

## LINEE GUIDA PER LA VALUTAZIONE DELLA REPLICABILITÀ DELLE OFFERTE AL DETTAGLIO A BANDA ULTRALARGA SU FIBRA OTTICA DELL'OPERATORE NOTIFICATO

### Premessa

L'Autorità, ai sensi di quanto previsto all'art. 30 della delibera n. 1/12/CONS, verifica che tutte le offerte *retail* di Telecom Italia di servizi di accesso a banda larga su fibra ottica (c.d. offerte *ultrabroadband*) commercializzati singolarmente o in *bundle* con altri – incluse le promozioni – risultino replicabili da parte di un operatore efficiente che utilizzi i servizi *wholesale* regolati. In particolare, la summenzionata delibera – al già citato art. 30, comma 3 – dispone che l'Autorità effettui la verifica della replicabilità mediante i test di prezzo definiti dalla delibera n. 499/10/CONS (recante *Linee guida per la valutazione della replicabilità delle offerte agli utenti finali dell'operatore notificato nei mercati di rete fissa*).

I criteri e la metodologia generale di svolgimento delle verifiche di prezzo sono pertanto definiti nell'ambito della summenzionata delibera n. 499/10/CONS e nei relativi allegati. Tali criteri e metodologie generali, applicabili anche ad offerte di servizi a banda ultralarga su fibra ottica, sono diffusamente illustrate ai paragrafi 2, 3 e 4 dell'allegato 1 alla suddetta delibera. Il par. 1.9. dell'allegato 1 alla delibera n. 499/10/CONS e il par. 2 della circolare dell'8 luglio 2011 riportano invece le indicazioni inerenti gli aspetti procedurali delle verifiche di replicabilità.

Visto il carattere di novità delle offerte al dettaglio a banda ultralarga, le peculiarità tecnologiche dell'infrastruttura di accesso in fibra ottica, e le immediate conseguenze in termini di determinazione di prezzi e costi da considerare ai fini delle verifiche di replicabilità, occorre integrare le succitate disposizioni con la definizione dei criteri applicativi del test di prezzo alle offerte *ultrabroadband* su fibra di Telecom Italia.

Si sottolinea che le linee guida di cui al presente documento rispondono unicamente alla necessità di definire alcuni aspetti applicativi di dettaglio delle verifiche di replicabilità relative ad offerte su infrastruttura di accesso in fibra ottica, necessità che discende direttamente dalle specificità proprie di tali offerte. Come già chiarito precedentemente, le presenti linee guida non modificano il disposto della delibera n. 499/10/CONS, di cui si confermano criteri e metodologie generali, ma lo integrano per rendere tali metodologie e criteri concretamente applicabili alle verifiche relative ad offerte *ultrabroadband*.

Considerata l'attuale evoluzione dei mercati di servizi di comunicazione elettronica, l'Autorità ritiene ragionevolmente che i servizi di accesso a banda ultralarga su rete in fibra ottica saranno per lo più commercializzati in *bundle* con altri servizi.

Nel rimandare ai par. 2.3. e 3.2. dell'allegato 1 alla delibera n. 499/10/CONS per le modalità di svolgimento del test di prezzo relativo alle offerte in *bundle*, si indicano di seguito i criteri specifici per la valutazione di replicabilità della componente di accesso a banda ultralarga su rete in fibra ottica in tecnologia FTTCab e FTTH.

### 1. Realizzazione del *benchmarking* di mercato

La delibera n. 499/10/CONS prevede l'impiego del *benchmark* di mercato a supporto delle valutazioni di replicabilità delle offerte al dettaglio dell'operatore notificato, chiarendo che il *benchmark* rappresenta uno strumento di ausilio - complementare a quello dell'analisi dei costi - nel processo di valutazione, al fine di tenere in conto la effettiva dinamica dei prezzi sul mercato e di apprezzare anche il rischio di estromissione dal mercato di concorrenti dell'operatore notificato.

Nei casi di valutazione di offerte *retail ultrabroadband*, alla luce del carattere di novità di tali offerte e della particolare dinamicità del mercato, dal lato dell'offerta, nella fase di avvio della commercializzazione dei servizi al dettaglio su fibra ottica, tale strumento è tenuto in particolare considerazione. Per ciascuna offerta sottoposta al test, congiuntamente all'analisi dei costi, è avviata un'attività di osservazione dei prezzi praticati dagli operatori già presenti sul mercato al fine di valutarne il posizionamento medio e, conseguentemente, il livello di congruità della soglia di replicabilità fissata mediante i test di prezzo.

