

Proposta di provvedimento

Consultazione pubblica sull'identificazione ed analisi del mercato delle linee affittate al dettaglio, sulla valutazione di sussistenza del significativo potere di mercato per le imprese ivi operanti e sugli obblighi regolamentari cui vanno soggette le imprese che dispongono di un tale potere (mercato n. 7 fra quelli identificati dalla raccomandazione sui mercati rilevanti della Commissione europea).

1. IL QUADRO DI RIFERIMENTO NORMATIVO E REGOLAMENTARE

Quadro di riferimento normativo

1. Il 24 aprile 2002 le Istituzioni europee hanno adottato il nuovo pacchetto regolamentare che istituisce un quadro normativo comune per le reti ed i servizi di comunicazione elettronica.
2. Il nuovo quadro regolamentare si compone principalmente di 5 direttive, di una Raccomandazione e delle Linee guida. In particolare si tratta dei seguenti documenti:
 - a. direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio che istituisce un quadro normativo comune per le reti ed i servizi di comunicazione elettronica (2002/21/CE), c.d. “direttiva quadro”¹;
 - b. direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio relativa alle autorizzazioni per le reti e i servizi di comunicazione elettronica (2002/20/CE), c.d. “direttiva autorizzazioni”²;
 - c. direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio relativa all'accesso e alle reti di comunicazione elettronica e alle risorse correlate, e all'interconnessione delle medesime (2002/19/CE), c.d. “direttiva accesso”³;
 - d. direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio relativa al servizio universale e ai diritti degli utenti in materia di reti e di servizi di comunicazione elettronica (2002/22/CE), c.d. direttiva servizio universale”⁴;

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

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

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

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

- e. direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio del 12 luglio 2002 relativa al trattamento dei dati personali e alla tutela della vita privata nel settore delle comunicazioni elettroniche (2002/58/CE), c.d. “direttiva protezione dati”⁵.
3. Nel contesto del nuovo quadro regolamentare, particolare rilievo rivestono altri tre atti, ovvero:
- a. la Raccomandazione sui mercati rilevanti dei prodotti e dei servizi nell’ambito del nuovo quadro regolamentare delle comunicazioni elettroniche, relativamente all’applicazione di misure ex ante secondo quanto disposto dalla direttiva 2002/21/CE, adottata l’11 febbraio 2003⁶ (di seguito, la Raccomandazione);
 - b. le Linee direttrici della Commissione per l’analisi del mercato e la valutazione del significativo potere di mercato ai sensi del nuovo quadro normativo comunitario per le reti e i servizi di comunicazione elettronica, adottate dalla Commissione il 9 luglio 2002⁷ (di seguito, le Linee direttrici o Linee guida);
 - c. la Raccomandazione relativa alle notificazioni, ai termini e alle consultazioni di cui all’articolo 7 della direttiva 2002/21/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, adottata il 23 luglio 2003⁸ (di seguito, la Raccomandazione sull’art. 7).
4. Il nuovo quadro normativo sopra delineato ed, in particolare, la direttiva quadro, la direttiva accesso, la direttiva autorizzazioni e la direttiva servizio universale sono state recepite, in Italia, dal d.lgs. 259/03 del 1° agosto 2003, recante “Codice delle comunicazioni elettroniche”⁹ (di seguito, anche il Codice).
5. La Raccomandazione ha ad oggetto i diciotto mercati rilevanti dei prodotti e dei servizi del settore delle comunicazioni elettroniche le cui caratteristiche sono tali da giustificare l’imposizione degli obblighi di regolamentazione ex ante. L’art. 15, comma 3 e l’art. 7, comma 4, della direttiva quadro prevedono che uno Stato membro, ove ricorrano particolari circostanze, possa identificare un mercato rilevante differente da

⁵ In GUCE L 201 del 31 luglio 2002, pag. 37. A queste direttive deve aggiungersi la direttiva della Commissione europea sulla concorrenza nei mercati delle reti e servizi di comunicazione elettronica del 16 settembre 2002 (2002/77/CE, c.d. “direttiva concorrenza”, in GUCE L 249 del 17 settembre 2002, pag. 21), la decisione della Commissione europea del 29 luglio 2002 che istituisce il gruppo dei “Regolatori europei per le reti e i servizi di comunicazione elettronica” (2002/627/CE, in GUCE L 200 del 30 luglio 2002, pag. 38), la decisione del Parlamento europeo e del Consiglio del 7 marzo 2002 relativa ad un quadro normativo in materia di spettro radio nella Comunità europea (676/2002/CE, c.d. “decisione spettro radio”, in GUCE L 108 del 24 aprile 2002, pag. 1) e il Regolamento relativo all’accesso disaggregato alla rete locale del 18 dicembre 2000 (2887/2000/CE, in GUCE L 336 del 30 dicembre 2000, pag. 4).

⁶ In GUCE L 114 del 8 maggio 2003, pag.45.

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

⁸ In GUCE L 190 del 30 luglio 2003, pag. 13.

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

quelli previsti dalla Raccomandazione. Tali disposizioni sono state recepite dall'art. 18 e dall'art. 12, comma 4 del Codice delle comunicazioni elettroniche.

6. Le Linee guida della Commissione illustrano alcuni criteri cui le Autorità nazionali di regolamentazione (di seguito, le ANR o le Autorità) devono fare riferimento nell'ambito delle analisi dei mercati di cui agli artt. 14, 15 e 16 della direttiva quadro, recepiti rispettivamente dagli artt. 17, 18 e 19 del Codice delle comunicazioni elettroniche. L'art. 14, in particolare, attribuisce alle ANR il compito di svolgere le analisi sul grado di sviluppo della concorrenza nei mercati individuati dalla Raccomandazione sui mercati rilevanti volte ad accertare se le imprese che vi operano dispongano, singolarmente o congiuntamente, di un significativo potere di mercato.

7. Il nuovo quadro regolamentare riconosce che la prima fase del processo di liberalizzazione dei mercati è ormai conclusa e sancisce, pertanto, la convergenza tra disciplina regolamentare e disciplina antitrust, stabilendo un'analogia tra la definizione di significativo potere di mercato e quella di posizione dominante. Infatti, la direttiva quadro (considerando 25) indica che "la definizione di quota di mercato significativa di cui alla direttiva 97/33/CE (...) si è dimostrata utile nelle prime fasi di liberalizzazione dei mercati in quanto soglia che fa scattare alcuni obblighi *ex ante*, ma essa deve essere adattata per tenere conto di realtà di mercato più complesse e dinamiche. Per tale motivo la definizione di cui alla presente direttiva è equivalente alla nozione di posizione dominante enucleata dalla giurisprudenza della Corte di giustizia e del Tribunale di primo grado delle Comunità europee", laddove per posizione dominante si intende la "situazione di potenza economica grazie alla quale un'impresa che la detiene è in grado di ostacolare la persistenza di una concorrenza effettiva sul mercato di cui trattasi e ha la possibilità di tenere comportamenti alquanto indipendenti nei confronti dei suoi concorrenti, dei suoi clienti ed, in ultima analisi, di consumatori"¹⁰. Richiamandosi a tale definizione l'art.14 della direttiva quadro stabilisce che "si presume che un'impresa disponga di un significativo potere di mercato se, individualmente o congiuntamente con altri, gode di una posizione equivalente ad una posizione dominante, ossia una posizione di forza economica tale da consentirle di comportarsi in misura notevole in modo indipendente dai concorrenti, dai clienti e, in definitiva, dai consumatori".

8. Il percorso che il nuovo quadro regolamentare delinea per l'analisi sulla concorrenzialità dei mercati, richiede che le Autorità procedano dapprima alla definizione del mercato, sia per quanto riguarda i mercati identificati dalla Commissione come rilevanti in quanto suscettibili di regolamentazione *ex ante*, sia per ciò che concerne eventuali ulteriori mercati non inclusi in tale lista. Una volta definito il mercato dal punto di vista merceologico e geografico, si procede alla verifica della sussistenza di posizioni dominanti, individuali o collettive, al termine della quale le Autorità introducono, rimuovono o modificano gli obblighi regolamentari. Gli artt. 18 e

¹⁰ Sentenza *United Brands* del 14 febbraio 1978, causa n. 27/76, in *Raccolta*, 1978, pp. 207 e ss..

19 del Codice delle comunicazioni elettroniche prevedono, in applicazione degli artt. 15 e 16 della direttiva quadro, che la definizione dei mercati rilevanti e l'analisi degli stessi debbano essere condotte tenendo nel massimo conto la Raccomandazione e le Linee guida. In tal senso, la quota di mercato sarà uno degli elementi da prendere in considerazione al fine della verifica della sussistenza di una posizione dominante, dovendo le ANR analizzare tutta una serie di altri criteri, così come riportato nelle Linee guida.

9. Gli obblighi regolamentari imposti in esito di ciascuna analisi di mercato rimarranno in vigore fino al termine dell'analisi di mercato successiva¹¹, fatta salva la possibilità di procedere ad un'attività di revisione e verifica qualora l'Autorità lo reputi opportuno.

10. Le procedure per lo svolgimento delle analisi di mercato sono contenute negli artt. 6 e 7 della direttiva quadro, nella Raccomandazione sull'art. 7, negli artt. 11 e 12 del Codice delle comunicazioni elettroniche, nonché nelle delibere dell'Autorità n. 335/03/CONS¹² e n. 453/03/CONS¹³. In particolare, viene previsto che, qualora l'Autorità intenda adottare provvedimenti che abbiano un impatto rilevante sul mercato di riferimento, le parti interessate possano presentare le proprie osservazioni sulla proposta di provvedimento, così come definito dall'art. 1, comma 2 della delibera n. 453/03/CONS, entro i termini stabiliti, comunque non inferiori a trenta giorni.

Quadro di riferimento regolamentare

11. La direttiva n. 92/44/CE, all'articolo 8, comma 2, e all'articolo 10, comma 1, impone agli organismi notificati come aventi significativo potere di mercato (SMP) nel mercato nazionale delle linee affittate di rispettare i principi di orientamento al costo, trasparenza, obiettività e non discriminazione nella fornitura di linee affittate e nella determinazione delle relative condizioni economiche. Tali principi regolamentari, contenuti anche nel d.P.R. n. 318/97, hanno portato all'adozione dei provvedimenti di seguito riportati da parte dell'Autorità.

12. Inizialmente, con la delibera n. 66/98 l'Autorità ha autorizzato Telecom Italia ad applicare le condizioni economiche proposte per l'offerta delle linee affittate. In seguito, con la delibera n. 171/99, paragrafo 3, punto 2, l'Autorità ha incluso l'offerta di circuiti diretti da parte di operatori notificati come aventi notevole forza di mercato tra i servizi sottoposti al criterio dell'orientamento al costo e all'obbligo di separazione contabile. Sempre nel 1999, con la delibera n. 197/99, l'Autorità ha notificato Telecom Italia come organismo dotato di significativo potere di mercato nel mercato nazionale dei sistemi

¹¹ Da effettuarsi, in ogni caso, ogni diciotto mesi (artt. 19 e 66 del Codice delle comunicazioni).

¹² Delibera del 24 settembre 2003, recante "Modifiche e integrazioni al regolamento concernente l'accesso ai documenti, approvato con delibera n. 217/01/CONS" pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica Italiana del 15 ottobre 2003, n. 240.

¹³ Delibera del 23 dicembre 2003, recante "Regolamento concernente la procedura di consultazione di cui all'articolo 11 del decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259" pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica Italiana del 28 gennaio 2004, n. 22.

delle linee affittate. Successivamente, con la delibera n. 711/00/CONS, sono state modificate le condizioni economiche precedentemente in vigore e sono stati imposti livelli di qualità garantiti del servizio offerto (il c.d. *Service Level Agreement* – SLA – base). Ai sottoscrittori dell’offerta di linee affittate è stata, inoltre, riconosciuta la possibilità di richiedere a Telecom Italia, dietro corresponsione di una somma aggiuntiva da definire su base contrattuale, la definizione di condizioni di fornitura e riparazione dei circuiti migliorative rispetto a quelle indicate nel *Service Level Agreement* base. In tali casi, a Telecom Italia è imposto il rispetto del principio di non discriminazione e l’obbligo di negoziare, se richiesto, il servizio di riparazione di linee affittate 24 ore su 24 per 365 giorni l’anno.

13. Nel 2001, a seguito di una consultazione pubblica appositamente indetta, l’Autorità, con la delibera n. 393/01/CONS ha ritenuto opportuno imporre a Telecom Italia di pubblicare un listino relativo alle condizioni economiche all’ingrosso, ovvero un’offerta a condizioni diverse da quelle al dettaglio, dedicata agli operatori licenziatari ed autorizzati. La delibera n. 59/02/CONS stabilisce che, per poter accedere alle condizioni dell’offerta all’ingrosso, gli operatori in possesso del titolo autorizzatorio previsto dalla normativa debbano utilizzare almeno un nodo e/o un apparato di proprietà o di cui abbiano disponibilità. Le condizioni economiche dell’offerta *wholesale*, approvate con la menzionata delibera n. 59/02/CONS, sono state definite depurando i prezzi al dettaglio dalle componenti di costo imputabili alla gestione del cliente finale, con l’intento di creare una netta demarcazione tra il mercato *retail* di linee affittate (delibera n. 711/00/CONS) e quello *wholesale* (delibera n. 59/02/CONS). Tale sistema ha portato ad una riduzione dei prezzi tra il 3% ed il 10% rispetto all’offerta *retail* di cui alla delibera n. 711/00/CONS.

14. La notifica di Telecom Italia quale unico soggetto avente significativo potere di mercato nel mercato delle linee affittate è stata confermata dall’Autorità anche per gli anni 2000 (delibera n. 350/02/CONS) e 2001 (delibera n. 160/03/CONS).

15. Infine l’Autorità, con la delibera n. 304/03/CONS, alla luce dei recuperi di efficienza evidenziati dall’esame dei dati di contabilità regolatoria, nonché del confronto con i prezzi praticati in Europa, ha imposto una riduzione dei prezzi dell’offerta *retail* di almeno il 5,25% ed una specifica riduzione del 7% per i circuiti diretti numerici con velocità di 2 Mbit/s, nell’ottica della successiva introduzione di un meccanismo di *price cap*. Contestualmente a tale riduzione l’Autorità, sulla base delle valutazioni delle condizioni complessive di replicabilità delle offerte e della stima dei costi evitabili, ha ritenuto opportuno imporre un allargamento della forchetta esistente tra la menzionata offerta *retail* e la corrispondente offerta *wholesale* e, pertanto, ha stabilito che il differenziale esistente tra prezzi *retail* e prezzi *wholesale* non potesse essere in alcun caso inferiore al 12 %.

16. In attuazione della delibera n. 304/03/CONS Telecom Italia ha pubblicato le nuove offerte di linee affittate *retail*, che sono state sottoposte a verifica e approvate dall’Autorità con la successiva delibera n. 440/03/CONS.

17. In particolare, in base alla delibera n. 304/03/CONS le riduzioni di prezzo si devono applicare sulla base dei volumi complessivi al 31 dicembre 2001 e dei prezzi dell'offerta *retail standard* di cui alla delibera n. 711/00/CONS. Telecom Italia, nel riformulare l'offerta ha comunque la possibilità di applicare, nel rispetto del principio di non discriminazione, condizioni migliorative legate ai volumi di spesa dei clienti o alle durate contrattuali, che non sono state computate al fine del rispetto dei vincoli di riduzione.

18. In sede di approvazione delle offerte di linee affittate *retail* e *wholesale* formulate da Telecom Italia ai sensi della delibera n. 304/03/CONS, con delibera n. 440/03/CONS, l'Autorità ha specificato i seguenti aspetti:

- a. oneri aggiuntivi a carico degli operatori sottoscrittori delle offerte: qualora in circostanze eccezionali e dimostrabili non risulti possibile la fornitura di linee affittate a condizioni *standard*, i relativi oneri aggiuntivi a carico degli operatori sono definiti da Telecom Italia nel rispetto dei principi di orientamento al costo, non discriminazione e parità di trattamento interno-esterno e sono oggetto di rendicontazione separata nell'ambito della contabilità regolatoria di Telecom Italia;
- b. procedura per la chiusura dei disservizi: Telecom Italia deve adottare una procedura di chiusura del disservizio concordata con gli operatori, che preveda, a seguito del ricevimento della comunicazione di avvenuto ripristino del servizio, la disponibilità per il cliente operatore di un adeguato periodo di tempo nel quale poter compiere le proprie verifiche;
- c. tempi di ripristino del servizio: il calcolo dei tempi di ripristino del servizio espressi in ore lavorative deve essere basato sull'orario lavorativo 8:00-20:00, dal lunedì al venerdì, e 8:00-13:00, il sabato;
- d. garanzia sul numero massimo di ore solari annue di indisponibilità del servizio: il parametro di disponibilità annua, che rappresenta un aspetto fondamentale del livello di qualità di servizio, deve essere contemplato dal *Service Level Agreement* base per tutte le tipologie di circuito, ed i relativi valori garantiti devono essere definiti sulla base delle migliori prassi internazionali;
- e. *Service Level Agreement Premium*: le condizioni migliorative associate alla sottoscrizione a titolo oneroso di condizioni di fornitura premium devono essere formulate nel rispetto dei principi di parità di trattamento interno-esterno e non discriminazione.

2. DEFINIZIONE DEL MERCATO RILEVANTE

Introduzione

19. Secondo quanto previsto dal quadro regolamentare precedentemente in vigore (il c.d. quadro normativo ONP- *open network provision* - del 1998) non tutti i segmenti dell'industria delle telecomunicazioni soggetti a regolamentazione ex ante rappresentano "mercati" ai sensi del diritto e della pratica della concorrenza. Il nuovo

quadro regolamentare si fonda, invece, sul principio che i mercati da assoggettare a regolamentazione siano definiti conformemente ai principi delle norme europee sulla concorrenza.

20. In sintesi, nell'ambito della pratica del diritto della concorrenza, la definizione del mercato è quel processo il cui fine ultimo è di individuare un insieme di prodotti/servizi e loro fornitori (attuali e potenziali) che siano effettivamente alternativi per la soddisfazione di un determinato bisogno economico — delimitandone al tempo stesso l'ambito geografico di riferimento.

21. Nell'applicare tale approccio, l'Autorità riconosce la particolare importanza della valutazione del contesto competitivo in termini prospettici e tiene in debito conto il prevedibile sviluppo dell'innovazione, rispettando, al contempo, il principio di neutralità tecnologica. Tale orientamento appare fondamentale anche alla luce della crescente convergenza tecnologica che aumenterà il livello di sostituibilità tra i diversi servizi di comunicazioni elettroniche.

22. Il punto di partenza per la definizione e l'individuazione dei mercati, è l'utilizzo del c.d. test del monopolista ipotetico (di seguito, TMI), volto a valutare la sostituibilità dal lato della domanda e dell'offerta¹⁴.

23. Il test viene applicato per stabilire se un contenuto ma significativo incremento non transitorio del prezzo (*small but significant non transitory increase in price*, SSNIP) all'interno del mercato — partendo dalla sua definizione più restrittiva sia dal punto merceologico che geografico — possa spingere i consumatori ad optare per altri prodotti/servizi sostitutivi ovvero indurre altre imprese a fornirli in un lasso di tempo molto breve. Se questo è il caso, i prodotti/servizi/fornitori alternativi vengono considerati appartenenti allo stesso mercato. Il test viene poi ripetuto fino a trovare quell'ambito merceologico e geografico tale che l'aumento del prezzo sia effettivamente sostenibile e profittevole per l'ipotetico monopolista.

24. Salvo casi eccezionali, l'Autorità applica il test del monopolista ipotetico assumendo che la variazione del prezzo sia pari al 10% e il corrispondente periodo nel quale tale variazione si realizza sia pari 18 mesi (cioè, la periodicità che il Codice impone per le analisi di mercato).

25. Nell'analisi del mercato dal lato dell'offerta, l'Autorità, coerentemente con quanto indicato nelle Linee guida, considera altresì la concorrenza potenziale. La differenza tra la concorrenza potenziale e la sostituibilità dal lato dell'offerta è che mentre quest'ultima — non richiedendo costi aggiuntivi d'entrata — produce una risposta immediata alla variazione del prezzo, alla concorrenza potenziale sono associati costi irrecuperabili di ingresso sul mercato.

26. Una volta identificato il perimetro del mercato nella sua dimensione merceologica, il passo successivo nel processo di definizione dei mercati è la valutazione della loro

¹⁴ Cfr. paragrafi 40 – 43 delle Linee guida per l'analisi dei mercati.

dimensione geografica. Secondo la disciplina della concorrenza, il mercato geografico rilevante consiste in un'area in cui le condizioni concorrenziali (caratteristiche della domanda dei prodotti/servizi in questione e delle imprese attive/potenzialmente attive nell'offerta) sono simili o sufficientemente omogenee da permettere di distinguerla da aree adiacenti, in cui le condizioni prevalenti della concorrenza sono sostanzialmente diverse.

27. Per giungere alla definizione di tale area geografica l'Autorità, oltre che ad utilizzare la medesima metodologia prima discussa circa l'analisi della sostituibilità dal lato della domanda e dell'offerta in risposta ad una variazione di prezzo, tiene conto di: a) l'area coperta dalle reti di comunicazione in questione; b) l'esistenza di strumenti di regolamentazione giuridici o di altro genere.

