il traffico originato tramite carte pre-pagate non è incluso nel mercato. Questa tipologia di servizio, anche se non perfettamente sostituibile con i servizi di fonia internazionale da postazione fissa privata, ha subito una crescente diffusione negli ultimi anni, anche in virtù delle condizioni tariffarie particolarmente vantaggiose, sottraendo pertanto ingenti volumi di traffico al mercato tradizionale.

³² Cfr. Par 58, 59 e 60.

123. Inoltre si deve considerare l'effetto esercitato sui volumi di traffico, e quindi sui ricavi degli operatori, dagli accessi VoIP non inclusi nei mercati in esame (cioè quelli non in decade 0 e di tipo *unmanaged*). Anche in questo caso, benché si tratti di servizi non perfettamente sostituibili con i tradizionali servizi di fonia internazionale a causa delle differenti caratteristiche tecniche, non si può non riconoscere che si tratta di servizi in grado di esercitare un vincolo competitivo indiretto sui mercati rilevanti. E' noto infatti, che le condizioni economiche delle chiamate internazionali che utilizzano il VoIP *unmanaged* sono particolarmente vantaggiose per cui gli utenti finali ricorrono viepiù a questa tipologia di servizi per effettuare chiamate internazionali.

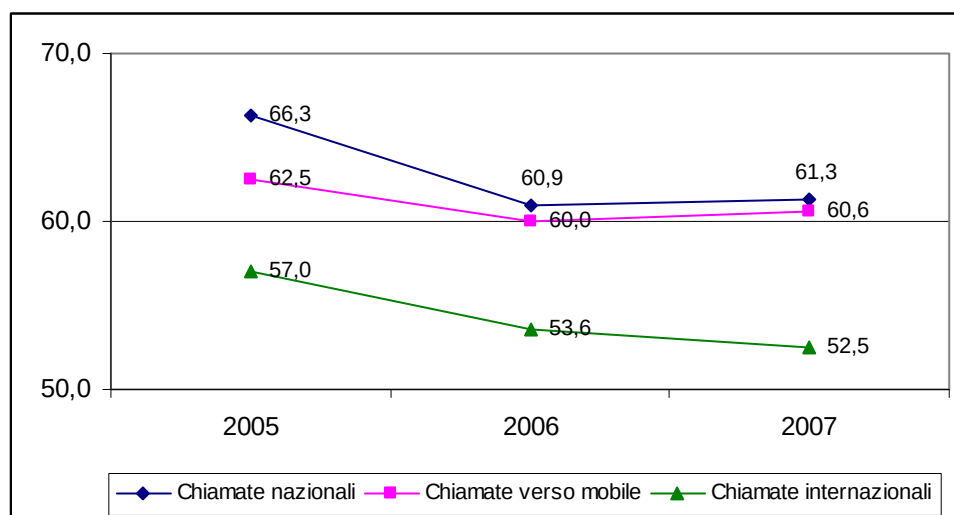
Quote di mercato

124. Come emerge dal XIV Rapporto della Commissione Europea³³, le quote di mercato in ricavi degli operatori dominanti nel settore della telefonia fissa vocale (chiamate nazionali, internazionali e fisso-mobile), considerando complessivamente tutti i paesi dell'Unione Europea, sono diminuite dal 66 per cento del 2006 al 64,8 per cento del 2007; negli stessi anni sono diminuite anche le quote di mercato in volume, che sono passate da 63,7 per cento a 63 per cento.

125. Tuttavia, se si considerano le diverse tipologie di chiamata, si osserva che mentre le quote di mercato in ricavi degli operatori dominanti aumentano per le chiamate nazionali e per le chiamate fisso-mobile, le stesse diminuiscono per le chiamate internazionali dal 53,6 per cento nel 2006 al 52,5 per cento del 2007 (Cfr. Figura 5). Tale andamento indicherebbe che il mercato delle chiamate internazionali è quello che, tra i mercati della telefonia fissa vocale, presenta minori problematiche competitive.

³³ Commission Staff Working Document Annex to the Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions – Progress Report on the Single European Electronic Communications Market 2008 (14th Report), Annex 2, SEC(2009) 376, pag. 6, figura 35.

