

**LINEE GUIDA PER LA VALUTAZIONE DELLA REPLICABILITA' DELLE  
OFFERTE AGLI UTENTI FINALI DELL'OPERATORE NOTIFICATO NEI  
MERCATI DI RETE FISSA**

**Premessa**

L'Autorità verifica la replicabilità delle offerte di servizi al dettaglio proposte dagli operatori di comunicazioni elettroniche notificati, attraverso un test di prezzo. Il test di prezzo, pertanto, costituisce uno degli strumenti a disposizione dell'Autorità per la verifica del rispetto dell'obbligo di non discriminazione.

Di seguito, si indicano criteri generali per la valutazione delle offerte e specifici per offerte *stand-alone*, in *bundle* e per le gare. A tal fine, sono di seguito descritte le linee guida per la valutazione della replicabilità delle offerte agli utenti finali dell'operatore notificato, nei casi di:

- Offerte di servizi stand alone appartenenti ai mercati *retail* sui quali l'operatore è stato notificato come avente un Significativo Potere di Mercato (operatore SPM) o appartenenti a mercati *retail* non regolamentati, ma collegati a mercati *wholesale* sui quali l'operatore è stato notificato SPM.
- Offerte di bundle di servizi che includono almeno un servizio del tipo precedente e per le quali l'Autorità applica un test di prezzo aggregato che comporta la verifica per l'intero pacchetto offerto alla clientela finale.
- Offerte in ambito di procedure ad evidenza pubblica per la selezione del fornitore. Si tratta della valutazione ex-post di offerte rientranti nelle tipologie di cui sopra.

## **1. PANORAMICA GENERALE SUI TEST DI PREZZO ED I DIVERSI TEMI DI CARATTERE METODOLOGICO**

### **1.1 Definizione del test di prezzo**

I principi guida generali ed i criteri applicativi del test di replicabilità di cui al presente provvedimento, sono definiti dall'Autorità in accordo con:

- i. il contesto regolamentare nazionale e comunitario, che prevede il riferimento alla normativa antitrust per la verifica dell'assenza di pratiche lesive della concorrenza;
- ii. gli sviluppi tecnologici in atto nel settore delle telecomunicazioni verso la realizzazione delle reti multi servizio;
- iii. gli sviluppi del mercato, caratterizzato dal sempre maggiore interesse da parte della clientela finale per offerte bundle/multi servizio e per offerte pluriennali.

A tal fine, l'Autorità definisce una struttura unica di riferimento per il test di replicabilità, tuttavia sufficientemente flessibile da adattarsi alle diverse tipologie di offerta presenti nei mercati sottoposti a vigilanza, nonché ai continui mutamenti dello scenario competitivo del mercato delle TLC nei mercati oggetto di controlli.

### **1.2 La struttura generale del test**

Il test di prezzo che l'Autorità intende utilizzare per valutare la replicabilità delle offerte al dettaglio dell'operatore SMP confronta il ricavo finale del servizio offerto dall'operatore notificato con il costo che un concorrente [anche: OLO] efficiente deve affrontare per offrire il medesimo servizio in circostanze equivalenti.

Le problematiche competitive che il test è chiamato a prevenire riguardano le possibili pratiche di margin/price squeeze dell'operatore notificato<sup>1</sup>.

A tal fine, il test di prezzo dovrà fare riferimento ai seguenti principi di base:

- i. verificare che il prezzo finale *retail* dell'operatore notificato sia sempre superiore o pari ai costi sostenuti dai concorrenti per offrire il medesimo servizio;
- ii. effettuare tale verifica con riferimento ad un concorrente efficiente che opera sullo stesso mercato *retail*, acquistando input essenziali dall'operatore notificato sui mercati a monte.

---

<sup>1</sup> Va immediatamente precisato che l'attività di verifica svolta dall'Autorità di regolamentazione in questa materia – finalizzata al rispetto del principio di non discriminazione ed in particolare di replicabilità delle offerte dell'operatore SMP – hanno finalità diversa dalle verifiche che le Autorità antitrust (nazionale e comunitaria) svolgono in relazione ad eventuali abusi di posizione dominante realizzati attraverso politiche di prezzo predatorie a danno dei concorrenti.

Il test pertanto distingue i fattori di produzione di un concorrente efficiente in base alla loro caratteristica di appartenere o meno a mercati *wholesale* sui quali è stata accertata la posizione dominante dell'operatore notificato, classificandoli nelle seguenti categorie regolatorie:

- i.  $W$  = costi dei fattori produttivi di rete essenziali a cui il concorrente può accedere soltanto ricorrendo ai servizi *wholesale* offerti dall'operatore SPM nei mercati all'ingrosso corrispondenti. Si tratta di costi diretti variabili, valorizzati sulla base dei prezzi dei servizi *wholesale* pubblicati dall'operatore notificato nelle corrispondenti Offerte di Riferimento in vigore. I servizi di cui all'Offerta di Riferimento da considerare vengono individuati sulla base delle relazioni verticali tra mercati *retail* e *wholesale* definite in esito alle analisi di mercato e delle scelte produttive del concorrente efficiente.
- ii.  $X$  = costi dei fattori produttivi di rete non essenziali che un concorrente efficiente è in grado di replicare attraverso l'utilizzo delle proprie infrastrutture di rete.
- iii.  $R$  = costi operativi commerciali sostenuti da un concorrente efficiente per l'offerta del servizio.

I costi sostenuti da un concorrente efficiente per la realizzazione del servizio in circostanze equivalenti, sono pertanto ottenuti come somma delle tre componenti produttive elencate e rappresentano la soglia di replicabilità delle offerte dell'operatore notificato.

Un'offerta *retail* proposta dall'operatore notificato potrà essere commercializzata solo se il prezzo corrispondente ( $P$ ) risulta almeno pari ai costi sostenuti da un concorrente efficiente in circostanze equivalenti. La struttura generale del test è pertanto la seguente:

$$P \geq W + X + R$$

dove  $P$ ,  $W$ ,  $X$  ed  $R$  rappresentano le voci di prezzo e di costo che saranno approfondite nel seguito.

### **1.3 Il concorrente efficiente**

Una volta definita la struttura generale del test, occorre chiarire il concetto di "concorrente efficiente", di riferimento per le valutazioni puntuali dei parametri.

In particolare, anche alla luce degli orientamenti formulati dall'ERG<sup>2</sup>, la scelta che si pone è quella tra l'"Equally Efficient Operator" (EEO) o il "Reasonably Efficient Operator" (REO).

---

<sup>2</sup> Cfr ERG (09) 07, Report on the Discussion on the application of margin squeeze test to bundles", marzo 2009 (in particolare, i paragrafi da 26 a 31)

Al riguardo, si ricorda che la Commissione europea nel 1998<sup>3</sup> ha proposto due test per verificare l'esistenza di un fenomeno di margin squeeze. Il primo test – che richiama l'EEO – implica di valutare se le attività nei mercati finali della impresa SMP – verticalmente integrata - possono essere profittevoli qualora tale impresa dovesse un prezzo per i servizi a monte equivalente a quello che debbono corrispondere i suoi concorrenti. Il secondo test fa invece riferimento al REO, ossia verifica se la differenza tra i prezzi *retail* e *wholesale* dell'impresa SMP – verticalmente integrata - sia sufficiente a garantire un livello di profitto “normale” per un concorrente “ragionevolmente efficiente” che opera nel mercato a valle.

La scelta tra i due criteri è rilevante per due ragioni:

- a) l'individuazione degli appropriati input essenziali *wholesale* (W) da utilizzare ai fini del test;
- b) la valorizzazione degli input non essenziali (X) e dei costi operativi commerciali (R).

Con riferimento al primo aspetto, gli input essenziali di rete (W) sono caratterizzati da una diversa disponibilità a livello territoriale, destinata a variare nel tempo in base alla dinamica evolutiva della domanda e delle soluzioni tecnologiche a disposizione. Già oggi l'evoluzione tecnologica ha reso possibile offrire servizi finali equivalenti attraverso una varietà di catene produttive e diversi mix di input “essenziali” (cioè non replicabili economicamente) ed input della propria rete. Proprio per tenere conto delle diverse modalità con cui gli operatori alternativi fanno ricorso ai servizi intermedi offerti da Telecom Italia, ossia per tenere conto delle scelte di efficienza dei concorrenti dell'operatore notificato, è stato introdotto il mix produttivo (tra LLU e altri servizi *wholesale*), da calcolare con cadenza annuale, quale riferimento da assumere ai fini della verifica della replicabilità delle offerte finali di Telecom Italia.

In questo contesto, di fatto, il riferimento metodologico è al concetto di “Reasonably Efficient Operator”, in quanto tiene conto delle suddette possibili differenze nelle economie di scala/scopo raggiungibili dai diversi operatori sul mercato. Tale situazione è, allo stato, riscontrabile soprattutto nei servizi *wholesale* di accesso alla rete locale (unbundling del local loop – ULL - e shared access - SA), per i quali sussistono significativi costi fissi (ad es. costi di collocazione) che devono essere recuperati attraverso i singoli accessi attivati alla clientela finale.

Salendo lungo la scala degli investimenti, si può invece riscontrare una sempre maggiore capacità dei concorrenti di replicare e migliorare i costi unitari caratteristici dell'operatore notificato. In particolare, nelle aree in cui i concorrenti più efficienti hanno già investito in collocazione, hanno anche esteso la propria infrastruttura fino alla

---

<sup>3</sup> Si veda in particolare il paragrafo 6 della “Notice on the application on competition rules to access agreements in the telecommunications sector”.

rete di accesso (ad esempio per i servizi di bitstream access e di raccolta del traffico), acquisendo economie di scala e di scopo paragonabili a quelle dell'operatore notificato.

In generale, si può quindi affermare che - per quanto riguarda i fattori produttivi essenziali (W) sui quali è stata accertata una posizione di dominanza dell'operatore notificato - sussistono differenze in alcuni casi anche rilevanti tra le economie di scala e di scopo raggiungibili da quest'ultimo rispetto a quelle raggiungibili nel medio periodo dai concorrenti, per cui l'approccio REO appare il più appropriato.

Con riguardo, invece, al secondo aspetto, relativo alla valorizzazione degli input non essenziali (X) e dei costi operativi commerciali (R), l'utilizzo del criterio dell'"Equally Efficient Operator" comporta che si prendano a riferimento i costi dell'operatore notificato, mentre nel caso del criterio del "Reasonably Efficient Operator" la valorizzazione è effettuata sulla base dei costi dei concorrenti.

Dal momento che entrambi i fattori (X e R) rappresentano elementi di fatto replicati dai diversi concorrenti l'utilizzo del criterio del "Reasonably Efficient Operator" risulta di applicazione più complessa e comporta valutazioni di maggiore discrezionalità in merito all'efficienza delle scelte organizzative e tecnologiche effettuate dai diversi operatori. Per questa ragione, nel caso delle componenti X e R, si è prediletto un approccio di tipo EEO.

In conclusione, la metodologia definita dall'Autorità combina i due approcci, utilizzando il criterio REO per la componente W, ossia gli input essenziali wholesale, ed il criterio EEO per le componenti X (altri input non essenziali) e R (costi operativi commerciali). Questa scelta appare pienamente coerente con le indicazioni della recente Raccomandazione della Commissione europea sulla regolamentazione dell'accesso alle reti NGA, laddove – al considerando 26 – da un lato, chiarisce che entrambi gli approcci sono giustificati ai fini della verifica di fenomeni di *price squeeze* e, dall'altro lato, indica che – in presenza di differenze nelle economie di scala e di scopo raggiungibili dall'operatore notificato rispetto ai concorrenti – sia *normalmente* più appropriato il criterio REO.

#### **1.4 Periodo di tempo rilevante per la valutazione delle offerte**

Un altro elemento importante per verificare l'eventuale sussistenza di fenomeni di *margin squeeze* è la definizione del "relevant time period", ossia del periodo di riferimento sul quale valutare l'offerta.