28. L'Autorità segue l'approccio descritto per giungere, in primo luogo, ad una definizione puntuale e dettagliata dei mercati che la Commissione ha incluso nella lista della Raccomandazione sui mercati rilevanti suscettibili di regolamentazione ex ante, in quanto caratterizzati da: i) forti ostacoli non transitori all'accesso, ii) assenza di forze che spingano - nel periodo di tempo considerato - verso condizioni di concorrenza effettiva, e iii) insufficienza dell'applicazione della disciplina *antitrust* ad assicurare un corretto funzionamento del mercato. In secondo luogo, l'Autorità analizza i dati disponibili per valutare se esistano altri mercati delle comunicazioni — definiti nel rispetto dei principi del diritto della concorrenza — per i quali la presenza delle tre condizioni di cui sopra implichi la necessità di un intervento regolamentare.

29. Infine, nel definire il mercato, l'Autorità tiene conto degli orientamenti *antitrust* comunitari e nazionali, considerando comunque che la definizione del mercato al fine della regolamentazione ex ante non è necessariamente coincidente con quella a cui si arriva — pur applicando i medesimi metodi di analisi ed ispirandosi agli stessi principi — nell'ambito della tutela ex post della concorrenza.

Il mercato delle linee affittate al dettaglio nella definizione della Commissione

30. L'allegato alla Raccomandazione della Commissione europea relativa ai mercati rilevanti suscettibili di regolamentazione ex ante, per quanto riguarda le linee affittate al dettaglio, identifica il seguente mercato rilevante:

Servizi al dettaglio

(7) L'insieme minimo di linee affittate (compresi i tipi specifici di linee affittate di portata fino a 2 Mbit/s, di cui all'articolo 18 e all'allegato VII della direttiva servizio universale).

Questo mercato figura nell'allegato I, punto 1 della direttiva quadro in riferimento all'articolo 16 della direttiva servizio universale (la fornitura di linee affittate ad utenti finali).

Deve essere effettuata un'analisi del mercato ai fini dell'articolo 18 della direttiva servizio universale che riguarda i controlli previsti dalla regolamentazione applicabili alla fornitura di un insieme minimo di linee affittate.

31. Nella decisione n. 2003/548/CE la Commissione fornisce le definizioni relative all'insieme minimo di linee affittate, distinguendo tra due tipologie di linee affittate analogiche (banda vocale di qualità ordinaria e speciale) e tre tipologie di linee affittate digitali (64 kbit/s, 2.048 kbit/s – E1 non strutturato, 2.048 kbit/s – E1 strutturato).

32. Nella direttiva servizio universale si fa riferimento al set minimo come un insieme di specifici circuiti affittati che devono avere caratteristiche armonizzate e che, in determinate circostanze, devono essere messi a disposizione degli utenti su tutto il territorio nazionale.

33. La Raccomandazione identifica le caratteristiche salienti del servizio di linee affittate nella natura dedicata del collegamento, a prescindere dai contenuti trasportati (voce, dati o altro), e nell'esclusione della commutazione su richiesta. Inoltre, l'ampiezza di banda, la distanza e le postazioni da collegare sono considerati elementi chiave nella caratterizzazione della domanda e dell'offerta di linee affittate.

34. La Commissione non ritiene necessario individuare mercati specifici per ciascuna categoria di linea affittata nell'insieme minimo, essendo probabile che la struttura di mercato sia simile in ciascuna divisione dell'insieme. La Commissione, inoltre, non considera necessario espandere le categorie di linee affittate al dettaglio, includendo capacità al di là dell'insieme minimo, poiché deve sempre valere la supposizione secondo cui un intervento a livello di mercato all'ingrosso sarà sufficiente per risolvere tutti i problemi che potranno sorgere sul mercato al dettaglio.

35. Con riferimento a queste ultime considerazioni, si valuterà l'opportunità di procedere a segmentazioni all'interno del set minimo, nonché la necessità di ampliare o modificare la definizione del mercato in esame alla luce delle specificità del mercato nazionale.

Descrizione del servizio di linee affittate

36. La clientela di riferimento del servizio di linee affittate è tipicamente costituita da aziende multisede, con esigenze di collegamenti tra due o più punti situati sul territorio nazionale.

37. Dal punto di vista dell'utente finale, le linee affittate possono essere utilizzate per collegare più sedi di un'azienda o per collegare reti aziendali. Inoltre, la natura intrinsecamente simmetrica, l'elevata velocità garantita e la disponibilità su tutto il territorio nazionale del servizio fanno sì che le linee affittate possano essere utilizzate anche per realizzare collegamenti di accesso a reti pubbliche di trasmissione dati (Internet).

38. In linea generale, si rileva che il mercato privilegia le modalità di accesso alle reti dati in tecnologia commutata (simmetriche e/o asimmetriche) rispetto all'accesso

tramite linee affittate. Infatti, il ricorso a tecnologie commutate minimizza i costi complessivi dell'acquisto del servizio di accesso. Tuttavia, i servizi di accesso alle reti dati in tecnologia commutata non sono attualmente disponibili sull'intero territorio nazionale. Di conseguenza, il servizio di linee affittate consente agli operatori di realizzare la copertura nazionale dell'offerta di servizi di accesso a reti dati pubbliche. In altre parole, la fornitura di servizi di accesso dati tramite circuiti diretti numerici (CDN) risulta residuale rispetto alle connessioni che utilizzano risorse condivise e viene prevalentemente utilizzata nelle aree geografiche non coperte dalle reti di accesso a banda larga commutate.

39. L'accesso tramite CDN alle reti pubbliche di trasmissione dati può avvenire secondo due modalità. La prima prevede che un cliente acquisti un servizio che comprenda non solo la connessione al nodo dell'*Access Service Provider* (ASP), ma anche l'accesso alla rete dati e la gestione dei flussi trasmissivi sulla rete stessa. Ad esempio, nel caso di un servizio di accesso ad Internet tramite CDN, il prezzo pagato dal cliente finale remunera non solo il CDN ma anche molteplici servizi aggiuntivi che vanno dall'accesso ad Internet all'assegnazione di indirizzi IP, di domini, di caselle di posta ed alla fornitura di ulteriori servizi a valore aggiunto (antivirus, Internet *tools*, *backup* remoto). Nel caso di acquisto di un servizio integrato, il cliente preferisce quindi rivolgersi ad un unico fornitore che sia in grado di offrire il complesso dei servizi necessari a realizzare l'accesso alla rete dati.

40. La seconda modalità di accesso a reti pubbliche di trasmissione dati tramite circuiti diretti consiste nell'acquisto di un semplice CDN che collega la sede del cliente al *Point of Presence* (POP) dell'ASP e, separatamente, nell'acquisto del servizio di accesso alla rete dati, nonché di tutti gli altri servizi accessori necessari. In questo caso, il cliente si rivolge a più fornitori per soddisfare le proprie esigenze. La necessità di destinare risorse economiche ed organizzative al coordinamento di forniture provenienti da soggetti diversi – operatore che offre il CDN ed ASP – rende di fatto del tutto residuale la seconda modalità di accesso alle reti pubbliche di trasmissione dati.

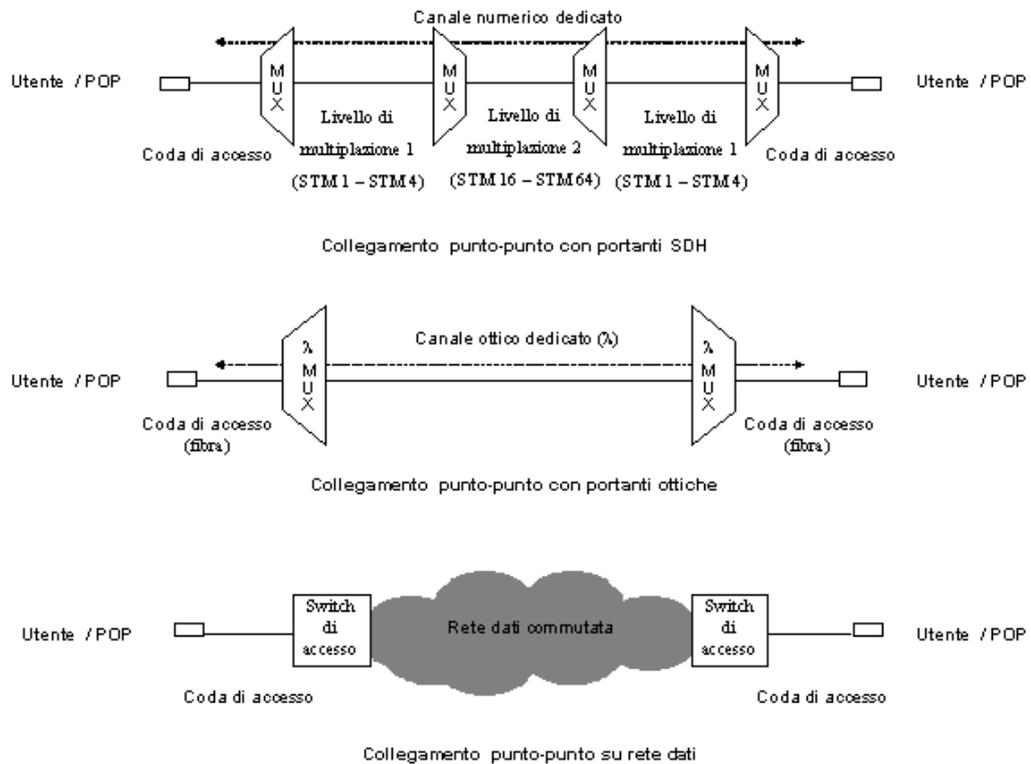
41. La prima modalità descritta di accesso alle reti dati pubbliche (acquisto integrato) deriva da una necessità degli utenti diversa da quella che induce all'acquisto di un semplice CDN. Infatti, l'acquisto di un servizio integrato soddisfa un bisogno più complesso, di cui il CDN rappresenta una mera componente. Pertanto, il servizio integrato di accesso alle reti dati tramite CDN non costituisce oggetto di questa analisi. Analoghe considerazioni non possono valere per la seconda modalità di accesso alle reti dati (CDN semplice), in quanto la presente analisi deve prescindere dalla destinazione d'uso specifica del CDN.

42. Alla luce delle considerazioni esposte i servizi di linee affittate analizzati in questo studio sono costituiti da:

- a. collegamenti tra sedi di aziende o reti aziendali;
- b. CDN semplici utilizzati per accesso (seconda modalità di accesso).

43. Dal punto di vista impiantistico, la realizzazione del servizio di linee affittate richiede l'utilizzo di infrastrutture fisiche dedicate alle sedi del cliente (code di accesso) tra ognuna delle sedi da collegare e il POP (*point of presence*) dell'operatore che offre il servizio. Per le basse velocità (fino a 2 Mbit/s), la coda può essere realizzata utilizzando la rete di accesso della telefonia pubblica commutata, mentre per le velocità superiori l'accesso è solitamente realizzato in fibra ottica o su portanti radio. Il collegamento tra le code viene realizzato utilizzando una rete trasmissiva ad alta velocità, che permette di raggruppare su singole portanti diversi flussi trasmissivi (Figura 1).

Figura 1 - Struttura dei collegamenti punto-punto



Descrizione del contesto nazionale

44. Nel mercato italiano, i servizi di linee affittate sono offerti alla clientela finale dall'operatore ex monopolista, Telecom Italia, e dai principali operatori alternativi (OLO – *Other Licensed Operators*) presenti nel settore delle telecomunicazioni. In particolare, i principali concorrenti di Telecom Italia nella fornitura di linee affittate nel mercato al dettaglio sono Albacom, Colt, Edisontel¹⁵, Fastweb e Wind.

45. L'offerta di linee affittate di Telecom Italia è costituita da circuiti diretti analogici e circuiti diretti numerici (CDA/CDN) ed è attualmente sottoposta a regolamentazione.

46. I circuiti diretti analogici sono utilizzati prevalentemente per soddisfare esigenze di comunicazione di tipo fonico tra sedi situate nella stessa città o in un ambito geografico limitato. I CDA sono di tipo a 2 e 4 fili, questi ultimi anche in qualità speciale, secondo le raccomandazioni M.1040 (qualità normale) e M.1020 (qualità speciale).

47. I circuiti diretti numerici costituiscono un'evoluzione dei CDA poiché consentono migliori prestazioni in termini di qualità del servizio. I CDN sono collegamenti dedicati a clienti che hanno esigenze di comunicazione sofisticate tra un numero definito di sedi. La loro caratteristica principale è quella di impiegare esclusivamente mezzi di trasmissione di tipo numerico. Un circuito numerico assicura elevati livelli di sicurezza, riservatezza e qualità trasmissiva, essenziali nelle applicazioni di interconnessione di PABX (*Private Automatic Branch Exchange*), di apparati di videoconferenza, interconnessione di LAN (*Local Area Network, reti locali*). Nell'offerta di Telecom Italia i circuiti si suddividono in base alla capacità del collegamento e comprendono velocità fino ai 2,5 Gbit/s.

48. L'offerta di linee affittate degli OLO presenta un'articolazione molto simile a quella di Telecom Italia e viene realizzata sulla base di infrastrutture proprietarie oppure, laddove gli OLO non dispongono di proprie reti, mediante il ricorso ad offerte all'ingrosso.

2.1. Il mercato merceologico

49. Al fine di identificare i possibili mercati del prodotto appare necessario considerare se:

- a. i servizi di linee affittate e gli altri servizi di trasmissione dati a banda larga, simmetrici e asimmetrici, costituiscono un unico mercato;
- b. i servizi di linee affittate ed i servizi di affitto di portanti ottiche costituiscono un unico mercato;
- c. i servizi di linee affittate analogiche ed i servizi di linee affittate digitali costituiscono un unico mercato;

¹⁵ Ora Eutelia, dopo la fusione con Plug-it.

- d. è opportuno segmentare il mercato in esame in funzione della capacità dei collegamenti.

2.1.1. Linee affittate vs. altri servizi di trasmissione dati a banda larga

50. Come anticipato nella descrizione del servizio di linee affittate, i circuiti diretti hanno due funzioni d'uso principali:

- a. collegare più sedi di un'azienda o reti aziendali;
- b. accedere a reti pubbliche di trasmissione dati (Internet).

51. I servizi di trasmissione dati a banda larga su reti commutate possono potenzialmente realizzare le medesime funzioni d'uso delle linee affittate. Alla luce dello sviluppo dei servizi a banda larga e dell'evoluzione tecnologica delle reti private virtuali verso architetture di tipo IP-MPLS (*Internet Protocol - MultiProtocol Label Switching*), si ritiene opportuno valutare se il mercato delle linee affittate e quello degli altri servizi di trasmissione dati siano o meno distinti.

52. Le linee affittate consentono di realizzare collegamenti che forniscono capacità trasmissiva trasparente, garantita, permanente e dedicata tra due o più sedi del cliente finale o tra differenti reti aziendali. In altri termini, si tratta di collegamenti in cui:

- a. la capacità trasmissiva è messa a disposizione senza vincoli in termini di protocolli di rete utilizzati dall'utente;
- b. le prestazioni sono elevate e garantite, sia in termini di caratteristiche trasmissive (tempi di ritardo di trasmissione e *jitter* (fluttuazione del ritardo) massimo accettato), sia in termini di livelli di servizio (*Service Level Agreement* in termini di *provisioning* e *assurance*);
- c. la banda nominale è sempre a disposizione dell'utente, in maniera simmetrica e non condivisa con altri utenti.

53. Inoltre, i servizi di linee affittate possono essere utilizzati per veicolare qualsiasi tipo di contenuto (voce, dati, immagini) compatibilmente con la banda disponibile e la tecnologia utilizzata (digitale o analogica), con elevate garanzie di qualità e sicurezza.

54. Dal punto di vista della domanda, per realizzare collegamenti tra le sedi di un cliente è possibile utilizzare anche servizi basati su tecnologie di rete a commutazione (di pacchetto, di cella o di trama) che permettono agli utenti di condividere le risorse trasmissive. Le tecnologie prevalentemente utilizzate per la realizzazione di questi servizi sono: IP (eventualmente con MPLS), ATM, *Frame Relay* e *Switched Ethernet* (compresi *Fast-Ethernet* e *Gigabit-Ethernet*).

55. Tuttavia, i collegamenti realizzati con tecnologie di rete a commutazione presentano caratteristiche funzionali che li differenziano sostanzialmente dai servizi di linea affittata. La flessibilità di gestione della banda tra i propri collegamenti, implicita nell'utilizzo di reti di trasmissione dati commutate, comporta minori livelli di sicurezza rispetto a quelli offerti dalle linee affittate. In particolare, l'utilizzo di specifici

protocolli (relativi al livello 2 e/o 3 del modello di riferimento ISO/OSI) e la necessità di eseguire operazioni di *switching* all'interno della rete consentono di realizzare collegamenti con minori garanzie prestazionali e minori livelli di servizio.

56. Inoltre, l'architettura di rete dei servizi di trasmissione dati a banda larga consente agli operatori un'allocazione ottimale della banda disponibile tra i diversi servizi offerti. Quest'ultima condizione tecnica consente agli operatori di minimizzare il costo di fornitura dei servizi agli utenti finali.

57. Di conseguenza, i livelli assoluti dei prezzi dei servizi di rete dati commutati risultano significativamente minori rispetto a quelli dei servizi di linea affittata. Tuttavia, questa differenza di prezzo riflette il minore livello qualitativo dei servizi a banda larga rispetto a quello dei servizi di linee affittate e non costituisce, pertanto, una variabile rilevante nella scelta dell'utente finale. Infatti, sono le effettive necessità tecniche del cliente a determinare la scelta fra le due tipologie di servizio in esame.

58. Sulla base delle differenze evidenziate è quindi poco probabile che un incremento del prezzo delle linee affittate da parte di un ipotetico monopolista porti ad una rilevante migrazione della clientela che oggi necessita delle caratteristiche delle linee affittate verso soluzioni alternative. In altri termini, gli utenti che hanno la necessità di ricorrere a linee affittate difficilmente verrebbero indotti a modificare la propria decisione per un incremento di prezzo dell'ordine, tipico del test effettuato, del 10%.

59. In relazione ai servizi di accesso alle reti dati pubbliche è necessario verificare le condizioni di sostituibilità esistenti tra i CDN e le altre tecnologie di accesso a banda larga commutate (simmetriche ed asimmetriche).

60. Il confronto da un punto di vista funzionale tra i servizi di accesso a banda larga commutato attualmente disponibili e le linee affittate conduce alle medesime conclusioni relative alla realizzazione di una rete privata virtuale. Infatti, i servizi di accesso simmetrici (es. HDSL o SHDSL) non garantiscono prestazioni comparabili con quelle delle linee affittate, in termini sia di livelli di servizio garantiti, sia di condizioni economiche. Tali differenze funzionali sono ancora più evidenti se si considerano i servizi di accesso asimmetrici (es. ADSL).

61. Alla luce delle considerazioni svolte, è possibile concludere che, dal lato della domanda di mercato, i servizi di linee affittate e gli altri servizi di trasmissione dati a banda larga (simmetrici e asimmetrici) costituiscono due mercati distinti.

62. L'offerta di servizi a banda larga in tecnologia commutata richiede una differente configurazione della rete trasmissiva rispetto a quella necessaria per la fornitura di servizi di linee affittate. Pertanto, per quanto riguarda la sostituibilità dal lato dell'offerta, il passaggio dalla fornitura di servizi a banda larga in tecnologia commutata alla fornitura di servizi di linee affittate richiede notevoli investimenti per la riconversione degli elementi di rete che gestiscono i flussi trasmissivi. Di conseguenza, non si ritiene che un operatore specializzato nella fornitura di servizi a banda larga in tecnologia commutata, pur se dotato di rete proprietaria, possa offrire servizi di linee

affittate in un arco di tempo ragionevole, a seguito di un incremento modesto ma significativo e non temporaneo del prezzo di questi ultimi.

63. Alla luce di tali considerazioni, si conclude che i fornitori di altri servizi dati a banda larga non siano in grado di limitare la profittabilità per un monopolista ipotetico di un aumento dei prezzi dei servizi di linee affittate, a seguito di un ingresso tempestivo sul mercato. Si conclude quindi che, anche per quanto riguarda l'offerta, i servizi di linee affittate e gli altri servizi di trasmissione dati a banda larga (simmetrici e asimmetrici) costituiscono due mercati distinti.

Conclusioni

64. L'analisi di sostituibilità dal lato della domanda e dell'offerta dimostra che il mercato delle linee affittate è distinto dal mercato degli altri servizi di trasmissione dati.

1. Si condividono le conclusioni raggiunte dall'Autorità in merito all'analisi di sostituibilità tra servizi di linee affittate retail ed altri servizi trasmissione dati a banda larga?

2.1.2. Linee affittate vs servizi di affitto di portanti ottiche

65. Le offerte di servizi di trasmissione dati dei principali operatori includono attualmente servizi di affitto di portanti ottiche che vengono messe a disposizione del cliente finale con varie interfacce (Ethernet, Gigabit Ethernet, Escon, Ficon, ecc.). La banda che viene resa disponibile raggiunge velocità elevatissime (una frequenza ottica con banda fino a 2,5 Gbit/s o 10 Gbit/s), con ridotte possibilità di modulare la banda anche su velocità inferiori. Dal punto di vista tecnico tali servizi possono essere destinati ai medesimi utilizzi dei servizi di linee affittate a più alta velocità.