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

## 2. Test di prezzo per le offerte “stand alone” di servizi di accesso a banda ultralarga alla clientela generalizzata

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

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

Dove:

$P_{ULB}$  rappresenta il prezzo medio dell'offerta commerciale dell'operatore notificato, comprensivo di eventuali promozioni e contributi.

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

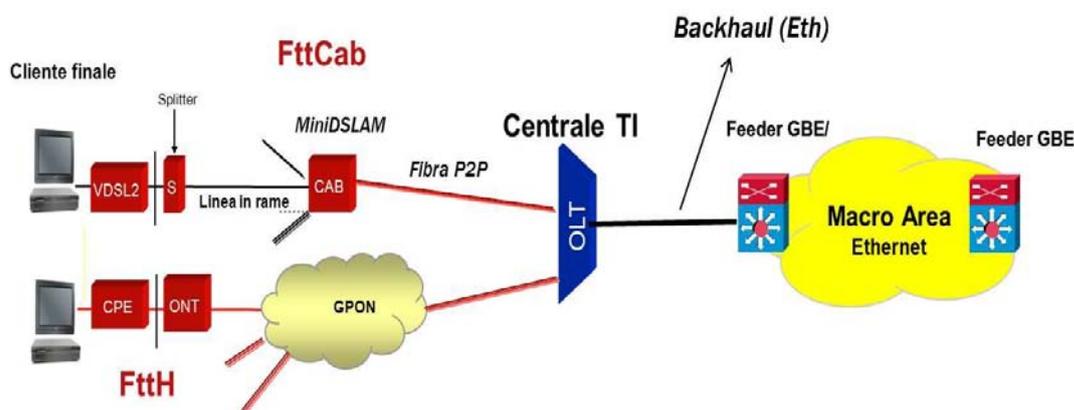
$W_{ULB}$  = costo degli input essenziali necessari all'OLO ragionevolmente efficiente per realizzare una offerta al dettaglio *stand alone* di servizi di accesso a banda ultralarga, acquisibili in base alle Offerte di Riferimento dell'operatore notificato in relazione ai mercati n. 4 e 5 della Raccomandazione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

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

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

I parametri del test sono valutati a partire dalla catena produttiva delle offerte di servizi di accesso a banda ultralarga *stand alone*, che può essere esemplificata come illustrato nella figura 1.

Figura 1: Catena produttiva di riferimento per i servizi di accesso *ultrabroadband*



In particolare, con la figura 1 si rappresenta la catena produttiva generica adattabile, allo stato, a tutte le tipologie di accesso *ultrabroadband retail* per le quali è prevista la verifica attraverso i test di replicabilità:

- a) Servizi di accesso a banda ultralarga in tecnologia FTTCab su linea condivisa;
- b) Servizi di accesso a banda ultralarga in tecnologia FTTCab su linea dedicata;
- c) Servizi di accesso a banda ultralarga in tecnologia FTTH su linea dedicata.

Nei paragrafi successivi, è definito il test di replicabilità dei servizi caratterizzati dall'utilizzo di una linea di accesso su infrastruttura in fibra ottica, ossia i servizi a), b), c).

## 2.1. Valutazione del costo degli input essenziali – $W_{ULB}$

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

- i. Servizi *wholesale* di accesso fisico alle infrastrutture di rete (mercato 4 della Raccomandazione 2007 sui mercati rilevanti) ed accessori (servizi di collocazione al *cabinet*):
  - a. servizio di accesso *end to end* dal segmento di terminazione all'armadietto ripartilinea;
  - b. servizio di *sub-loop unbundling*<sup>1</sup>
- ii. Servizi *wholesale* di accesso a banda ultralarga (mercato 5 della Raccomandazione 2007 sui mercati rilevanti)

<sup>1</sup> Nel caso della catena impiantistica del *subloop unbundling* l'eventuale inclusione tra i costi relativi ad input di rete essenziali - di cui alla componente  $W_{ULB}$  del test - dei costi propri della fibra spenta in rete primaria sarà valutata sulla base delle evidenze rilevate nella fase di monitoraggio descritta nel seguito.

- a. servizio di accesso *bitstream* NGA
- b. servizio VULA.