Figura 5 - Quota di mercato media in ricavi degli operatori dominanti EU nei mercati della telefonia vocale da postazione fissa – Valori percentuali



Fonte: Progress Report on the Single European Electronic Communications Market (14th Report), Figura 36.

126. L'Autorità ha verificato che la stessa tendenza - dal 2005 al 2007 - si riscontra nel mercato italiano, considerando congiuntamente le quote di mercato in ricavi da telefonia internazionale di Telecom Italia per il mercato residenziale e per quello non residenziale. Infatti la quota di mercato di Telecom Italia è passata dal 55,9 per cento del 2005 al 53,4 per cento del 2006 ed al 51,6 per cento del 2007, risultando inferiore alla media rilevata per i paesi dell'Unione Europea.

127. Tuttavia la diminuzione delle quote di mercato di Telecom Italia è la risultante del diverso andamento delle quote di mercato calcolate separatamente per il mercato non residenziale e per quello residenziale, che l'Autorità ha calcolato non solo in ricavi, ma anche in volumi³⁴.

128. Preliminarmente, va comunque sottolineato che entrambi i mercati considerati registrano una progressiva contrazione delle loro dimensioni: particolarmente evidente nel caso dei ricavi (cfr. punto 119), ma evidente anche in termini di volumi (cfr. punto 117). Pertanto, le valutazioni sulle dinamiche delle quote di mercato vanno inserite in questo scenario di progressiva riduzione del valore complessivo dei mercati in esame.

³⁴ Le quote di mercato in ricavi includono i ricavi generati da servizi di telefonia internazionale per chiamate effettuate da utenti attestati e utenti in CS/CPS, verso numeri di rete fissa e mobile, sia attraverso PSTN che VoIP in decade 0 di tipo *managed*, nonché i ricavi da scatto alla risposta. Le quote di mercato in volume includono i minuti originati da utenti attestati e da utenti in CS/CPS, verso numeri di rete fissa e mobile, sia PSTN che VoIP in decade 0 di tipo *managed*.

129. Per quanto riguarda il mercato della telefonia internazionale per clienti non residenziali, la Tabella 6 mostra che Telecom Italia detiene quote di mercato in ricavi prossime al 40 per cento. Le quote in ricavi di BT Italia sono crescenti dal 2005 al 2007 e passano dal 26,3 per cento del 2005 al 40,5 del 2007, per attestarsi al 37 per cento del 2008. Verizon detiene una quota in ricavi pressoché costante (9 per cento) nel periodo sotto osservazione. Per Wind la quota in ricavi decresce dal 9,3 per cento del 2005 al 4 per cento del 2008, mentre per Fastweb risulta in crescita dal 1,9 per cento del 2005 al 4 per cento dell'ultimo anno osservato. Gli altri operatori, presi singolarmente, detengono una quota prossima o inferiore al 2 per cento.

Tabella 6 – Mercato non residenziale: Quote di mercato in ricavi – Anni 2005-2008

NON RESIDENZIALE				
Operatori	Ricavi (per cento)			
	2005	2006	2007	2008
BT Italia	26,3 %	37,6 %	40,5 %	37,0%
Telecom Italia	40,7 %	38,3 %	36,4 %	40,0%
Verizon	8,0 %	9,0 %	9,0 %	9,0%
Eutelia	9,9 %	2,0 %	1,0 %	1,0%
Wind	9,3 %	6,0 %	5,0 %	4,0%
Fastweb	1,9 %	2,0 %	3,0 %	4,0%
Tele2	0,8 %	0,0 %	1,0 %	1,0%
Colt	1,1 %	1,0 %	1,0 %	2,0%
Altri operatori	2,0 %	4,1 %	3,1 %	2,0%

Fonte: Elaborazioni dell'Autorità su dati forniti dagli operatori

130. La Tabella 7 riporta le quote di mercato in volumi ed evidenzia che l'operatore con la quota di mercato più elevata e crescente nel tempo risulta essere BT Italia, che passa da 44,9 per cento del 2005 al 58 per cento del 2008. Telecom Italia detiene una quota di mercato decrescente fino al 2007 e comunque inferiore al 20 per cento. Analogamente all'andamento delle quote di Telecom Italia è l'andamento delle quote di Verizon che passa dal 17 per cento del 2005 al 15,4 per cento del 2008. Ad eccezione di Wind, con quota in volumi quasi sempre superiore al 3 per cento, gli altri operatori detengono una quota inferiore o prossima al 2,5 per cento.