66. Si ritiene quindi necessario valutare se i servizi di affitto di portanti ottiche si configurano come sostituti delle linee affittate tradizionali.

67. Per quanto riguarda la sostituibilità dal lato della domanda, entrambe le tecnologie consentono al cliente finale di dedicare capacità trasparente tra due o più punti del territorio nazionale.

68. In generale, l'affitto di portanti ottiche consente di trasportare direttamente segnali (o connettere direttamente apparati) che potrebbe essere complesso o costoso trasportare attraverso servizi di linee affittate. Tali servizi vengono ad esempio utilizzati per collegamenti punto-punto di reti locali (*Ethernet, Gigabit Ethernet*) o collegamenti per *Storage Area Network* di tipo Ficon. I servizi di affitto di portanti ottiche sono di fatto utilizzati da clienti con esigenze estremamente sofisticate e sono quindi percepiti come non sostituti dei servizi di linee affittate.

69. Inoltre, le condizioni economiche che caratterizzano i servizi di affitto di portanti ottiche risultano estremamente diverse da quelle dei servizi di linee affittate. In

particolare, i livelli di prezzo assoluto sono significativamente più alti e le condizioni contrattuali sono generalmente più vincolanti in termini di durata del contratto e di prestazioni accessorie.

70. Si conclude quindi che, dal lato della domanda, i servizi di linee affittate ed i servizi di affitto di portanti ottiche costituiscono due mercati distinti.

71. Per quanto riguarda la sostituibilità dal lato dell'offerta, si rilevano differenze sostanziali nella catena tecnologica che sottende la fornitura dei due servizi in esame.

72. L'offerta di servizi di linee affittate richiede la realizzazione di un'infrastruttura di rete basata su moltiplicatori digitali che consentono di fornire servizi trasmissivi dedicati con una banda facilmente scalabile. I servizi di affitto di portanti ottiche, invece, implicano la presenza di un'infrastruttura in fibra ottica e l'utilizzo di tecniche trasmissive a moltiplicazione di lunghezza d'onda (xWDM).

73. Anche se in alcuni casi le due tecnologie sono utilizzate in maniera complementare, non si può ipotizzare la generale presenza di operatori in grado di passare agevolmente ed in un arco di tempo ragionevole, dalla fornitura di un servizio all'altro, a seguito di un incremento modesto ma significativo e non temporaneo del prezzo relativo. Si ritiene quindi che le politiche di prezzo di un ipotetico monopolista nella fornitura dei servizi di linee affittate non siano vincolate dalla presenza di operatori che offrono servizi di affitto di portanti ottiche.

74. Le considerazioni svolte indicano che, anche dal punto di vista dell'offerta, i servizi di linee affittate ed i servizi di affitto di portanti ottiche costituiscono due mercati distinti.

Conclusioni

75. L'analisi di sostituibilità dal lato della domanda e dell'offerta dimostra che il mercato delle linee affittate è distinto dal mercato dei servizi di affitto di portanti ottiche.

2. Si condividono le conclusioni raggiunte dall'Autorità in merito all'analisi della sostituibilità tra servizi di linee affittate retail e servizi di affitto di portanti ottiche?

2.1.3. Linee affittate analogiche vs. linee affittate digitali

76. I circuiti analogici attualmente offerti sul mercato rappresentano collegamenti diretti a larghezza di banda vocale (circuiti con interfaccia CDA) in qualità "normale" o "speciale". Su tali collegamenti è possibile trasmettere dati a bassa velocità.

77. In considerazione delle caratteristiche tecniche dei circuiti analogici e dell'ampia gamma di circuiti digitali disponibili sul mercato, per verificare le condizioni di sostituibilità esistenti tra i servizi di linee affittate analogiche ed i servizi di linee affittate digitali si utilizzeranno come riferimento i circuiti digitali con prestazioni

comparabili a quelle garantite dai circuiti analogici, ovvero circuiti digitali a bassa velocità.

78. Infatti, dal punto di vista funzionale, le linee affittate analogiche e digitali a bassa velocità consentono di veicolare sostanzialmente gli stessi servizi (voce e dati). Si consideri in particolare che, per flussi a velocità fino a 64 kbit/s, il trasporto del segnale utilizza la medesima tecnologia (PDH), con l'unica sostanziale differenza rappresentata dal diverso tipo di interfaccia (analogica o digitale). Tuttavia, le caratteristiche tecniche dei circuiti digitali, anche se a bassa velocità, comportano una maggiore flessibilità nell'utilizzo congiunto di flussi voce e dati e una migliore qualità di servizio rispetto a quelli analogici.

79. I dati raccolti per il periodo 2000-2003 mostrano un progressivo declino dei CDA a favore dei CDN.¹⁶ Le migliori prestazioni garantite dai circuiti diretti numerici ed il crescere delle esigenze dei clienti, in termini di necessità di banda e di sicurezza del collegamento, indicano che la dinamica decrescente di mercato dei servizi di linee affittate analogiche proseguirà anche nei prossimi anni. Inoltre, le differenze funzionali tra i due tipi di circuiti sono tali da rendere improbabile, anche in seguito ad un aumento del prezzo dei circuiti digitali, un significativo spostamento della domanda di mercato dai circuiti digitali a quelli analogici. Per le medesime ragioni, non si ritiene che un eventuale aumento del prezzo dei circuiti analogici possa indurre significativi spostamenti dell'offerta dai circuiti digitali a quelli analogici. In altre parole, le effettive probabilità che un operatore specializzato nell'offerta di circuiti digitali possa decidere di fornire circuiti analogici è limitata dal crescente interesse della domanda verso servizi caratterizzati da prestazioni non realizzabili attraverso l'uso di circuiti analogici. Le considerazioni appena effettuate, quindi, inducono ad ipotizzare l'esistenza di condizioni di sostituibilità asimmetrica tra circuiti analogici e digitali.

80. In un'ottica dinamica che tiene conto della prevedibile evoluzione del mercato nell'analisi di sostituibilità dal lato della domanda, per l'applicazione del test del monopolista ipotetico sarà sufficiente valutare i vincoli concorrenziali imposti alla fissazione del prezzo dei circuiti analogici dalla possibilità di migrazione della domanda verso circuiti digitali. Viceversa, nell'analisi di sostituibilità dal lato dell'offerta, per l'applicazione del test del monopolista ipotetico sarà sufficiente esaminare i vincoli concorrenziali esercitati sulla fissazione del prezzo dei circuiti digitali dalla prevedibile migrazione dei fornitori dei circuiti analogici verso l'offerta di circuiti digitali.

81. Dal punto di vista della domanda, la sostituzione di un circuito analogico con un circuito digitale comporta costi di migrazione legati all'interruzione del contratto, alla sostituzione degli apparati ed ai tempi di riattivazione del servizio. Tuttavia, il miglioramento delle prestazioni del servizio, derivante dalla migrazione verso i circuiti

¹⁶ Le evidenze quantitative sulla dinamica del mercato in esame nel periodo sottoposto a rilevazione saranno fornite successivamente nel corso del capitolo sulla valutazione del significativo potere di mercato.

digitali, compensa pienamente il sostenimento dei suddetti costi. Si ritiene, quindi, che un ipotetico monopolista nei servizi di linee affittate analogiche non possa aumentare i prezzi dei propri servizi senza incorrere in una riduzione dei profitti complessivi, dovuta alla diminuzione delle quantità vendute per l'effetto di sostituzione esercitato dai servizi di linee affittate digitali.

82. Confrontando i prezzi dei servizi proposti dall'operatore Telecom Italia, risulta evidente la relazione di sostituibilità esistente tra le due tipologie di circuiti ed il ruolo del prezzo dei CDN nella definizione del prezzo dei CDA.

Tabella 1 - Prezzi delle linee affittate a bassa velocità al variare della distanza

(marzo 2004)

Distanza (Km)	Attivazione (euro, IVA esclusa)	Canone mensile (euro/mese, IVA esclusa)			
		10	50	100	250
CDA 2 fili	454	107	390	489	594
CDA 4 fili	454	179	604	752	910
1,2 2,4 kbit/s	568	185	348	409	483
4,8 kbit/s	568	185	348	409	483
9,6 kbit/s	568	185	348	409	483
19,2 kbit/s	568	221	384	445	519

Fonte: elaborazione Between-IDATE su dati sito web Telecom Italia, 2004.

83. Si ritiene quindi che le condizioni di sostituibilità esistenti dal lato della domanda giustificano l'inclusione dei circuiti analogici e digitali nel medesimo mercato.

84. Per quanto riguarda la sostituibilità dal lato dell'offerta, le differenze nella fornitura delle due tipologie di circuiti sono riconducibili essenzialmente alla parte di accesso (lato utente e lato centrale), mentre la componente di trasporto rimane la stessa. Si ritiene, dunque, relativamente agevole da un punto di vista tecnico per un fornitore di circuiti analogici attivare un'offerta di circuiti digitali. Dal punto di vista economico, inoltre, la maggiore redditività dei circuiti digitali ripagherebbe in breve tempo degli investimenti necessari per la conversione dell'offerta da analogica a digitale. Le considerazioni appena esposte lasciano ritenere che un ipotetico monopolista nella fornitura dei circuiti digitali non potrebbe imporre un incremento modesto ma significativo e non temporaneo del prezzo dei propri servizi senza indurre l'ingresso nel mercato dei fornitori dei circuiti analogici. Quest'ultimo fattore ridurrebbe significativamente i profitti dell'ipotetico monopolista rendendo la strategia dell'aumento di prezzo economicamente non credibile.

85. Si ritiene quindi che le condizioni di sostituibilità esistenti dal lato dell'offerta giustificano l'inclusione dei circuiti analogici e digitali nel medesimo mercato.

Conclusioni

86. L'analisi di sostituibilità dal lato della domanda e dell'offerta dimostra che è opportuno considerare i circuiti analogici e quelli digitali come appartenenti allo stesso mercato rilevante.

3. Si condividono le conclusioni raggiunte dall'Autorità in merito all'analisi della sostituibilità tra servizi di linee affittate retail analogiche e digitali?

2.1.4. Articolazione delle tipologie di linee affittate digitali per velocità

87. I prezzi delle linee affittate sono determinati in funzione della velocità del collegamento, della lunghezza del circuito e del numero di terminazioni. Tra tali grandezze, la velocità del collegamento è la variabile che meglio si presta a caratterizzare i diversi profili della domanda e dell'offerta nel mercato in esame. Di conseguenza, una definizione rigorosa del mercato richiede di condurre un'analisi di sostituibilità tra le diverse velocità effettivamente disponibili per il cliente finale.

88. Le linee affittate digitali attualmente offerte sul mercato da Telecom Italia, anche in applicazione degli obblighi regolamentari vigenti, sono relative alle seguenti velocità nominali di trasporto:

- a. minori di 64 kbit/s;
- b. 64 kbit/s;
- c. multipli di 64 kbit/s (in particolare, 128 kbit/s, 256 kbit/s, 512 kbit/s e 768 kbit/s);
- d. 2 Mbit/s;
- e. 34 Mbit/s;¹⁷
- f. 155 Mbit/s;
- g. 622 Mbit/s;
- h. 2,5 Gbit/s.

89. Tali velocità rappresentano quelle maggiormente richieste dai clienti finali, in quanto supportano le più diffuse applicazioni dei servizi di capacità dedicata. Per questa ragione, anche l'offerta degli operatori alternativi include le suddette velocità sebbene, in alcuni casi e per specifiche esigenze del cliente finale, gli operatori alternativi offrano anche velocità diverse, intermedie tra quelle elencate (ad esempio alcuni operatori offrono collegamenti digitali a 16/45/140 Mbit/s).

90. Una corretta analisi di sostituibilità dovrebbe essere condotta analizzando le effettive esigenze di capacità/velocità della clientela, ovvero la distribuzione della domanda in funzione della necessità di banda. Tuttavia, la presenza solo marginale sul

¹⁷ Tale classe di velocità viene anche fornita su interfaccia a 155 Mbit/s in modalità 1-TUG 3. Altre velocità sono ottenute con la medesima interfaccia a 155 Mbit/s in modalità 2-TUG 3.

mercato di velocità intermedie tra quelle sopra elencate, fa ragionevolmente supporre che tali velocità costituiscano gli effettivi punti intorno ai quali si concentra la distribuzione della domanda in funzione delle necessità di banda.

91. Quest'ultima argomentazione, insieme alla considerazione che solo per le classi di velocità elencate in precedenza sono disponibili informazioni dettagliate sui prezzi, fa ritenere che l'analisi di sostituibilità possa correttamente basarsi sui dati relativi a tali velocità, senza per questo risultare meno significativa.

92. Per valutare se sussista sostituibilità dal lato della domanda tra le diverse velocità, è necessario verificare se le linee affittate di velocità diverse siano funzionalmente equivalenti nel soddisfare le esigenze della domanda.

93. Per la maggior parte degli utilizzi effettivamente è possibile sostituire un collegamento di una determinata capacità con più collegamenti di velocità inferiore e viceversa. In altri termini, in linea generale, si può affermare che dal punto di vista tecnico i circuiti di diversa capacità disponibili sul mercato risultano tra di loro sostituibili, se opportunamente combinati.

94. Per valutare la sostituibilità dal punto di vista economico, bisogna verificare se le alternative tecniche siano equivalenti anche in termini di prezzo. I prezzi praticati da Telecom Italia, in ottemperanza agli obblighi regolamentari vigenti, sono orientati ai costi e devono rispettare i principi di trasparenza, obiettività e non discriminazione. Secondo quanto previsto dalle Linee guida (par. 42), si può presumere che un prezzo regolamentato basato sul costo "sia stato fissato a quello che in assenza di regolamentazione sarebbe stato il livello di prezzo concorrenziale". Pertanto, l'offerta di Telecom Italia può essere assunta come una possibile indicazione dei livelli di prezzo in condizioni competitive e si può assumere come punto di partenza per l'applicazione del test del monopolista ipotetico.

95. La tabella seguente riporta i prezzi mensili ed i canoni di attivazione dell'offerta di Telecom Italia di linee affittate con contratti ad un anno.

Tabella 2 - Prezzi delle linee affittate digitali al variare della distanza e della velocità

(marzo 2004)

Capacità	Attivazione (euro, IVA esclusa)	Canone mensile (euro/mese, IVA esclusa)			
		10 km	50 km	100 km	250 km
10 kbit/s	568	185	348	409	483
19 kbit/s	568	221	384	445	519
64 kbit/s	568	252	436	501	575
128 kbit/s	1.136	445	690	787	919
256 kbit/s	1.136	649	1.161	1.386	1.754
384 kbit/s	1.136	721	1.437	1.734	2.176
512 kbit/s	1.136	777	1.595	1.996	2.731
768 kbit/s	1.136	854	1.897	2.433	3.463
2048 kbit/s	1.136	946	2.319	3.084	4.663
34 Mbit/s	9.374	6.018	14.562	18.216	23.910
155 Mbit/s	19.884	16.456	39.833	49.396	63.340
622 Mbit/s	26.417	41.141	99.583	123.489	158.349
2,5 Gbit/s	35.222	102.852	248.958	308.725	395.878

Fonte: elaborazione Between-IDATE su dati sito web Telecom Italia, 2004.

96. Al fine di valutare se per un cliente sia più conveniente acquistare una combinazione di circuiti a bassa velocità o un unico circuito a velocità superiore, si è proceduto a verificare l'effetto di un innalzamento del 10% del prezzo per ciascuna velocità presente in tabella.

97. Per quanto riguarda le diverse velocità comprese nell'insieme minimo, i ridotti differenziali di prezzo rendono improbabile che l'innalzamento del prezzo da parte di un ipotetico monopolista su una specifica velocità possa rivelarsi profittevole. Infatti, tale aumento di prezzo condurrebbe una parte rilevante della propria clientela a migrare verso combinazioni di collegamenti a velocità inferiori o ad acquistare un collegamento di velocità immediatamente superiore. Ad esempio, dalla tabella 2 si evince l'elevato grado di sostituibilità che contraddistingue i collegamenti di velocità comprese tra 64 kbit/s e 768 kbit/s. A conferma di ciò, si ricorda che la stessa Raccomandazione non ritiene necessario individuare mercati specifici per ciascuna categoria di linea affittata nell'insieme minimo, ritenendosi probabile che la struttura di mercato sia simile in ciascuna suddivisione dell'insieme.

98. Per quanto riguarda i collegamenti con velocità superiori a quelle comprese nell'insieme minimo, l'analisi di sostituibilità porta a risultati differenti. Infatti, come si è visto, in risposta alle esigenze della clientela, l'offerta risulta focalizzata su quattro tipologie di collegamenti (34/155/622 Mbit/s e 2,5 Gbit/s) i cui livelli di prezzo

risultano significativamente diversi fra loro, poiché riflettono la grande differenza nelle velocità offerte.

99. Si considerino, per esempio, i prezzi dei collegamenti a 2 Mbit/s e quelli dei collegamenti di velocità immediatamente superiore, ossia di 34 Mbit/s. Per tali prezzi, si è provveduto a verificare se l'ipotetico monopolista nella classe dei 34Mbit/s possa profittevolmente aumentare i prezzi dei propri servizi senza che la clientela passi all'acquisto di multipli di circuiti a 2 Mbit/s e viceversa. L'esame delle condizioni economiche dimostra che non esiste sostituibilità dal lato della domanda tra le due velocità, in quanto il differenziale di prezzo appare particolarmente elevato. L'analisi porterebbe a concludere, pertanto, che i collegamenti a 2 Mbit/s e quelli a 34 Mbit/s costituiscono due mercati distinti.

100. Dal momento che anche per le altre velocità al di sopra dei 2 Mbit/s (155 Mbit/s, 622 Mbit/s e 2,5 Gbit/s) si osservano rilevanti differenze in termini di capacità offerte e, quindi, di prezzo, si giunge ad analoghe conclusioni anche per tali velocità.

101. In conclusione, una rigorosa analisi di sostituibilità in considerazione della concentrazione della domanda intorno ad un ridotto numero di velocità, porterebbe ad individuare un mercato separato per ogni capacità offerta.

102. L'analisi di sostituibilità non descrive, tuttavia, realisticamente le dinamiche di mercato dal lato della domanda e dell'offerta. Infatti, l'analisi si fonda sul presupposto che ciascun acquirente segua un autonomo processo decisionale per l'acquisto di ciascun collegamento.

103. In realtà, la clientela si rivolge ai fornitori al fine di soddisfare le proprie necessità complessive di comunicazione. Per esempio, un'azienda multisede, che abbia bisogno di connettere le proprie sedi sul territorio nazionale con collegamenti a diverse velocità, valuterà la capacità di un fornitore di soddisfare tale bisogno nel suo complesso, e non l'acquisto di ogni singola connessione separatamente dalle altre. La clientela, quindi, mostrerà la propria disponibilità a pagare per una generale esigenza di collegamento e cercherà di minimizzare la spesa ad essa associata.

104. Le argomentazioni appena esposte trovano conferma nell'analisi dei dati di mercato¹⁸: i valori dei volumi e dei ricavi relativi alle diverse capacità risultano significativamente differenti. I circuiti di bassa velocità (fino a 2 Mbit/s) risultano preponderanti sia in termini di numero di collegamenti venduti sia di ricavi generati e sembrano rispondere alla maggior parte delle esigenze di collegamento manifestate dai clienti. Viceversa, i circuiti di capacità compresa tra i 2 e i 155 Mbit/s inclusi, sembrano rispondere ad una esigenza complementare nella soddisfazione dei bisogni della clientela; in altre parole è verosimile ritenere che la maggior parte dei clienti multisede richieda un insieme di collegamenti a bassa velocità, per collegare le proprie sedi secondarie e periferiche, e solo alcuni collegamenti ad alta velocità da dedicare alle

¹⁸ I dati di mercato sono riportati nel capitolo sulla valutazione del significativo potere di mercato.

proprie sedi principali. In termini economici, la spesa per circuiti ad alta velocità rappresenta, per la maggioranza dei clienti, una quota residuale della spesa complessiva, nonostante l'elevato valore del singolo collegamento ad alta velocità. Inoltre le politiche commerciali praticate dagli operatori prevedono sconti a volume, che si applicano a tutte le tipologie di circuiti venduti, e sono calcolati sulla base del fatturato sviluppato dal cliente per l'acquisto complessivo di tutte le classi di velocità; la possibilità di accedere ad una classe di sconto superiore costituisce un ulteriore incentivo per la clientela a rivolgersi ad un unico fornitore per tutte classi di velocità. Tali considerazioni inducono a considerare i circuiti di capacità fino a 155 Mbit/s inclusi come facenti parte di un unico mercato dal punto di vista della domanda.

105. Se si considerano i collegamenti ad altissima velocità (superiori ai 155 Mbit/s), invece, l'elevato valore di ciascun collegamento e la complessità delle sue funzioni, comportano decisioni di acquisto autonome. Infatti, per la suddetta tipologia di collegamenti generalmente si ricorre ad un meccanismo di contrattazione specifico per ciascuno acquisto. In effetti, i collegamenti ad altissima velocità vengono forniti sulla base di progetti specifici e prevedono un'insieme di prestazioni complesse. Per queste ragioni, dal punto di vista della domanda, si ritiene opportuno considerare tali collegamenti come facenti parte di un mercato separato da quello delle velocità inferiori.