Le analisi multiperiodali possono essere effettuate sia analizzando ciascun periodo (c.d. “period by period”) della “permanenza media del cliente nell’offerta”, sia analizzando unicamente il risultato a fine periodo (c.d. analisi DCF<sup>4</sup>).

Un’analisi DCF è più appropriata per la valutazione di offerte per le quali si realizzano investimenti fissi *ad hoc* da recuperare in un determinato intervallo temporale, in quanto tale modalità di analisi corrisponde maggiormente alla logica economica di investimento, che prevede che il ritorno sugli investimenti non sia realizzato in un unico periodo, ma nel corso della vita utile dell’investimento effettuato.

In linea di principio, andrebbero quindi valutati secondo una logica DCF gli investimenti (e quindi i relativi ammortamenti), mentre i costi variabili dovrebbero essere recuperati in ciascun singolo periodo.

L’utilizzo dei due criteri è stato attentamente valutato anche dalla Commissione Europea che, allo stato, ha espresso alcune riserve sull’uso del solo criterio DCF per la valutazione delle pratiche di price squeeze, sulla base della considerazione che, in linea di principio, un criterio DCF potrebbe non essere in grado di individuare eventuali pratiche predatorie che consentono un recupero delle perdite incorse (c.d. “recoupment”) nel periodo di vita utile del servizio offerto o del cliente. Per tale ragione, nel caso Telefonica (relativo all’offerta di servizi ADSL) la Commissione Europea ha utilizzato entrambi i metodi di valutazione, senza indicare alcuna prevalenza tra i due<sup>5</sup>.

Per garantire una corretta valutazione delle offerte, che tenga conto delle logiche economiche e di sviluppo del mercato, l’Autorità ritiene quindi opportuno integrare l’utilizzo di entrambi i metodi di valutazione.

Pertanto, ogni offerta dovrà essere valutata sulla base del criterio DCF applicato su un periodo di riferimento di 24 mesi; l’Autorità valuterà periodicamente, anche sulla base dell’esperienza derivante dall’applicazione del test, la congruità di tale periodo.

Inoltre, per quanto prima accennato, ogni offerta dovrà essere assoggettata anche ad un’analisi “period by period” su base annuale (o sulla base della durata minima contrattuale prevista dall’offerta, se previsto dall’Autorità). L’analisi “period by period” dovrà verificare che in ciascun singolo periodo siano coperti tutti i costi variabili relativi all’offerta (incluso W, da considerare un costo variabile per le finalità del test). Ai fini dell’effettuazione del test “period by period”, non saranno quindi considerati i costi

---

<sup>4</sup> DCF = Discounted Cash Flow

<sup>5</sup> La Commissione ha inoltre segnalato alla NRA spagnola, che ha previsto l’utilizzo del criterio DCF per la valutazione delle offerte, le possibili criticità derivanti dall’applicazione di tale metodo. La NRA spagnola ha comunque confermato l’utilizzo di tale criterio.

relativi ad investimenti destinati a produrre un ritorno economico nel corso della permanenza media del cliente nell'offerta.

Due eccezioni ad una verifica "period by period" riguardano: i) le offerte formulate in occasione di procedure ad evidenza pubblica per la selezione del fornitore (c.d. "gare"), trattate specificamente in un apposito paragrafo; ii) le offerte c.d. "entry level", cioè le offerte finalizzate allo sviluppo del mercato, in considerazione della necessità di specifici investimenti destinati a tale sviluppo, da assoggettare al solo DCF.

### **1.5 Prezzo dell'Offerta (P)**

La proposta commerciale dell'operatore notificato viene valorizzata prendendo in considerazione tutte le componenti di offerta che la caratterizzano (ad esempio: contributi di attivazione, canoni, promozioni) e quindi tradotta in un valore rappresentativo dei ricavi attesi, utilizzando le informazioni necessarie allo scopo, riferite al target di clientela cui si rivolge l'offerta stessa.

Ai fini del computo di P, le offerte di servizi dell'operatore notificato vengono valutate con riferimento al "relevant time period", comprendendo tutte le componenti di offerta (canoni, contributi, promozioni, etc.).

Il "relevant time period" è misurato sulla base della permanenza media del cliente nell'offerta, che ai fini del presente provvedimento si assume di una durata di 24 mesi, salvo valutazioni periodiche dell'Autorità.

Per ciascuna specifica categoria di offerta il presente provvedimento individua le informazioni necessarie per il calcolo dei ricavi o prezzo effettivo da sottoporre a verifica di replicabilità.

### **1.6 Gli input di rete essenziali (W)**

Gli input essenziali sono rappresentati dai servizi di rete necessari per realizzare l'offerta in esame, non replicabili dal concorrente efficiente<sup>6</sup>. La valutazione del costo degli input essenziali alla base della fornitura del servizio *retail* esaminato viene effettuata in base al prezzo previsto dalla specifica Offerta di Riferimento (OR) in vigore al momento del lancio dell'offerta, nonché della eventuale evoluzione temporale prevista dalla regolamentazione vigente. Come è evidente, un passaggio importante e preliminare riguarda l'individuazione stessa dei servizi di rete non replicabili alla base

---

<sup>6</sup> A tale riguardo, è bene sottolineare che – con il progredire della concorrenza nei mercati finali e con la crescente infrastrutturazione degli OLO - la possibilità per i concorrenti di replicare le offerte al dettaglio dell'operatore SMP può avvenire sulla base di diverse soluzioni tecnico-impiantistiche, basate sull'utilizzo dei diversi servizi wholesale presenti nelle OR pubblicate dall'operatore notificato. Negli ultimi anni, infatti, si è assistito all'aumentare degli investimenti da parte degli OLO in collocazione, per accedere ai servizi di ULL dell'operatore notificato, ed in rete di trasporto sia in ambito locale che regionale.

del servizio *retail* esaminato: in tal senso, si dovrà tenere conto dello specifico contesto di offerta in cui opera l'operatore efficiente e delle relazioni verticali tra mercati *retail* e *wholesale* individuate in esito alle analisi di mercato svolte dall'Autorità.

Ai fini delle verifiche di replicabilità, ed in particolare ai fini dell'individuazione dell'input essenziale alla base delle offerte commerciali sottoposte a verifica, l'Autorità valuta periodicamente- ove applicabile – l'effettiva disponibilità territoriale dei servizi di *unbundling* e identifica due possibili contesti di riferimento:

- i. aree aperte ai servizi di *unbundling*, dove gli input essenziali di riferimento per i test di prezzo sono essenzialmente i servizi dell'OR, relativi al mercato n. 4 della Lista 2007 dei mercati rilevanti, indipendentemente dal tipo di offerta esaminata. In queste aree, infatti, l'operatore efficiente dispone di infrastrutture che replicano di fatto la rete di trasporto locale e regionale dell'operatore notificato;
- ii. aree non aperte ai servizi di *unbundling*, dove gli input essenziali di riferimento per i test di prezzo sono individuati tra quelli disponibili nelle altre OR dell'operatore notificato.

### **1.7 Gli input di rete non essenziali (X)**

Gli input di rete non essenziali, e quindi replicati dall'OLO efficiente, sono rappresentati dai servizi di rete necessari per completare l'offerta in esame, una volta valutate le componenti essenziali analizzate in precedenza. Anche in questo caso, pertanto, la valutazione e l'individuazione delle componenti di rete che caratterizzano l'infrastruttura di proprietà dei concorrenti utilizzata per replicare l'offerta dell'operatore notificato sono diretta conseguenza della disponibilità territoriale dei servizi di *unbundling* e delle caratteristiche proprie dell'offerta in esame:

- i. aree aperte ai servizi di *unbundling*, dove l'operatore concorrente dispone di infrastrutture di rete propria, sia in ambito locale, sia in ambito nazionale, tali da replicare di fatto la rete di trasporto dell'operatore notificato;
- ii. aree non aperte ai servizi di *unbundling*, in riferimento alle quali si valuta che un concorrente efficiente abbia ormai ridotto il ricorso ai servizi di interconnessione, limitandoli ai livelli più bassi previsti dalle OR in vigore (ad es., interconnessione a livello di SGU per la fonia).

Ai fini della valutazione dei costi degli input di rete replicati dagli OLO, l'Autorità, in linea con l'esperienza internazionale al riguardo, ritiene che la fonte contabile più appropriata – sempre con riferimento ad un OLO efficiente - sia la contabilità regolatoria se questa fornisce elementi utili alla valutazione. Alternativamente si dovranno utilizzare i costi incrementali, che meglio consentono di tenere conto di eventuali guadagni di efficienza conseguibili dall'impresa.

Per quanto riguarda invece l'orizzonte temporale di riferimento, la scelta tra costi incrementali di breve o di lungo periodo è determinata in base al contesto commerciale di riferimento. In particolare:

- i. per le offerte di servizi *retail* su mercati per i quali l'operatore è stato notificato come soggetto dotato di SMP, l'Autorità fa riferimento ai costi incrementali **medi** di lungo periodo, che assicurano la copertura di tutti i fattori di produzione, inclusi costi comuni e congiunti;
- ii. per le offerte di servizi su mercati *retail* non regolamentati e per le offerte in ambito di "gare", l'Autorità ritiene che si possa far riferimento rispettivamente a configurazioni di costo incrementale di lungo e breve periodo; quest'ultimi assicurano la copertura dei costi diretti "evitabili" associati alla fornitura dei servizi offerti alla clientela finale/al committente.

Nei capitoli successivi verranno definiti puntualmente tutti gli elementi che compongono il parametro X ed i corrispondenti criteri di valutazione.

## **1.8 I costi operativi commerciali del concorrente efficiente (R)**

I costi operativi commerciali rappresentano i costi "non di rete", necessari al concorrente efficiente per replicare l'offerta *retail* dell'operatore notificato. Questa categoria si caratterizza per essere principalmente costituita da costi congiunti e comuni: si tratta - di fatto - dei costi di commercializzazione e di gestione del cliente (fatturazione, vendita, marketing, service delivery o assurance, etc) e della remunerazione del capitale commerciale impiegato.

Al riguardo, si rammenta che - nell'ambito della delibera 152/02/CONS - l'allegato E definisce i test di prezzo per i servizi telefonici tradizionali e si limita a valutare il margine operativo dell'OLO efficiente attraverso l'applicazione di un valore percentuale fisso - pari al 35% - ai costi totali di rete.

Alla luce dei mutamenti del contesto competitivo - ossia dell'affermazione di una più intensa concorrenza nei mercati finali, di una evoluzione degli OLO verso una maggiore infrastrutturazione, di un notevole arricchimento della gamma dei servizi offerti - nonché sulla scorta dell'esperienza maturata negli anni dall'Autorità in materia di vigilanza sulla replicabilità delle offerte di Telecom Italia, si ritiene che la valutazione dei costi operativi commerciali del concorrente efficiente possa essere determinata in base alle seguenti dimensioni:

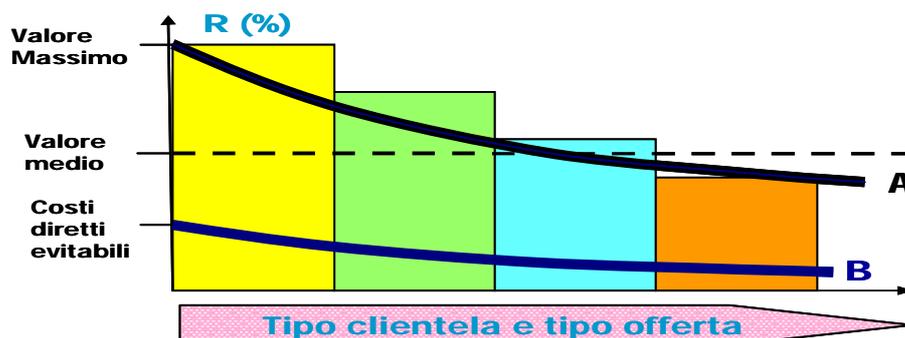
- i. tipo di servizio offerto (accesso, traffico, larga banda);
- ii. modalità di offerta (servizio stand alone, bundle);
- iii. clientela target dell'offerta (residenziale, affari);
- iv. modalità contrattuale (offerta generalizzata, "gara").

