

## DOCUMENTO V

### DELL'ALLEGATO B ALLA DELIBERA N. 152/23/CONS

#### ANALISI DEL SIGNIFICATIVO POTERE DI MERCATO

#### SOMMARIO

1. Riferimenti normativi per l'analisi del significativo potere di mercato .....	3
2. Descrizione degli indicatori utilizzati .....	7
3. Quote di mercato al dettaglio sulle linee di accesso .....	7
4. Mercati dei servizi di accesso locale all'ingrosso in postazione fissa (mercato n. 1) .....	11
4.1. Mercato n. 1A - Comuni di Milano e Cagliari.....	12
4.2. Mercato n. 1B - Resto d'Italia.....	16
5. Mercati dei servizi di capacità dedicata all'ingrosso da rete fissa (mercato n. 2). 5.1. Mercato n. 2A - Comuni di Milano, Torino, Barletta, Cornaredo e Basiglio.. .....	20
5.2. Mercato n. 2B - Resto d'Italia .....	24
6. Conclusioni sulla determinazione del significativo potere di mercato .....	27

#### INDICE DELLE TABELLE

Tabella V. 1 – Quote di mercato al dettaglio in volumi (clienti residenziali) .....	8
Tabella V. 2 – Quote di mercato al dettaglio in volumi (clienti non residenziali) .....	8
Tabella V. 3 – Quote di mercato degli accessi a banda larga al dettaglio in volumi.....	9
Tabella V. 4 – Quote di mercato degli accessi a banda ultra-larga al dettaglio in volumi	9
Tabella V. 5 – Linee <i>ultra-broadband</i> (in migliaia).....	10
Tabella V. 6 – Ripartizione tra linee BB e UBB (%) .....	11
Tabella V. 7 – Quote di mercato <i>wholesale</i> (con autoproduzione) nel mercato 1A.....	12
Tabella V. 8 – Piano di investimento di FiberCop nel Comune di Cagliari.....	14

Tabella V. 8 – Quote di mercato <i>wholesale</i> (con autoproduzione) nel mercato 1B .....	16
Tabella V. 9 – Quote di mercato (con autoproduzione) nel mercato 2A.....	21
Tabella V. 11 – Dettaglio per operatore delle quote di mercato al 2021 (con autoproduzione) del mercato 2A .....	21
Tabella V. 12 – Copertura FiberCop nei Comuni del mercato 2A attuale e prospettica	22
Tabella V. 13 – Quote di mercato (compresa l'autoproduzione) nel mercato 2B del Resto d'Italia.....	24
Tabella V. 14 – Dettaglio delle quote di mercato (con autoproduzione) nel mercato 2B al 2021 .....	25

## Premessa

1. Il presente documento descrive l'analisi svolta dall'Autorità per l'identificazione di operatori con significativo potere di mercato nei mercati rilevanti dei servizi di accesso locale all'ingrosso alla rete fissa e dei servizi a capacità dedicata all'ingrosso, definiti nei Documenti II e III.

2. In premessa, si osserva che, sebbene la separazione legale volontaria della rete fissa di accesso di TIM possa alleviare – sotto certi aspetti – alcune problematiche competitive connesse all'integrazione verticale dell'operatore ed al controllo di infrastrutture essenziali, permangono notevoli elementi che possono conferire allo stesso un notevole vantaggio competitivo, non replicabile dai concorrenti. In particolare, con la nuova struttura organizzativa permangono elementi di integrazione verticale di TIM, che continuerà a operare sia nei mercati al dettaglio che nei mercati all'ingrosso (anche per il tramite di FiberCop).

3. Inoltre, nonostante la separazione entrambi gli operatori continuano a fornirsi reciprocamente alcuni servizi. Da un lato, infatti, TIM, oltre a vendere tutti i servizi *retail*, vende anche a livello *wholesale* e fornisce a FiberCop alcuni servizi, attività ed *asset* necessari a quest'ultima per la gestione di alcuni servizi all'ingrosso. Innanzitutto, TIM *Wholesale* vende tutti i servizi passivi che si basano su rete primaria e tutti i servizi di accesso attivi. Inoltre, gli OAO possono utilizzare la sola TIM per l'acquisto di tutti i servizi *wholesale* in rame e in fibra di cui necessitano (anche quelli che comprendono elementi di rete rientranti nel perimetro di FiberCop) in modalità “*one stop shopping*”. In aggiunta, TIM fornisce a FiberCop i servizi su rete primaria in fibra ottica (per consentire a FiberCop di realizzare servizi *full-GPON*), i servizi di accesso alle infrastrutture di posa sotterranea che hanno un utilizzo condiviso tra rete secondaria e rete primaria o di giunzione (che rimangono di proprietà TIM), nonché una serie di attività e servizi relativi principalmente alla progettazione, costruzione, manutenzione della rete secondaria e relativi servizi IT e generali.