106. I dati di mercato confermano le considerazioni appena svolte. Come mostra la tabella che segue, l'incidenza dei volumi e dei ricavi relativi ai circuiti ad altissima velocità sui volumi e ricavi relativi a tutte le classi di capacità risulta ancora marginale.

**Tabella 3 – Il mercato dei collegamenti ad altissima velocità
- incidenza dei volumi e dei ricavi sul totale - 31 /12/2003**

Collegamenti ad altissima velocità (sopra i 155 Mbit/s)	2003
Incidenza dei volumi espressi in collegamenti installati	0,005%
Incidenza dei volumi espressi in capacità venduta	7,7%
Incidenza dei ricavi	0,4%

Fonte: stime Autorità su dati forniti dagli operatori.

Con riferimento ai volumi venduti si osserva che il numero dei collegamenti effettivamente installati risulta del tutto residuale (poco più di una decina di collegamenti al 31/12/03); l'aumento dell'incidenza dei volumi, quando espressi in termini di capacità venduta, conferma la complessità delle esigenze dei clienti finali (simili alle esigenze di un operatore) che richiedono questa tipologia di collegamenti. Con riferimento ai ricavi si osserva che tali collegamenti generano una quota ridotta dei ricavi totali sebbene tale dato, in considerazione dell'esiguo numero di collegamenti installati, confermi l'elevato valore di ciascun contratto.

107. Per quanto riguarda la sostituibilità dal lato dell'offerta, la struttura di quest'ultima riflette le caratteristiche della domanda appena illustrate. Infatti, nessun operatore è specializzato nella fornitura di una particolare velocità. Quasi tutti gli operatori offrono collegamenti fino a 155 Mbit/s inclusi e, solo alcuni, anche i collegamenti ad altissima velocità. Le offerte, inoltre, prevedendo sconti a volume calcolati sulla spesa di ciascun cliente per il totale delle capacità acquistate, sono strutturate in modo tale da disincentivare l'acquisto delle diverse classi di capacità da fornitori distinti.

108. Se si analizzano i circuiti fino a 155 Mbit/s inclusi, l'ampiezza della gamma di velocità offerte da ciascun operatore dipende dalla necessità di offrire un insieme di servizi in grado di soddisfare completamente la domanda potenziale che, come si è visto, solitamente necessita di circuiti di diverse velocità e tende a preferire un fornitore in grado di soddisfare i propri bisogni con un'unica contrattazione. Una scelta di questo tipo consente alla clientela di minimizzare i costi di transazione dei servizi richiesti ed ottenere, allo stesso tempo, il massimo grado di omogeneità tecnica ed integrazione fra i diversi collegamenti.

109. Anche per quanto riguarda i circuiti di velocità superiore ai 155 Mbit/s l'offerta riflette le caratteristiche della domanda, che come si è visto risultano differenti da quelle relative a capacità inferiori in quanto viene meno il rapporto di complementarità nella soddisfazione delle esigenze della clientela. Per questa ragione la maggior parte degli operatori offre questo tipo di circuiti indipendentemente dai circuiti di minore velocità.

110. Per i motivi esposti si ritiene che tutti i circuiti di capacità fino a 155 Mbit/s inclusi costituiscano un unico mercato dal punto di vista dell'offerta mentre i circuiti di velocità superiore ai 155 Mbit/s costituiscono un mercato distinto.

Conclusioni

111. La struttura della domanda e dell'offerta dei servizi di linee affittate mostra che le diverse velocità dell'insieme minimo e dei collegamenti fino a 155 Mbit/s inclusi, lungi dal costituire mercati separati, sono in effetti strettamente connesse in quanto legate da un evidente rapporto di complementarità. Tale relazione discende dalla valutazione dei comportamenti di acquisto della clientela, nonché delle modalità di offerta da parte degli operatori. In particolare:

- a. i servizi di linee affittate di velocità fino ai 155 Mbit/s soddisfano bisogni complementari;
- b. la maggior parte degli utilizzatori acquista sia velocità inferiori ai 2 Mbit/s, sia velocità fino ai 155 Mbit/s;
- c. per la maggior parte degli utilizzatori la spesa per acquisto di circuiti con velocità compresa tra 2 e 155 Mbit/s rappresenta una quota marginale della spesa complessiva;

- d. il comportamento degli operatori conferma il nesso esistente fra tra le velocità fino ai 155 Mbit/s; molti di essi, infatti, offrono l'intera gamma di velocità fino ai 155 Mbit/s.

112. Per quanto riguarda invece i collegamenti di velocità superiore ai 155 Mbit/s la struttura della domanda e dell'offerta giustifica l'individuazione di un mercato separato per le seguenti ragioni:

- a. i servizi di linee affittate di velocità superiori ai 155 Mbit/s soddisfano bisogni specifici;
- b. la maggior parte degli utenti finali non necessita di collegamenti con velocità superiore ai 155 Mbit/s; i pochi clienti con necessità di banda così elevate acquistano tali circuiti indipendentemente dall'acquisto di circuiti a velocità inferiore;
- c. il valore di ciascun collegamento risulta estremamente elevato;
- d. il comportamento degli operatori conferma l'assenza di complementarità tra le velocità fino ai 155 Mbit/s e quelle superiori; solo alcuni operatori infatti offrono tale tipologia di collegamenti.

113. Alla luce delle considerazioni svolte, si ritiene opportuno individuare due mercati distinti per le linee affittate *retail*:

- a. il mercato delle basse ed alte velocità - collegamenti analogici e digitali fino a 155 Mbit/s inclusi;
- b. il mercato delle altissime velocità – collegamenti digitali superiori 155 Mbit/s.

4. Si condividono le conclusioni raggiunte dall'Autorità in merito alla sostituibilità tra servizi di linee affittate retail di diverse capacità e all'individuazione di due mercati distinti a seconda della capacità?

2.2. Il mercato geografico

114. Le Linee guida prevedono che, una volta identificato il mercato del prodotto rilevante, si proceda alla definizione della dimensione geografica del mercato. Secondo una giurisprudenza consolidata, il mercato geografico rilevante comprende un'area in cui le condizioni della concorrenza sono simili, o sufficientemente omogenee, e che può essere distinta dalle aree adiacenti, in cui le condizioni prevalenti della concorrenza sono sostanzialmente diverse. Il paragrafo 56 delle Linee guida chiarisce: “Per definire un mercato geografico non è necessario che le condizioni della concorrenza tra gli operatori o fornitori di servizi siano perfettamente omogenee. E' sufficiente che esse siano simili o sufficientemente omogenee e si può, quindi, ritenere che solo le aree in cui le condizioni della concorrenza sono “eterogenee” non costituiscano un mercato uniforme”.

115. Di seguito viene analizzata la dimensione geografica di entrambi i mercati delle linee affittate definiti nel paragrafo precedente, cioè il mercato delle capacità fino ai 155 Mbit/s inclusi e quello delle capacità al di sopra dei 155 Mbit/s.

116. Se si considera l'esigenza, da parte dell'utente finale, di disporre di un collegamento tra due sedi geograficamente distanti e non tra generiche località geografiche, si osserva che una concorrenza effettiva si sviluppa solo se è possibile disporre di più offerte competitive *end-to-end*, ovvero che includano le tratte terminali del collegamento (dalla sede d'utente al nodo di rete dell'operatore). Si osservi, a tal proposito, che la presenza nelle città di una o più reti metropolitane ad alta capacità (*Metropolitan Area Network* - MAN) non garantisce, di per sé, l'effettiva raggiungibilità delle sedi di utente, in quanto questa dipende dalla capillarità della rete.

117. Data l'esigenza di realizzare collegamenti tra sedi la cui localizzazione geografica è predefinita, è evidente che non vi sia sostituibilità in senso stretto tra i collegamenti diretti in una determinata area e quelli di un'altra area, seppure limitrofa. Per queste ragioni, un approccio puramente teorico richiederebbe l'identificazione dei mercati "*on a route by route basis*" ed il test del monopolista ipotetico in senso stretto porterebbe a definire tanti mercati quanti sono i singoli collegamenti.

118. In questo modo, tuttavia, si introdurrebbe una complessità tale da rendere discutibili i benefici dell'attività regolamentare. Nella pratica, pertanto, si ritiene opportuno arrivare ad un livello di aggregazione superiore, che potrà essere un *set* limitato di direttrici o, al limite, l'intero mercato nazionale.

119. Si deve inoltre considerare che la possibilità da parte di altri operatori di influenzare il comportamento di un ipotetico monopolista nella definizione dei prezzi dipende dall'effettiva disponibilità di infrastrutture alternative capillari a livello nazionale. Come precedentemente osservato, lo sviluppo di reti alternative si è concentrato nelle aree metropolitane a maggiore concentrazione di clientela, quali Milano, Torino e Roma. In ciascuna di tali aree sono state realizzate circa dieci MAN, sebbene con un livello di estensione e capillarità molto variabile (cfr. appendici 2 e 3). In realtà, per quanto tali reti possano essere capillari, coprono comunque l'area metropolitana in modo disomogeneo e quindi, in taluni casi, può rendersi necessaria la realizzazione del tratto finale di collegamento dalla rete alla sede di utente (c.d. *drop* d'utente).

120. Per quanto riguarda invece le reti di trasporto (*backbone*), negli ultimi anni si è assistito allo sviluppo di *backbone* alternativi (cfr. appendici 1 e 5), realizzati con il ricorso alle principali infrastrutture civili disponibili sul territorio (strade, autostrade, reti ferroviarie, reti elettriche, reti gas). Sulle principali direttrici di tali reti di trasporto sono oggi presenti più operatori. Va osservato, tuttavia, che tali *backbone* collegano le principali aree metropolitane e sono concentrati prevalentemente nel centro-nord. Di conseguenza, un operatore che voglia offrire un servizio di linee affittate ad un cliente con sedi diffuse su tutto il territorio nazionale dovrebbe realizzare ex novo la rete di trasporto del servizio.

121. Per queste ragioni si ritiene che, sebbene vi siano alcune aree del territorio nazionale in cui si sta assistendo allo sviluppo di una maggiore concorrenza, l'effettivo livello di competizione raggiunto in tali aree geografiche non sia sostanzialmente diverso da quello riscontrabile nel resto del territorio nazionale.

122. Va comunque osservato che laddove gli OLO non abbiano ritenuto opportuno investire nella realizzazione di infrastrutture proprietarie, l'estensione della copertura dei servizi è possibile attraverso il ricorso ad offerte all'ingrosso.

Conclusioni

123. Alla luce delle considerazioni appena svolte, sebbene si riscontrino condizioni concorrenziali differenti in alcune aree e per alcune direttrici, non si ritiene opportuno procedere ad una segmentazione geografica del mercato per le seguenti ragioni:

- a. le differenze nel livello concorrenziale non sono tali da giustificare la rimozione di vincoli regolamentari limitatamente ad alcune aree;
- b. risulterebbe complesso definire con precisione i confini geografici di tali aree a causa sia della disomogeneità nei livelli di copertura, sia della continua evoluzione delle reti alternative.

124. Si conclude quindi che:

- a. il mercato delle basse ed alte velocità - collegamenti analogici e digitali fino a 155 Mbit/s inclusi - ha estensione nazionale;
- b. il mercato delle altissime velocità – collegamenti digitali superiori a 155 Mbit/s - ha estensione nazionale.

5. Si condividono le conclusioni raggiunte dall'Autorità in merito alla dimensione geografica dei mercati delle linee affittate retail?

2.3. Conclusioni sulla definizione dei mercati

125. L'analisi svolta nei paragrafi precedenti ha portato alla definizione di due mercati distinti delle linee affittate *retail*: un mercato che include tutte le capacità fino ai 155 Mbit/s (inclusi) ed un mercato che include tutte le capacità al di sopra dei 155 Mbit/s. Poiché tali mercati differiscono da quelli indicati nella Raccomandazione della Commissione come suscettibili di regolamentazione *ex ante*, l'Autorità deve giustificare la propria scelta con riferimento ai tre criteri elencati nella Raccomandazione, cioè:

- a. la presenza di forti ostacoli non transitori all'accesso;
- b. la presenza di caratteristiche che inducono a pensare che nel mercato non si svilupperanno, con il passare del tempo, condizioni di concorrenza effettiva;

- c. l'efficienza relativa del diritto della concorrenza e della regolamentazione ex ante complementare.

2.3.1. *Il mercato delle basse ed alte velocità - collegamenti analogici e digitali fino a 155 Mbit/s inclusi*

126. Il mercato in esame differisce da quello definito dalla Raccomandazione in quanto non si limita al set minimo, ma include anche le capacità dai 2 ai 155 Mbit/s. Si rende dunque necessario verificare se l'inclusione di tali capacità modifichi le conclusioni cui era giunta la Commissione in merito alla sussistenza dei tre criteri con riferimento al set minimo.

127. A questo proposito è importante sottolineare che, sebbene la definizione del mercato in esame comporti una notevole estensione delle capacità incluse rispetto alla definizione della Commissione, in termini di volumi venduti e di ricavi generati le capacità comprese tra 2 e 155 Mbit/s rappresentano una quota residuale rispetto al totale¹⁹.

128. Per quanto riguarda i primi due criteri si osserva che un operatore che voglia offrire un servizio di linee affittate *retail*, deve sviluppare una rete capillare la cui realizzazione richiede non solo tempi lunghi, ma anche investimenti ingenti e non recuperabili nel caso di uscita dal mercato (*sunk costs*).

129. La presenza di *sunk costs* elevati crea un'asimmetria tra il monopolista ipotetico ed i potenziali nuovi entranti, asimmetria che il monopolista ipotetico potrebbe sfruttare per scoraggiare l'entrata di questi ultimi. Per esempio, il monopolista ipotetico potrebbe segnalare ai potenziali entranti che, qualora questi ultimi decidano di entrare, i prezzi dei servizi di linee affittate *retail* non sarebbero in grado remunerare gli investimenti effettuati. Tali considerazioni sono tanto più vere se si considera che il mercato delle linee affittate *retail* si trova in una fase di maturità e che, pertanto, il rischio associato a nuovi investimenti risulta particolarmente elevato.

130. A conferma di quanto appena detto si osserva che, fino ad oggi, gli investimenti nelle infrastrutture di accesso da parte di operatori alternativi costituiscono un fenomeno marginale, limitato alle principali aree metropolitane a maggiore densità di clienti.

131. E' altresì vero che una valida alternativa alla realizzazione di reti accesso proprietarie è costituita dalla possibilità di ricorrere alle offerte *wholesale*. In tal senso, è fuor di dubbio che i rimedi regolamentari sinora adottati a livello *wholesale* abbiano comportato una riduzione delle barriere all'ingresso. Tuttavia, si ritiene che tale riduzione non sia stata tale da eliminare le condizioni asimmetriche esistenti tra l'operatore storico e gli operatori alternativi.

¹⁹ Le evidenze quantitative a sostegno di tale osservazione sono fornite nel Capitolo relativo alla valutazione del significativo potere di mercato.

132. A seguito dell'analisi svolta finora si ritiene che nel mercato in esame siano presenti forti ostacoli all'accesso, non transitori, di natura strutturale e non si riscontra la presenza di caratteristiche che inducono a pensare che nel mercato si svilupperanno, nel breve-medio periodo, condizioni di concorrenza effettiva.

133. Per quanto riguarda il terzo criterio si osserva che la necessità di imporre una regolamentazione ex ante nei mercati delle comunicazioni elettroniche deriva dal riscontro dell'esistenza in tali mercati di fallimenti, quali asimmetrie informative, esternalità o la detenzione da parte di uno o più operatori di un significativo potere di mercato, fallimenti che impediscono alla concorrenza di svilupparsi autonomamente, come accade in altre industrie nelle quali il diritto della concorrenza ex-post è sufficiente a garantire il mantenimento delle condizioni competitive.

134. Nel mercato delle linee affittate *retail*, grazie all'adozione di una regolamentazione ex ante, si è osservato un aumento del livello di concorrenza che ha lievemente ridotto il potere di mercato detenuto dall'ex monopolista.

135. Tuttavia va osservato che, in assenza di una regolamentazione ex ante, l'affermarsi o meno di condizioni concorrenziali in un mercato dipende, data la tecnologia esistente, dalle caratteristiche dell'offerta e della domanda.

136. Per quanto riguarda le caratteristiche dell'offerta nel mercato delle linee affittate fino ai 155 Mbit/s inclusi, da un lato è vero che il continuo progresso tecnologico consentirà una sempre maggiore riduzione dei costi e, col passare del tempo, renderà necessari interventi regolamentari via via meno intrusivi; dall'altro lato si ritiene che un ipotetico monopolista, proprio grazie alle caratteristiche dell'offerta, abbia e continuerà ad avere nel medio-breve periodo la possibilità di adottare pratiche anticoncorrenziali.

137. Simili pratiche possono riguardare diversi aspetti dell'offerta, sia economici che tecnici. Per esempio, un ipotetico monopolista potrebbe discriminare i prezzi, proponendo offerte differenziate in favore dei clienti che hanno già sottoscritto un contratto di linee affittate *retail* per indurli a sottoscrivere altri contratti con lo stesso fornitore. Oppure, il medesimo monopolista potrebbe adottare comportamenti che, date le caratteristiche del mercato, risultano più difficilmente identificabili e contrastabili di una discriminazione dei prezzi quali, ad esempio, una modifica delle condizioni tecniche o di fornitura tale da rendere sempre e comunque preferibile la propria offerta a quella della concorrenza; infine, potrebbe addirittura formulare offerte selettive al fine di recuperare clienti passati alla concorrenza. Nel considerare tali possibilità è necessario anche tenere presente che non essendo il mercato delle linee affittate un mercato di massa, annoverare tra la propria clientela uno, o pochi, clienti di considerevoli dimensioni, risulta spesso condizione sufficiente per conferire ad un operatore il potere di comportarsi in misura notevole in modo indipendente dai concorrenti, dai clienti e, in definitiva, dai consumatori.

138. Sebbene comportamenti anticompetitivi di questo tipo possano essere naturalmente perseguiti dalla disciplina del diritto della concorrenza, le caratteristiche

del mercato delle linee affittate *retail* appaiono tali da fare ragionevolmente ritenere che un operatore con significativo potere di mercato si trovi nella condizione di adottare simili comportamenti, non occasionalmente, ma sistematicamente; ciò vanificherebbe l'efficacia della disciplina a tutela della concorrenza *ex post* rendendo, di conseguenza, indispensabile l'adozione di rimedi *ex ante*.

139. D'altra parte, dal lato della domanda, è verosimile che la presenza di elevati *switching costs*, come i costi di sottoscrizione dei contratti, di coordinamento di diverse forniture, di sostituzione degli apparati, inducano gli stessi utenti a rivolgersi ad un fornitore che sia in grado di raggiungere qualunque loro sede e di offrire una vasta gamma di servizi, piuttosto che dover stipulare contratti separati con diversi operatori, sostenendo i relativi costi aggiuntivi.

140. Alla luce di queste considerazioni si ritiene che le caratteristiche del mercato in esame siano tali da non poter concludere che nel mercato delle linee affittate *retail* fino ai 155 Mbit/s il diritto della concorrenza sia sufficiente per eliminare le barriere all'entrata in modo tale che si possano sviluppare spontaneamente condizioni di concorrenza effettiva.

2.3.2. *Il mercato delle altissime velocità – collegamenti digitali superiori 155 Mbit/s*

141. Il mercato delle altissime velocità non rientra tra i mercati che la Commissione ha ritenuto suscettibili di regolamentazione *ex ante*. Anche per questo mercato pertanto risulta necessario procedere ad una verifica circa la sussistenza dei tre criteri indicati dalla Commissione.

142. Per il mercato in esame, valgono considerazioni differenti da quelle evidenziate nel caso precedente. Infatti, la redditività dei servizi offerti è talmente elevata, rispetto a quella dei servizi di minore capacità, da far ritenere verosimile che un operatore sia in grado di recuperare in tempi ragionevoli gli investimenti necessari. Pertanto, non si può affermare che siano presenti forti ostacoli di natura strutturale tali da creare una asimmetria tra il monopolista ipotetico ed i potenziali nuovi entranti.

143. Per quanto riguarda il criterio della concorrenza effettiva, nel contesto nazionale, grazie alla presenza di diversi operatori alternativi, non si osserva un ruolo preponderante dell'operatore *ex-monopolista*. Tale osservazione fa ragionevolmente supporre che il mercato in esame sia destinato a raggiungere un discreto grado di concorrenza in tempi brevi.

144. Per quanto riguarda, infine, l'efficienza relativa del diritto della concorrenza e della regolamentazione *ex ante* si può osservare che nel mercato in esame si realizza un numero estremamente limitato di contrattazioni, aventi ad oggetto prestazioni complesse, diversificate e di elevato valore. Tale caratteristica impedisce ad un monopolista ipotetico di porre in essere sistematicamente comportamenti anticoncorrenziali e gli eventuali comportamenti anticoncorrenziali occasionali possono essere efficacemente perseguiti dal diritto della concorrenza caso per caso.

145. Alla luce di tali considerazioni si può concludere che per il mercato *retail* delle linee affittate ad altissima velocità non risultano verificati i tre criteri previsti dalla Raccomandazione e che, pertanto, tale mercato non sia suscettibile di regolamentazione *ex ante*.