Come per i costi di rete propria, anche per i costi non di rete, l’Autorità propone di fare riferimento a configurazioni di costo incrementale medio di lungo periodo, nel caso delle offerte *stand-alone* di cui all’articolo 1, comma 4, lett. a) (a copertura di tutti i costi non di rete attribuibili all’offerta in esame), di costo incrementale di lungo periodo per le offerte bundle di cui all’articolo 1 comma 4 lett. b) ed a configurazioni di breve periodo, con riferimento alle offerte in ambito “gara” (a copertura dei costi diretti evitabili) di cui all’articolo 1 comma 4 lett. c).

Al fine di assicurare una semplificazione in sede di verifica delle offerte, l’Autorità ritiene che la valutazione di tale parametro di costo (R) possa anche assumere la caratteristica di parametro percentuale da applicarsi ai costi di rete.

Il modello logico adottato dall’Autorità per la determinazione del parametro R è descritto nella figura 1.

**Figura 1: Modello per la determinazione del parametro R**



Le curve di costo A e B della figura 1 rappresentano – rispettivamente - la curva dei costi totali (costi incrementali di lungo periodo) e la curva dei costi diretti evitabili (costi incrementali di breve periodo). Esse mostrano un andamento decrescente in funzione del tipo di clientela e di contesto competitivo di riferimento per effetto delle economie di scala e di scopo. Il valore di R non potrà essere inferiore alla curva (A) per le offerte stand alone, ovvero in bundle ed alla curva (B), per le offerte in ambito gara. Non è esclusa - tuttavia - la possibilità di accedere a valori di R compresi tra le curva (A) e la curva (B), salvo adeguata documentazione di maggiori economie di scala e di scopo rilevate per lo specifico contesto di offerta in esame.

## **1.9 Attività di vigilanza**

### **1.9.1 Procedimento autorizzatorio delle offerte soggette al *test***

In occasione della revisione dell'apparato metodologico sui test di prezzo, delle osservazioni della Commissione in merito alla disciplina cui sono assoggettate le offerte che non superano il *test*, degli orientamenti recenti del Consiglio di Stato richiamati in premessa, si rende necessario chiarire la dinamica del processo di valutazione delle offerte dell'operatore notificato soggette a replicabilità.

Al procedimento di autorizzazione delle offerte soggette a controllo *ex ante* di replicabilità di competenza dell'Autorità si applica l'articolo 20 della legge n. 241/90.

L'operatore notificato comunica all'Autorità l'istanza di autorizzazione di una nuova offerta *retail*, almeno 30 giorni prima rispetto alla prevista commercializzazione;

Qualora non siano rilevati profili di non replicabilità dell'offerta *de qua* e l'ufficio competente non comunichi all'operatore notificato, prima dei 30 giorni dal ricevimento dell'istanza di autorizzazione, l'approvazione dell'offerta, quest'ultima s'intende comunque approvata dopo 30 giorni dal ricevimento della predetta istanza da parte dell'Autorità.

Il giorno successivo alla scadenza del trentesimo giorno dalla ricezione dell'istanza, l'Autorità pubblica sul proprio sito gli estremi dell'offerta esplicitamente o tacitamente approvata.

Nel caso siano rilevati profili di non replicabilità dell'offerta *de qua*, l'ufficio competente comunica tempestivamente all'operatore, ai sensi della legge 241/90 articolo 10-bis, i motivi che ostano all'accoglimento dell'istanza (cd. preavviso di rigetto).

Entro e non oltre dieci giorni dal ricevimento della comunicazione di cui al precedente punto, l'operatore istante può presentare le proprie osservazioni scritte, eventualmente corredate da documenti. I termini del procedimento sono sospesi dalla data di invio della suddetta comunicazione sino alla data di ricezione da parte dell'Autorità delle osservazioni dell'istante o, comunque, sino alla decorrenza del decimo giorno successivo al ricevimento della comunicazione del preavviso di rigetto da parte dell'operatore istante.

Qualora, anche alla luce di eventuali osservazioni dell'istante, permangano profili ostativi all'approvazione dell'offerta *de qua*, l'Autorità, entro il termine di 30 giorni, al netto delle sospensioni procedurali, adotta un provvedimento espresso di diniego, nel quale motiva la mancata autorizzazione dell'offerta. In alternativa, quando la

permanenza dei profili ostativi all'approvazione dell'istanza è associata a profili di complessità, peraltro tipici di alcune offerte, l'ufficio competente può svolgere approfondimenti istruttori, acquisendo le osservazioni dei contro-interessati. A tal fine, in virtù della discrezionalità conferita dall'articolo 2 comma 5 della legge 241/90, può prevedersi una proroga del termine finale del procedimento di non oltre trenta giorni.

Qualora, anche successivamente a tale ulteriore approfondimento, persistano profili di non replicabilità, l'Autorità adotta, entro e non oltre i termini procedurali, un provvedimento espresso, i cui estremi sono pubblicati sul sito istituzionale.

Nell'eventualità che i motivi ostativi vengano rimossi o risultino superati, l'autorizzazione è rilasciata con provvedimento espresso. L'Autorità pubblica sul proprio sito istituzionale gli estremi dell'offerta approvata.

In ogni caso, Telecom Italia, qualora comunichi nuovamente all'Autorità una offerta già oggetto di diniego di autorizzazione, deve tener conto dei rilievi formulati dall'Autorità nel relativo provvedimento.

Nel caso di offerte promozionali, all'esito della verifica di replicabilità, è subordinato il ribaltamento sulle offerte *wholesale* delle corrispondenti condizioni economiche applicate a livello *retail*, segnatamente per quanto riguarda i contributi di attivazione o permuta intra-OLO per tutti i servizi *wholesale*.

## 2. CRITERI GENERALI DI RIFERIMENTO PER LA VALUTAZIONE DELLA REPLICABILITÀ DELLE OFFERTE *RETAIL* (STAND ALONE, BUNDLE ED IN AMBITO “GARA”) DELL’OPERATORE NOTIFICATO

### 2.1 Il test per le offerte stand alone

La replicabilità delle offerte dell’operatore notificato, che riguardano la fornitura di singoli servizi appartenenti alle categorie definite merceologiche illustrate nella premessa, è valutata attraverso il seguente test:

$$P_s \geq F_s = W_s + X_s + R_s$$

dove:

$P_s$  = prezzo dell’offerta *stand alone* dell’operatore notificato, inclusivo di tutte le componenti dell’offerta stessa, come ad esempio canoni, contributi, promozioni, etc..

$F_s$  = soglia di replicabilità dell’offerta stand alone esaminata.

$W_s$  = costi dei fattori produttivi essenziali necessari per realizzare l’offerta stand alone esaminata. L’Offerta o le Offerte di Riferimento da considerare per la loro valutazione sono individuate sulla base delle relazioni verticali tra mercati *retail* e *wholesale* definite in esito alle analisi di mercato e delle scelte produttive del concorrente ragionevolmente efficiente.

$X_s$  = costi dei fattori produttivi non essenziali necessari per realizzare l’offerta stand alone esaminata, che il concorrente efficiente è in grado di replicare attraverso l’utilizzo delle proprie infrastrutture di rete.

$R_s$  = costi operativi commerciali dell’offerta in esame.

I criteri applicativi del test ai diversi servizi stand alone. sono definiti nel paragrafo 3.1.

### 2.2 Il test per le offerte *bundle*. Premessa metodologica

Le offerte *bundle* soggette a verifica sono solo quelle che contengono, allo stato, almeno uno dei servizi soggetti a regolamentazione, come definiti nella premessa.

In generale, la letteratura economica (e la prassi antitrust) distingue principalmente due forme di bundling<sup>7</sup>:

i) *Pure Bundling*, quando i prodotti offerti sono acquisibili solo congiuntamente;

---

<sup>7</sup> Vi è anche il caso del c.d. *tying*, quando l’acquisto del prodotto X è vincolato all’acquisto congiunto del prodotto Y, che sovente è stato considerato manifestazione di un comportamento abusivo nella pratica antitrust.

- ii) *Mixed Bundling*, quando i prodotti offerti congiuntamente sono acquisibili anche disgiuntamente, ma ad un prezzo maggiore.

La Commissione Europea, nella recente Comunicazione “*Guidance on the Commission's enforcement priorities in applying Article 82 of the EC Treaty to abusive exclusionary conduct by dominant undertakings*”, ha ipotizzato due possibili test per verificare la replicabilità economica delle offerte in *bundle*.

Un primo test, da applicare nel caso in cui i concorrenti dell'impresa dominante non siano in grado di offrire un analogo *bundle* (nemmeno potenzialmente), ed un secondo test da applicare nel caso in cui il *bundle* analizzato competa con analoghi *bundle* offerti da concorrenti (ovvero i concorrenti siano potenzialmente in grado di offrirlo).

Considerata l'attuale evoluzione dei mercati di servizi di comunicazione elettronica, l'Autorità ritiene che il caso di *mixed bundling* sia il più frequente e che – in ogni caso - considerati i diversi effetti leganti del *mixed bundling* rispetto al *pure bundling*, sia opportuno trattare separatamente le due fattispecie.

Come si è già anticipato, affinché un *bundle* sia considerato *mixed* è necessario che i servizi che lo compongono siano acquistabili separatamente, anche se con configurazioni di offerta diverse da quelle incluse nel *bundle*<sup>8</sup>. Nel caso del *mixed bundling*, l'assenza di qualsiasi effetto legante riconduce l'ambito dei possibili effetti anticompetitivi al solo livello di prezzo. In questo caso, per verificare l'assenza di strategie anticompetitive, è sufficiente verificare la replicabilità dell'offerta commerciale dell'operatore notificato.

Nel caso – invece - di offerte *pure bundling* è necessario verificare in primo luogo i potenziali effetti delle offerte sui distinti mercati rilevanti sottoposti al controllo dell'Autorità<sup>9</sup>. Qualora tali effetti non incidano sulla contendibilità dei mercati, le offerte saranno assoggettate al test di prezzo individuato. La verifica di replicabilità è riferita al *bundle* nel suo insieme<sup>10</sup>, secondo la medesima logica di implementazione del test per le offerte stand-alone, ma adattato alle specificità dei mercati ai quali appartengono i prodotti/servizi oggetto del *bundle*.

---

<sup>8</sup> Ad esempio, un *bundle* di accesso PSTN e traffico nazionale fino a 1500 minuti è un *mixed bundling*, anche se sul mercato non esiste un'offerta stand-alone che includa 1500 minuti di traffico nazionale, bensì altre offerte stand-alone di traffico nazionale.

<sup>9</sup> La verifica dei potenziali effetti anticompetitivi delle offerte di *pure bundling* sui mercati oggetto di regolamentazione è effettuata preliminarmente dall'Autorità, sulla base di principi generali di concorrenza.

<sup>10</sup> In altri termini, le offerte *bundle* sono valutate attraverso l'applicazione di un unico test, che verifica la replicabilità economica dell'offerta *bundle* dell'operatore notificato, e non considera, quindi, la replicabilità dei singoli servizi stand alone.

### 2.3 Test di verifica della replicabilità del bundle

Innanzitutto, va ricordato che il bundle può avere effetti di miglioramento del benessere (welfare-enhancing), quantomeno nel breve periodo, sia per la possibilità di economie di scopo (nella produzione e/o nella commercializzazione del servizio), sia per eventuali riduzioni dei costi di transazione del consumatore finale.

In tal senso, l'obiettivo del test è quello di tenere conto dell'eventuale presenza di economie di scopo specifiche del bundle esaminato, che potrebbero ad esempio conseguire: i) dall'utilizzo di configurazioni tecnico-impiantistiche, disponibili anche ai concorrenti, più economiche rispetto a quelle necessarie alla realizzazione delle offerte stand alone; ii) da risparmi nella gestione commerciale dell'offerta, ossia in relazione ai costi operativi associati al bundle, rispetto alla somma dei costi operativi associati alle offerte stand alone.