In particolare, la valutazione di offerte di servizi di accesso a banda ultralarga in tecnologia FTTCab è svolta assumendo a riferimento il servizio di *sub-loop unbundling* del mercato 4 e i servizi di accesso *bitstream* NGA e VULA del mercato 5; la valutazione di offerte di servizi di accesso a banda ultralarga in tecnologia FTTH è svolta assumendo a riferimento il servizio di accesso *end to end* del mercato 4 nel caso di offerte su rete punto-punto e i servizi di accesso *bitstream* NGA e VULA del mercato 5 nel caso di offerte su rete condivisa G-PON.

In linea generale, la valutazione fa riferimento ai due casi di clientela servita mediante i servizi del mercato 4 e del mercato 5. La valutazione del parametro  $W_{ULB}$  è ottenuta pertanto come media ponderata su base nazionale del costo degli input essenziali del mercato 4 e del mercato 5, presumibilmente utilizzati dagli operatori alternativi efficienti per realizzare le proprie offerte finali

Al fine di monitorare l'effettivo sviluppo ed utilizzo, da parte degli operatori alternativi, dei summenzionati servizi all'ingrosso del mercato 4 e del mercato 5 (servizio di accesso *end to end*, servizio di *sub-loop unbundling*, servizi di accesso *bitstream* NGA e servizio VULA), l'Autorità avvia una specifica attività volta ad acquisire, con cadenza trimestrale, i dati relativi:

- ai contratti sottoscritti dagli operatori alternativi per l'acquisto dei suddetti servizi *wholesale NGAN*;
- al numero di accessi *wholesale* ordinati, distinti per servizio e per tecnologia;
- al numero di accessi *wholesale* attivati, distinti per servizio e per tecnologia;
- allo stato di avanzamento degli ordinativi relativi al servizio di colocazione e ai *kit* di interconnessione;
- alle modalità di realizzazione dei collegamenti di giunzione tra rete primaria e rete secondaria.

L'Autorità, nel primo anno di applicazione, sulla base dei dati raccolti valuta il peso da attribuire al costo di ciascuna soluzione impiantistica sulla base dei suddetti dati di monitoraggio, nell'ambito di un'attività svolta in contraddittorio con gli operatori. Successivamente i pesi sono aggiornati con cadenza annuale.

In sede di prima applicazione e fino alla determinazione dei pesi da attribuire a ciascuna soluzione impiantistica sulla base del monitoraggio di cui sopra l'analisi è svolta assumendo a riferimento un operatore alternativo efficiente che utilizzi un mix di servizi all'ingrosso composto al 50% dai servizi *bitstream* NGA con interconnessione al nodo *Parent* a livello di area di raccolta, al 40% dal servizio VULA e al 10% dal servizio di *sub-loop unbundling*.

## 2.2. Valutazione del costo degli input replicati dall'OLO – $X_{ULB}$

Si fa riferimento, in questo caso, ai costi di rete propria dell'OLO, ovvero ai costi delle componenti della catena produttiva di cui alla figura 1 prodotte direttamente dall'operatore alternativo efficiente mediante proprie risorse impiantistiche e trasmissive.

La linea di demarcazione fra servizi *wholesale* essenziali offerti dall'operatore SMP nei mercati all'ingrosso, di cui alla componente  $W_{ULB}$  del test, e componenti della catena produttiva prodotte direttamente dall'operatore alternativo efficiente dipende evidentemente dallo specifico servizio all'ingrosso impiegato e dal conseguente livello di interconnessione tra la rete dell'operatore SMP e la rete dell'OLO.

In linea generale, per la valutazione degli input di rete replicati dall'OLO efficiente (costi di rete propria del concorrente), l'Autorità fa riferimento ad un operatore egualmente efficiente (EEO), il quale – nel replicare la rete dell'*incumbent* - sia in grado di raggiungere economie di scala e di scopo (e quindi costi unitari) almeno pari a quelli della rete dell'operatore notificato.

Questo in considerazione anche del fatto che un operatore efficiente non avrebbe nel medio lungo termine alcun vantaggio economico di investire nello sviluppo di una propria rete, se non fosse in grado di replicare la rete dell'*incumbent* a costi minori e solo al limite uguali a quelli dello stesso *incumbent*. Pertanto, l'Autorità procede alla valorizzazione degli input di rete replicati dall'operatore prendendo a riferimento i prezzi in vigore per i servizi di accesso *bitstream NGA* pubblicati sull'Offerta di Riferimento dell'operatore notificato, che potranno costituire un utile e significativo riferimento di *ceiling*, opportunamente emendati delle componenti di costo non pertinenti (come ad esempio i costi di fatturazione, *delivery*, vendita a livello *wholesale*), ovvero potrà considerare i costi unitari dell'*incumbent* calcolati sulla base di un modello a costi incrementali di lungo periodo, laddove disponibile.