2.3.3. *Conclusioni in merito alla verifica dei tre criteri della Raccomandazione*

146. Per il mercato delle basse ed alte velocità - collegamenti analogici e digitali fino a 155 Mbit/s – si ritengono verificati i tre criteri previsti dalla Raccomandazione, e pertanto si ritiene che tale mercato sia suscettibile di regolamentazione *ex ante* .

147. Per il mercato delle altissime velocità – collegamenti digitali superiori 155 Mbit/s - i tre criteri previsti dalla Raccomandazione non risultano verificati, pertanto non si ritiene che tale mercato sia suscettibile di regolamentazione *ex ante* .

*6. Si concorda con le conclusioni dell’Autorità in merito alla verifica dei criteri previsti dalla Raccomandazione ai fini di sottoporre i mercati individuati ad una regolamentazione *ex ante*?*

3. VALUTAZIONE DEL SIGNIFICATIVO POTERE DI MERCATO

Introduzione

148. Il principale elemento di novità introdotto dal nuovo quadro normativo, in relazione al processo di definizione e di valutazione del significativo potere di mercato, è costituito dall'allineamento della definizione di significativo potere di mercato a quella data dalla Corte di giustizia europea per la nozione di posizione dominante di cui all'articolo 82 del trattato CE. Difatti, il Codice, all'articolo 17, comma 2, afferma che "si presume che un'impresa disponga di un significativo potere di mercato se, individualmente o congiuntamente con altri, gode di una posizione equivalente ad una posizione dominante ossia una posizione di forza economica tale da consentirle di comportarsi in misura notevole in modo indipendente dai concorrenti, dai clienti e, in definitiva, dai consumatori". Una sintesi degli orientamenti della Commissione circa l'interpretazione del concetto di posizione dominante nell'industria delle comunicazioni elettroniche è contenuta nelle Linee guida dell'11 luglio 2002 che le ANR devono tenere in massimo conto nello svolgimento delle loro analisi di mercato (articolo 17, comma 3, del Codice).

149. Le linee direttrici al paragrafo 70 stabiliscono che le ANR devono fare in modo che le loro decisioni siano conformi alla prassi della Commissione ed alla relativa giurisprudenza della Corte di giustizia e del Tribunale di primo grado in materia di posizione dominante. In realtà l'applicazione *ex ante* della nozione di significativo potere di mercato da parte delle ANR richiederà un adeguamento delle modalità di valutazione del potere di mercato utilizzate dalle Autorità per la concorrenza, in virtù della considerazione che le ANR si baseranno, necessariamente, su ipotesi diverse da quelle assunte dalle Autorità per la concorrenza nell'applicazione retrospettiva dell'articolo 82. In particolare, le decisioni dell'Autorità si avvarranno, *inter alia*, di elementi di tipo previsionale basati su dati ed informazioni circa le condizioni del mercato disponibili al momento dell'adozione della decisione. L'orizzonte previsionale verrà calibrato sulla periodicità che il Codice impone per le analisi di mercato, che come già specificato altrove, è pari a 18 mesi.

150. Il potere di mercato di un'impresa si estrinseca e, pertanto, si misura, principalmente sulla base della capacità dell'impresa in questione di aumentare i prezzi senza che ciò comporti una riduzione apprezzabile delle vendite o dei ricavi a favore di altre imprese. Tale capacità è sottoposta ad una serie di vincoli di tipo concorrenziale provenienti sia dai concorrenti che l'impresa fronteggia direttamente nel proprio mercato di appartenenza, sia da imprese che potrebbero decidere di entrare nel mercato a medio termine qualora si verifici un piccolo, ma significativo e non transitorio, aumento dei prezzi.

151. La quota di mercato detenuta da un'impresa può essere utilizzata quale indicatore della competitività del mercato. Sebbene nel nuovo quadro regolamentare il ruolo delle quote di mercato nelle analisi concorrenziali risulti ridimensionato rispetto al

quadro precedente, le linee direttrici della Commissione, al paragrafo 75, ricordano espressamente che “le quote di mercato sono spesso usate come indicatore indiretto del potere di mercato”. Inoltre, anche se al paragrafo 76 si afferma che nel caso di prodotti differenziati è preferibile utilizzare quote di mercato calcolate sulla base del valore delle vendite, al successivo paragrafo 77, si afferma che “spetta alle ANR decidere i criteri più adatti per misurare la presenza sul mercato”, salvo però fornire alcune indicazioni circa le modalità di calcolo più adatte in alcuni dei mercati individuati dalla raccomandazione.

152. La quota di mercato, però, non può essere utilizzata quale unico indicatore del potere di mercato e le linee guida, al paragrafo 78, ricordano che le Autorità di regolamentazione devono perciò “intraprendere un’analisi completa e globale delle caratteristiche economiche del mercato rilevante prima di formulare conclusioni circa l’esistenza di un significativo potere di mercato”. A tal proposito vengono indicati quali criteri per la misurazione del potere di mercato, *inter alia*, la dimensione globale dell’impresa, il controllo di infrastrutture difficilmente duplicabili, le barriere all’ingresso, le economie di scala e di diversificazione, l’integrazione verticale, la rete di distribuzione e vendita e la concorrenza potenziale.

153. Il riscontro di una posizione di dominanza non può prescindere da una valutazione della facilità di ingresso e quindi delle barriere all’ingresso. Le principali barriere all’ingresso nel settore delle comunicazioni sono costituite da vincoli normativi e dalla necessità di effettuare notevoli investimenti, non sempre recuperabili. Per quanto riguarda i primi si pensi, ad esempio, al caso in cui si è fissato un limite al numero di imprese aventi accesso allo spettro radio per l’offerta di servizi connessi. Per quanto riguarda i secondi, si consideri l’incidenza sui costi totali di produzione di investimenti in capitale fisso con limitati usi alternativi al di fuori dell’industria delle comunicazioni. Tali barriere all’ingresso, però, possono rivestire un ruolo meno importante nei mercati caratterizzati da elevati tassi di innovazione tecnologica, come è il caso per determinati servizi/reti di comunicazione elettronica.

154. L’articolo 17, comma 2, del Codice stabilisce, in conformità con l’articolo 82 del trattato CE, che “un’impresa può detenere un rilevante potere di mercato, ossia può detenere una posizione dominante, sia individualmente che congiuntamente con altri”. Sebbene il concetto di dominanza collettiva sia in evoluzione, la Commissione e la giurisprudenza della Corte sono orientate a ritenere che una o più imprese detengano una posizione dominante collettiva quando in rapporto ai loro clienti e concorrenti si presentino come un’unica impresa, senza che vi sia concorrenza effettiva tra loro. Si noti che la Commissione ha affermato che l’assenza di concorrenza effettiva non necessariamente deve essere ricondotta all’esistenza di legami economici, nel senso di legami strutturali, o ad altri fattori che potrebbero dar luogo a qualche forma di correlazione fra le imprese.

155. Le Linee guida specificano, al paragrafo 96, che le Autorità nazionali di regolamentazione per valutare ex ante la presenza delle condizioni possano favorire

l'insorgenza di una posizione dominante collettiva, devono considerare: i) se le caratteristiche del mercato siano tali da favorire un coordinamento tacito, e ii) se tale coordinamento sia sostenibile. Affinché il coordinamento sia sostenibile è necessario che non vi siano incentivi per le imprese a sottrarsi al coordinamento, nonostante le possibilità di ritorsione degli altri componenti del cartello collusivo, e che gli acquirenti ed i concorrenti marginali e/o potenziali non abbiano la capacità o non siano motivati ad opporsi a tale forma di coordinamento.

156. Al paragrafo 97, le Linee guida affermano che, fatta salva la giurisprudenza della Corte di Giustizia in materia, è probabile che una posizione dominante collettiva si verifichi allorché sussistano alcune specifiche condizioni di mercato tra le quali si ricordano: un'elevata concentrazione, un parallelismo fra la struttura dei prezzi e dei costi, una crescita moderata o stagnazione della domanda, una scarsa elasticità della domanda, una maturità tecnologica e una conseguente assenza di innovazione tecnologica, la sussistenza di legami e interconnessioni – anche informali – fra le imprese, la mancanza di concorrenza potenziale.

3.1. L'analisi sul significativo potere di mercato

157. La maggior parte degli operatori che si rivolgono alla clientela non residenziale presentano, nell'ambito del proprio portafoglio di servizi dati, un'offerta di linee affittate, o su infrastruttura proprietaria o attraverso la rivendita di circuiti acquistati da Telecom Italia.

158. All'inizio del 2004 erano presenti sul mercato in oggetto:

- a. Telecom Italia, che offre la gamma più completa di circuiti diretti;
- b. una decina di operatori alternativi, che propongono un'offerta di circuiti diretti, anche se in taluni casi meno articolata di quella di Telecom Italia;
- c. alcuni c.d. *carrier's carrier* (ad esempio Infracom ed ePlanet) che, pur essendo focalizzati sul mercato *wholesale*, offrono anche servizi di linee affittate *retail* ad alcuni grandi clienti.

159. L'offerta alla clientela finale proposta dai diversi operatori si caratterizza nel seguente modo:

- a. L'offerta *retail* di Telecom Italia si articola in collegamenti diretti numerici (CDN) con velocità da 1200 bit/s a 2,5 Gbit/s, e collegamenti diretti con interfaccia analogica (CDA). Le condizioni economiche dei circuiti prevedono un contributo di attivazione *una-tantum* e canoni mensili in funzione della distanza del collegamento (fino a 60 km, 60-300 km, oltre 300 km), con sconti a volume. L'offerta standard è annuale, ma Telecom Italia propone anche un'offerta pluriennale (2/3 anni) che prevede sconti sui canoni trasmissivi e un'offerta pianificata, che consente di usufruire di un contributo di attivazione scontato. Nell'ambito delle diverse modalità di accesso a Internet e altri servizi di rete dati (ad es, HDSL, ADSL, ecc.)

Telecom Italia comprende anche gli accessi tramite linea affittata, acquistabili in *bundle*, oppure separatamente. Più recentemente sono state introdotte delle offerte per i servizi di capacità molto elevata su canale ottico, destinate però prevalentemente al mercato *wholesale*.

- b. Gli operatori alternativi offrono i circuiti diretti sia come soluzione punto-punto sia come modalità di accesso a servizi di trasmissione dati.²⁰ Gli operatori con proprie infrastrutture ottiche offrono collegamenti SDH, l'affitto di canali ottici ed altri servizi dati a banda larga.
- c. L'offerta dei *carrier's carrier* è destinata prevalentemente al mercato *wholesale* e, quindi, si focalizza sulle altissime velocità.²¹ L'offerta di servizi di linea affittata alla clientela *retail* è di norma limitata a collegamenti ad alta velocità (34 Mbit/s e superiori).

160. Per quanto riguarda la copertura geografica dei servizi, i principali operatori hanno attivato punti di presenza per l'accesso ai servizi di linee affittate, realizzati su infrastruttura propria, nei principali capoluoghi di provincia italiani (cfr. appendice 2) e, nei casi in cui non sono presenti con proprie reti, garantiscono la copertura del territorio nazionale attraverso il ricorso ad offerte *wholesale*.

3.1.1. La dimensione del mercato e le quote di mercato

161. La dimensione e l'evoluzione del mercato sono state valutate sulla base dei dati forniti dagli operatori relativamente a volumi e ricavi per gli anni 2000, 2001, 2002 e 1° semestre 2003, segmentati per le seguenti classi di capacità:

- a. collegamenti analogici;
- b. collegamenti digitali fino a 2 Mbit/s;
- c. collegamenti a 2 Mbit/s;
- d. collegamenti digitali superiori ai 2 Mbit/s e fino ai 155 Mbit/s inclusi.

Per poter estendere l'analisi all'intero anno 2003, si è provveduto a formulare previsioni sul dato annuale proiettando linearmente la dinamica rilevata per il primo semestre 2003.

162. Occorre precisare che nel corso dell'analisi si è fatto ricorso a stime, sia per quanto riguarda l'articolazione nei vari segmenti di mercato sia per la dinamica temporale, allo scopo di integrare i dati forniti dagli operatori. In alcuni casi gli

²⁰ A titolo esemplificativo l'offerta Net Ride di Wind prevede diverse opzioni di connettività Internet con banda "simmetrica/bilanciata": ULL per le aree coperte in unbundling; HDSL/SHDSL in modalità CVP dove non è disponibile la copertura ULL e/o quando si hanno esigenze di maggiore velocità; CDN disponibile su tutto il territorio e in particolare nelle aree non ancora coperte in ULL o CVP.

²¹ L'offerta complessiva di tali operatori si articola tipicamente in: servizi IP (IP/MPLS), capacità trasmissiva a banda larga (SDH/DWDM), oltre che servizi infrastrutturali (fibra spenta, cavidotti) e di outsourcing (gestione rete, co-location, etc.).

operatori hanno riscontrato difficoltà a fornire i dati con il livello di dettaglio richiesto per le seguenti motivazioni. In primo luogo, non tutti gli operatori hanno dato la stessa interpretazione al concetto di linea affittata per via delle diverse possibili catene tecnologiche sottostanti. Inoltre, non sempre è stato agevole distinguere tra vendite *retail* e *wholesale*. Infine, alcuni operatori hanno incontrato difficoltà nella separazione tra circuiti punto-punto e circuiti di accesso a reti dati, venduti o meno in *bundle*.

163. I volumi, ossia il numero dei collegamenti venduti, costituiscono un indicatore affidabile in quanto vengono rilevati direttamente dai sistemi di contabilità industriale e di gestione della rete degli operatori; tuttavia, si tratta di un indicatore che non tiene conto della differenziazione del prodotto (in termini di capacità, lunghezza e servizi aggiuntivi).

164. Viceversa i ricavi, riflettendo la capacità di offrire servizi complessi e diversificati, risultano un indicatore più direttamente collegato alla dinamica del mercato. Infatti il prezzo di mercato delle linee affittate dipende, a parità di altre condizioni commerciali e contrattuali, dalla lunghezza e dalla velocità del collegamento. D'altro canto, un'analisi che tenga conto esclusivamente dei ricavi è limitata dalla difficoltà di rilevazione dei medesimi nei sistemi di contabilità industriale ad un livello di dettaglio tale da consentire un'adeguata segmentazione del mercato. Infatti, i servizi di linee affittate sono inclusi in molteplici offerte commerciali, non sempre facilmente riconducibili alla mera offerta di capacità dedicata. I contratti ad essi relativi, in genere, prevedono un unico compenso a fronte di prestazioni diversificate (tecnicamente, geograficamente e temporalmente). Poiché i servizi sono acquistati tanto da utenti finali quanto da operatori di telecomunicazione, sono poche le imprese che propongono listini differenziati *retail* e *wholesale* e comunque, spesso, anche quando i listini differenziati esistono, risultano entrambi accessibili agli operatori.

165. Per queste ragioni, al fine di giungere ad una rappresentazione quanto più fedele dell'evoluzione del mercato, si ritiene opportuno considerare sia i volumi sia i ricavi. Infatti un'analisi che ponga la dinamica del mercato in relazione al numero di collegamenti venduti da ciascun operatore può compensare le difficoltà di imputazione dei ricavi a ciascuna tipologia di servizio riconducibile all'offerta di capacità dedicata.

166. A tal proposito occorre evidenziare che le caratteristiche del mercato in esame suggeriscono di considerare stabile una quota di mercato che oscilli in un intervallo del 5%, centrato sul valore all'inizio della rilevazione. Infatti, si deve tener presente che:

- a. le contrattazioni nascono dall'interazione fra un ristretto gruppo di soggetti;
- b. le contrattazioni raramente riguardano singoli collegamenti;
- c. la struttura degli sconti favorisce la stipula di contratti di lunga durata e riferiti ad una pluralità di servizi (ad esempio, Telecom Italia offre sconti per fatturato e per contratti con forniture pianificate nel tempo).

167. Pertanto la domanda di mercato è generata da un limitato numero di contrattazioni per ottenere la fornitura di un insieme complesso di servizi. Di

conseguenza, la dinamica delle quote di mercato presenta un insieme di discontinuità, che suggerisce di non considerare come permanenti variazioni che potrebbero essere dovute, al limite, al trasferimento o alla cessazione di pochi contratti.

168. In termini di ricavi il mercato è passato da 735,6 milioni di euro nel 2000 a 493,3 milioni di euro nel 2003. La seguente tabella illustra la dinamica dei ricavi nel mercato in esame.

Tabella 4 - Linee affittate a bassa e alta velocità - Ricavi (2000-2003)

Ricavi (milioni di euro)	2000	2001	2002	2003
Analogici	138	112	92	72
Digitali insieme minimo	577	466	431	388
Totale bassa velocità (analogici e digitali fino a 2 Mbit/s)	715	578	523	460
Digitali alta velocità (maggiori di 2 Mbit/s e fino a 155 Mbit/s)	20	31,6	28,2	31,4
Totale	735	609,6	551,2	491,4

Fonte: elaborazioni Autorità su dati forniti dagli operatori.

169. Per quanto riguarda i circuiti a bassa velocità (analogici e digitali fino a 2 Mbit/s), il mercato è passato dai 715 milioni di euro del 2000 a circa 460 stimati per il 2003, con un decremento del 35% dall'inizio del periodo di osservazione e del 12% rispetto al 2002. In termini di incidenza relativa sul valore complessivo delle linee affittate a bassa velocità, i circuiti analogici rappresentano il 16%, contro il 24% dei circuiti digitali fino a 64 kbit/s (inclusi), il 23% del segmento 64 kbit/s-2 Mbit/s (esclusi) e il rimanente 37% del segmento a 2 Mbit/s.

170. Per quanto riguarda i circuiti ad alta velocità (maggiori di 2 Mbit/s e fino a 155 Mbit/s inclusi) l'evoluzione del mercato risente della rapida contrazione dei prezzi unitari, a fronte di volumi in forte aumento. Il valore dei ricavi nel 2003 è stimabile in circa 31,4 milioni di euro, in crescita di circa il 57 % rispetto all'inizio del periodo di osservazione e dell'11% rispetto al 2002. Si segnala, inoltre, la contrazione del mercato nel 2002 rispetto al 2001, effetto principalmente dovuto alla riduzione dei ricavi di Telecom Italia (significativa riduzione dei prezzi unitari, a fronte di volumi in lieve aumento). Si rileva, infine, che i ricavi generati dalla vendita di circuiti ad alta velocità rappresentano poco più del 6% dei ricavi di mercato nell'anno 2003.

171. La dinamica di mercato dei circuiti digitali, in termini di volumi venduti, è illustrata in due modi differenti:

- a. rilevando il numero effettivo di circuiti installati;
- b. rilevando la capacità venduta, espressa in termini di linee equivalenti a 2 Mbit/s.

172. I volumi di linee digitali venduti possono essere espressi in termini di “collegamenti equivalenti ad una velocità di 2 Mbit/s”.²² In tal modo, si può far riferimento ad un’unica unità di misura della capacità complessivamente venduta e, al contempo, si può utilizzare il medesimo parametro per effettuare un’analisi delle diverse classi di velocità presenti sul mercato. Di conseguenza, la dimensione del mercato cui faremo riferimento in tal caso deve essere intesa come espressione della capacità acquistata, piuttosto che come indicazione del numero di collegamenti “fisici” attivati.

173. La misurazione dei volumi in circuiti equivalenti a 2 Mbit/s risulta sottostimare il reale numero dei collegamenti inferiori a 2 Mbit/s e sovrastimare quello dei collegamenti superiori ai 2 Mbit/s. Come si vedrà di seguito, data la gamma dei collegamenti offerti dagli operatori, l’effetto prevalente risulta essere il secondo.

174. Il numero dei collegamenti fisici totali, analogici e digitali, è passato da circa 280.000 nel 2000 a circa 204.000 nel 2003. Le seguenti tabelle forniscono il dettaglio per tipologia di collegamento del numero effettivo dei circuiti installati e dei tassi di crescita nel periodo della rilevazione:

Tabella 5 - Linee affittate *retail* – Numero di collegamenti installati –

Numero collegamenti	2000	2001	2002	2003
Analogici	117.054	102.938	99.162	92.286
Digitali fino a 64kbit/s	111.363	93.072	76.548	60.050
128 kbit/s < Digitali < 2Mbit/s	37.800	42.932	38.690	33.252
Digitali 2 Mbit/s	13.157	15.875	16.513	18.436
Totale bassa velocità (analogici e digitali fino a 2 Mbit/s)	279.374	254.817	230.913	204.024
Digitali alta velocità (maggiori di 2 Mbit/s e fino a 155 Mbit/s)	305	452	500	530
Totale	279.679	255.269	231.413	204.554

Fonte: elaborazioni Autorità su dati forniti dagli operatori.

²² La conversione in circuiti equivalenti a 2 Mbit/s non è stata effettuata per i circuiti analogici che, di conseguenza, sono stati tenuti separati dai digitali. I volumi dei circuiti analogici, quindi, riflettono il numero effettivo di linee attivate.

Tabella 6 - Linee affittate *retail* – Tassi di crescita – Collegamenti installati –

Numero collegamenti	2000 - 2003	2002 – 2003
Analogici	-21,2%	-6,9%
Digitali fino a 64kbit/s	-46,1%	-21,6%
128 kbit/s < Digitali < 2Mbit/s	-12,0%	-14,1%
Digitali 2 Mbit/s	40,1%	11,6%
Totale bassa velocità (analogici e digitali fino a 2 Mbit/s)	-27,0%	-11,6%
Digitali alta velocità (maggiori di 2 Mbit/s e fino a 155 Mbit/s)	73,8%	6,0%
Totale	-26,8%	-11,6%

Fonte: elaborazioni Autorità su dati forniti dagli operatori.