La struttura generale del test di replicabilità del bundle è la seguente:

$$P_{\text{bundle}} \geq F_{\text{bundle}} = W_{\text{bundle}} + X_{\text{bundle}} + R_{\text{bundle}}$$

dove:

$P_{\text{bundle}}$  = prezzo dell'offerta bundle dell'operatore notificato, inclusivo di tutte le componenti di offerta (canoni, contributi, promozioni, etc.) e relativo ai soli servizi soggetti a verifica di replicabilità, ossia ai soli servizi definiti, allo stato, nella premessa.

$F_{\text{bundle}}$  = soglia di replicabilità del bundle valutato nel suo complesso.

$W_{\text{bundle}}$  = costi dei fattori produttivi essenziali necessari per realizzare l'offerta bundle nel suo complesso. L'Offerta o le Offerte di Riferimento da considerare per la loro valutazione sono individuate sulla base delle relazioni verticali tra mercati *retail* e *wholesale* definite in esito alle analisi di mercato e delle scelte produttive dell'OLO ragionevolmente efficiente.

$X_{\text{bundle}}$  = costi incrementali di lungo periodo dei fattori produttivi non essenziali necessari per realizzare l'offerta bundle nel suo complesso, che l'operatore alternativo efficiente è in grado di replicare attraverso l'utilizzo delle proprie infrastrutture di rete.

$R_{\text{bundle}}$  = costi operativi commerciali evitabili sostenuti dall'operatore per l'offerta.

I criteri applicativi del test ai servizi bundle sono definiti nel paragrafo 3.2.

## 2.4 Il test per le offerte in ambito di procedure ad evidenza pubblica per la selezione del fornitore (la “gara”)

Il contesto di “gara” presenta alcune caratteristiche specifiche che richiedono un supplemento di indicazioni.

Da un lato, infatti, l’Autorità è tenuta a vigilare sulle condizioni di gara, le quali devono essere conformi agli interessi della stazione appaltante, ossia devono essere tali da garantire: il livello di qualità dei servizi richiesto dall’appaltante (livello di qualità prefissato); la fornitura del servizio a costi contenuti.

Dall’altro lato, l’Autorità è tenuta a vigilare che siano rispettati i principi di concorrenza e buon funzionamento del mercato, con riferimento al quadro regolamentare da essa stessa definito.

A tal fine, l’esecuzione del test sarà condotta valutando l’offerta nel suo complesso, secondo il seguente schema generale di riferimento:

$$P_{\text{gara}} \geq F_{\text{gara}} = W_{\text{gara}} + X_{\text{gara}} + R_{\text{gara}}$$

dove:

$P_{\text{gara}}$  = prezzo dell’offerta presentato in gara dall’operatore notificato.

$F_{\text{gara}}$  = soglia di replicabilità dell’offerta in gara valutata nel suo complesso.

$W_{\text{gara}}$  = costo dei fattori produttivi essenziali necessari per realizzare l’offerta in gara nel suo complesso. Si tratta di costi diretti variabili, ottimizzabili dal concorrente efficiente sulla base di scelte infrastrutturali strettamente legate alle richieste ed alle dimensioni del cliente in gara. La loro valutazione, basata sulle OR in vigore nel periodo di gara, dipenderà dal contesto tecnico-economico proprio di ciascuna gara e dalle relazioni verticali tra mercati *retail* e *wholesale* definite in esito alle analisi di mercato.

$X_{\text{gara}}$  = costi dei fattori produttivi non essenziali necessari per realizzare l’offerta in gara nel suo complesso, che il concorrente è in grado di replicare attraverso l’utilizzo delle proprie infrastrutture di rete. La loro valutazione potrà essere effettuata, secondo il criterio EEO, in logica incrementale di breve periodo (costi diretti evitabili).

$R_{\text{gara}}$  = costi operativi diretti evitabili ovvero margine operativo dell’offerta in gara espresso in termini percentuali rispetto ai costi totali di rete della gara ( $W_{\text{gara}} + X_{\text{gara}}$ ).

Infine, nel caso di “gara”, il periodo di tempo da considerare per le verifiche non potrà essere inferiore a quello previsto dalla stazione appaltante.

### **3. DEFINIZIONE DELLE MODALITÀ APPLICATIVE DEL TEST**

#### **3.1 Il caso dei servizi stand alone**

La replicabilità delle offerte stand-alone di servizi dell'operatore notificato appartenenti ad una delle tipologie di servizio appena descritte, verrà valutata dall'Autorità attraverso test di prezzo basati sulla struttura generale ed i criteri di valutazione descritti nel capitolo 2. A tal fine, si ricorda che la condizione generale da soddisfare è espressa da:

$$P_s \geq F_s = W_s + X_s + R_s$$

#### **Contenuti generali e fasi della attività di valutazione**

L'applicazione del test di prezzo in precedenza illustrato necessita, nella prassi, della definizione delle sue modalità applicative, tanto ai fini della determinazione del prezzo effettivo del servizio, quanto ai fini della determinazione della sua soglia di replicabilità.

In linea di principio, le modalità applicative devono riflettere i criteri di fissazione del prezzo da parte di un operatore efficiente. In tal senso, il test dovrebbe essere specificamente sviluppato per ogni offerta, in considerazione delle seguenti variabili:

- i. Architettura di rete efficiente per l'offerta;
- ii. Presenza di investimenti specifici;
- iii. Individuazione degli input essenziali per l'offerta;
- iv. Definizione della clientela target dell'offerta e previsione dei possibili ricavi;
- v. Estensione geografica dell'offerta;
- vi. Individuazione dei costi fissi e di quelli variabili;
- vii. Evoluzione dei costi e delle quantità;
- viii. Eventuali economie di scala e di scopo nella produzione e nella commercializzazione;
- ix. Attività commerciali necessarie per la gestione dell'offerta.

Sulla base della specifica caratterizzazione di ciascuno degli aspetti che incide sulla valutazione dei ricavi e dei costi di un servizio, è quindi possibile realizzare un test di prezzo in grado di verificare la replicabilità di un'offerta da parte di un operatore efficiente.

Nel processo di valutazione della replicabilità delle offerte dell'operatore notificato è opportuno disporre di uno strumento di comparazione con le offerte effettivamente disponibili sul mercato, così da tenere conto del posizionamento di prezzo dell'offerta assoggettata al controllo, rispetto ad analoghe offerte di altri concorrenti disponibili sul mercato.

Per quanto riguarda le fasi del processo di applicazione del test, si prevede la seguente sequenza:

- i. calcolo del prezzo effettivo dell'offerta;
- ii. determinazione della catena produttiva efficiente per l'offerta;
- iii. calcolo dei costi della catena produttiva efficiente;
- iv. eventuale *benchmarking* rispetto ad analoghe offerte presenti sul mercato.

### 3.2 Il caso delle offerte in bundle

Le offerte dell'operatore notificato relative ai servizi *bundle*, sono valutate dall'Autorità attraverso l'applicazione dei test di prezzo basati sulla struttura generale ed i criteri di valutazione descritti al capitolo precedente e cioè:

$$P_{\text{bundle}} \geq F_{\text{bundle}} = W_{\text{bundle}} + X_{\text{bundle}} + R_{\text{bundle}}$$

Prima di passare alla trattazione specifica della modalità applicative del test alle offerte bundle, occorre distinguere, dal punto di vista regolamentare, le diverse possibili tipologie di aggregazione dei servizi, al fine di evidenziarne le specificità e le ripercussioni sull'applicazione del test, trattando il bundle come un'offerta a sé. In particolare, l'Autorità considera la seguente classificazione delle offerte bundle:

- a. Bundle di servizi regolati: bundle composto esclusivamente da servizi per i quali è prevista l'applicazione di test di replicabilità a livello *stand alone*. Per questa tipologia di bundle, l'Autorità definisce il test da applicare a tutte le possibili combinazioni di servizi individualmente assoggettati a test di prezzo individuando le relative catene produttive e modalità operative di valutazione dei parametri del test in linea con quanto stabilito per le verifiche delle corrispondenti offerte stand alone e con i principi stabiliti al precedente capitolo.
- b. Bundle di servizi regolati e servizi non regolati: bundle composto da almeno un servizio individualmente assoggettato a test di prezzo ed uno o più servizi per i quali non è prevista alcuna forma di verifica regolamentare a livello stand alone. L'esame di questa tipologia di offerte, che in linea di principio segue le regole fondamentali, è caratterizzata dal fatto che l'Autorità non dispone di riferimenti di costo per valutare le componenti del bundle specifiche dei servizi non soggetti a regolamentazione e farà dunque ricorso ove necessario, ad opportune e ragionevoli *proxies*, ovvero ad una stima di costo presuntivo, basato sul margine cui un operatore può rinunciare per costruire un'offerta maggiormente competitiva.

Per quanto concerne la verifica dei bundle, l'Autorità ritiene che, fatto salvo il principio di non accorpare indebitamente i servizi, la verifica del bundle debba applicarsi al bundle nella sua interezza.

E' utile premettere che qualora i servizi oggetto di bundle siano offerti sul mercato anche separatamente con offerte che presentano le medesime caratteristiche dei servizi inclusi nel bundle e la riduzione di prezzo operata nel bundle, rispetto alla somma dei prezzi dei servizi offerti separatamente, sia integralmente ascrivibile ad efficienze nella produzione produttiva e/o di natura commerciale proprie dell'offerta bundle rispetto alle offerte stand-alone, ossia nel caso di bundle che migliorano il benessere sociale, l'analisi è volta solo a verificare la correttezza delle valutazioni e delle informazioni fornite in tal senso dall'operatore notificato.

## **4 METODOLOGIA DI DETTAGLIO PER L'APPLICAZIONE DEL TEST DI PREZZO ALLE DIVERSE TIPOLOGIE DI SERVIZIO**

Premesso che le offerte da assoggettare al test di replicabilità sono già state più volte indicate, si passa ad illustrare gli altri aspetti di concreta applicazione del test.

### **4.1 Determinazione del prezzo effettivo dell'offerta**

Il prezzo effettivo dell'offerta è determinato sommando ai prezzi ricorrenti (flat o a consumo) corrisposti dal cliente nel corso del periodo preso in esame (corrispondente alla c.d. "permanenza media del cliente nell'offerta") gli elementi di prezzo non ricorrenti (ad es. contributi e/o canoni di attivazione). Una stima del costo di eventuali apparati (es. PC) o servizi (es. casella e-mail) aggiuntivi inclusi nell'offerta è sottratto da tale valore.

L'operatore deve fornire una propria valutazione dei consumi medi attesi da parte della clientela, fornendo a tal fine evidenza dei consumi di offerte analoghe, ove esistenti, ovvero una propria stima di tali consumi. In assenza di tali elementi, l'Autorità prende a riferimento la media dei consumi dell'insieme della clientela dell'operatore nel mercato di riferimento.

Il periodo di riferimento (la c.d. "permanenza media" del cliente nell'offerta) viene stabilito in 24 mesi, salvo valutazioni periodiche dell'Autorità.

Nel caso di valutazioni di promozioni di offerta, il prezzo effettivo è decurtato del valore complessivo della promozione.

### **4.2 Realizzazione del benchmarking di mercato**

Il benchmarking di mercato è realizzato applicando ad offerte analoghe disponibili sul mercato i medesimi criteri di determinazione del prezzo effettivo utilizzati per l'offerta oggetto di analisi. Questo strumento di valutazione assume rilievo in particolari situazioni, e precisamente in presenza di offerte rispetto alle quali non vi siano sufficienti dati oggettivi ai fini della verifica (ad es. nel caso di offerte che includono prodotti e servizi innovativi), oppure in quei limitati casi in cui sia opportuno sviluppare *proxy* a supporto dell'analisi (ad es. quando l'operatore SMP non è market leader e sul mercato vi siano offerte simili).

L'utilizzo del benchmark di mercato rappresenta uno strumento di ausilio - complementare a quello dell'analisi dei costi - nel processo di valutazione, al fine di tenere in conto la effettiva dinamica dei prezzi sul mercato e di apprezzare anche il rischio di estromissione dal mercato di concorrenti dell'operatore notificato.