Tabella 7 – Mercato non residenziale: Quote di mercato in volumi – Anni 2005-2008

NON RESIDENZIALE				
Operatori	Volumi (per cento)			
	2005	2006	2007	2008
BT Italia	44,9 %	53,3 %	58,6 %	58,0%
Telecom Italia	18,8 %	17,9 %	15,6 %	15,9%
Verizon	17,0 %	17,6 %	16,5 %	15,4%
Eutelia	10,3 %	2,4 %	0,9 %	0,9%
Wind	3,5 %	3,2 %	2,7 %	3,4%
Fastweb	0,9 %	1,0 %	1,3 %	1,6%
Tele2	0,4 %	0,2 %	0,3 %	0,2%
Colt	2,0 %	2,2 %	2,2 %	2,5%
Altri operatori	2,2 %	2,2 %	1,9 %	2,1%

Fonte: Elaborazioni dell'Autorità su dati forniti dagli operatori

131. La Tabella 8 mostra che nel mercato della telefonia internazionale residenziale Telecom Italia detiene una quota di mercato in ricavi superiore al 70 per cento nel 2005, ma in diminuzione fino al 2007, mentre nel 2008 la quota risale al 70,5 per cento. Anche per Tele2 la quota in ricavi è decrescente nell'arco di tempo considerato (dal 14,7 per cento del 2005 al 10,8 per cento del 2008). Per Wind, dopo una crescita della quota in ricavi fino al 2007 (12,9 per cento), si osserva una riduzione al 9,1 per cento. Per Fastweb e per gli altri operatori la quota è crescente nel tempo.

Tabella 8 – Mercato residenziale: Quote di mercato in ricavi – Anni 2005-2008

RESIDENZIALE				
Operatori	Ricavi (per cento)			
	2005	2006	2007	2008
Telecom Italia	71,1 %	68,4%	66,7 %	70,5%
Tele2	14,7 %	15,1%	12,4 %	10,8%
Wind	9,4 %	10,1%	12,9 %	9,1%
Fastweb	4,1 %	5,3%	6,2 %	7,1%
Altri operatori	0,7 %	1,1%	1,8 %	2,5%

Fonte: Elaborazioni dell'Autorità su dati forniti dagli operatori

132. Passando all'esame delle quote di mercato in volumi, la Tabella 9 mostra che Telecom Italia nel mercato della telefonia internazionale residenziale detiene una quota di mercato superiore al 65 per cento e crescente nel tempo. Un andamento decrescente si osserva per Tele2 (dal 19,8 per cento del 2005 al 9,8 per cento del 2008), mentre la quota in volume di Wind è in crescita fino al 2007, ma diminuisce nel 2008. La quota di Fastweb e degli altri operatori risulta crescente nei quattro anni considerati.

Tabella 9 – Mercato residenziale: Quote di mercato in volumi – Anni 2005-2008

RESIDENZIALE				
Operatori	Volumi (per cento)			
	2005	2006	2007	2008
Telecom Italia	65,7 %	69,4 %	70,9 %	71,0%
Tele2	19,8 %	15,8 %	11,1 %	9,8%
Wind	9,0 %	8,4 %	11,3 %	11,9%
Fastweb	4,1 %	4,4 %	4,7 %	5,0%
Altri operatori	1,4 %	2,0 %	2,0 %	2,3%

Fonte: Elaborazioni dell'Autorità su dati forniti dagli operatori

133. L'analisi ha evidenziato l'esistenza di un mercato dinamico in cui Telecom Italia vede ridurre la propria quota di mercato nel tempo, ad eccezione dei volumi nel mercato residenziale. Al contempo alcuni operatori alternativi, in particolare BT Italia nel mercato non residenziale, hanno raggiunto quote di mercato di livello considerevole.

134. La continua diffusione delle chiamate internazionali su tecnologia VoIP, che daranno vita a nuove offerte di servizi telefonici internazionali su IP, è un elemento che fa presumere un ulteriore accrescimento del livello di competizione nei mercati esaminati.