175. Le tabelle mostrano che:

- a. per quanto riguarda i circuiti analogici, il numero complessivo dei circuiti installati appare in forte diminuzione, anche se a fine 2003 rappresenta ancora circa il 45% del numero complessivo di circuiti installati;
- b. per quanto riguarda i circuiti digitali fino a 2 Mbit/s, il numero complessivo dei circuiti installati appare in forte diminuzione;
- c. per quanto riguarda i circuiti digitali a 2 Mbit/s, il numero complessivo dei circuiti installati appare in significativo aumento;
- d. per quanto riguarda i circuiti ad alta velocità, il numero dei circuiti installati appare in forte crescita e raggiunge circa 530 collegamenti a fine 2003.

176. Le tabelle seguenti forniscono una stima della capacità digitale venduta nel periodo della rilevazione, espressa in termini di circuiti equivalenti a 2 Mbit/s e dei tassi di crescita registrati nel medesimo periodo.

Tabella 7 - Linee affittate *retail* – Capacità venduta

Numero collegamenti	2000	2001	2002	2003
Digitali fino a 2 Mbit/s	3.959	3.779	3.274	2.439
Digitali 2 Mbit/s	13.157	15.875	16.513	18.436
Totale bassa velocità (digitali fino a 2 Mbit/s)	17.116	19.654	19.787	20.875
Digitali alta velocità	5.334	9.497	12.101	16.055

(maggiori di 2 Mbit/s e fino a 155 Mbit/s)				
Totale	22.450	29.151	31.888	36.930

Fonte: elaborazioni Autorità su dati forniti dagli operatori.

Tabella 8 - Circuiti digitali – Tassi di crescita – Capacità venduta

Numero collegamenti	2000 - 2003	2002 – 2003
Digitali fino a 2 Mbit/s	-38,4%	-25,5%
Digitali 2 Mbit/s	40,1%	11,6%
Totale bassa velocità (digitali fino a 2 Mbit/s)	22,0%	5,5%
Digitali alta velocità (maggiori di 2 Mbit/s e fino a 155 Mbit/s)	201,0%	32,7%
Totale	64,4%	15,8%

Fonte: elaborazioni Autorità su dati forniti dagli operatori.

177. Le tabelle mostrano che:

- a. per quanto riguarda i circuiti digitali inferiori a 2 Mbit/s, la capacità venduta risulta di circa 2400 circuiti equivalenti a 2 Mbit/s a fine 2003 ed appare in forte diminuzione;
- b. per quanto riguarda i circuiti a 2 Mbit/s, il numero dei circuiti e la capacità venduta risultano in significativa crescita; il numero di circuiti a 2 Mbit installati si stima in circa 18.400 per l'anno 2003;
- c. per quanto riguarda i circuiti ad alta velocità, la capacità venduta risulta di circa 16.000 circuiti equivalenti a 2 Mbit per l'anno 2003, e mostra una crescita sostenuta.

178. La domanda di capacità trasmissiva digitale può essere illustrata analizzando il contributo di ciascuna classe di velocità al totale dei collegamenti effettivamente installati:

Tabella 9 - Circuiti digitali – Collegamenti installati – Incidenza sul totale digitali (2003)

Digitali fino a 2 Mbit/s	Digitali a 2 Mbit/s	Digitali ad alta velocità
83,11%	16,42%	0,47%

Fonte: elaborazioni Autorità su dati forniti dagli operatori.

179. La tabella seguente mostra l'incidenza, sui volumi totali dei circuiti digitali, dei volumi venduti nelle diverse classi di velocità digitali quando espressi in termini di capacità venduta.

Tabella 10 - Circuiti digitali – Capacità venduta – Incidenza sul totale digitali – 2003

Digitali fino a 2 Mbit/s	Digitali a 2 Mbit/s	Digitali ad alta velocità
6,61%	49,92%	43,47%

Fonte: elaborazioni Autorità su dati forniti dagli operatori.

180. Per quanto riguarda le quote di mercato, è importante ricordare che le Linee guida della Commissione, nell'attribuire alle NRA il compito di definire i criteri più adatti per misurare la presenza sul mercato delle imprese, precisano che *“a titolo esemplificativo, i proventi delle linee affittate, la capacità affittata o il numero di punti terminali delle linee affittate possono fungere da eventuali parametri del potere relativo dell'impresa nei mercati delle linee affittate. Come rilevato dalla Commissione, il numero in sé dei punti terminali della linea affittata non tiene conto dei diversi tipi di linee affittate disponibili sul mercato, che vanno dalle linee affittate analogiche per la trasmissione vocale, alle linee affittate digitali ad alta velocità, dalle linee affittate locali alle linee a lunga distanza internazionali. Tra i due elementi, i ricavi delle linee affittate rappresentano forse il criterio di misurazione più trasparente e meno difficile”* (par. 77 Linee guida).

181. In considerazione di quanto suggerito dalla Commissione, nella tabella seguente si illustrano le quote di mercato in ricavi di Telecom Italia, con riferimento alla definizione del mercato (collegamenti analogici e digitali fino a 155 Mbit/s inclusi) illustrata nel capitolo precedente.

Tabella 11 - Linee affittate a bassa ed alta velocità - Quota di mercato Telecom Italia -

	2000	2001	2002	2003
Quota di mercato in ricavi	95%	93%	91%	88%

Fonte: elaborazioni Autorità su dati forniti dagli operatori.

182. Dalla tabella si può rilevare una progressiva riduzione delle quote di mercato di Telecom Italia che permangono però molto elevate.

183. La quota di Telecom Italia nel mercato in esame (collegamenti analogici e digitali fino a 155 Mbit/s inclusi) risulta particolarmente elevata. Il riscontro di una quota di mercato significativamente superiore al 50%, conformemente al paragrafo 75 delle Linee guida, è di per sé una prova dell'esistenza di una posizione dominante.

3.1.2. *L'analisi prospettica*

184. Il mercato delle linee affittate si trova in una fase di maturità e tende sempre più verso servizi di elevata qualità, mentre la domanda per accesso a Internet e reti commutate sta convergendo verso soluzioni a banda larga simmetriche e asimmetriche.

185. Nel biennio 2004-2005 si prevede un'ulteriore riduzione dei ricavi, sia per effetto della riduzione dei prezzi sia per effetto della migrazione della clientela verso soluzioni alternative, meno costose, sebbene con prestazioni non confrontabili a quelli delle linee affittate.

186. Il segmento delle linee analogiche continuerà a ridursi a favore dei circuiti digitali, anche se il decremento sarà meno veloce rispetto alle previsioni formulate negli ultimi anni, per effetto dell'esistenza di applicazioni tradizionali basate su interfacce analogiche che non necessitano di prestazioni elevate e del prezzo più contenuto di tali soluzioni.

187. Nel segmento dei circuiti digitali a bassa velocità proseguirà la migrazione verso le velocità più elevate e verso soluzioni alternative basate su reti commutate. Il segmento a 2 Mbit/s si confermerà come quello più importante e dinamico, in quanto spesso costituisce l'unica soluzione disponibile per clienti con esigenze di comunicazione sofisticate in aree territoriali non coperte da tecnologie alternative.

188. Dal punto di vista del contesto competitivo, non si prevede uno sviluppo rilevante di nuove infrastrutture alternative a quelle di Telecom Italia. La concorrenza si sta sviluppando innanzitutto sulle velocità più elevate e attraverso l'offerta di soluzioni a maggiore valore aggiunto che si integrano con le più tradizionali offerte di capacità basate su SDH.

3.1.3. *Criteri aggiuntivi di valutazione del potere di mercato. Vincoli che agiscono dal lato dell'offerta: barriere all'ingresso, economie di scala, di densità e di diversificazione, integrazione verticale, accesso alle risorse finanziarie*

189. La valutazione del significativo potere di mercato non può prescindere da un'analisi approfondita delle caratteristiche economiche del mercato rilevante. L'Autorità ritiene che, in relazione al mercato delle linee affittate delle basse ed alte velocità (collegamenti analogici e digitali fino a 155 Mbit/s inclusi), oltre alla dinamica del mercato e all'ampiezza delle quote detenute dai singoli operatori, i criteri più importanti per la valutazione del significativo potere di mercato siano i seguenti:

- 1) la dimensione delle barriere all'ingresso;
- 2) la presenza di economie di scala, di densità e di diversificazione;
- 3) l'integrazione verticale;
- 4) la difficoltà di accesso alle risorse finanziarie;

Si ritiene, invece, che i vantaggi a livello tecnologico non costituiscano un importante elemento di valutazione del grado di concorrenza presente nel mercato in esame. La tecnologia sottostante l'offerta di linee affittate, infatti, è alquanto matura e nessun operatore gode in maniera esclusiva o preferenziale di un tale beneficio.

190. Per quanto riguarda il primo punto, la presenza di elevate barriere all'ingresso nel mercato in esame potrebbe incoraggiare, in linea di principio, condotte anticoncorrenziali da parte delle imprese in possesso di una quota di mercato significativa. Tali barriere, infatti, scoraggiando le nuove imprese ad entrare, riducono la possibilità per la concorrenza potenziale di esercitare un vincolo competitivo ai comportamenti di mercato delle imprese già esistenti.

191. I principali ostacoli all'accesso al mercato in esame sono di natura strutturale. Per poter offrire un servizio di linee affittate, infatti, un operatore deve sviluppare una rete capillare, il che richiede ingenti investimenti difficilmente recuperabili in caso di uscita dal mercato (*sunk costs*) e tempi di realizzazione particolarmente lunghi. Oltre agli investimenti in infrastrutture di telecomunicazione, gli operatori nuovi entranti devono sostenere elevati costi in attività di marketing per la creazione di una base di utenti sufficientemente ampia; tali costi sono ancora più difficilmente recuperabili in caso di uscita dal mercato.

192. Trattandosi inoltre di un mercato piuttosto maturo, caratterizzato da volumi alquanto stabili, i livelli di rischio associati agli investimenti risultano particolarmente elevati per le imprese nuove entranti. Per tale ragione, sino ad oggi, gli OLO hanno concentrato i propri investimenti soprattutto nella costruzione di reti di *backbone*, caratterizzate da maggiori possibilità di riconversione ad utilizzi e clienti diversi e da alte probabilità di sfruttare l'intera capacità installata nel corso della vita utile dell'investimento.

193. Tuttavia, un operatore che voglia offrire un servizio di linee affittate di tipo *end-to-end* su infrastruttura proprietaria deve potere disporre anche di un'infrastruttura di accesso caratterizzata da un maggior livello di specificità rispetto ai clienti finali e, quindi, da maggiori livelli di rischio. Per tale ragione, gli investimenti nelle infrastrutture di accesso costituiscono ancora un fenomeno marginale, limitato alle aree a maggiore densità di clienti di medio-grandi dimensioni e con esigenze avanzate di connettività. In alcune aree metropolitane, un solo operatore sta progressivamente realizzando un'infrastruttura di accesso in fibra ottica relativamente capillare. Va rilevato però che tale operatore ha potuto beneficiare della possibilità di utilizzare, per l'offerta di servizi di tipo televisivo, infrastrutture civili realizzate a metà degli anni '90 da Telecom Italia nelle città maggiori (cfr. caso Seat Pagine Gialle – Cecchi Gori Communications, Antitrust C.1458), nonché della possibilità di accedere a risorse finanziarie attraverso un processo di quotazione in una fase congiunturale positiva per il settore delle comunicazioni. Si ritiene quindi che non vi siano elementi oggettivi per affermare che tale modello possa essere agevolmente replicato nel breve e medio periodo da parte di altri operatori, sia nelle stesse aree sia in nuove aree.

194. Per l'insieme delle considerazioni esposte, l'Autorità riconosce che le infrastrutture su cui si basano i servizi di linee affittate sono difficilmente replicabili con l'estensione e la capillarità della rete di Telecom Italia. La regolamentazione finora introdotta nel mercato *wholesale* delle linee affittate, offrendo un'alternativa alla realizzazione di reti di accesso proprietarie ed, in particolare, l'opportunità di trasformare parte dei costi fissi legati alla costruzione di infrastrutture in costi variabili, ha attenuato le barriere all'ingresso senza, tuttavia, riuscire a generare una concorrenza effettiva nel mercato in esame.

195. Per quanto riguarda il secondo punto, la presenza nel mercato in esame di ingenti economie di scala, di densità e di diversificazione determina ulteriori condizioni di vantaggio di Telecom Italia rispetto agli operatori alternativi.

196. Le tecnologie sottostanti alla fornitura di servizi di linee affittate sono caratterizzate da un elevato rapporto tra costi fissi e costi variabili. La fornitura di tali servizi avviene pertanto in un regime di rendimenti crescenti che dà luogo ad elevate economie di scala: all'aumentare dei volumi venduti si riducono progressivamente i costi unitari. La presenza di economie di scala traspare inoltre implicitamente dalle condizioni di offerta sino ad oggi praticate agli utenti finali da Telecom Italia, che prevedono infatti l'applicazione di sconti a volume. Finora, attraverso la regolamentazione delle offerte *wholesale* con prezzi orientati ai costi e l'introduzione, anche a tale livello, di sconti in funzione dei volumi acquistati, tutti gli operatori attivi nel mercato al dettaglio, indipendentemente dalle dimensioni, hanno potuto beneficiare di quelle economie di scala che si realizzano nella produzione degli *input* e che sono proprie del mercato all'ingrosso. Invece, quelle economie di scala che tipicamente si producono nel mercato *retail*, nello svolgimento delle attività di *marketing* e di gestione del cliente, rimangono solo prerogativa degli operatori con volumi maggiori e non sono conseguibili dai concorrenti di dimensioni minori. Tali economie di scala sono rese ancor più rilevanti dalle elevate economie di densità facilmente conseguibili nella fornitura di linee affittate: il costo della fornitura del servizio in esame decresce all'aumentare del numero di utenti serviti in una determinata area geografica.²³ L'esistenza di elevate economie di densità è una delle principali ragioni per le quali lo sviluppo di offerte alternative a quella di Telecom Italia si sta realizzando, come si è detto sopra, nelle aree metropolitane caratterizzate da una maggiore concentrazione di clienti *business* (Milano, Roma, Torino). Tuttavia, anche in tali aree, Telecom Italia possiede ancora una base di utenti significativamente più ampia che le consente di offrire i propri servizi in modo più efficiente.

197. Come le economie di scala, anche le economie di diversificazione si realizzano sia nelle attività proprie del mercato *retail* di linee affittate sia in quelle del

²³ Per economie di densità si intendono quelle riduzioni nei costi unitari che si verificano all'aumentare della concentrazione abitativa della clientela servita. Nel settore delle comunicazioni tali economie si verificano in quanto, a parità di estensione della rete locale, i costi unitari sono tanto minori quanto maggiore è il numero di utenti presenti nell'area servita dalla rete locale.

corrispondente mercato *wholesale*. La rete di comunicazione utilizzata per la fornitura di linee affittate al dettaglio può essere infatti utilizzata per offrire anche altri servizi di telecomunicazione, quali la trasmissione di dati e il trasporto di voce e video. Pertanto, anche con riferimento alle economie di diversificazione, i rimedi finora imposti a livello *wholesale*, e in particolare l'orientamento al costo, hanno avuto l'obiettivo di limitare il trasferimento nel mercato *retail* del vantaggio competitivo derivante dal godimento di tali economie a livello *wholesale*. Per quel che riguarda invece le economie di diversificazione che si generano nelle attività relative alla commercializzazione dei servizi ai clienti finali, pur essendo leggermente inferiori rispetto a quelle che si originano sul mercato all'ingrosso, esse determinano di fatto un vantaggio significativo per quegli operatori che sono in grado di veicolare un più ampio portafoglio di prodotti/servizi. Telecom Italia, ad oggi, è l'operatore che offre alla clientela la maggiore varietà di servizi. Se si pensa ai costi pubblicitari, commerciali e di *marketing* che la fornitura di tali servizi comporta, si comprende facilmente che, in un mercato ancora marginalmente aperto alla concorrenza, lo sviluppo e il lancio di un'offerta altrettanto ampia non sembra assolutamente alla portata degli operatori alternativi.

198. Le considerazioni svolte evidenziano che le barriere all'ingresso legate all'entità degli investimenti, alle economie di scala e di diversificazione rimangono consistenti.

199. In relazione al terzo punto, l'unico operatore che dispone di un'effettiva e totale integrazione verticale lungo tutta la catena del valore rimane Telecom Italia. Essendo una condizione difficilmente replicabile per gli operatori alternativi, l'elevata integrazione verticale conferisce a Telecom Italia un notevole vantaggio competitivo, in termini di riduzione dei costi di transazione, maggiori opportunità di differenziazione dei propri servizi da quelli dei concorrenti e appropriazione di margini di profitto. Anche altri operatori *facilities based* possono beneficiare degli effetti dell'integrazione verticale, ma nessuno con intensità paragonabile a quella di Telecom Italia, in quanto permane sempre l'utilizzo di alcune componenti acquistate all'ingrosso. Inoltre, in presenza di un'eventuale dominanza di Telecom Italia nel mercato *wholesale*, potrebbe profilarsi il rischio di trasferimenti del potere di mercato detenuto sul mercato a monte in quello a valle. L'introduzione nel mercato all'ingrosso di obblighi di non discriminazione, anche con riferimento a fattori diversi dal prezzo, di separazione contabile ed orientamento al costo ridurrebbe solo parzialmente tale rischio.

200. Per quanto riguarda l'ultimo punto, si consideri che per le imprese di più recente costituzione può risultare difficile accedere alle risorse finanziarie nella misura necessaria e a condizioni favorevoli. Il mercato dei capitali tende infatti a discriminare i nuovi entranti e a favorire imprese con una tradizione solida ed un *rating* elevato. Ciò si verifica anche all'interno del settore delle telecomunicazioni, investito peraltro negli ultimi anni da un marcato calo di interesse da parte degli investitori. E' evidente che Telecom Italia, grazie alle sue notevoli dimensioni, alla diversificazione delle attività e ai *credit ratings* favorevoli, è ritenuto un operatore poco rischioso e può accedere al credito a condizioni più favorevoli rispetto ai nuovi entranti. L'esposizione finanziaria raggiunta da molti operatori rende invece difficile reperire nuovi fondi in relazione tanto

al capitale di rischio quanto a quello di debito. Sulla base delle analisi di bilancio condotte sugli ultimi dati ufficiali disponibili, i dati indicano che, tra i principali operatori di rete fissa, solo un numero assai limitato di operatori è in grado di presentare un utile netto positivo, oltre Telecom Italia. Riguardo agli altri operatori, gli obiettivi di recupero di redditività sono di norma tali da non lasciare prevedere, perlomeno nel breve periodo, rilevanti investimenti nella realizzazione di reti alternative.

3.1.4. Criteri aggiuntivi di valutazione del potere di mercato. Vincoli che agiscono dal lato della domanda: barriere al cambiamento e contropotere d'acquisto

201. La possibilità di cambiare fornitore da parte dei clienti in seguito a variazioni di prezzo e qualità delle offerte può condizionare in modo significativo il livello effettivo di concorrenza presente sul mercato. Si ritiene che nel mercato delle linee affittate al dettaglio esistano diversi fattori che possono ostacolare il passaggio da un fornitore ad un altro, di natura contrattuale ed economica. Relativamente ai vincoli di tipo contrattuale, le penali applicate in caso di recesso dai contratti, tipicamente di durata pluriennale, rappresentano un primo deterrente al cambiamento di fornitore. La struttura di questi contratti prevede, inoltre, l'esistenza di costi fissi ed elevati al momento dell'attivazione del servizio. Nel caso in cui si decida di passare ad un altro operatore, non solo occorre sostenere nuovamente tali costi, ma bisogna anche aggiungere un insieme di costi non direttamente monetizzabili, quali quelli legati ai tempi necessari per la definizione dei nuovi contratti o alla gestione dei possibili disservizi che si vengono a creare nella transizione. Riguardo alle barriere economiche, occorre ancora segnalare che la maggior parte dei clienti è spesso poco propensa ad adottare un approccio di fornitura *multi-vendor* e preferisce piuttosto rivolgersi ad un unico fornitore. La scelta di un unico fornitore favorisce infatti l'accesso a sconti a volume, nonché una maggiore omogeneità del livello delle prestazioni sull'intera rete, e può avvantaggiare un operatore come Telecom Italia. Si ritiene, infine, che le barriere di tipo tecnologico abbiano un peso scarso, grazie soprattutto alla maturità e alla standardizzazione che caratterizza questi servizi.

202. I fornitori possono vedere limitato il proprio potere di mercato quando esiste una domanda che dispone di notevole forza contrattuale e negoziale. Solitamente questo avviene quando i clienti possono proporre in modo credibile la minaccia di servirsi altrove e hanno dimensioni tali che gli operatori non possono non tenere in considerazione i volumi da essi acquistati. Gli acquirenti dei servizi di linee affittate, essendo grandi banche, aziende e pubblica amministrazione potrebbero essere in grado di esercitare un certo contropotere nei confronti degli operatori minori, che presumibilmente risentono di più delle decisioni dei clienti. E' difficile invece ipotizzare che questo accada nei confronti di Telecom Italia, soprattutto per la scala produttiva e la diversificazione delle sue attività.