### **4.3 Determinazione della catena produttiva efficiente**

La catena produttiva efficiente è quella che genera il minore costo complessivo per la fornitura dell'insieme di servizi inclusi nell'offerta nel corso della c.d. "permanenza media del cliente nell'offerta".

La valorizzazione dei costi degli input di rete essenziali si basa su una media ponderata dei costi di fornitura dei servizi di accesso wholesale essenziali disponibili su base nazionale. Tale media viene calcolata periodicamente dall'Autorità e comunicata agli operatori perché ne tengano conto nella modulazione delle offerte.

La valutazione circa la disponibilità dei servizi essenziali deve essere realizzata prospetticamente, nel caso di offerte con durata pluriennale.

Nel caso degli altri input di rete, la valutazione della modalità di fornitura efficiente da parte dell'operatore assoggettato al controllo di prezzo viene effettuata sulla base dei suoi costi incrementali.

Laddove la definizione della catena produttiva efficiente per la produzione di un servizio dipenda dalla catena produttiva utilizzata per la fornitura di un servizio tecnicamente collegato (come, ad esempio, nel caso di traffico ed accesso), deve essere valutata anche la catena produttiva efficiente del servizio tecnicamente collegato.

### **4.4 Determinazione del costo effettivo: trattamento dei costi fissi e variabili**

Nella valutazione del costo dell'offerta, i costi fissi e variabili sono trattati coerentemente con la logica di imputazione a bilancio di tali costi. Pertanto, i costi variabili devono essere integralmente computati ai fini della determinazione del costo effettivo dell'offerta, mentre i costi fissi devono essere computati in proporzione al criterio di ammortamento utilizzato ai fini di bilancio.

Il costo effettivo è rappresentato dalla somma dei costi variabili e delle quote dei costi fissi sopportati nel corso della vita media del cliente.

### **4.5 Determinazione del costo effettivo: trattamento dei costi commerciali**

I costi commerciali rappresentano tutti i costi di commercializzazione del servizio e di gestione del cliente direttamente afferenti all'offerta assoggettata al test. Tali costi includono, tra le altre cose:

- i. Costi di marketing
- ii. Costi promozionali e pubblicitari
- iii. Costi di acquisizione del cliente (reti di vendita dirette ed indirette)
- iv. Costi di customer care e di assurance tecnica

- v. Costi di fatturazione
- vi. Costi di gestione del credito

In considerazione della significativa complessità di tale analisi, e sulla base dell'esperienza effettuata nel corso degli anni in merito alla valutazione di tali costi, l'Autorità ritiene opportuno utilizzare una misura presuntiva di tali costi, in proporzione rispetto ai costi di rete totali (W+X), consentendo in ogni caso all'operatore assoggettato al test di richiedere l'utilizzo dei costi commerciali effettivamente sostenuti e valutati sulla base di criteri di costo incrementale di fornitura. Laddove l'operatore effettui tale richiesta, dovrà fornire la necessaria evidenza dell'insieme dei costi commerciali sostenuti nel corso della permanenza media del cliente nell'offerta.

Considerando che la proporzione di tali costi rispetto ai costi di rete (W+X) decresce in funzione del livello di spesa del cliente, l'Autorità valuta che tale parametrizzazione debba essere differenziata in funzione del mercato finale al quale è destinata l'offerta, ritenendo adeguati, ai fini presuntivi, i seguenti valori, da applicare come maggiorazione dell'insieme dei costi di rete (W+X):

- a) Clienti residenziali: 25%
- b) Clienti affari: 20%
- c) Procedure ad evidenza pubblica per la selezione del fornitore: 10%.

Per i soli servizi di accesso narrowband, fino a quando il prezzo dei servizi WLR sarà disciplinato sulla base del principio del *retail minus*, si ritiene ragionevole applicare un valore presuntivo del 12%.

## 5. ILLUSTRAZIONE DELL'APPLICAZIONE DEL TEST DI PREZZO ALLE OFFERTE STAND ALONE

### 5.1 Test di prezzo per le offerte di servizi di accesso telefonico alla clientela generalizzata

Il presente paragrafo definisce i parametri e le metodologie di valutazione della soglia di replicabilità delle offerte “stand alone” di servizi di accesso telefonico tradizionale rivolte alla clientela residenziale ed affari dell'operatore notificato. In questo caso, la struttura del test prende la seguente forma:

$$P_{A_{NB}} \geq F_{A_{NB}} = W_{A_{NB}} + X_{A_{NB}} + R_{A_{NB}}$$

Dove:

$P_{A_{NB}}$  = prezzo medio dell'offerta commerciale dell'operatore notificato per servizi di accesso narrowband venduti singolarmente (stand alone), comprensivo di eventuali promozioni e contributi, calcolato tenendo conto di tutte le componenti dell'offerta (ad esempio: contributi di attivazione, canoni, promozioni) ed espresso in quota media mensile applicata alla clientela nel periodo di permanenza media del cliente nell'offerta (24 mesi).

$F_{A_{NB}}$  = soglia minima al di sotto della quale l'offerta dell'operatore notificato non può essere considerata replicabile da un operatore alternativo efficiente.

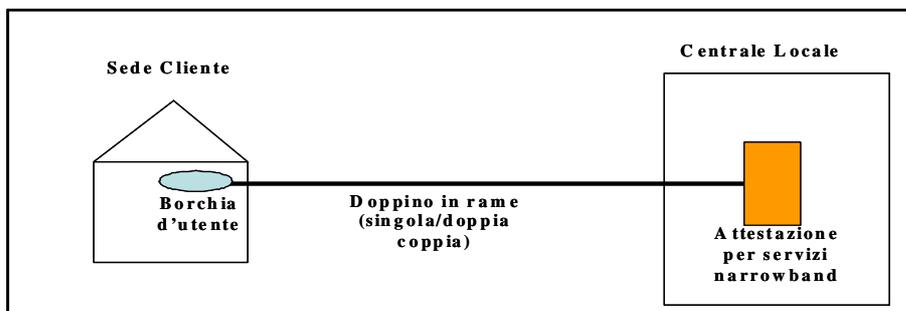
$W_{A_{NB}}$  = rappresenta il costo dei fattori produttivi necessari per realizzare un'offerta al dettaglio stand alone di servizi di accesso narrowband, che l'operatore alternativo ragionevolmente efficiente può acquisire soltanto ricorrendo ai servizi *wholesale* offerti dall'operatore con SMP nei mercati all'ingrosso corrispondenti.

$X_{A_{NB}}$  = costo degli input di rete replicati dall'OLO efficiente.

$R_{A_{NB}}$  = costi operativi commerciali dell'OLO efficiente valutati come margine percentuale da calcolare in proporzione della somma dei costi di rete essenziali e non ( $W_{A_{NB}} + X_{A_{NB}}$ ).

Le modalità operative di calcolo dei costi di rete  $W_{A_{NB}} + X_{A_{NB}}$  dell'operatore efficiente sono definite nei paragrafi successivi a partire dalla catena produttiva dei servizi di accesso narrowband, come illustrata nella figura 2 seguente.

**Figura 2: Catena produttiva di riferimento per i servizi di accesso narrowband del mercato 1.**



### 5.1.1 Valutazione del Costo degli input essenziali – $W_{ANB}$

Un operatore alternativo che intende offrire alla clientela finale servizi “stand alone” di accesso narrowband può acquistare da Telecom Italia i seguenti servizi *wholesale* essenziali:

- i. i servizi del mercato 4 (servizi di accesso disaggregato) ed accessori (servizi di collocazione);
- ii. i servizi di WLR del mercato 1, solo nelle aree non aperte ai servizi di accesso disaggregato (servizi ULL)<sup>11</sup>.

La valutazione del parametro  $W_{ANB}$  è ottenuta pertanto come media ponderata su base nazionale del costo degli input essenziali in aree aperte o non aperte ai servizi ULL:

$$W_{ANB} = Q_{ULL} * W_{ULL} + Q_{WLR} * W_{WLR}$$

La determinazione dei pesi dei singoli servizi di accesso ai fini della valutazione del parametro  $W$  è data dalla distribuzione delle varie componenti espressa in termini relativi. Nel calcolo nella formula precedente, il peso  $Q_{ULL}$  da attribuire al costo dei servizi relativi alle aree aperte all’*unbundling* ed il peso  $Q_{WLR}$  da attribuire al costo dei servizi WLR nelle aree non aperte all’*unbundling* è valutato dall’Autorità in base alle informazioni riportate in dettaglio in allegato 2 ed è aggiornato annualmente sulla base dei dati comunicati all’Autorità.

<sup>11</sup> Per quanto poco razionale dal punto di vista economico, vi è anche la possibilità che un operatore alternativo acquisti il servizio naked bitstream, per fornire servizi di accesso sul mercato retail.

### **Costi degli input essenziali in aree aperte ai servizi di ULL - $W_{ULL}$**

Per realizzare la catena produttiva illustrata nella figura 2 nelle aree aperte ai servizi di unbundling, il concorrente efficiente acquista da Telecom Italia:

a) il servizio di accesso disaggregato ai collegamenti in rame della rete di distribuzione di TI (servizio di ULL); in particolare: per offerte relative ad accessi ISDN BRA e POTS, l'OLO acquista una coppia simmetrica in rame in sede d'utente; per offerte relative ad accessi ISDN PRA, l'OLO acquista due coppie simmetriche in rame in sede d'utente.

Il costo relativo ai suddetti servizi di unbundling fa riferimento ai canoni di noleggio mensile della/e coppia/e ed, ove previsto, ai contributi di attivazione con contestuale realizzazione della Portabilità del Numero.

In allegato 2 sono delineati nel dettaglio i criteri tecnico-economici per le valutazioni.

b) Il servizio accessorio di colocazione, comprensivo di tutti i servizi necessari per realizzare l'offerta narrowband, ossia: investimento effettuato dall'OLO per l'allestimento del sito; spazi, e corrispondente energia per alimentazione e condizionamento, necessari per l'attestazione del doppino/i del cliente in centrale. Tali voci di costo sono espresse come valori medi mensili per coppia in ULL secondo la metodologia ed i criteri tecnico-economici descritti in dettaglio in allegato 2.

### **Costi degli input essenziali in aree non aperte all'unbundling - $W_{WLR}$**

Nelle aree non aperte all'unbundling, il concorrente ragionevolmente efficiente - per realizzare la catena produttiva illustrata nella figura 2 -fa riferimento all'Offerta di Riferimento dei servizi di *Wholesale Line Rental*. I principali servizi offerti da TI riguardano:

- i. accessi POTS, distinti per categoria di clientela (residenziali e affari);
- ii. accessi ISDN BRA distinti per residenziale e affari;
- iii. accessi ISDN PRA per la sola clientela affari.

In allegato 2 sono illustrati i dettagli tecnico-economici di valutazione.

#### **5.1.2 Valutazione del Costo degli input replicati dall'OLO - $X_{ANB}$**

La valutazione degli input di rete replicati dall'OLO efficiente segue alla valutazione dei costi degli input essenziali acquistati dall'operatore notificato: la rete del concorrente inizia dove finisce l'input essenziale dell'operatore notificato. Si distinguono, anche in questo caso, i costi di rete propria per la clientela acquisita tramite il ricorso ai servizi unbundling e quelli propri della clientela in WLR:

$$X_{ANB} = Q_{ULL} * X_{ULL} + Q_{WLR} * X_{WLR}$$

Le due quote  $Q_{ULL}$  e  $Q_{WLR}$  sono valutate come indicato in allegato 2.

### **Costo degli Input non essenziali in aree aperte ai servizi di unbundling - $X_{ULL}$**

Nelle aree aperte ai servizi di unbundling, l'OLO efficiente dovrà produrre in proprio tutte le componenti della catena produttiva di cui alla figura 2 non previste dall'offerta di servizi del mercato 4 e servizi accessori.

In particolare, l'offerta di servizi di unbundling include tutte le componenti del servizio, ad esclusione della funzionalità di attestazione del cliente in centrale, che pertanto costituisce il perimetro impiantistico replicato dall'OLO:

$X_{ULL}$  = costi della cartolina d'utente per l'attestazione del/i doppino/i negli spazi di collocazione dell'OLO, espressi in valori mensile unitario secondo i criteri e le metodologie illustrate in dettaglio nell'allegato 2.