4. Dall’altro lato, FiberCop – il cui perimetro si limita alla rete secondaria in fibra e in rame – vende agli OAO e a TIM i servizi passivi relativi alla rete secondaria, ma al contempo resta fortemente legata a TIM, sia a livello operativo che di gestione e manutenzione della rete, nonché a livello di complementarità nell’utilizzo degli *asset* necessari all’erogazione dei servizi di accesso. TIM risulta infatti il fornitore esclusivo di FiberCop per la costruzione e la manutenzione della rete nonché per le attività di *delivery* e *assurance*. TIM si pone, dunque, rispetto a FiberCop, alla stregua di un’impresa di rete o *System* (impresa che, a fronte di un contratto, costruisce e garantisce le attività di *delivery* e *assurance* per conto di FiberCop). TIM offre inoltre a FiberCop anche servizi IT e servizi amministrativi.

5. Rileva, inoltre, la struttura societaria di FiberCop, di cui TIM ne detiene il controllo in qualità di principale azionista.

6. Alla luce delle considerazioni precedenti, si ritiene che la separazione legale volontaria di TIM non influisca sulle valutazioni circa l’esistenza di un significativo potere di mercato e, pertanto, non se ne terrà particolarmente conto nel proseguo dell’analisi.

## **1. Riferimenti normativi per l’analisi del significativo potere di mercato**

7. Ai sensi dell’articolo 74, comma 2, del Codice, 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, e dunque di forza economica tale da consentirle di comportarsi in misura notevole in modo indipendente dai concorrenti, dai clienti e dai consumatori.

8. Secondo quanto disposto dal successivo comma 3 dell’articolo 74, l’Autorità, nel valutare se due o più imprese godono congiuntamente di una posizione dominante sul mercato, procede nel rispetto del diritto dell’Unione europea e tiene in massima considerazione le linee guida della Commissione europea, contenute nella Comunicazione della Commissione 2018/C 159/01 concernente gli Orientamenti per l’analisi del mercato e la valutazione del significativo potere di mercato ai sensi del quadro normativo dell’UE per le reti e i servizi di comunicazione elettronica (di seguito anche “gli Orientamenti”)<sup>1</sup>.

9. In base al paragrafo 54 degli Orientamenti, quando si considera il potere di mercato di un’impresa, è importante considerare la quota di mercato della stessa e dei suoi concorrenti, nonché i vincoli esercitati a medio termine dai concorrenti potenziali; le quote di mercato possono fornire all’Autorità una prima indicazione utile della struttura del mercato e dell’importanza relativa dei vari operatori attivi sul mercato.

---

<sup>1</sup> Cfr. capitolo 3, punti 52-93 della Comunicazione della Commissione europea 2018/C 159/01.

10. Come indicato al punto 55 e seguenti degli Orientamenti, in base a una giurisprudenza consolidata, la detenzione di quote di mercato estremamente elevate – superiori al 50% – da parte di un’impresa per un certo tempo è di per sé, salvo situazioni eccezionali, una prova dell’esistenza di una posizione dominante; inoltre, quanto più elevata è la quota di mercato e quanto più lungo il periodo di tempo in cui viene detenuta, tanto più è probabile che costituisca un’importante indicazione preliminare del significativo potere di mercato.

11. Tuttavia, anche un’impresa con una quota di mercato elevata può non essere in grado di comportarsi in misura notevole in modo indipendente dai clienti con sufficiente forza contrattuale. Inoltre, la graduale erosione della quota di mercato di un’impresa con una forte posizione nel mercato potrebbe indicare un’intensificazione della concorrenza, ma non esclude la possibilità che si riscontri un significativo potere di mercato. La significativa fluttuazione delle quote di mercato nel tempo potrebbe indicare l’assenza di potere di mercato nel mercato rilevante. La capacità di un nuovo operatore di aumentare rapidamente la propria quota di mercato può anche riflettere il fatto che il mercato rilevante in questione sia più competitivo e che le barriere in ingresso possano essere superate entro un lasso di tempo ragionevole.