Andamento dei prezzi

135. I servizi telefonici internazionali, sia per la clientela residenziale sia per la clientela non residenziale, vengono venduti prevalentemente tramite tariffa minutaria. Pochi operatori propongono tariffe internazionali di tipo *flat* o a pacchetto³⁵; alcuni propongono offerte speciali, sotto forma di bonus o prezzi speciali scontati, secondo il paese di destinazione.

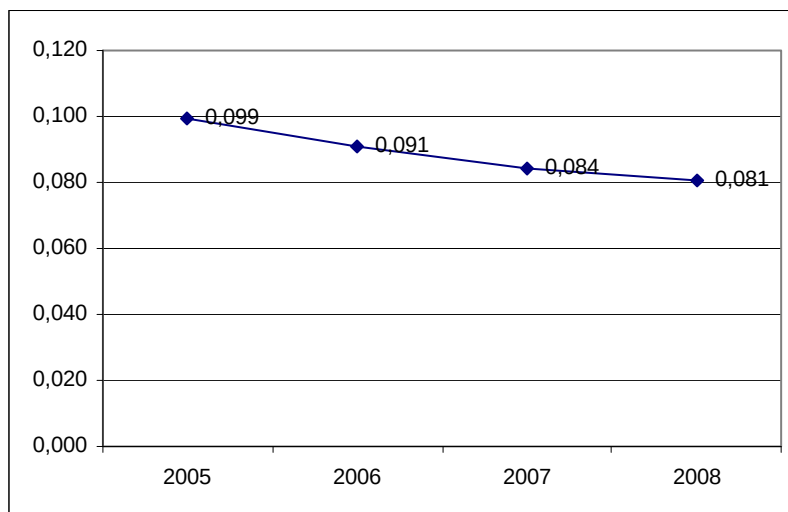
136. Per questa ragione l'Autorità ha esaminato separatamente, per il mercato residenziale e non residenziale, l'evoluzione del prezzo medio delle chiamate internazionali senza alcuna distinzione tra tariffe a pacchetto/flat e tariffe al minuto³⁶.

137. Nel mercato non residenziale, si osserva una riduzione del prezzo medio (euro minuto) da 0,099 del 2005 a 0,091 del 2006 a 0,084 del 2007, fino a giungere a 0,081 del 2008 (Figura 6).

³⁵ Per "pacchetto" si intende un'offerta di servizi di telefonia internazionale venduti in *bundle* con altri servizi, ad esempio con chiamate locali e/o nazionali, ecc.

³⁶ Il prezzo medio è calcolato come rapporto tra ricavi totali e volumi totali in ciascun mercato.

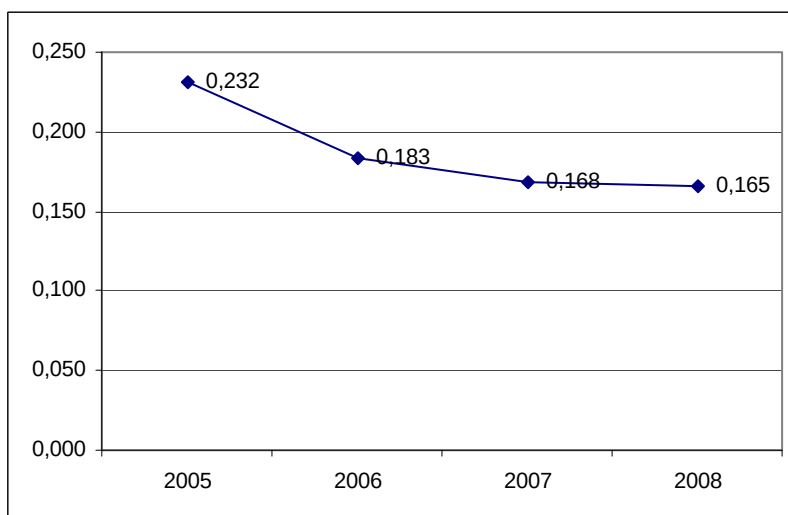
Figura 6 - Mercato internazionale non residenziale: Prezzo medio (Euro) – Anni 2005-2008



Fonte: Elaborazioni dell'Autorità su dati forniti dagli operatori

138. Lo stesso andamento di riduzione del prezzo medio del mercato non residenziale, si osserva nel mercato residenziale (Figura 7). In tale mercato il prezzo medio delle chiamate internazionali passa da 0,232 del 2005 a 0,183 del 2006, a 0,168 del 2007, fino ad arrivare a 0,165 nell'ultimo anno analizzato.