### **Costo degli Input Non Essential in aree non aperte ai servizi di unbundling – $X_{WLR}$**

Il servizio di WLR acquistato dagli OLO nelle aree non aperte ai servizi di unbundling comprende tutte le componenti di rete necessarie per la fornitura dei servizi di accesso alla clientela finale descritte nella figura 2, e, pertanto  $X_{WLR} = 0$

## **5.2 Test di prezzo per le offerte “stand alone” di servizi di traffico vocale rivolte alla clientela generalizzata**

Il presente paragrafo definisce i parametri e le metodologie di valutazione della soglia di replicabilità delle offerte “stand alone” di servizi di traffico vocale nazionale (locale, interdistrettuale e fisso-mobile), rivolte alla clientela residenziale ed affari dell'operatore notificato, e relativi alla modalità di accesso da rete fissa<sup>12</sup>.

In via preliminare, si distinguono i servizi di traffico vocali nelle due tipologie di chiamate off net e chiamate on net, in ragione delle loro caratteristiche tecniche e regolamentari:

- a) Chiamata Off Net: si tratta delle chiamate dirette verso un utente (utente chiamato) attestato su una rete, fissa o mobile (rete di terminazione), diversa da quella dell'utente chiamante, per accedere alla quale il concorrente farà ricorso ai servizi di interconnessione e di terminazione disponibili sui corrispondenti mercati.
- b) Chiamata On Net: si tratta delle chiamate indirizzate verso un utente (utente chiamato) attestato direttamente sulla rete del concorrente tramite servizi di unbundling o tramite infrastrutture proprie di accesso. In questo caso, pertanto, dal momento in cui prende in carico la chiamata, l'operatore concorrente utilizza esclusivamente le proprie infrastrutture di rete per completare il servizio. Ne

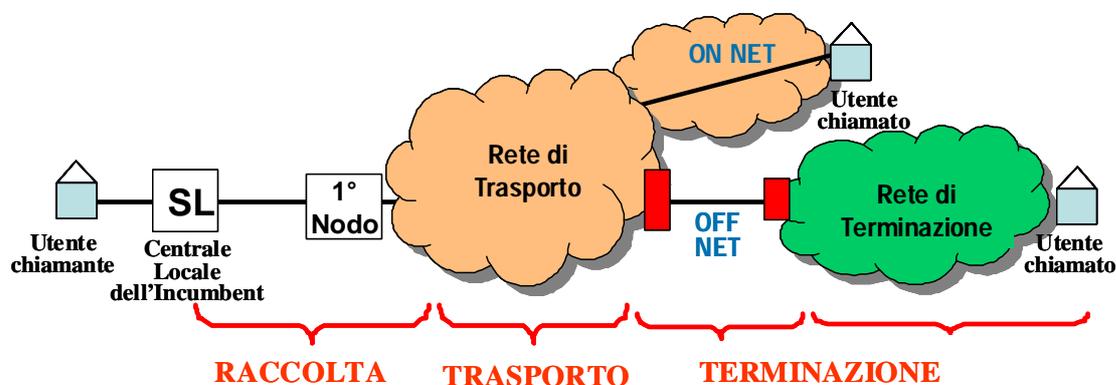
---

<sup>12</sup> Nel caso di offerte a traffico su accessi a larga banda (VoIP) si farà riferimento a quanto di seguito esposto con riferimento alle verifiche stand alone dei servizi di accesso a larga banda ed alle verifiche afferenti le offerte bundle.

consegue che i costi di terminazione delle chiamate on net rientrano nelle valutazioni relative al parametro  $X_s$  del test e sono effettuate in base ai principi generali definiti al capitolo 2.

La catena produttiva di riferimento relativa ai servizi stand alone di traffico vocale (sia on net che off net) è descritta nella seguente figura 3.

**Figura 3: Catena produttiva di riferimento per i servizi di traffico vocale.**



La figura 3 illustra sia il caso di clienti (utente chiamante) direttamente attestati alla rete del concorrente (clienti in unbundling), sia il caso di clienti serviti attraverso il ricorso ai servizi di interconnessione e raccolta dell'operatore notificato (servizi dei mercati rilevanti n. 8 e n. 13 della Raccomandazione della Commissione europea n. 311/03/CE e servizi accessori). In particolare, la figura 3 illustra le tre componenti fondamentali dei servizi di traffico vocale (raccolta, trasporto e terminazione) per la valutazione dei cui costi valgono le seguenti regole generali:

- i. **Raccolta:** è il servizio di trasporto delle chiamate fino al primo nodo di commutazione della rete del concorrente. Nel caso in cui il chiamante è in accesso diretto, la tratta di raccolta è realizzata in proprio dall'operatore concorrente ed i relativi costi sono inclusi nella componente  $X_s$  della formula di cui al par. 3.1. Se invece il chiamante è in accesso indiretto e quindi l'operatore concorrente ricorre ai servizi di interconnessione dell'operatore notificato, allora la tratta di raccolta è valutata nell'ambito del parametro  $W_s$  – di cui al paragrafo 3.1 – relativo all'acquisto degli input essenziali.
- ii. **Trasporto:** è il servizio di trasporto delle chiamate dal primo nodo di commutazione del concorrente fino al nodo di consegna delle chiamate sulla rete di terminazione, nel caso di chiamate off net, o fino al nodo di commutazione della rete del concorrente più vicino al cliente chiamato, nel caso di chiamate on

net. La tratta di trasporto è sempre realizzata in proprio dall'operatore concorrente ed i relativi costi sono inclusi nella componente  $X_S$ , di cui al paragrafo 3.1.

- iii. Terminazione: è il servizio di trasporto delle chiamate dall'ultimo nodo di commutazione sull'infrastruttura di rete concorrente fino a destinazione, per la cui valutazione l'Autorità distingue i due casi di chiamate off net ed on net.

Chiamate OFF NET: per terminare la chiamata, l'operatore concorrente acquista o realizza in proprio i seguenti servizi:

- a) Servizi di interconnessione: si tratta del kit e del flusso che consentono di interconnettere tra loro le due reti interessate dalla chiamata (rete dell'OLO e rete di terminazione). La realizzazione di questa tipologia di servizi può essere effettuata in proprio dall'operatore concorrente od acquistando i servizi *wholesale* corrispondenti nell'ambito delle Offerte di Riferimento dell'operatore notificato, laddove sussista una posizione di dominanza di quest'ultimo nei rispettivi mercati. Allo stato attuale, tale componente viene valutata dall'Autorità all'interno del parametro  $W_S$  – di cui al paragrafo 3.1 - relativo all'acquisto di input essenziali.
- b) Servizi di terminazione: sono servizi a fronte dei quali si sostengono costi esterni di terminazione su rete di operatori terzi che non sono legati all'efficienza produttiva degli operatori che ne usufruiscono, né al loro livello di infrastrutturazione, in quanto non nascono dall'esigenza di utilizzare la rete di un altro operatore in mancanza della propria. I servizi di terminazione rimarrebbero, infatti, necessari anche se tutti gli operatori fornissero servizi al pubblico utilizzando esclusivamente reti proprietarie. Pertanto, i servizi di terminazione acquistati per le chiamate off net sono valutati separatamente nel test e sommati al *floor*, alla fine del percorso di valutazione.

Chiamate ON NET: in questo caso, per terminare la chiamata l'operatore concorrente utilizza unicamente infrastrutture di rete propria, la cui valutazione rientra nella componente  $X_S$  del test, di cui al paragrafo 3.1. In linea con i principi generali delineati in precedenza, l'Autorità anche per valutare questa componente di rete fa riferimento ai costi di un operatore egualmente efficiente, valutati in base ad un modello di costo LRIC, ovvero può considerare rappresentativi i *prezzi ceiling* dei servizi di terminazione ai livelli più bassi di interconnessione resi disponibili dall'operatore notificato nella corrispondente offerta di riferimento<sup>13</sup>.

Una particolare categoria di chiamate on net è rappresentata dalle chiamate cosiddette intercom (od interfamily), che rappresentano le chiamate da un fisso a un mobile, entrambi intestati al medesimo soggetto giuridico (o alla medesima famiglia). Con lo sviluppo degli operatori virtuali, tali offerte hanno iniziato a diffondersi sul mercato. Per la valutazione di tali chiamate, si potrebbero considerare a riferimento i costi di

---

<sup>13</sup> Si veda anche oltre.

terminazione effettivamente riconosciuto dagli operatori virtuali (MVO) all'operatore di rete (MNO) ospitante.

Quanto premesso, l'Autorità definisce la seguente struttura generale di riferimento per il test di replicabilità delle offerte stand alone di servizi di traffico vocale:

$$P_{Tra} \geq F_{Tra} = W_{Tra} + X_{Tra} + R_{Tra} + Q_{OffNet} * T_{OffNet}$$

Dove:

$P_{Tra}$  rappresenta il prezzo unitario medio dell'offerta commerciale dell'operatore notificato, valutato tenendo conto di tutte le componenti dell'offerta (ad esempio: fasce orarie, contributi di attivazione, canoni, promozioni), secondo i criteri stabiliti al precedente paragrafo.

$F_{Tra}$  rappresenta la soglia minima al di sotto della quale l'offerta dell'operatore notificato non può essere considerata replicabile da un operatore alternativo efficiente.

$W_{Tra}$  = costo degli input essenziali necessari all'OLO ragionevolmente efficiente per realizzare una offerta al dettaglio stand alone di servizi di traffico.

$X_{Tra}$  = costo degli input di rete replicati dall'OLO efficiente.

$R_{Tra}$  = costi operativi commerciali dell'OLO efficiente valutati come margine percentuale dei costi di rete ( $W_{Tra} + X_{Tra}$ ).

$Q_{OffNet}$  = rappresenta la quota di chiamate off net gestite dall'operatore concorrente in relazione all'offerta in esame. Per le chiamate fisso-mobile, tale quota è posta pari alla totalità delle chiamate ( $Q_{OffNet} = 100$  per chiamate fisso-mobile); per le chiamate dirette verso postazione fissa, tale quota è determinata dall'Autorità in base alle informazioni ed alla metodologia riportate in dettaglio in allegato 2.

$T_{OffNet}$  = rappresenta il prezzo medio ponderato dei servizi di terminazione applicati dagli operatori che gestiscono la rete di attestazione del cliente chiamato.

### 5.2.1 Valutazione del Costo degli input essenziali – $W_{Tra}$

La valutazione fa riferimento ai due casi di clientela attestata alle centrali aperte o meno ai servizi di unbundling.

#### **Costi degli input essenziali in aree aperte ai servizi di unbundling - $W_{ULL}$**

Nelle aree aperte ai servizi di unbundling, un OLO che intende replicare un'offerta di servizi stand alone di traffico vocale utilizza i servizi *wholesale* essenziali dell'operatore notificato solo per le chiamate off net, mentre, per la chiamate di tipo on net, l'operatore fa ricorso esclusivamente ad infrastrutture di rete proprie. In particolare, i servizi utilizzati sono quelli di interconnessione (Costi di Interconnessione in Terminazione - CINT terminazione), valutati come segue:

- i. Costi per il kit di consegna della chiamata sulla rete di terminazione cui è attestato il cliente chiamato, valutati sulla base dell'OR di riferimento dell'operatore notificato.

- ii. Costi per il flusso di interconnessione tra la rete chiamante e la rete chiamata (flusso di interconnessione regionale), valutati sulla base dell'OR di riferimento dell'operatore notificato.

Per le chiamate nazionali verso rete fissa, i costi di interconnessione in terminazione sono considerati solo per la quota di chiamate off net relative all'offerta esaminata ( $Q_{\text{OffNet}}$ ).