12. Se la quota di mercato è elevata, ma inferiore alla soglia del 50% – come indicato negli Orientamenti – l’Autorità dovrebbe basarsi su altre caratteristiche strutturali fondamentali del mercato per valutare il significativo potere di mercato, analizzando congiuntamente diversi indicatori quali, *inter alia*, gli ostacoli all’accesso ed all’espansione, la dimensione assoluta e relativa dell’impresa, il controllo di infrastrutture difficilmente duplicabili, il vantaggio o la superiorità tecnologica e commerciale, le economie di scala e di diversificazione, l’integrazione verticale, la mancanza di concorrenza potenziale. Tali indicatori devono essere analizzati anche in un’ottica previsionale.

13. Per quanto riguarda i metodi da utilizzare per misurare le dimensioni del mercato e le quote di mercato, negli Orientamenti è specificato che, sebbene sia i volumi dei servizi venduti che i ricavi (valore delle vendite) continuino a fornire informazioni utili per le misurazioni del mercato, la pratica crescente è quella di interpretare i dati delle quote di mercato facendo riferimento ai volumi di vendita (ad es. numero di minuti, capacità) ed al numero di abbonati<sup>2</sup>.

14. Il riscontro di un significativo potere di mercato dipende anche dalla valutazione degli ostacoli all’accesso al mercato, che spesso caratterizzano i mercati del settore delle comunicazioni elettroniche. Tuttavia, i forti ostacoli all’accesso al mercato possono diventare meno rilevanti nei mercati caratterizzati da continui progressi tecnologici, in particolare a causa dell’emergere di nuove tecnologie che consentono ai nuovi operatori di fornire servizi qualitativamente diversi che possono competere con quelli

---

<sup>2</sup> Cfr. *Commission Staff Working Document* relativo alla Comunicazione della Commissione europea 2018/C 159/01, pag. 25.

dell'operatore dotato di significativo potere di mercato. Nei mercati delle comunicazioni elettroniche, i vincoli alla concorrenza possono derivare dalle minacce innovative ad opera di concorrenti potenziali momentaneamente non ancora presenti sul mercato. Pertanto, gli Orientamenti invitano le Autorità a tenere conto della probabilità che imprese non attualmente operanti nel mercato del prodotto rilevante decidano, a medio termine, di entrare nel mercato. Come indicato dagli Orientamenti, l'ingresso sul mercato è più probabile quando potenziali nuovi operatori sono già presenti in mercati contigui oppure quando forniscono servizi rilevanti o per fornire i servizi al dettaglio in questione o per competere con essi.

15. Come detto in precedenza, un'impresa può detenere una posizione dominante sia individualmente che congiuntamente con altri. Come indicato negli Orientamenti al paragrafo 3.2 (punto 65 e seguenti), la definizione di ciò che costituisce una posizione dominante collettiva nel diritto in materia di concorrenza è fornita dalla giurisprudenza della Corte di giustizia dell'Unione europea e si è evoluta nel tempo. Una posizione dominante può essere detenuta da più imprese, giuridicamente ed economicamente indipendenti l'una dall'altra, a condizione che, da un punto di vista economico, si presentino o agiscano congiuntamente su un determinato mercato come entità collettiva. Come affermato nel caso Airtours<sup>3</sup>, l'esistenza di un accordo o di altri legami giuridici non è indispensabile per constatare l'esistenza di una posizione dominante collettiva. Tale accertamento potrebbe risultare da altri fattori di correlazione e dipenderebbe da una valutazione economica, e in particolare da una valutazione della struttura del mercato.

16. Gli Orientamenti, al punto 66, specificano che *“esiste una posizione dominante collettiva se, tenuto conto delle reali caratteristiche del mercato rilevante, ciascun membro dell'oligopolio dominante in questione, nel momento in cui viene a conoscenza di interessi comuni, ritiene possibile, economicamente razionale e quindi preferibile adottare, su base duratura, una politica comune di comportamento sul mercato al fine di vendere a prezzi superiori a quelli concorrenziali, senza dover concludere un accordo o ricorrere ad una pratica concordata ai sensi dell'articolo 101 del trattato e senza che alcun concorrente effettivo o potenziale, cliente o consumatore possa intervenire efficacemente”*.