Nel caso dell'operatore alternativo efficiente che utilizza i servizi *bitstream NGA* con interconnessione al nodo *Parent* a livello di area di raccolta – ipotesi assunta nel 50% dei casi in sede di prima applicazione del test e fino alla determinazione dei pesi da attribuire a ciascuna soluzione impiantistica – nella componente  $X_{ULB}$  del test rientrano i costi del trasporto *Ethernet* dal nodo *Parent* al nodo *Distant*, i costi propri della componente di trasporto nazionale e della banda internet, mentre i servizi di accesso *ultrabroadband* e trasporto fino al nodo *Parent*, acquistati dall'operatore notificato attraverso l'Offerta di Riferimento, si configurano come input *wholesale* essenziali e rientrano pertanto nella componente  $W_{ULB}$  del test.

Nel caso dell'operatore alternativo efficiente che utilizza il servizio *VULA* – ipotesi assunta nel 40% dei casi in sede di prima applicazione del test e fino alla determinazione dei pesi da attribuire a ciascuna soluzione impiantistica – nella componente  $X_{ULB}$  del test rientrano i costi del trasporto *Ethernet* fino al nodo *Parent* (*Backhaul*) e dal nodo *Parent* al nodo *Distant*, i costi propri della componente di trasporto nazionale e della banda internet, mentre il servizio di accesso *ultrabroadband* dal cliente finale alla centrale locale di Telecom Italia, acquistato dall'operatore notificato attraverso l'Offerta di Riferimento, si configura come input *wholesale* essenziale e rientra pertanto nella componente  $W_{ULB}$  del test.

Nel caso dell'operatore alternativo efficiente che utilizza il servizio di *sub-loop unbundling* – ipotesi assunta nel 10% dei casi in sede di prima applicazione del test e fino alla determinazione dei pesi da attribuire a ciascuna soluzione impiantistica – nella componente  $X_{ULB}$  del test rientrano i costi della rete di distribuzione primaria (almeno fino alla prima rilevazione dei dati di monitoraggio relativi alle modalità di realizzazione dei collegamenti di giunzione fra rete primaria e rete secondaria, a partire dai quali sarà valutata l'eventuale inclusione dei costi della fibra spenta in rete primaria tra quelli relativi ad input di rete essenziali - di cui alla componente  $W_{ULB}$  del test), i costi del trasporto regionale e nazionale nonché i costi propri della banda internet, mentre il servizio di accesso dal cliente finale all'armadio di distribuzione di Telecom Italia, acquistato dall'operatore notificato attraverso l'Offerta di Riferimento, si

configura come input *wholesale* essenziale e rientra pertanto nella componente  $W_{ULB}$  del test.

### 2.3. Valutazione dei costi non di rete – $R_{ULB}$

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

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

In continuità con la metodologia di valutazione impiegata nel caso di verifiche relative ad offerte di servizi su rete tradizionale in rame, l'Autorità ritiene opportuno utilizzare una misura presuntiva di tali costi, espressa in percentuale rispetto ai costi di rete totali ( $W+X$ ), consentendo in ogni caso all'operatore assoggettato al test di richiedere l'utilizzo dei costi operativi effettivamente sostenuti e valutati sulla base di criteri di costo incrementale di fornitura. Laddove l'operatore effettui tale richiesta, dovrà fornire la necessaria evidenza dell'insieme dei costi sostenuti nel corso della permanenza media del cliente nell'offerta.

Con riferimento al valore percentuale del parametro  $R_{ULB}$ , l'Autorità, nel rilevare che l'attuale proposizione commerciale dei servizi in fibra non comporta una struttura sostanzialmente differente della categoria dei costi operativi e commerciali, ritiene opportuno confermare, in fase di prima attuazione, le previsioni di cui al par. 4.5. dell'allegato 1 alla delibera n. 499/10/CONS e al punto 21 della circolare dell'8 luglio 2011, relative, rispettivamente, ai valori del parametro  $R$  da impiegare per lo svolgimento dell'analisi *DCF* e *period by period*. L'impiego delle medesime percentuali, considerando l'incremento della base dei costi  $W$  e  $X$  propria dei servizi in fibra, comporta l'imputazione ai fini del test di un valore assoluto dei costi commerciali maggiore.