#### **Costi degli input essenziali in aree non aperte ai servizi di unbundling – $W_{\text{CS/CPS}}$**

Nelle aree non aperte ai servizi di unbundling, un OLO che intende replicare un'offerta di servizi stand alone di traffico vocale utilizza i servizi di Carrier Selection/Preselection (CS/CPS) dell'operatore notificato ed acquista i seguenti servizi essenziali:

- i. Costi per la raccolta delle chiamate sulla rete dell'Incumbent - COIR (raccolta), valutati in base al prezzo previsto per la raccolta a livello di SGU (Offerta di Riferimento in vigore) e sue derive ragionevolmente stimabili in coerenza con il meccanismo di price setting definito dalla Autorità in esito alle analisi di mercato.
- ii. Costi di interconnessione in raccolta - CINT Raccolta: costi per il kit di interconnessione tra rete dell'operatore notificato e rete OLO, valutati sulla base dell'Offerta di riferimento in vigore; costi per il flusso di interconnessione tra la rete dell'operatore notificato e la rete dell'OLO che offre il servizio, valutati sulla base dell'OR di riferimento dell'operatore notificato.
- iii. Costi di Interconnessione in Terminazione - CINT Terminazione, valutati come indicato nel caso di operatore in aree unbundling.

#### **5.2.2 Valutazione del Costo degli input replicati dall'OLO - $X_{\text{Tra}}$**

Per la valutazione degli input di rete replicati dall'OLO efficiente (costi di rete propria del concorrente), l'Autorità fa riferimento ad un operatore egualmente efficiente (EEO), che nel replicare la rete dell'incumbent sia in grado di raggiungere economie di scala e di scopo (e quindi costi unitari) almeno pari a quelli della rete dell'operatore notificato. Questo in considerazione anche del fatto che un operatore efficiente non avrebbe nel medio lungo termine alcun vantaggio economico di investire nello sviluppo di una propria rete, se non fosse in grado di replicare la rete dell'incumbent a costi minori e solo al limite uguali a quelli dello stesso incumbent.

A tal fine, l'Autorità considera i costi unitari dell'operatore notificato calcolati sulla base di un modello a costi incrementali di lungo periodo, ovvero potrà fare riferimento anche a valutazioni basate sui prezzi in vigore per i servizi di raccolta e transito pubblicati nell'Offerta di Riferimento dell'operatore notificato (per i quali è previsto il rispetto dell'obbligo di orientamento al costo) che potranno costituire un utile e significativo riferimento di ceiling opportunamente emendati delle componenti di costo non pertinenti, come ad esempio i costi di fatturazione, delivery, vendita a livello *wholesale*.

In linea generale, ed anche in coerenza con la delibera 258/08/CONS (che ha stabilito il livello della terminazione OLO), l'Autorità ipotizza che per servire la propria clientela in unbundling ed in CS/CPS, l'operatore efficiente faccia riferimento ad una rete strutturata su tre livelli gerarchici: il livello locale di raccolta delle chiamate dei clienti in unbundling, il livello regionale di raccolta delle chiamate in CS/CPS e di gestione del traffico regionale, il livello trunk di gestione delle chiamate long distance.

Per la valutazione dei costi specifici associati a ciascuno dei tre livelli di rete, l'Autorità fa riferimento ai seguenti criteri di valutazione:

- i. livello di raccolta, utilizzato per la raccolta del traffico originato dai clienti serviti tramite unbundling o tramite infrastruttura proprietaria; la valorizzazione di questa componente di rete fa riferimento ai costi unitari dei servizi intermedi di rete fino all'SGU (Raccolta SGU e Transito distrettuale), valutati in base ad un modello di costo LRIC, ovvero con riferimento ai *prezzi ceiling* dei servizi di raccolta via SGU pubblicati dall'Incumbent nella corrispondente offerta di riferimento;
- ii. livello regionale, utilizzato per la gestione di tutto il traffico sviluppato dalla clientela del concorrente (in unbundling e non) all'interno dell'area controllata dal nodo di commutazione e transito corrispondente. La valorizzazione di questa componente di rete fa riferimento ai costi unitari dei servizi intermedi di rete fino al primo nodo di Transito (transito distrettuale, transito nazionale e inoltre area gateway), valutati in base ad un modello di costo LRIC ovvero con riferimento ai *prezzi ceiling* dei servizi di raccolta via BBN pubblicati dall'Incumbent nell'offerta di riferimento o listino *wholesale*;
- iii. livello trunk, utilizzato per la gestione del traffico Long Distance del concorrente, rappresentativo della tratta *backbone* della rete del concorrente, per la cui valorizzazione il riferimento è ai costi unitari dei corrispondenti servizi intermedi di rete dell'operatore notificato (transito nazionale e inoltre), valutati in base ad un modello di costo LRIC, ovvero con riferimento ai *prezzi ceiling* pubblicati dall'Incumbent nella corrispondente offerta di riferimento o listino *wholesale*.

Infine, per quanto concerne i parametri di instradamento del traffico eventualmente necessari alle valutazioni in oggetto, l'Autorità farà riferimento ai dati effettivi di utilizzo della rete per le chiamate di fonia vocale, come riportati in dettaglio nell'allegato 2.

### **Costo degli input non essenziali in aree aperte ai servizi di ULL - $X_{ULL}$**

#### **A. Chiamate On Net**

- i. Costi di Raccolta: valutati in base ad un modello di costo LRIC, ovvero con riferimento ai *prezzi ceiling* dei servizi di raccolta via SGU pubblicati dall'Incumbent nella corrispondente offerta di riferimento.
- ii. Costi di Trasporto: si considerano rappresentativi i costi unitari dei corrispondenti servizi intermedi di rete dell'operatore notificato valutati in base ad un modello di

costo LRIC ovvero con riferimento ai *prezzi ceiling* dei servizi di trasporto via SGU pubblicati dall'Incumbent nella corrispondente offerta di riferimento in vigore o listino *wholesale*.

- iii. Costi di Terminazione: si considerano rappresentativi i costi valutati in base ad un modello di costo LRIC ovvero con riferimento ai *prezzi ceiling* dei servizi di terminazione via SGU pubblicati dall'Incumbent nella corrispondente offerta di riferimento in vigore.

#### **B. Chiamate Off Net**

- i. Costi di Raccolta: valutati in base ad un modello di costo LRIC, ovvero con riferimento ai *prezzi ceiling* dei servizi di raccolta via SGU pubblicati dall'Incumbent nella corrispondente offerta di riferimento.
- ii. Costi di Trasporto:
  - per le chiamate locali: si tratta dei costi della porta sul nodo dell'OLO verso il flusso di interconnessione per la terminazione della chiamata, Questa componente è valutata in base ai prezzi dei kit di interconnessione per fonia pubblicati sull'OR dell'operatore notificato;
  - per le chiamate regionali e fisso-mobile, che sulla rete dell'operatore notificato sono gestite da un solo nodo BBN, per cui si considerano i costi del servizio intermedio di inoltro area gateway in base al modello LRIC ovvero con riferimento ai *prezzi ceiling* pubblicati dall'Incumbent nella corrispondente offerta di riferimento o listino *wholesale*;
  - per le chiamate Long Distance che sulla rete dell'operatore notificato interessano la tratta trunk tra due BBN, si considerano i costi LRIC relativi al servizio intermedio di inoltro/transito nazionale ovvero con riferimento ai *prezzi ceiling* pubblicati dall'Incumbent nella corrispondente offerta di riferimento o listino *wholesale*.

#### **Costo degli input non essenziali in aree non aperte all'unbundling – $X_{CS/CPS}$**

Sia per le chiamate on net che per le chiamate off net, i corrispondenti costi di trasporto e terminazione sono valutati come nel caso di chiamante in unbundling.

#### **5.2.3 Valutazione dei Costi di terminazione della chiamata - $T_{OffNet}$**

I costi medi ponderati per terminare la chiamata off net sulla rete cui è attestato l'utente chiamato sono valutati ricorrendo a:

- i. Il prezzo di terminazione via SGU per la quota di chiamate off net dirette ad una postazione fissa sulla rete dell'operatore notificato;
- ii. Listino in vigore per la quota di chiamate off net terminate su altre reti fisse;
- iii. Listino in vigore per la terminazione su rete mobile, per le chiamate di tipo fisso-mobile.

In particolare, nel caso di chiamate off net dirette verso postazione fissa, la quota da attribuire alla terminazione su rete Incumbent e su rete di altro operatore è valutata sulla base delle informazioni e della metodologia descritta nell'allegato 2-C.

### **5.3 Test di prezzo per le offerte “stand alone” di servizi di accesso a larga banda alla clientela generalizzata**

Il presente paragrafo definisce i parametri e le metodologie di valutazione della soglia di replicabilità dei servizi stand alone di accesso a larga banda *retail* offerti alla clientela generalizzata dall'operatore che è notificato sui corrispondenti mercati *wholesale*. Le offerte stand alone di servizi di accesso a larga banda al dettaglio prevedono la fornitura al cliente finale della funzionalità di accesso a larga banda e del servizio di trasporto dei dati. La verifica di replicabilità delle offerte al dettaglio di Telecom Italia di servizi a larga banda stand alone viene effettuata attraverso il test di replicabilità seguente:

$$P_{LB} \geq F_{LB} = W_{LB} + X_{LB} + R_{LB}$$

Dove:

$P_{LB}$  rappresenta il prezzo medio dell'offerta commerciale dell'operatore notificato, comprensivo di eventuali promozioni e contributi, calcolato secondo le regole definite nel testo (vedi infra).

$F_{LB}$  rappresenta la soglia minima al di sotto della quale l'offerta dell'operatore notificato non può essere considerata replicabile da un operatore alternativo efficiente.

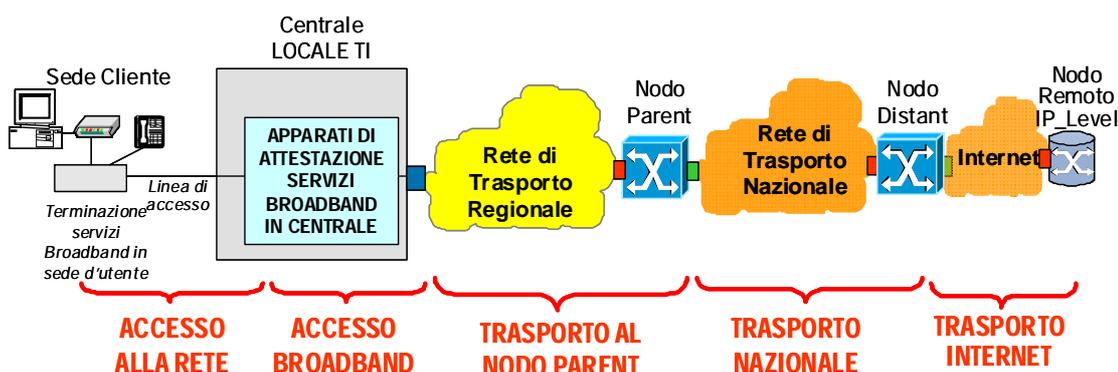
$W_{LB}$  = costo degli input essenziali necessari all'OLO ragionevolmente efficiente per realizzare una offerta al dettaglio stand alone di servizi di accesso a larga banda, acquisibili in base alle Offerte di Riferimento dell'operatore notificato in relazione ai mercati nn. 4 e 5 della Raccomandazione 2007 sui mercati rilevanti.

$X_{LB}$  = costo degli input di rete replicati dall'OLO efficiente.

$R_{LB}$  = costi operativi commerciali dell'OLO efficiente valutati come margine percentuale della somma dei costi di rete essenziali e non ( $W_{LB} + X_{LB}$ ).

I parametri del test sono valutati a partire dalla catena produttiva delle offerte di servizi di accesso a larga banda stand alone, che può essere esemplificata come illustrato nella seguente figura 4.

**Figura 4: Catena produttiva di riferimento per i servizi di accesso broadband**



In particolare, con la figura 4 si rappresenta la catena produttiva generica adattabile, allo stato, a tutte le tipologie di accesso broadband *retail* per le quali è prevista la verifica attraverso i test di replicabilità:

- a) Servizi di accesso asimmetrico ADSL su linea condivisa
- b) Servizi di accesso asimmetrico ADSL su linea dedicata
- c) Servizi di accesso simmetrico SHDSL fino a 8 Mbps
- d) Servizi di accesso simmetrico SDH a 34 e 155 Mbps

Nei paragrafi successivi, è definito il test di replicabilità dei servizi caratterizzati dall'utilizzo di una linea di accesso su infrastruttura in rame, ossia i servizi a), b), c). La trattazione specifica dei servizi di accesso simmetrico SDH è descritta in allegato 2-B.