17. In questo contesto, nel determinare se due o più imprese in un mercato rilevante abbiano un significativo potere di mercato collettivo, al fine di determinare se imporre loro obblighi regolamentari *ex ante*, l'Autorità deve effettuare un'analisi dei probabili sviluppi del mercato. Si deve valutare se, alla luce di tutte le considerazioni, le condizioni di mercato possano favorire un meccanismo di tacito coordinamento, sulla base del *test* economico stabilito dalla Corte di Giustizia, ossia sulla base di un'analisi integrata dei criteri esposti nella causa Airtours e successivamente confermati e ulteriormente chiariti nella causa Impala II<sup>4</sup>. In particolare, si rammenta, che il Tribunale ha dichiarato nella

---

<sup>3</sup> Cfr. Causa T-342/99, Airtours plc/Commissione, EU:T:2002:146.

<sup>4</sup> Cfr. Causa C-413/06, Impala II, EU:C:2008:392.

causa Airtours che sono necessarie tre condizioni cumulative per constatare l'esistenza di una posizione dominante collettiva: *i*) in primo luogo, ciascun membro dell'oligopolio dominante deve avere la capacità di sapere come si comportano gli altri membri per controllare se stanno adottando o meno una politica comune (sufficiente trasparenza del mercato); *ii*) in secondo luogo, la situazione di coordinamento tacito deve essere sostenibile nel tempo, vale a dire deve esserci un incentivo a non discostarsi dalla politica comune nel mercato (sostenibilità); *iii*) in terzo luogo, occorre anche stabilire che la prevedibile reazione dei concorrenti attuali e futuri, nonché dei clienti, non comprometta i risultati attesi dalla politica comune (esistenza di fattori esterni in grado di mettere a repentaglio il meccanismo collusivo). Nella causa Impala II, la Corte di giustizia, nel confermare i suddetti criteri quali condizioni in presenza delle quali è più probabile che emerga un coordinamento tacito, ha indicato, al tempo stesso, la necessità di evitare un approccio meccanico che comporti la verifica separata di ciascuno di tali criteri considerati isolatamente, senza tener conto del meccanismo economico globale di un ipotetico coordinamento tacito.

18. Negli Orientamenti, la Commissione sottolinea che l'analisi del significativo potere di mercato collettivo deve tener conto delle specificità del settore delle comunicazioni elettroniche, in particolare del fatto che, a causa dei legami che tipicamente esistono tra i mercati all'ingrosso e al dettaglio, il meccanismo economico della collusione tacita non si limita al livello all'ingrosso, ma dovrebbe essere valutato tenendo conto dell'interazione di entrambi i livelli.

19. Come affermato nella causa Impala II dalla Corte di giustizia, oltre alla trasparenza del mercato, una struttura di mercato che favorisca la collusione tacita può anche essere caratterizzata dalla concentrazione del mercato e dall'omogeneità del prodotto. Gli Orientamenti forniscono un elenco non esaustivo delle caratteristiche di mercato suscettibili di condurre alla stessa conclusione quali, a titolo di esempio, le quote di mercato, l'elasticità della domanda, l'integrazione verticale, la compatibilità dei costi e della produzione, la copertura globale della rete, i livelli di redditività ed i ricavi medi per utente (ARPU), la simmetria relativa dell'operatore e la relativa somiglianza delle operazioni al dettaglio. La Commissione evidenzia che tali parametri dovrebbero essere valutati caso per caso, prendendo in considerazione le circostanze nazionali e tenendo conto delle specificità della regolamentazione *ex ante* nel settore delle comunicazioni elettroniche allo scopo di stabilire, nelle circostanze specifiche, se le caratteristiche del mercato rilevante siano tali che ciascun membro dell'oligopolio dominante ritenga possibile, economicamente razionale e quindi preferibile adottare, in modo duraturo, una politica comune per il loro comportamento di mercato.