### 3. Modalità attuative delle analisi *DCF* e *period by period*

#### 3.1. Modalità attuative dell'analisi *DCF*

Considerando il carattere di novità delle offerte *ultrabroadband*, l'analisi *DCF* viene svolta applicando un *relevant time period* (RTP) pari a trentasei mesi. Nel caso in cui oggetto della verifica di replicabilità sia una nuova offerta tariffaria, il periodo di osservazione dell'analisi *DCF* decorre a partire dal mese di avvio della commercializzazione dell'offerta stessa. Nel caso in cui oggetto della verifica di replicabilità sia un'offerta già presente sul mercato<sup>2</sup> o una nuova promozione su un'offerta già presente sul mercato, il periodo di osservazione dell'analisi *DCF* decorre a partire dal mese di gennaio di ciascun anno di commercializzazione dell'offerta base oggetto di verifica.

I ricavi e i costi di natura non ricorrente vengono imputati in quota media mensile, calcolata sulla base del periodo di permanenza media del cliente nell'offerta (36 mesi).

In linea generale, l'analisi di tipo *DCF* si applica cumulativamente a ciascuna offerta *retail* a banda ultralarga dell'operatore notificato su infrastruttura di accesso in fibra ottica e all'insieme di promozioni programmato nell'anno di riferimento sull'offerta stessa. Essa è volta a verificare il recupero dei costi complessivi (fissi e variabili) dell'offerta nell'arco del *relevant time period*.

Il piano di acquisizione complessivo, relativo ad ogni singola offerta, è di ventiquattro mesi ed è aggiornato all'inizio di ogni anno solare.

Laddove dall'osservazione del mercato e delle strategie adottate dagli operatori dovessero emergere condizioni di complementarità fra i servizi a banda larga su rete tradizionale in rame e i servizi *ultrabroadband* su fibra ottica, l'Autorità potrà procedere ad adeguare lo strumento di verifica all'effettiva realtà di mercato, prevedendo, in particolare, l'applicazione dell'analisi *DCF* in forma congiunta ai servizi tradizionali e ai servizi *ultrabroadband*, secondo i rispettivi piani di acquisizione della clientela.

L'attualizzazione dei flussi di cassa è effettuata utilizzando il medesimo tasso di remunerazione del capitale impiegato ai fini della determinazione dei prezzi dei servizi *wholesale* NGAN all'ingrosso contenuti nell'ultima Offerta di Riferimento approvata dall'Autorità.

Ai sensi di quanto previsto dall'art. 68, comma 5 della delibera n. 731/09/CONS e dall'allegato 1, par. 4.1, della delibera n. 499/10/CONS, Telecom Italia comunica periodicamente i dati di consuntivo relativi al numero di clienti e ai ricavi associati alle offerte approvate. In ottica prospettica, tali informazioni costituiscono altresì un riferimento di confronto dei dati relativi al numero presuntivo di acquisizioni comunicato dall'operatore notificato per ciascuna delle offerte sottoposte alle verifiche di prezzo, limitando in tal modo l'asimmetria informativa.

La suddetta attività di monitoraggio dei dati di consuntivo relativi alle offerte approvate permetterà di aggiornare periodicamente i modelli di valutazione di ogni offerta, così da

---

<sup>2</sup> La necessità di ripetere la verifica di replicabilità di offerte già in commercio può porsi, ad esempio, nel caso in cui intervengano modifiche delle condizioni economiche vigenti per l'acquisto di servizi *wholesale* regolamentati.

svolgere le verifiche relative ad ogni nuova promozione sulla base del risultato economico effettivo e consolidato (poiché derivante dai dati di consuntivo e non di presuntivo, almeno per il periodo dell'anno solare di riferimento già trascorso al momento delle verifiche).

### 3.2. Modalità attuative dell'analisi *period by period*

Il test *period by period*, volto a verificare la copertura dei costi variabili connessi all'offerta in ciascun periodo di osservazione, è applicato separatamente ad ogni singola nuova offerta oppure ad ogni singola nuova promozione relativa ad un'offerta già approvata.