Figura 7 - Mercato internazionale residenziale: Prezzo medio (Euro) – Anni 2005-2008



Fonte: Elaborazioni dell'Autorità su dati forniti dagli operatori

139. Anche se il prezzo così come calcolato nelle figure precedenti, essendo una media, potrebbe non riflettere esattamente le tariffe praticate da tutti gli operatori, si evince comunque un'inequivocabile tendenza alla riduzione dei prezzi delle chiamate internazionali nel tempo, sia per la clientela residenziale che per quella non residenziale.

140. Il decremento dei prezzi risulta essere più marcato nel mercato residenziale. Infatti, in termini percentuali nel 2006 si osserva, rispetto al 2005, una riduzione del prezzo medio del 20 per cento; tale scarto si riduce a poco più dell'8 per cento nel 2007 e raggiunge circa il 2 per cento nel 2008. Nel mercato non residenziale il prezzo medio del 2006 è inferiore dell'8,4 per cento a quello del 2005; la riduzione percentuale nel 2007 è pari a poco meno dell'8 per cento, mentre nell'ultimo anno osservato il prezzo di una chiamata effettuata dalla clientela non residenziale si riduce del 4 per cento circa rispetto a quello dell'anno precedente.

141. In conclusione, il progressivo decremento dei prezzi che si osserva in entrambi i mercati dimostra come la pressione competitiva dovrebbe spingere sia l'operatore dominante a non innalzare i prezzi per non perdere quote di mercato sia gli operatori alternativi a mantenere i prezzi delle chiamate internazionali al di sotto di quelli dell'operatore dominante, per competere nei mercati in esame.

Barriere all'espansione

142. La presenza di barriere all'espansione è strettamente correlata al grado di concorrenza esistente all'interno dei mercati. In particolare un mercato è considerato tanto più competitivo quanto più basse sono le barriere all'espansione. Tali barriere tendono a verificarsi soprattutto in contesti di mercato particolarmente maturi all'interno dei quali l'*incumbent* detiene elevate quote di mercato.

143. Pertanto l'esistenza di barriere all'espansione da parte di operatori alternativi oggi attivi sul mercato dei servizi a traffico può essere riconducibile innanzitutto alla difficoltà di conquistare nuove quote di mercato.

144. Tale circostanza, come evidenziato dall'analisi svolta sull'andamento delle quote di mercato, sembra non essere verificata. Le quote di mercato raggiunte dagli operatori alternativi all'interno dei mercati oggetto del presente provvedimento evidenziano una situazione altamente dinamica data dalla capacità degli operatori alternativi di erodere nel corso degli ultimi anni significative quote di mercato dell'operatore dominante, in particolare nel mercato non residenziale.

145. Ciò è da attribuirsi non solo alla efficacia della regolamentazione all'ingrosso *ex ante*, ma anche dalla maggiore infrastrutturazione raggiunta dagli operatori alternativi nel corso degli ultimi anni, la quale ha consentito una riduzione del loro grado di dipendenza dall'infrastruttura di Telecom Italia, con conseguente eliminazione delle barriere all'espansione.

Concorrenza potenziale

146. La minaccia di potenziali entranti nel mercato impedisce alle imprese già presenti di innalzare il prezzo al di sopra del livello competitivo. Tale minaccia dipende dunque dalla presenza o meno di barriere all'entrata.

147. L'assenza di barriere all'ingresso nei mercati in esame è stata già verificata nell'ambito dell'analisi del primo dei tre criteri dettati dalla Commissione Europea.

148. Dall'assenza di *“forti ostacoli non transitori all'accesso di carattere strutturale, giuridico o normativo”* riscontrata dall'Autorità deriva logicamente la possibilità per un concorrente di entrare nel mercato esercitando una pressione competitiva tale da indurre l'*incumbent* a non incrementare il prezzo al di sopra del livello competitivo.