## 2. Descrizione degli indicatori utilizzati

20. L’Autorità, tenendo in massima considerazione gli Orientamenti, ha analizzato anzitutto il livello e l’andamento delle quote di mercato degli operatori nei mercati al dettaglio dei servizi di accesso alla rete fissa.

21. Come già evidenziato ai fini della definizione merceologica e geografica del mercato delle linee affittate, per il mercato all’ingrosso dei servizi di capacità dedicata viene meno la corrispondenza univoca tra servizi *retail* e *wholesale*. Infatti, i servizi di capacità dedicata non sono acquistati necessariamente per la vendita di servizi *retail* di linee affittate, ma spesso gli operatori alternativi di rete fissa, gli ISP e gli operatori di rete mobile ricorrono a questi servizi all’ingrosso per completare la propria rete. Pertanto, non si ritiene necessario analizzare il livello e l’andamento delle quote di mercato al dettaglio dei servizi di capacità dedicata.

22. Successivamente, sono stati analizzati il livello e l’andamento delle quote di mercato degli operatori nei mercati rilevanti oggetto della presente analisi identificati nei Documenti II e III del presente provvedimento, ossia per i mercati:

- a) **mercato 1A**, che comprende i Comuni di Milano e Cagliari;
- b) **mercato 1B**, che comprende i restanti Comuni d’Italia del mercato 1;
- c) **mercato 2A**, che comprende 5 Comuni (Milano, Torino, Barletta, Cornaredo e Basiglio);
- d) **mercato 2B**, che comprende i restanti Comuni d’Italia del mercato 2.

23. Infine, per ciascun mercato rilevante identificato, considerati i livelli delle quote di mercato degli operatori – ai fini della valutazione del significativo potere di mercato, ossia della capacità dell’operatore in possesso di una significativa quota di mercato di comportarsi in misura notevole in modo indipendente dai clienti e con sufficiente forza contrattuale – l’Autorità ha analizzato le principali caratteristiche strutturali dei mercati rilevanti, ovvero: il grado di controllo di infrastrutture difficili da duplicare, la presenza di economie di scala, la mancanza o l’insufficienza di contropotere di mercato da parte degli acquirenti, il grado di integrazione verticale.

## 3. Quote di mercato al dettaglio sulle linee di accesso

24. Le tabelle seguenti mostrano l’andamento delle quote di mercato dei principali operatori, calcolate sulla base dei volumi venduti (ossia delle linee di accesso al dettaglio) per il periodo 2014-2021 ed a livello nazionale (includendo tutti i Comuni), separatamente per la clientela residenziale e quella non residenziale<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> Per “linea” si intende un “accesso fisico” presso cui è attestato un cliente finale indipendentemente dalla tecnologia di accesso (rame/fibra/wireless).

25. Si evidenzia che le tabelle riportano le quote di mercato sul totale degli accessi, indipendentemente dall'impiego degli stessi per la fornitura di servizi solo voce, voce e dati, o solo dati.

**Tabella V. 1 – Quote di mercato al dettaglio in volumi (clienti residenziali)**

Operatore	RESIDENZIALI							
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>TIM</b>	60,20%	57,67%	55,74%	53,82%	50,40%	47,22%	45,33%	<b>43,88%</b>
<b>Vodafone</b>	10,59%	11,17%	11,97%	13,12%	14,71%	15,82%	16,07%	<b>16,91%</b>
<b>Fastweb</b>	9,66%	10,52%	11,32%	11,67%	12,39%	13,00%	13,32%	<b>13,60%</b>
<b>Wind Tre</b>	15,12%	15,15%	14,53%	14,00%	14,25%	14,83%	15,02%	<b>14,95%</b>
<b>Tiscali</b>	2,15%	2,07%	2,70%	2,71%	2,49%	2,35%	2,29%	<b>2,14%</b>
<b>Altri</b>	2,29%	3,41%	3,73%	4,68%	5,77%	6,77%	7,96%	<b>8,53%</b>