3.2. Conclusioni sul grado di concorrenzialità del mercato

203. In base all'analisi svolta, l'Autorità ritiene che nel mercato al dettaglio delle linee affittate delle basse ed alte velocità, fino ai 155 Mbit/s inclusi, non sussistano condizioni di concorrenza effettiva e che l'operatore Telecom Italia detenga un significativo potere di mercato.

7. Si condividono le conclusioni raggiunte dall'Autorità in merito alla valutazione del grado di concorrenza nel mercato delle linee affittate al dettaglio delle basse ed alte velocità ed all'individuazione dell'operatore Telecom Italia quale unico operatore con significativo potere di mercato?

4. DEFINIZIONE DEGLI OBBLIGHI PER LE IMPRESE CHE DISPONGONO DI UN SIGNIFICATIVO POTERE DI MERCATO

4.1. Principi e riferimenti normativi per la definizione di obblighi regolamentari nei mercati rilevanti

204. Ai sensi dell'art. 19, commi 3 e 5, del Codice, qualora l'Autorità accerti che un mercato non sia effettivamente concorrenziale, è chiamata a valutare l'opportunità di mantenere, modificare o revocare gli obblighi regolamentari vigenti. L'art. 5, comma 4, del Codice prevede che gli obblighi imposti dall'Autorità, in seguito all'individuazione di un operatore con significativo potere di mercato, siano proporzionati e giustificati alla luce degli obiettivi e principi dell'attività regolamentare.

205. Con particolare riferimento ai mercati delle linee affittate, il Codice disciplina in articoli differenti, e in modo differente, i circuiti diretti facenti parte del set minimo e gli altri circuiti diretti, in linea con quanto indicato al considerando 28 della direttiva sul servizio universale: "la fornitura di linee affittate al di fuori dell'insieme minimo di linee affittate dovrebbe essere contemplata dalle disposizioni regolamentari generali in materia di fornitura al dettaglio piuttosto che da prescrizioni specifiche riguardanti la fornitura dell'insieme minimo".

206. Per quanto riguarda l'insieme minimo di linee affittate, l'art. 68 del Codice prevede che qualora, ad esito delle analisi di mercato, si accerti che il mercato per la fornitura di parte o della totalità dell'insieme minimo di linee affittate non sia effettivamente concorrenziale, l'Autorità debba individuare le imprese con significativo potere di mercato, nella totalità o in parte dell'intero territorio nazionale, e debba imporre a dette imprese l'obbligo di fornitura dell'insieme minimo, secondo i requisiti fissati dalla direttiva n. 92/44/CE, nonché gli obblighi elencati nell'Allegato 8 al Codice delle comunicazioni. Questi ultimi consistono nell'obbligo di non discriminazione, di trasparenza e, ove ritenuto necessario dall'Autorità, di orientamento al costo e di attuazione di una contabilità dei costi.

207. Per quanto riguarda, invece, le altre classi di capacità rientranti nel mercato delle linee affittate *retail*, a norma dell'art. 67, comma 2, del Codice gli obblighi imposti alle imprese devono basarsi sulla natura della restrizione della concorrenza accertata e devono essere proporzionati e giustificati al fine di conseguire gli obiettivi elencati nell'art. 4, comma 1, e nell'art. 13, commi 4 e 6, del Codice. Tali obblighi possono includere, inter alia, il rispetto di determinati massimali di prezzi al dettaglio, il controllo delle singole tariffe ed il loro orientamento al costo, il divieto di praticare prezzi predatori o che impediscano l'ingresso sul mercato di nuovi operatori. Inoltre, ai sensi dell'art. 67, comma 4, del Codice l'Autorità può richiedere alle imprese soggette a regolamentazione delle tariffe di applicare i necessari ed adeguati sistemi di contabilità dei costi, dei quali può specificare la forma ed il metodo.

208. Dalle considerazioni appena svolte risulta evidente che il Codice disciplina in modo più stringente le linee affittate facenti parte del set minimo rispetto alle altre classi

di velocità. L'Autorità, al fine di adottare i rimedi regolamentari più appropriati per il mercato nazionale dei collegamenti diretti analogici e digitali fino a 155 Mbit/s inclusi, deve tenere conto di tale differente normativa.

4.2. Rimedi proposti per il mercato delle linee affittate al dettaglio

209. In esito alle analisi di mercato di cui all'art. 19, comma 1, del Codice delle comunicazioni elettroniche, l'Autorità ha concluso che la società Telecom Italia S.p.A. dispone di significativo potere di mercato, ai sensi dell'art. 17, comma 2, del Codice, nel mercato nazionale dei collegamenti diretti analogici e digitali fino a 155 Mbit/s inclusi.

210. L'Autorità ha altresì concluso che il mercato dei collegamenti digitali superiori ai 155 Mbit/s non sia suscettibile di regolamentazione ex ante. Pertanto, con il presente provvedimento, l'Autorità intende rimuovere gli obblighi regolamentari esistenti relativamente a tale mercato.

4.2.1. Valutazione delle problematiche competitive

211. Come evidenziato dall'analisi di mercato, i principali problemi concorrenziali nel mercato delle linee affittate al dettaglio possono conseguire all'integrazione verticale dell'operatore notificato nel mercato in esame, nonché alle caratteristiche strutturali del mercato.

212. In tal senso, va primariamente ricordato che l'operatore verticalmente integrato che controlli la fornitura di un *input* essenziale potrebbe, in virtù di tale peculiare condizione, porre in essere condotte finalizzate ad impedire che si sviluppi un adeguato livello di concorrenza nell'offerta dei servizi ai clienti finali.

213. Più precisamente, in presenza di un mercato a valle potenzialmente competitivo, i comportamenti anticoncorrenziali di un operatore integrato verticalmente perseguirebbero i seguenti fini:

- a. elevare le barriere all'ingresso;
- b. trasferire il proprio potere nel mercato a valle.

214. Entrambi gli obiettivi possono essere perseguiti attraverso politiche che modificano le condizioni economiche e tecniche che caratterizzano tanto il mercato a monte quanto quello a valle.

215. In presenza di un mercato all'ingrosso non regolamentato, la pratica anticoncorrenziale a cui più frequentemente ricorre un operatore integrato che controlla un input essenziale è il rifiuto di fornitura del suddetto input ad operatori concorrenti nel mercato a valle. Tale rifiuto può non essere necessariamente esplicito, ma può essere realizzato attraverso la proposta di condizioni economiche e tecniche di fornitura all'ingrosso che rendono sostanzialmente impossibile l'accesso all'input essenziale.

216. Viceversa, in presenza di un obbligo di fornitura nel mercato a monte, le pratiche anticoncorrenziali dell'operatore integrato, non potendo impedire l'accesso all'*input* essenziale, saranno direttamente volte ad alterare le dinamiche concorrenziali del mercato a valle. In tal caso, i comportamenti dell'operatore integrato saranno rivolti ad impedire che nel mercato a valle si creino condizioni economiche e tecniche tali da permettere la diffusione di offerte alternative. In particolare, si possono ipotizzare comportamenti anticoncorrenziali basati sulla maggiore disponibilità di informazioni tecniche e commerciali dell'operatore integrato, offerte congiunte di servizi diversi, livelli di prezzo e di qualità non replicabili da parte dei concorrenti, discriminazione nelle condizioni di offerta praticate alla clientela finale, sussidi incrociati.

217. I potenziali problemi concorrenziali connessi alla presenza di un operatore verticalmente integrato che controlla un input essenziale possono essere opportunamente fronteggiati dalla regolamentazione del mercato a monte, così da assicurare che l'operatore integrato verticalmente non possa sfruttare tale condizione per mantenere, o consolidare, la propria forza nel mercato al dettaglio. Nell'ambito dell'analisi dei corrispondenti mercati *wholesale* (riconducibili ai mercati nn.13 e 14 della raccomandazione della Commissione Europea sui mercati rilevanti), si rende necessario, quindi, definire obblighi regolamentari atti a prevenire che l'operatore integrato verticalmente e notificato in entrambi i mercati alteri in modo durevole e significativo le dinamiche concorrenziali del mercato a valle.

218. A prescindere dai possibili problemi concorrenziali scaturenti dalla integrazione verticale, alcune particolari caratteristiche strutturali del mercato al dettaglio appaiono in ogni caso tali da costituire il fondamento per possibili problemi concorrenziali e per la conseguente introduzione di adeguati rimedi a livello di mercato al dettaglio.

219. Le caratteristiche strutturali che più influenzano la situazione competitiva nel mercato in esame sono:

- a. la limitata redditività dei servizi offerti, che rende difficile la remunerazione degli elevati investimenti che gli operatori alternativi dovrebbero sostenere per raggiungere il cliente finale, sia nel caso di sviluppo di una propria infrastruttura, sia per la commercializzazione dei propri servizi;
- b. la presenza di elevate economie di scala e di scopo, che comporta una notevole diminuzione dei costi medi all'aumentare dei volumi venduti e della gamma dei servizi offerti;
- c. la struttura tipica dei contratti - sconti per volumi di spesa, prestazioni aggiuntive, durata contrattuale elevata - e la complessità dei servizi richiesti, che comportano un considerevole aumento dei costi di transazione legati alla sostituzione del fornitore.

220. In tale contesto, un operatore con un'elevata quota di mercato detiene un evidente vantaggio che gli consente di comportarsi in misura notevole in modo indipendente dai concorrenti, dai clienti e, in definitiva, dai consumatori. In particolare, si può ipotizzare che un operatore con un significativo potere nel mercato in esame

possa praticare stabilmente prezzi più elevati dei propri concorrenti senza incorrere in significative riduzioni dei volumi venduti, ricorrere a politiche di prezzi predatori per scoraggiare l'ingresso nel mercato o per ridurre il numero dei concorrenti, praticare discriminazioni economiche o tecniche tra i diversi gruppi di utenti, nonché utilizzare in modo inefficiente le risorse investite.

221. Nel mercato delle linee affittate al dettaglio, l'operatore notificato detiene una quota di mercato estremamente elevata che, nonostante gli interventi regolamentari adottati nell'ambito del precedente quadro normativo, non ha registrato una significativa riduzione nell'arco di tempo sottoposto ad analisi. Di conseguenza, le caratteristiche economiche e tecniche del mercato delle linee affittate al dettaglio non lasciano prevedere che nel corso dei prossimi diciotto mesi si possa assistere ad uno sviluppo della concorrenza nel mercato in esame.

222. Alla luce dell'analisi delle problematiche competitive evidenziate, nei paragrafi successivi l'Autorità espone le giustificazioni degli obblighi che intende imporre all'operatore notificato nel mercato di riferimento, tenendo conto della differente normativa applicabile ai circuiti diretti rientranti nell'insieme minimo ed a quelli che non vi rientrano.

4.2.2. *Obbligo di trasparenza e non discriminazione*

223. Con riferimento ai circuiti rientranti nell'insieme minimo, ai sensi dell'Allegato 8 del Codice, l'Autorità conferma l'obbligo di trasparenza affinché le informazioni relative alle specificazioni tecniche (comprese le caratteristiche fisiche ed elettriche e i dettagli delle specifiche tecniche e di prestazione che si applicano al punto terminale di rete), alle tariffe (compresi i costi di connessione iniziale, i canoni periodici e gli altri oneri) ed alle condizioni di fornitura siano pubblicate in forma facilmente accessibile.

224. Per quanto riguarda i circuiti diretti di capacità superiore a quelli rientranti nell'insieme minimo, al fine di verificare che l'operatore con significativo potere di mercato non ponga in essere comportamenti anticompetitivi, è necessario che le condizioni tecniche ed economiche praticate, siano trasparenti. Pertanto, l'Autorità reputa opportuno che il rispetto di tale principio si traduca nell'obbligo di pubblicare le condizioni economiche, le condizioni di fornitura ed i termini delle offerte commerciali di servizi di circuiti diretti non rientranti nel set minimo.

225. L'articolo 67, comma 2, del Codice sancisce, *inter alia*, che le imprese che dispongono di significativo potere di mercato "non accorpino in modo indebito i servizi offerti". L'Autorità ritiene che l'anticompetitività delle offerte di servizi congiunti proposte dall'operatore notificato debba essere valutata caso per caso, al fine di verificare che l'accorpamento di servizi e/o prodotti non sia volto a praticare sussidi incrociati tra servizi con un diverso grado di competitività.

8. *Si condividono gli orientamenti dell'Autorità in merito alle giustificazioni che sottendono l'imposizione dell'obbligo di trasparenza?*

226. Con riferimento ai circuiti diretti rientranti nell'insieme minimo, ai sensi dell'Allegato 8 al Codice, l'Autorità vigila affinché le imprese notificate quali aventi un significativo potere di mercato rispettino il principio di non discriminazione nel fornire le linee affittate. Tali imprese applicano requisiti simili in circostanze simili a imprese che forniscono servizi simili; esse forniscono ad altri linee affittate alle stesse condizioni e con gli stessi criteri qualitativi che applicano ai propri servizi, o se del caso, a quelli delle loro filiali o società partner. L'Autorità interpreta tale disposizione nel senso che Telecom Italia deve rispettare il principio di non discriminazione quando fornisce linee affittate in questo mercato. A livello *retail* ciò significa che Telecom Italia deve applicare condizioni simili in circostanze simili agli utenti finali.

227. Ai sensi dell'articolo 67, comma 2, del Codice, l'Autorità, al fine d'impedire che l'operatore notificato privilegi ingiustamente determinati utenti finali, impone a Telecom Italia l'obbligo di rispettare il principio di non discriminazione anche con riferimento ai circuiti diretti non rientranti nell'insieme minimo.

9. Si condividono gli orientamenti dell'Autorità in merito alle giustificazioni che sottendono l'imposizione dell'obbligo di non discriminazione?

228. L'Autorità propone di mantenere in vigore gli obblighi di pubblicazione attualmente vigenti in base ai quali Telecom Italia è tenuta a pubblicare le condizioni tecniche ed economiche, nonché le condizioni di fornitura delle offerte di linee affittate nello stesso giorno di avvio della commercializzazione ed in base ai quali, con riferimento ai circuiti diretti compresi nell'insieme minimo, Telecom Italia deve attenersi alle specifiche elencate nell'Allegato 8 del Codice.

229. Per quanto riguarda le condizioni di fornitura dei servizi di circuiti diretti analogici e digitali fino ai 155 Mbit/s inclusi, l'Autorità conferma quanto approvato con la delibera n. 304/03/CONS, e successivamente modificato dalla delibera n. 440/03/CONS. La delibera n. 304/03/CONS, in particolare, ha previsto una riformulazione da parte di Telecom Italia del *Service Level Agreement* di base per l'offerta *retail* che prevede anche tempi massimi di consegna garantiti nel 100% dei casi per ciascuna tipologia di circuito.

230. La delibera ha altresì previsto l'adozione di penali per il mancato rispetto, da parte di Telecom Italia, dei termini di consegna pari a quelle previste nella tabella 3 dell'allegato B della delibera n. 711/00/CONS e l'introduzione, da parte di Telecom Italia nella propria offerta, di opzioni migliorative, sottoscrivibili singolarmente e costituenti parte integrante delle relative offerte *retail*, rispetto alle condizioni contenute

all'interno del *Service Level Agreement* di base per quanto riguarda i tempi di ripristino, i tempi di riparazione e la disponibilità annua del circuito.

231. Inoltre, ogni qual volta Telecom Italia intenda offrire sul mercato più servizi accorpandoli in un'unica offerta, deve notificare tale offerta all'Autorità entro il termine di 30 giorni antecedenti alla commercializzazione, evidenziando separatamente il prezzo relativo ad ogni singolo servizio incluso nell'offerta, onde consentire la verifica di ammissibilità.

10. I soggetti interessati sono invitati a far conoscere la propria opinione circa l'adeguatezza degli strumenti proposti per garantire il rispetto degli obblighi di trasparenza e non discriminazione imposti all'operatore notificato.

4.2.3. Obblighi in materia di controllo dei prezzi

232. L'assenza di una concorrenza effettiva nel mercato in esame consentirebbe all'operatore notificato di praticare prezzi più elevati di quelli che prevarrebbero in un contesto competitivo.

233. Con riferimento ai circuiti rientranti nell'insieme minimo, l'Autorità, in considerazione della maggiore efficacia di una regolamentazione basata sugli incentivi rispetto ad una basata sui costi per il perseguimento degli obiettivi regolamentari, non ritiene necessario imporre l'obbligo di uno stretto orientamento al costo, così come consentito dall'Allegato 8 del Codice, e propone invece che ai circuiti diretti facenti parte dell'insieme minimo si applichi un meccanismo di programmazione dei prezzi su base pluriennale (c.d. *price cap*).

234. Con riferimento ai circuiti di velocità superiore ai 2 Mbit/s, l'imposizione di un massimale sui prezzi potrebbe apparire il rimedio regolamentare più appropriato, tra i diversi possibili obblighi previsti dall'art. 67, comma 2, del Codice. Tuttavia, l'Autorità, in considerazione delle caratteristiche del mercato in esame e delle problematiche competitive evidenziate, ritiene che l'imposizione di un massimale sul prezzo di ogni singolo servizio costituirebbe un rimedio regolamentare non proporzionato e giustificato alla luce degli obiettivi e principi di cui all'art. 13 del Codice stesso. Pertanto, al fine di stimolare l'operatore notificato ad un uso efficiente delle risorse di produzione, di garantirgli una maggiore flessibilità nella fissazione delle tariffe ed assicurare, al contempo, la tutela degli interessi degli utenti, l'Autorità propone di introdurre un meccanismo di programmazione su base pluriennale dei prezzi dei collegamenti di velocità superiore ai 2 Mbit/s, simile a quello imposto per i circuiti rientranti nell'insieme minimo.

235. Inoltre, in considerazione di quanto disposto all'art. 68 del Codice per quanto riguarda i circuiti diretti appartenenti all'insieme minimo, nonché dei problemi concorrenziali riscontrati in questo segmento del mercato, l'Autorità prevede che il meccanismo di programmazione dei prezzi sia più stringente per tali circuiti al fine di

consentire un maggiore controllo sulla distribuzione dei recuperi di efficienza tra le diverse classi di circuiti.

236. Tale scelta è coerente con gli interventi adottati per i servizi finali di telefonia vocale ed è in linea con quanto disposto dalla stessa delibera n. 304/03/CONS, ove tra l'altro l'Autorità, proprio nell'ottica di una successiva introduzione di un meccanismo di programmazione dei prezzi su base pluriennale, ha imposto a Telecom Italia una riduzione media dei prezzi dell'intero paniere dei servizi di circuiti diretti nazionali dell'ordine del 5,25% ed una specifica riduzione del 7% per i servizi di circuiti numerici di velocità pari a 2 Mbit/s.

237. Al fine di applicare correttamente i due meccanismi di programmazione pluriennale dei prezzi si definiscono due differenti panieri:

- a. Paniere A: comprendente tutti i circuiti rientranti nell'insieme minimo, ossia circuiti diretti analogici e digitali fino ai 2 Mbit/s inclusi;
- b. Paniere B: comprendente tutti i circuiti diretti numerici con velocità superiore ai 2 Mbit/s e fino ai 155 Mbit/s inclusi.

238. Ai sensi dell'art. 67, comma 2, del Codice, l'Autorità verifica che le condizioni economiche approvate nell'ambito del meccanismo di *price cap* non permettano all'operatore notificato di praticare prezzi predatori o di porre in essere pratiche discriminatorie nella fissazione dei prezzi agli utenti finali. Inoltre, qualora l'operatore notificato nel mercato al dettaglio sia notificato anche nel mercato all'ingrosso corrispondente, l'Autorità verificherà che i prezzi proposti siano replicabili da parte di un operatore alternativo efficiente. L'Autorità, al fine di verificare l'ammissibilità dei prezzi proposti dall'operatore notificato, farà ricorso ad uno specifico meccanismo di valutazione dei prezzi (test di prezzo).

239. Sulla base di quanto indicato, sono soggetti a riduzione programmata i prezzi (canoni e contributi) dei circuiti diretti analogici e numerici con capacità fino a 155 Mbit/s inclusi offerti da Telecom Italia nel mercato al dettaglio, nonché i canoni ed i contributi relativi a prestazioni aggiuntive offerte con tali servizi.

240. Il controllo dei prezzi avverrà attraverso una riduzione programmata triennale (*price cap*). La riduzione programmata dei prezzi si attuerà su base annuale. L'offerta ha validità a decorrere dal 1° gennaio di ciascun anno di applicazione del meccanismo. Telecom Italia comunica all'Autorità la propria offerta di linee affittate entro il 1° novembre dell'anno precedente a quello di validità dell'offerta.

241. Telecom Italia, nel formulare la propria offerta, ha la possibilità di prevedere condizioni migliorative legate ai volumi di spesa dei clienti o alle durate contrattuali, nel rispetto del principio di non discriminazione.

242. Telecom Italia comunica all'Autorità, relativamente ai dodici mesi antecedenti al 30 giugno dell'anno precedente all'anno di validità dell'offerta:

- a. il numero di circuiti attivi nell'intero periodo (attivati prima del periodo e ancora attivi alla fine del periodo);
- b. il numero circuiti attivati nel periodo e le relative date di attivazione;
- c. il numero di circuiti disattivati nel periodo e le relative date di disattivazione.