3.3. Conclusioni sul secondo criterio

149. L'analisi svolta porta l'Autorità a concludere che, anche qualora i mercati al dettaglio dei servizi di telefonia vocale internazionale fossero caratterizzati da forti ostacoli all'accesso (cioè qualora risultasse verificato il primo criterio), vi sono altri fattori in tali mercati quali la riduzione delle quote dell'*incumbent*, la costante riduzione dei prezzi, l'assenza di barriere all'espansione e la possibilità di concorrenza potenziale che indicano la tendenza dei mercati verso una situazione di concorrenza effettiva nell'arco di tempo considerato.

150. L'Autorità ritiene, pertanto, che vi siano elementi sufficienti per concludere che anche il secondo criterio non risulta soddisfatto.

3.4. Conclusioni sull'applicazione del test dei tre criteri

151. L'analisi svolta in merito ai mercati al dettaglio dei servizi di telefonia vocale internazionale, per clienti residenziali e non residenziali, ha consentito di concludere che i primi due criteri indicati dalla Commissione europea al fine di individuare i mercati suscettibili di regolamentazione *ex ante* non risultano soddisfatti.

152. Poiché la Raccomandazione prevede che i tre criteri debbano risultare soddisfatti cumulativamente, l'Autorità non ritiene necessario svolgere l'analisi del terzo criterio per concludere che i mercati al dettaglio dei servizi di telefonia vocale internazionale, per clienti residenziali e non residenziali, non sono suscettibili di regolamentazione *ex ante*.

D3. Si condividono le conclusioni raggiunte dall'Autorità per cui non è possibile concludere circa il superamento, nell'arco temporale di riferimento dell'analisi e date le specifiche circostanze del mercato italiano, del test dei tre criteri?