*Fonte: Elaborazioni dell'Autorità su dati forniti dagli operatori*

**Tabella V. 2 – Quote di mercato al dettaglio in volumi (clienti non residenziali)**

Operatore	NON RESIDENZIALI							
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>TIM</b>	68,11%	65,06%	62,57%	60,10%	56,98%	51,99%	48,12%	<b>49,93%</b>
<b>Fastweb</b>	10,39%	11,64%	12,12%	14,81%	15,33%	18,32%	20,02%	<b>19,10%</b>
<b>Vodafone</b>	6,66%	7,91%	9,27%	10,48%	11,86%	13,65%	14,67%	<b>13,64%</b>
<b>Wind Tre</b>	7,34%	7,83%	8,08%	8,77%	9,62%	9,03%	9,65%	<b>10,64%</b>
<b>BT Italia</b>	2,21%	2,27%	2,35%	1,81%	1,58%	1,49%	1,29%	<b>0,58%</b>
<b>Tiscali</b>	1,25%	1,19%	1,50%	1,43%	1,32%	1,17%	1,17%	<b>1,19%</b>
<b>Altri</b>	4,04%	4,10%	4,11%	2,61%	3,32%	4,34%	5,08%	<b>4,92%</b>

*Fonte: Elaborazioni dell'Autorità su dati forniti dagli operatori*

26. Dai dati riportati nelle tabelle precedenti emerge una riduzione, nel periodo 2014-2021, della quota di mercato di TIM in volumi per entrambe le tipologie di clientela (residenziale e non residenziale), nonostante un leggero aumento della quota relativa ai clienti non residenziali nell'ultimo anno di osservazione. Si osserva, inoltre, che le quote in volume di TIM sono inferiori al 50% su entrambi i segmenti.

27. Nelle tabelle successive sono, invece, riportate le quote di mercato rispettivamente degli accessi a banda larga ed ultra-larga al dettaglio in volumi, relativamente agli anni 2018-2022.

**Tabella V. 3 – Quote di mercato degli accessi a banda larga al dettaglio in volumi**

Operatore	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Tim</b>	46,0%	50,4%	55,0%	59,2%	<b>57,6%</b>
<b>Wind Tre</b>	18,4%	15,0%	12,3%	11,5%	<b>13,5%</b>
<b>Fastweb</b>	13,5%	14,1%	12,7%	11,8%	<b>10,5%</b>
<b>Vodafone</b>	13,1%	12,7%	10,9%	9,6%	<b>11,7%</b>
<b>Tiscali</b>	3,7%	3,0%	2,8%	1,8%	<b>0,9%</b>
<b>OPNET</b>	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,0%</b>
<b>Eolo</b>	0,9%	0,5%	0,5%	0,5%	<b>0,4%</b>
<b>Altri</b>	4,45	4,3%	5,8%	5,6%	<b>5,3%</b>

*Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati forniti dagli operatori*

**Tabella V. 4 – Quote di mercato degli accessi a banda ultra-larga al dettaglio in volumi**

Operatore	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Tim</b>	40,8%	37,6%	35,9%	36,0%	<b>35,9%</b>
<b>Vodafone</b>	18,7%	19,1%	19,0%	18,8%	<b>18,0%</b>
<b>Fastweb</b>	16,4%	15,6%	16,3%	15,6%	<b>15,3%</b>
<b>Wind Tre</b>	9,6%	12,7%	14,7%	14,9%	<b>14,4%</b>
<b>Tiscali</b>	7,5%	6,5%	5,5%	4,3%	<b>3,3%</b>
<b>Opnet</b>	1,7%	2,1%	2,2%	2,3%	<b>2,0%</b>
<b>Eolo</b>	3,6%	4,1%	4,1%	3,9%	<b>4,1%</b>
<b>Altri</b>	1,8%	2,1%	2,3%	4,2%	<b>6,9%</b>

*Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati forniti dagli operatori*

28. La quota di mercato di TIM nel mercato della banda larga (tabella V.3) risulta in crescita dal 46,0% nel 2018 al 57,6% nel 2022. Si tratta della conseguenza della forte riduzione dei volumi di linee a banda larga, passate da circa 9,2 milioni nel 2018 a circa

3,5 nel 2022, cui corrisponde una riduzione del 62% in 5 anni. Infatti, in termini assoluti le linee a banda larga di TIM si sono ridotte del 52% circa tra il 2018 e il 2022, passando da 4,3 milioni a 2,0 milioni.