L'analisi *period by period* viene svolta attraverso un modello di tipo statico che considera l'ammortamento di costi e ricavi variabili su un arco temporale di dodici mesi, coerentemente con la durata di ciascun *period* fissata dalla delibera. Tali costi e ricavi sono imputati al primo o al secondo *period* di osservazione a seconda del momento in cui si verificano (es. ricavi da contributi di attivazione *retail* di competenza del primo *period*; costi di attivazione dei servizi *wholesale* di competenza del primo *period*).

Ai fini del test si considerano variabili i soli costi connessi all'acquisizione del cliente, mentre sono esclusi dall'analisi *period by period* - in quanto ragionevolmente assimilabili a costi fissi - i costi relativi alla realizzazione dell'infrastruttura di rete, replicata dall'operatore alternativo, utilizzata per erogare il servizio a più clienti sottoscrittori di offerte diverse. A tal proposito si precisa che:

- i. La delibera n. 499/10/CONS chiarisce esplicitamente che tutti i costi della componente **W** (canoni e contributi per l'acquisto di servizi *wholesale*) sono da considerarsi variabili. Tali costi sono, pertanto, imputati integralmente ai fini del test *period by period*.
- ii. Con riferimento alla componente **X** del test, vengono considerati i costi relativi ad input di rete specifici determinati dall'acquisizione del cliente, mentre sono esclusi dall'analisi *period by period* i costi relativi ad investimenti generali dell'operatore alternativo sostenuti per la realizzazione delle proprie infrastrutture di rete, sostanzialmente indipendenti dalla specifica offerta base o promozione.
- iii. Sono considerati variabili i soli costi operativi e commerciali (componente **R** del test) direttamente riconducibili alla sottoscrizione, da parte del cliente finale, della specifica offerta<sup>3</sup>. Al fine di determinare tale quota parte dei costi operativi e commerciali totali - in assenza di una specifica previsione nella delibera n. 499/10/CONS - si utilizza in fase di prima applicazione, per quanto già chiarito al par. 1.3., un valore pari al 10% dei costi variabili di rete connessi alla singola offerta (specificati ai punti precedenti). Tale valore del parametro R potrà essere oggetto di

---

<sup>3</sup> Come osservato all'allegato 1, paragrafo 1.8 della delibera n. 499/10/CONS, la categoria dei costi operativi e commerciali di un'offerta si caratterizza per essere principalmente costituita da costi congiunti e comuni. Essi pertanto hanno una limitata variabilità sulla base delle quantità effettivamente vendute.

eventuali revisioni sulla base di adeguate evidenze documentali prodotte dall'operatore assoggettato al test e/o dagli operatori alternativi.

L'analisi *period by period* si applica a ciascuna offerta base e, in maniera distinta, a ciascuna offerta promozionale.

Sono esonerate dall'analisi di tipo *period by period* le proposte commerciali finalizzate allo sviluppo e all'allargamento del mercato (c.d. offerte *entry level*). Tali offerte sono soggette alla sola verifica *DCF*.

Sono assimilate ad offerte *entry level* le offerte promozionali che presentano un impatto limitato sulle dinamiche competitive nei mercati al dettaglio. In tale categoria rientrano, a titolo di esempio:

- le promozioni commercializzate in modalità c.d. *rush*, ossia per intervalli di tempo particolarmente ridotti e/o attraverso alcuni specifici e limitati canali di acquisizione (ad esempio mediante il solo canale *web*);
- le promozioni c.d. *limited edition*, per le quali l'operatore sottoposto al test comunica preventivamente un numero massimo di acquisizioni nel periodo di commercializzazione, laddove tale numero risulti di ridotto impatto percentuale rispetto al totale delle attivazioni dell'offerta nel medesimo periodo.

Coerentemente con quanto previsto dalla delibera n. 499/10/CONS in materia di offerte innovative, l'Autorità valuterà, a seconda dei casi, l'opportunità di applicare la verifica *period by period* a tali offerte (tra cui potrebbero rientrare, a titolo di esempio, le offerte *ultrabroadband* c.d. *triple play*, comprendenti anche servizi audiovisivi).

Per la valutazione delle offerte innovative, difatti, potrebbe risultare più opportuno l'approccio prospettico del DCF rispetto ad un modello basato su dati contabili storici, in quanto quest'ultimo potrebbe portare ad una errata valutazione dei ricavi attesi e dei costi.