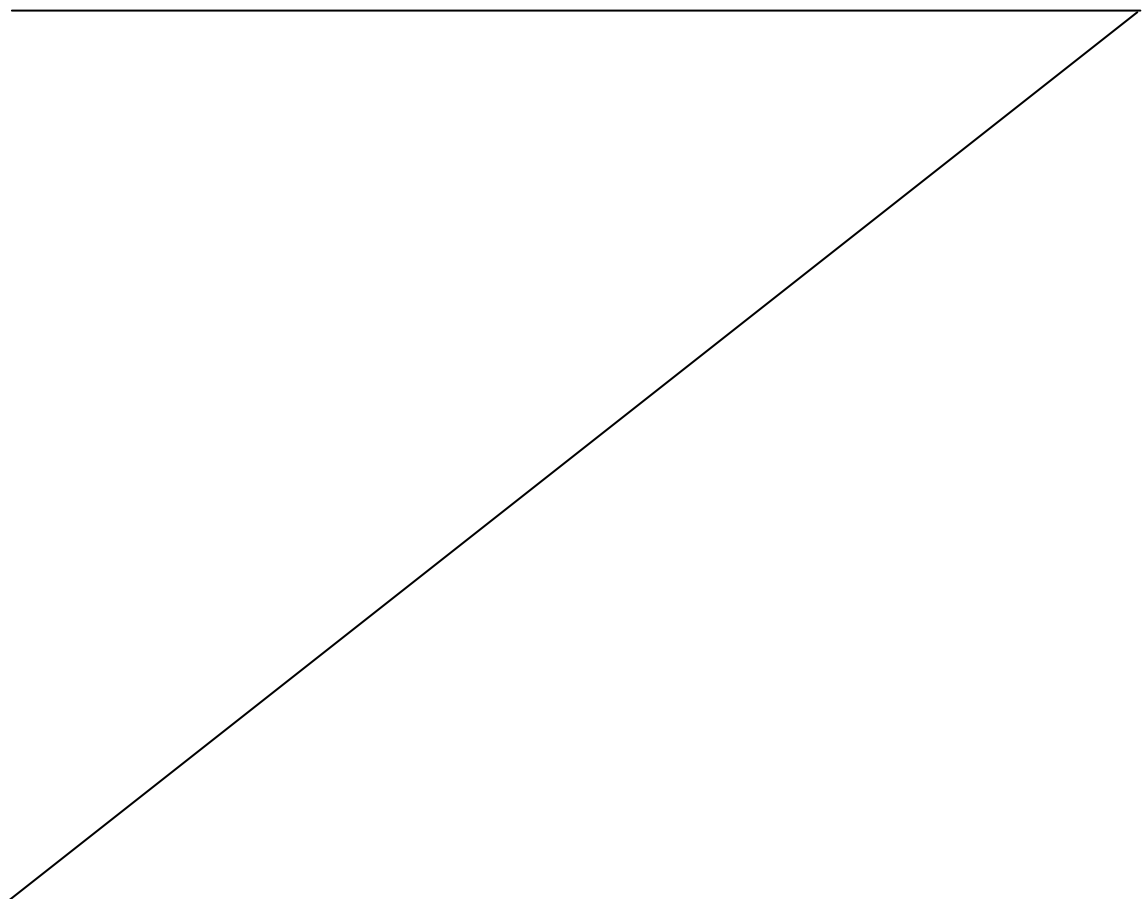
4. REVOCA DEGLI OBBLIGHI REGOLAMENTARI

4.1. Rimozione degli obblighi esistenti

153. L'Autorità ritiene che le modalità di acquisizione del servizio di terminazione internazionale, unitamente all'implementazione di una efficace regolamentazione all'ingrosso, siano in grado di rendere effettive le condizioni di replicabilità tecnica ed economica delle offerte commerciali di Telecom Italia, riducendo notevolmente le barriere all'entrata sui mercati al dettaglio in un sufficiente arco di tempo.

154. Alla luce delle conclusioni su esposte, l'Autorità considera non proporzionato mantenere i rimedi imposti sui mercati dei servizi di telefonia vocale internazionale, per clienti residenziali e non residenziali, con la delibera n. 380/06/CONS in considerazione del fatto che in tali mercati non risultano soddisfatti i tre criteri previsti dalla Raccomandazione affinché un mercato risulti suscettibile di regolamentazione *ex ante*.

Tutto ciò premesso e considerato,



DELIBERA

Art. 1

DEFINIZIONI

1. Ai fini del presente provvedimento si intende per:
 - a. “Autorità”: Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, istituita dall’art. 1, comma 1, della legge 31 luglio 1997, n. 249;
 - b. “operatore dominante” ovvero “operatore notificato” l’operatore designato quale detentore di significativo potere di mercato;
 - c. “clienti residenziali”, ovvero le persone fisiche che acquistano i servizi per finalità diverse da quelle imprenditoriali o professionali e che intestano il relativo contratto al proprio codice fiscale;
 - d. “clienti non residenziali”, ovvero le persone fisiche e/o giuridiche che acquistano i servizi per finalità di tipo imprenditoriale o professionale; i relativi contratti di fornitura risultano intestati ad una partita I.V.A.;
 - e. “operatore alternativo”: impresa autorizzata a fornire una rete pubblica di comunicazioni, o una risorsa correlata, diversa dall’operatore notificato (*Other Authorised Operators* o OAOs);
2. Per quanto applicabili, valgono le definizioni di cui all’art. 1 del Codice delle comunicazioni elettroniche.

Art. 2

IDENTIFICAZIONE DEI MERCATI RILEVANTI

1. Sono identificati i seguenti mercati rilevanti:
 - il mercato al dettaglio dei servizi di telefonici internazionali in postazione fissa per clienti residenziali;
 - il mercato al dettaglio dei servizi di telefonici internazionali in postazione fissa per clienti non residenziali.
2. I mercati rilevanti, di cui al comma 1, hanno dimensione geografica nazionale.

Art. 3

SUSCETTIBILITÀ DEI MERCATI ALLA REGOLAMENTAZIONE EX ANTE

1. I mercati al dettaglio dei servizi di telefonici internazionali in postazione fissa, per clienti residenziali e non residenziali, non sono suscettibili di regolamentazione *ex ante*,

non risultando soddisfatti i tre criteri di cui al punto 2 della Raccomandazione della Commissione europea 2007/879/CE.

Art. 4

REVOCA DEGLI OBBLIGHI

1. Sono revocati gli obblighi in capo a Telecom Italia di cui alla delibera n. 380/06/CONS.