29. Al contrario, nel mercato delle linee a banda ultra-larga (tabella V.4) la quota di TIM sta diminuendo, essendosi ridotta dal 40,8% del 2018 al 35,9% del 2022. In questo caso contribuisce il forte incremento delle linee a banda ultra-larga, passate da 7,9 milioni circa nel 2018 a 15,1 milioni circa nel 2022, con un aumento del 90% in 5 anni. In termini assoluti, TIM ha visto aumentare le proprie linee del 68% in 5 anni, riportando il minore aumento percentuale delle linee tra gli operatori di maggiori dimensioni. La tabella seguente mostra l’andamento delle linee *ultra-broadband* nel quinquennio considerato, riportando anche la variazione percentuale complessiva.

**Tabella V. 5 – Linee *ultra-broadband* (in migliaia)**

	4T18	4T19	4T20	4T21	4T22	VAR (%)
<b>TIM</b>	3.234	3.692	4.432	5.186	5.417	<b>68%</b>
<b>Vodafone</b>	1.482	1.881	2.346	2.704	2.715	<b>83%</b>
<b>Fastweb</b>	1.298	1.538	2.010	2.243	2.313	<b>78%</b>
<b>Wind Tre</b>	759	1.252	1.819	2.137	2.175	<b>186%</b>
<b>Tiscali</b>	591	642	681	616	500	<b>-15%</b>
<b>Opnet</b>	131	211	275	327	308	<b>136%</b>
<b>Eolo</b>	282	406	511	566	612	<b>117%</b>
<b>Altri</b>	145	208	284	607	1.038	<b>615%</b>

Fonte: elaborazioni dell’Autorità su dati forniti dagli operatori

30. La riduzione della quota di mercato di TIM nel mercato della banda ultra-larga rappresenta un’inversione di tendenza rispetto a quanto desunto nella precedente analisi di mercato, in cui la quota *ultra-broadband* di TIM risultava in crescita. Sostanzialmente, il forte impulso all’infrastrutturazione sulla banda ultra-larga, legato alla diffusione dei servizi VULA e al dispiegamento della rete di Open Fiber, sta determinando un progressivo e importante spostamento delle linee dal mercato *broadband* al mercato *ultra-broadband*, tanto che oggi circa l’81% delle linee BB/UBB complessive sono a banda ultra-larga. La tabella seguente riporta la ripartizione percentuale tra linee a banda larga e ultra-larga.

**Tabella V. 6 – Ripartizione tra linee BB e UBB (%)**

	4T18	4T19	4T20	4T21	4T22
<b>BB</b>	53,8%	44,1%	32,0%	23,0%	<b>18,9%</b>
<b>UBB</b>	46,2%	55,9%	68,0%	77,0%	<b>81,1%</b>

*Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati forniti dagli operatori*

#### **4. Mercati dei servizi di accesso locale all'ingrosso in postazione fissa (mercato n. 1)**

31. L'Autorità tiene in massima considerazione le indicazioni fornite dalla Commissione negli Orientamenti e ritiene che, in relazione ai due mercati 1A e 1B gli indicatori più importanti ai fini della valutazione del significativo potere di mercato siano il livello e l'andamento delle quote di mercato, il grado di controllo di infrastrutture difficili da duplicare, la presenza di economie di scala e diversificazione, la mancanza o l'insufficienza di contropotere di mercato da parte degli acquirenti e il grado di integrazione verticale.

32. Preliminarmente, si rammenta che il mercato 1 del prodotto, relativo ai servizi di accesso locale all'ingrosso in postazione fissa, è costituito dal totale delle linee di accesso locale alla rete fissa fornite mediante l'utilizzo delle tecnologie su rete in rame, su rete mista fibra/rame, su rete in fibra ottica (incluse le linee VULA) e tramite FWA. Nello specifico, in termini merceologici, il mercato è quantificabile nell'insieme di accessi ottenuti come somma delle linee all'ingrosso vendute da TIM/FiberCop e dagli OAO ad altri operatori (cosiddetto *merchant market*), a cui si deve aggiungere il totale delle linee autoprodotte da ciascun operatore (TIM/FiberCop e OAO), ossia fornite internamente alle proprie divisioni *retail* (autoproduzione), per consentire la fornitura del servizio al dettaglio ai propri clienti finali. Quindi nel mercato sono inclusi sia gli accessi venduti effettivamente sul mercato (*merchant market*) sia gli accessi autoprodotti.