243. Inoltre, per ciascuna tipologia di circuito offerta, Telecom Italia comunica il dettaglio delle caratteristiche di lunghezza media, capacità media, prestazioni aggiuntive, durate contrattuali medie e livelli medi di sconto applicati. Il livello di dettaglio delle informazioni fornite deve essere sufficiente alla valorizzazione di entrambi i panieri dei consumi sulla base dell'offerta proposta da Telecom Italia e sulla base dell'offerta di linee affittate in vigore nell'anno precedente.

244. I panieri dei consumi sono trasmessi all'Autorità contestualmente alla comunicazione dell'offerta e devono essere accompagnati da un'autocertificazione circa la veridicità dei dati e della loro congruenza con i dati di contabilità regolatoria così come di seguito specificati, ai sensi del d.P.R. n. 403/98.

245. I panieri dei consumi così comunicati sono valorizzati sulla base dell'offerta proposta da Telecom Italia e sulla base dell'offerta di linee affittate in vigore nell'anno precedente. Concorrono alla valutazione dei panieri sia i canoni relativi al periodo di esercizio dei circuiti, sia i contributi *una tantum* per le attivazioni/disattivazioni del servizio e/o per le attività accessorie.

246. La variazione percentuale del valore del paniere A (i circuiti diretti facenti parte dell'insieme minimo) deve essere almeno pari a IPC-X, dove IPC rappresenta il valore dell'Indice dei Prezzi al Consumo delle famiglie di operai e impiegati, al netto dei tabacchi, risultante dalla rilevazione ISTAT per il periodo gennaio-dicembre dell'anno precedente e X rappresenta il recupero di efficienza conseguibile dall'operatore notificato, quantificato da parte dell'Autorità nel valore del 7%. Inoltre, in linea con quanto disposto dalla delibera 304/03/CONS, l'Autorità ritiene opportuno mantenere il vincolo specifico di riduzione minima garantita almeno pari al 7% per i circuiti a 2 Mbit/s.

247. Per quanto riguarda i circuiti diretti facenti parte del paniere B (circuiti diretti numerici con velocità superiore ai 2 Mbit/s e fino ai 155 Mbit/s inclusi) la riduzione media di prezzo, deve risultare almeno pari a IPC-Y, dove Y rappresenta il recupero di efficienza conseguibile dall'operatore notificato nell'offerta di questa particolare classe di servizi, quantificato da parte dell'Autorità nel valore del 5,25 %.

248. Al fine di una corretta valutazione dei panieri, la struttura dell'offerta oggetto di valutazione e quella in vigore nel periodo di riferimento precedente devono risultare comparabili per tipologia di servizi e prestazioni accessorie, classi di sconto, durate contrattuali. Nel caso di variazioni sostanziali della struttura dell'offerta, Telecom Italia,

contestualmente alla comunicazione della nuova offerta, dovrà integrare i panieri dei consumi trasmessi al 1° novembre con ogni informazione utile alla loro valorizzazione con la nuova offerta.

249. Telecom Italia ha la facoltà di variare l'offerta in corso d'anno; tali variazioni devono essere comunicate all'Autorità con un preavviso di tre mesi. Al fine di garantire l'efficacia dei meccanismi di programmazione pluriennale dei prezzi, per entrambi i panieri, almeno metà della riduzione totale annuale programmata della spesa deve verificarsi nei primi sei mesi dell'anno; al contempo, non più della metà dell'eventuale incremento del totale della spesa annuale programmata può verificarsi nei primi sei mesi dell'anno.

11. I soggetti interessati sono invitati a far conoscere la propria opinione circa l'imposizione e la modalità di attuazione del meccanismo di programmazione pluriennale dei prezzi.

Modalità di attuazione del test di prezzo

250. Per quanto riguarda la modalità di attuazione del test di prezzo, ai sensi dell'articolo 67, comma 2, del Codice l'Autorità verifica che le condizioni economiche approvate nell'ambito del meccanismo di *price cap* non permettano all'operatore notificato di porre in essere pratiche discriminatorie nella fissazione dei prezzi agli utenti finali, ovvero di praticare prezzi predatori. Inoltre, qualora l'operatore notificato nel mercato al dettaglio sia notificato anche nel mercato all'ingrosso corrispondente, il test di prezzo deve assicurare che le offerte ai clienti finali dell'operatore notificato, sia a monte sia a valle, risultino replicabili da parte di un operatore alternativo efficiente. Le offerte sottoposte a controllo sono tutte quelle proposte dall'operatore notificato nel mercato al dettaglio, nel rispetto degli obblighi imposti nel presente provvedimento.

251. Al fine di consentire all'Autorità di svolgere tale attività di verifica Telecom Italia, con riferimento ai circuiti diretti fino ai 155 Mbit/s inclusi, deve seguire la procedura per la presentazione e valutazione delle offerte dei servizi finali ai sensi dell'allegato D della delibera n. 152/02/CONS (art. 4, comma 5).

252. Il controllo dei prezzi è realizzato attraverso un meccanismo di confronto (test di prezzo) del prezzo di ciascun servizio che l'operatore notificato intende proporre sul mercato in esame con due soglie rappresentative:

- a. soglia 1 - costo sostenuto dall'operatore notificato nel mercato al dettaglio per fornire il servizio agli utenti finali, inclusa una ragionevole remunerazione del capitale impiegato;
- b. soglia 2 - costo che un operatore alternativo sosterebbe per fornire il medesimo servizio sul mercato al dettaglio se acquistasse tutti gli input dall'operatore notificato nel mercato all'ingrosso; il costo di tali input deve essere maggiorato di un ragionevole margine che tenga conto degli altri costi sostenuti per offrire il servizio all'utenza finale.

253. Il test di prezzo deve essere applicato a ciascun servizio incluso nell'offerta all'utente finale, ossia a ciascuna combinazione possibile di capacità e lunghezza del collegamento.

254. I prezzi che non superano la soglia 1 non possono essere approvati dall'Autorità in quanto, essendo inferiori ai costi che l'operatore notificato nel mercato al dettaglio dichiara di sostenere per produrre il servizio, costituiscono prezzi predatori.

255. Qualora l'operatore notificato nel mercato al dettaglio non risulti possedere significativo potere nel mercato all'ingrosso corrispondente, i prezzi proposti che superano la soglia 1 sono approvabili dall'Autorità e possono essere presentati al pubblico, fatto salvo il rispetto degli altri obblighi.

256. Qualora l'operatore notificato nel mercato al dettaglio risulti notificato nel corrispondente mercato all'ingrosso, l'Autorità assicura la replicabilità delle offerte dell'operatore notificato imponendo a quest'ultimo il divieto di fissare prezzi al dettaglio inferiori alla soglia 2, così come definita in precedenza. I prezzi che si collocano al di sotto della soglia 2, infatti, evidenziano una compressione dei margini dei concorrenti dell'operatore notificato dovuta ad un'incongruenza tra prezzi al dettaglio e prezzi all'ingrosso. L'Autorità riconosce che tale incongruenza può essere generata tanto da una impropria fissazione dei prezzi all'ingrosso quanto da una specifica pratica anticoncorrenziale dell'operatore integrato verticalmente. Pertanto, ogni qualvolta l'operatore notificato nel mercato al dettaglio e nel mercato all'ingrosso corrispondente proponga all'utente finale un prezzo non replicabile dai concorrenti, l'Autorità aprirà un'istruttoria di verifica dei prezzi all'ingrosso al fine di accertare e rimuovere la causa dell'incongruenza accertata.

257. Qualora i prezzi proposti dall'operatore notificato nel mercato al dettaglio e nel corrispondente mercato all'ingrosso superino la soglia 2 sono approvabili dall'Autorità e possono essere presentati al pubblico, fatto salvo il rispetto degli altri obblighi.

258. L'Autorità riconosce che nel mercato in esame vi sono operatori che sono in grado di offrire il servizio all'utente finale acquistando solo una parte degli *input* necessari nel mercato all'ingrosso. Il test di prezzo proposto, pur non prendendo esplicitamente in considerazione tale fattispecie, ne tiene comunque conto. Infatti, l'Autorità ritiene che la soglia di replicabilità indicata (soglia 2) sia il livello di costo più elevato associato al *mix* di *input* necessari per produrre un servizio di linee affittate. Appare ragionevole, infatti, che l'operatore che utilizza, almeno in parte, una propria infrastruttura sia in grado di produrre il servizio in questione a costi inferiori rispetto a quelli che sosterebbe se acquistasse tutti gli *input* nel mercato all'ingrosso. Di conseguenza i prezzi che risultano replicabili per un operatore che acquista tutti gli *input* nel mercato all'ingrosso saranno senza dubbio replicabili per un operatore che produce con una propria infrastruttura una parte dei suddetti *input*.

259. L'Autorità riconosce che la presenza di sconti, tanto nel mercato al dettaglio quanto in quello all'ingrosso, può condizionare il risultato del test di prezzo. Per poter

assicurare il maggior livello di competizione nel mercato finale, l'Autorità ritiene che l'ammissibilità dei prezzi proposti dall'operatore notificato debba essere valutata:

- a. per quanto riguarda il confronto con la soglia 1, tenendo conto esclusivamente dei prezzi che l'operatore notificato propone ai clienti finali nella classe di sconto più favorevole;
- b. per quanto riguarda il confronto con la soglia 2, tenendo conto esclusivamente dei prezzi che l'operatore notificato propone ai clienti finali nella classe di sconto più favorevole ed esclusivamente dei prezzi che l'operatore notificato propone nel mercato all'ingrosso alle condizioni di acquisto più sfavorevoli.

12. I soggetti interessati sono invitati a far conoscere la propria opinione circa le modalità di verifica da parte dell'Autorità dei prezzi proposti dall'operatore notificato.

4.2.4 Contabilità dei costi

260. Ai sensi dell'art. 67, comma 4, del Codice l'Autorità ritiene appropriato confermare l'obbligo di Telecom Italia di adottare un sistema di contabilità dei costi che dia evidenza disaggregata dei costi sostenuti per la fornitura dei circuiti diretti di capacità fino ai 155 Mbit/s inclusi, separatamente per ciascuna capacità offerta.

261. Un adeguato sistema di contabilità dei costi costituisce, infatti, lo strumento che consente all'Autorità di effettuare il test di controllo dei prezzi proposti da Telecom Italia.

262. Telecom Italia ha l'obbligo di predisporre la contabilità regolatoria basandola sui costi correnti. A tal fine Telecom Italia fornisce annualmente:

1. il conto economico ed il rendiconto del capitale impiegato;
2. informazioni dettagliate sugli aspetti economici e finanziari della gestione relativamente a ciascun servizio di linee affittate fino ai 155 Mbit/s inclusi.
3. per ciascuna classe di velocità dei circuiti offerti:
 - a. il totale delle quantità vendute;
 - b. il totale dei costi operativi;
 - c. il capitale impiegato.

Tali informazioni (quantità e costi relativi a ciascuna classe di velocità) devono essere articolate per tratta di accesso e tratta trasmissiva. Per la tratta di accesso, Telecom Italia deve indicare il numero di terminazioni co-locate e di terminazioni non co-locate; per la parte trasmissiva, costi e quantità dovranno essere articolati in base alle fasce chilometriche previste dall'offerta;

4. il totale delle quantità vendute che dovrà evidenziare, per ciascuna velocità:
 - a. il numero di attivazioni nell'anno;
 - b. il numero delle disattivazioni.

263. La conformità del metodo contabile utilizzato ai criteri sopra elencati è oggetto di verifica da parte di un organismo indipendente, designato dall'Autorità. Quest'ultima provvede affinché ogni anno sia pubblicata una dichiarazione di conformità.

13. I soggetti interessati sono invitati a far conoscere la propria opinione circa l'opportunità di mantenere un sistema di contabilità dei costi per l'operatore notificato e circa il livello di dettaglio delle informazioni contabili ad esso richieste.

APPENDICI ALL'ALLEGATO B DELLA DELIBERA N. 411/04/CONS

Appendice 1 - esempio di portafoglio di offerta *carrier's carrier*

PORTAFOGLIO DI OFFERTA EPLANET (MARZO 2004)		
Categoria di servizi	Servizi	Tecnologia utilizzata
Servizi IP	IP-Link NAP-Link MPLS-Link IP-VPN	Connettività e servizi IP-MPLS su reti metropolitane e su lunga distanza
Capacità Trasmissiva (SDH/DWDM)	Lan Extension SDH Link Lambda (DWDM)	Connettività SDH/ DWDM su reti metropolitane e su lunga distanza
Servizi di Infrastruttura	Co-location Fibra spenta Infrastruttura di base	Spazi e strutture Fibra ottica Condotti
Servizi di Supporto	NOC outsourcing	Supervisione e controllo della rete del Cliente

Fonte: sito web ePlanet, 2004.

Appendice 2 - distribuzione territoriale dei pop dati degli operatori alternativi (già OLO) (2003)

Nr	Capoluogo	Nr OLO con almeno 1 POP* dati	Presenza di almeno un POP* dati di Telecom Italia (1=sì; 0=no)
1	Agrigento	0	1
2	Alessandria	7	1
3	Ancona	6	1
4	Aosta	0	1
5	Arezzo	5	1
6	Ascoli Piceno	2	1
7	Asti	3	1
8	Avellino	1	1
9	Bari	8	1
10	Belluno	1	1
11	Benevento	0	1
12	Bergamo	8	1
13	Biella	3	1
14	Bologna	9	1
15	Bolzano	5	1
16	Brescia	7	1
17	Brindisi	2	1
18	Cagliari	4	1
19	Caltanissetta	1	1
20	Campobasso	0	1
21	Caserta	2	1
22	Catania	5	1
23	Catanzaro	2	1
24	Chieti	0	1
25	Como	5	1
26	Cosenza	3	1
27	Cremona	4	1
28	Crotone	0	1
29	Cuneo	3	1
30	Enna	2	1
31	Ferrara	4	1
32	Firenze	7	1
33	Foggia	3	1
34	Forlì	3	1
35	Frosinone	2	1
36	Genova	8	1
37	Gorizia	2	1
38	Grosseto	5	1
39	Imperia	1	1
40	Isernia	0	1
41	La Spezia	4	1

42	L'Aquila	2	1
43	Latina	2	1

Nr	Capoluogo	Nr OLO con almeno 1 POP* dati	Presenza di almeno un POP* dati di Telecom Italia (1=sì; 0=no)
44	Lecce	2	1
45	Lecco	2	1
46	Livorno	5	1
47	Lodi	1	1
48	Lucca	2	1
49	Macerata	2	1
50	Mantova	3	1
51	Massa	1	1
52	Matera	2	1
53	Messina	3	1
54	Milano	10	1
55	Modena	5	1
56	Napoli	7	1
57	Novara	5	1
58	Nuoro	1	1
59	Oristano	1	1
60	Padova	8	1
61	Palermo	5	1
62	Parma	5	1
63	Pavia	4	1
64	Perugia	4	1
65	Pesaro	5	1
66	Pescara	6	1
67	Piacenza	5	1
68	Pisa	4	1
69	Pistoia	3	1
70	Pordenone	3	1
71	Potenza	2	1
72	Prato	2	1
73	Ragusa	1	1
74	Ravenna	2	1
75	Reggio Calabria	3	1
76	Reggio Emilia	6	1
77	Rieti	0	1
78	Rimini	4	1
79	Roma	8	1
80	Rovigo	1	1
81	Salerno	4	1
82	Sassari	2	1
83	Savona	6	1

84	Siena	1	1
85	Siracusa	1	1
86	Sondrio	1	1
87	Taranto	1	1
88	Teramo	1	1
Nr	Capoluogo	Nr OLO con almeno 1 POP* dati	Presenza di almeno un POP* dati di Telecom Italia (1=sì; 0=no)
89	Terni	4	1
90	Torino	9	1
91	Trapani	0	1
92	Trento	5	1
93	Treviso	4	1
94	Trieste	4	1
95	Udine	4	1
96	Varese	2	1
97	Venezia	7	1
98	Verbania	0	0
99	Vercelli	1	1
100	Verona	7	1
101	Vibo Valentia	0	1
102	Vicenza	5	1
103	Viterbo	2	1
	TOTALE	92	102

*I POP considerati sono in tecnologia IP, ATM, Frame Relay, SDH. Sono esclusi OLO *carrier's carrier*

Fonte: Osservatorio Banda Larga – Between, 2003

Appendice 3 - competizione sulle principali dorsali in fibra ottica (2003)

Direttrice	Nr. OLO con propri <i>backbone</i> *
Bari-Lecce	1
Taranto-Crotone	1
Crotone-Reggio Calabria	2
Palermo-Catania	2
Bari-Taranto	3
Palermo-Messina	3
Messina-Catania	3
Reggio Calabria-Napoli	3
Roma-Pescara	4
Roma-Pisa	7
Firenze-Genova	7
Genova-Milano	8
Milano-Padova	8
Bologna-Ancona	7
Ancona-Pescara	7
Pescara-Bari	7
Napoli-Bari	6
Roma-Firenze	8
Pisa-Genova	8
Firenze-Bologna	8
Bologna-Milano	8
Padova-Venezia	8
Padova-Bologna	8
Napoli-Roma	7
Genova-Torino	9
Torino-Milano	12
TOTALE	14

*La presenza di un OLO su una tratta significa che ha fibra di proprietà o in IRU-*Indefeasible Right of Use*.

Fonte: Osservatorio Banda Larga – Between, 2003

Appendice 4 - Competizione sulle principali man in fibra ottica (2003)

OPERATORI ALTERNATIVI CON MAN IN FIBRA OTTICA* NEI PRINCIPALI CAPOLUOGHI DI PROVINCIA (2003)	
Fascia di competizione	Nr. Capoluoghi di provincia
Nessun OLO	23
1 OLO	45
2 OLO	17
3 OLO	5
4 OLO	4
5-8 OLO	6
9-10 OLO	1
11-12 OLO	2
TOTALE	103

*La presenza di un OLO su una tratta significa che ha fibra di proprietà o in IRU-*Indefeasible Right of Use*.

Fonte: Osservatorio Banda Larga – Between, 2003

COPERTURA E COMPETIZIONE DI OPERATORI ALTERNATIVI NELLE PRINCIPALI MAN IN FIBRA OTTICA (2003)*													
Città	Nr OLO	Km cablaggio (fascia)											
		OLO1	OLO2	OLO3	OLO4	OLO5	OLO6	OLO7	OLO8	OLO9	OLO 10	OLO 11	OLO 12
Milano	12	A	G	G	G	H	H	I	I	L	L	L	L
Torino	12	B	G	H	H	I	L	N	N	N	O	O	P
Roma	9	B	F	F	F	F	H	H	I	L			
Bologna	8	C	F	H	I	L	M	N	N				
Padova	7	M	N	N	N	N	O	O					
Napoli	6	C	H	I	L	L	O						
Bari	5	M	N	N	O	O							
Reggio Emilia	5	H	H	L	M	O							
Genova	5	C	M	N	P	P							

*La presenza di un OLO in un capoluogo significa che ha fibra di proprietà o in IRU-*Indefeasible Right of Use*.

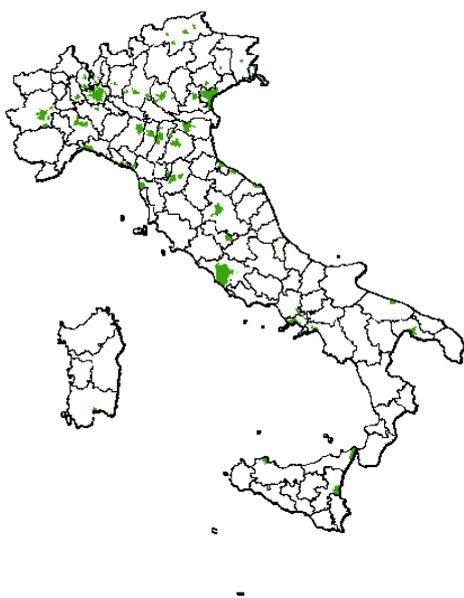
**Per ogni città gli OLO sono ordinati in ordine decrescente in base all'estensione del cablaggio (trasporto ed accesso al cliente finale) riportata per fasce:

A: km \geq 1.500; B: 1.000 \leq km < 1.500; C: 800 \leq km < 1.000; D: 600 \leq km < 800; E: 500 \leq km < 600; F: 400 \leq km < 500; G: 300 \leq km < 400; H: 200 \leq km < 300; I: 100 \leq km < 200; L: 60 \leq km < 80; M 40 \leq km < 60; N: 20 \leq km < 40; O: 10 \leq km < 20; P: km < 10

Fonte: Osservatorio Banda Larga – Between, 2003

Appendice 5 - dinamica della copertura dei servizi di accesso in *unbundling* per clienti residenziali e non residenziali (dicembre 2002/2003)

COPERTURA ULL (dicembre 2003)



**VARIAZIONE* COPERTURA ULL
2002/2003**

Fasce di copertura della popolazione (%)	Nr regioni 2002	Nr regioni 2003
copertura popolazione=0%	8	4
copertura popolazione inferiore o uguale al 5%	2	0
copertura popolazione tra il 5% ed il 10%	3	4
copertura popolazione tra il 10% ed il 15%	3	2
copertura popolazione tra il 15% ed il 20%	1	3
copertura popolazione tra il 20% ed il 25%	1	1
copertura popolazione tra il 25% ed il 30%	1	1
copertura popolazione tra il 30% ed il 50%	1	5
TOTALE	20	20

Fonte: Osservatorio Banda Larga – Between, 2003.