### 5.3.1 Valutazione del Costo degli input essenziali – $W_{LB}$

Il parametro  $W$  rappresenta il costo dei fattori produttivi essenziali necessari per realizzare il servizio, a cui l'operatore alternativo può accedere soltanto ricorrendo ai servizi *wholesale* offerti dall'operatore SMP nei mercati all'ingrosso corrispondenti, ossia:

- i. Servizi *wholesale* di accesso disaggregato alla rete locale (servizi del mercato 4).
- ii. Servizi *wholesale* di accesso a larga banda (servizi di accesso bitstream del mercato 5).

In particolare, i servizi essenziali sono utilizzati dal concorrente per realizzare le componenti di accesso broadband e trasporto al nodo parent rappresentate nella catena produttiva della figura 4, mentre – ai fini della verifica – si assume che la componente di trasporto nazionale sia sempre realizzata su infrastrutture di rete propria.

La valutazione fa riferimento ai due casi di clientela attestata alle centrali aperte e non ai servizi di unbundling. La valutazione del parametro  $W_{LB}$  è ottenuta pertanto come media ponderata su base nazionale del costo degli input essenziali in aree aperte o non aperte ai servizi di unbundling:

$$W_{LB} = Q_{ULL} * W_{ULL} + Q_{Bitstream} * W_{Bitstream}$$

Il peso  $Q_{ULL}$  da attribuire al costo dei servizi relativi alle aree aperte all'unbundling ed il peso  $Q_{Bitstream}$  da attribuire al costo dei servizi bitstream nelle aree non aperte all'unbundling è valutato dall'Autorità in base alle informazioni riportate in dettaglio in allegato 2 ed è aggiornato annualmente.

#### **Costi degli input essenziali in aree aperte ai servizi di unbundling - $W_{ULL}$**

Nelle aree aperte ai servizi di unbundling, un OLO che intende replicare un'offerta di servizi stand alone di accesso broadband utilizza i servizi dell'Offerta di Riferimento del mercato 4 ed accessori, per realizzare la componente di accesso alla rete della catena produttiva della figura 4. Tutte le altre componenti della catena produttiva (accesso broadband e trasporto) sono realizzate su infrastruttura propria. In questo caso, pertanto, per realizzare la catena produttiva illustrata nella figura 4, il concorrente dovrà acquistare i servizi del mercato 4, la cui valutazione è riferita all'OR in vigore. In particolare, si tratta di:

##### **i. Servizi di accesso asimmetrico ADSL su linea condivisa:**

- Servizio di accesso condiviso a livello di rete locale metallica (servizio di shared access), con particolare riferimento ai canoni di noleggio mensile ed, ove previsto, ai contributi di attivazione eventualmente comprensivi del contributo per la qualificazione della coppia.
- Per quanto concerne invece il servizio accessorio di co-locazione (costi per l'allestimento del sito, spazi, energia per alimentazione e condizionamento), questo è compreso nella valutazione degli apparati utilizzati dall'operatore per l'attestazione dei servizi broadband in centrale (apparati DSLAM).

##### **ii. Servizi di accesso asimmetrico ADSL su linea dedicata**

- Servizio di accesso disaggregato ai collegamenti in rame della rete dell'operatore notificato (servizio di unbundling) relativo alla fornitura di una coppia simmetrica per ADSL e VDSL con contestuale portabilità del numero. Il costo relativo farà riferimento ai canoni di noleggio mensile ed, ove previsto, ai contributi una tantum relativi alla fornitura del servizio ed alla qualificazione della coppia per uso xDSL.
- Per quanto concerne invece il servizio accessorio di co-locazione (costi per l'allestimento del sito, spazi, energia per alimentazione e condizionamento),

questo è compreso nella valutazione degli apparati utilizzati dall'operatore per l'attestazione dei servizi broadband in centrale (apparati DSLAM).

### iii. Servizi di accesso simmetrico SHDSL fino a 8 Mbps

- Per i servizi di accesso fino a 2 Mbps: il servizio di accesso disaggregato ai collegamenti in rame della rete dell'operatore notificato (servizio di unbundling), relativo alla fornitura di una coppia simmetrica in rame per SHDSL con contestuale portabilità del numero.
- Per i servizi di accesso di velocità  $n \times 2$  Mbps ( $n = 2, 3, 4$ ): il servizio di accesso disaggregato ai collegamenti in rame della rete dell'operatore notificato (servizio di unbundling), relativo alla fornitura di  $n$  coppie simmetriche in rame per SHDSL, con contestuale portabilità del numero. Il costo relativo ai suddetti servizi farà riferimento ai canoni di noleggio mensile ed, ove previsto, ai contributi di attivazione relativi alla fornitura del servizio ed alla qualificazione della/e coppia/e per uso xDSL.
- Per quanto concerne invece il costo del servizio accessorio di co-locazione (per l'allestimento del sito, spazi, energia per alimentazione e condizionamento), questo è già compreso nella valutazione degli apparati utilizzati dall'operatore per l'attestazione dei servizi broadband in centrale (apparati DSLAM).

### Costi degli input essenziali in aree non aperte ai servizi di unbundling – $W_{\text{Bitstream}}$

Nelle aree non aperte ai servizi di unbundling, un OLO che intende replicare un'offerta di servizi stand alone di accesso broadband può utilizzare i servizi dell'Offerta di Riferimento di accesso bitstream del mercato 5. In particolare, gli input essenziali di questo mercato comprendono la fornitura all'operatore concorrente di tutta la catena produttiva della figura 4 incluso il trasporto fino al nodo parent (backhaul). A questi, va poi aggiunta la quota relativa al flusso di interconnessione tra le due reti, valutata in base al listino di riferimento e, per il completamento del servizio, l'infrastruttura di rete propria per la componente di trasporto nazionale. La tipologia di servizi a monte dell'offerta *retail* dell'incumbent è individuata in base alle caratteristiche tecniche di dettaglio del servizio *retail* in esame, e si compone delle due categorie di costo seguenti:

- i. costi per l'accesso bitstream e per il trasporto della banda al nodo parent (OR relativa al mercato 5);
- ii. costi di interconnessione tra la rete dell'incumbent e la rete dell'operatore concorrente (kit di interconnessione da OR del mercato 5 e flusso di interconnessione da OR del mercato 13 della raccomandazione del 2003 sui mercati rilevanti).

### 5.3.2 Valutazione del Costo degli input replicati dall'OLO – $X_{LB}$

Si distinguono, anche in questo caso, i costi di rete propria per la clientela acquisita tramite il ricorso ai servizi di unbundling e quelli propri della clientela in bitstream su

base nazionale. I costi replicati dall'OLO sono quindi ottenuti come media ponderata dei due:

$$X_{A_{NB}} = Q_{ULL} * X_{ULL} + Q_{Bitstream} * X_{Bitstream}$$

Il peso  $Q_{ULL}$  da attribuire al costo dei servizi relativi alle aree aperte all'unbundling ed il peso  $Q_{Bitstream}$  da attribuire al costo dei servizi bitstream nelle aree non aperte all'unbundling è valutato dall'Autorità in base alle informazioni riportate in dettaglio in allegato 2 ed è aggiornato annualmente.

### **Costo degli input non essenziali in aree aperte ai servizi di unbundling - $X_{ULL}$**

Nelle aree aperte ai servizi di unbundling, l'OLO efficiente dovrà produrre in proprio tutte le componenti della catena produttiva di cui alla figura 4 – che non siano previste dall'offerta *wholesale* relativa al mercato 4 ed ai servizi accessori. Per la valutazione degli input di rete replicati dall'OLO efficiente (costi di rete propria del concorrente), l'Autorità fa riferimento ad un operatore egualmente efficiente (EEO), il quale - nel replicare la rete dell'incumbent - sia in grado di raggiungere economie di scala e di scopo (e quindi costi unitari) almeno pari a quelli della rete dell'operatore notificato. Questo in considerazione anche del fatto che un operatore efficiente non avrebbe nel medio lungo termine alcun vantaggio economico di investire nello sviluppo di una propria rete, se non fosse in grado di replicare la rete dell'incumbent a costi minori e solo al limite uguali a quelli dello stesso incumbent. A tal fine, l'Autorità considera i costi unitari dell'incumbent calcolati sulla base di un modello a costi incrementali di lungo periodo, ovvero potrà fare riferimento anche a valutazioni basate sui prezzi in vigore per i servizi di accesso bitstream al nodo parent pubblicati sull'Offerta di Riferimento dell'operatore notificato (per i quali è previsto il rispetto dell'obbligo di orientamento al costo), che potranno costituire un utile e significativo riferimento di *ceiling*, opportunamente emendati delle componenti di costo non pertinenti, come ad esempio i costi di fatturazione, delivery, vendita a livello *wholesale*.

In linea con quanto definito per i servizi di fonia vocale, ed in coerenza con la delibera 251/08/CONS, l'Autorità ipotizza che per servire la propria clientela in unbundling l'operatore efficiente faccia riferimento ad una rete strutturata su tre livelli gerarchici: il livello locale di accesso broadband dei clienti in ULL, ed i livelli regionale e nazionale di gestione del traffico dati della clientela. Per la valutazione dei costi specifici associati a ciascuno dei tre livelli di rete, l'Autorità fa riferimento ai seguenti criteri di valutazione:

i) livello locale di accesso broadband dei clienti in unbundling/shared access. A questo livello di rete, l'operatore realizza la componente di accesso a larga banda per la clientela finale servita tramite i servizi *wholesale* di shared access (per le linee condivise) o full unbundling (per le linee dedicate), che comprende: l'apparato di

terminazione dei servizi broadband in sede-cliente (modem ADSL/SHDSL) e l'apparato per l'attestazione dei servizi broadband in centrale (DSLAM). Per valutare il livello locale di accesso broadband realizzato su infrastruttura propria del concorrente, si fa riferimento ai costi valutati in base ad un modello di costo LRIC ovvero potrà fare riferimento ai *prezzi ceiling* dei servizi di accesso bitstream su linea condivisa pubblicati dall'incumbent nella corrispondente offerta di riferimento opportunamente emendati delle componenti non pertinenti;

ii) livello di trasporto regionale, utilizzato per il trasporto al nodo parent del traffico dati (banda) sviluppato dalla clientela in unbundling o shared access. Anche in questo caso, per la valorizzazione di questa componente di rete, l'Autorità fa riferimento ai costi valutati in base ad un modello di costo LRIC ovvero potrà fare riferimento ai *prezzi ceiling* dei servizi *wholesale* corrispondenti di trasporto della banda al nodo parent pubblicati dall'incumbent nell'offerta di riferimento;

iii) livello di trasporto nazionale e banda internet, utilizzato per la gestione del traffico dati a livello nazionale (trasporto al nodo distant) e per la banda internet del cliente finale, rappresentativo della tratta backbone e del livello remoto IP della rete del concorrente, per la cui valorizzazione l'Autorità fa riferimento esclusivamente ai costi unitari dell'operatore notificato valutati in base ad un modello di costo LRIC ovvero con riferimento ai prezzi ceiling pubblicati dall'Incumbent nella corrispondente offerta di riferimento o listino *wholesale*.

#### **Costo degli input non essenziali in aree non aperte ai servizi di unbundling – X<sub>Bitstream</sub>**

Per la clientela servita attraverso i servizi bitstream del mercato 5, l'operatore concorrente realizza in proprio solo la componente di trasporto nazionale (trasporto al nodo distant) e per la banda internet della clientela. Per la valorizzazione l'Autorità fa riferimento, come nel caso di clientela in ULL/SA, ai costi unitari di trasporto dell'operatore notificato valutati in base ad un modello di costo LRIC.