33. Nel seguito, quindi, per entrambi i mercati geografici identificati (1A, composto dai Comuni di Milano e Cagliari, e 1B, che include i restanti Comuni), le quote di mercato degli operatori sono calcolate considerando anche il numero di accessi autoprodotti.

34. Si evidenzia che la quota di mercato di TIM/FiberCop, in entrambi i mercati identificati (1A e 1B), è calcolata sul totale delle linee attive incluse nel mercato rilevante, in coerenza a quanto già indicato nel Documento III del presente provvedimento.

#### 4.1. Mercato n. 1A - Comuni di Milano e Cagliari

##### *Livello e andamento delle quote di mercato*

35. Come illustrato nella tabella seguente si osserva una significativa riduzione della quota di mercato di TIM/FiberCop dal 2019 al 2022, in conseguenza dell'avanzamento degli investimenti di Open Fiber (nel seguito anche OF). Infatti, come descritto nel Documento III del provvedimento, in tali Comuni OF ha raggiunto elevati livelli di copertura – superiori al 99% – già nel 2021 e ha avviato la commercializzazione dei servizi.

36. Al contempo, si può osservare che nei Comuni di Milano e Cagliari la quota di mercato di Open Fiber è in crescita e risulta superiore al 50% negli ultimi due anni. Su questo risultato incide il livello di investimento degli operatori. Mentre, infatti, Open Fiber ha completato di fatto la copertura di entrambi i Comuni già nel 2021, Milano non rientra nei Comuni FiberCop, mentre a Cagliari la copertura di TIM/FiberCop era pari all'11,96% al 2021.

**Tabella V. 7 – Quote di mercato *wholesale* (con autoproduzione) nel mercato 1A**

	2019	2020	2021
<b>TIM/FiberCop</b>	42,19%	37,41%	33,90%
<b>OF</b>	44,43%	50,57%	56,55%
<b>Fastweb</b>	12,83%	11,37%	9,05%
<b>Altri</b>	0,55%	0,65%	0,51%

*Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati forniti dagli operatori*

37. Si richiama che, in linea con gli Orientamenti della Commissione, un'importante indicazione preliminare dell'esistenza di una posizione dominante è, salvo situazioni eccezionali, costituita dalla detenzione di quote di mercato superiori al 50% da parte di un'impresa per un certo periodo di tempo<sup>6</sup>. In particolare, maggiore è la quota di mercato e più lungo è il periodo di tempo in cui un operatore detiene una quota di mercato rilevante, maggiore è la rilevanza di questo indicatore ai fini dell'analisi SMP.

38. L'andamento e il livello della quota di mercato di OF superiore al 50% suggeriscono la possibilità dell'esistenza di un significativo potere di mercato in capo a OF nel mercato 1A. Al riguardo, anzitutto si evidenzia che il periodo di tempo nel quale OF detiene una quota superiore al 50% è ancora limitato, essendo pari a due anni.

39. In ogni caso, come indicato dalla Commissione negli Orientamenti, anche un'impresa con una quota di mercato elevata può non essere in grado di comportarsi in

<sup>6</sup> Cfr. paragrafo 55 degli Orientamenti.

misura notevole in modo indipendente dai clienti con sufficiente forza contrattuale, in presenza di determinate caratteristiche del mercato, quali *inter alia* la presenza di una concorrenza infrastrutturale, l'assenza di barriere all'ingresso o la presenza di contropotere da parte degli acquirenti<sup>7</sup>. Pertanto, in linea con i suddetti Orientamenti, al fine di verificare l'eventuale presenza di posizioni di significativo potere di mercato, l'Autorità ha analizzato le seguenti caratteristiche strutturali ed economiche fondamentali del mercato.

#### *Controllo di infrastrutture difficili da duplicare*

40. Il “controllo di infrastrutture difficili da duplicare” è stato uno dei principali indicatori – insieme al livello delle quote di mercato – utilizzati nei precedenti cicli di analisi dei mercati dei servizi di accesso all’ingrosso alla rete fissa per riscontrare la presenza di un significativo potere di mercato in capo a TIM.

41. Limitatamente al Comune di Milano, nel precedente ciclo di analisi di mercato l’elevato livello di copertura raggiunto da OF (pari allora al 97% delle sedi clienti con proprie infrastrutture indipendenti di tipo FTTH) e la consistente copertura già all’epoca realizzata attraverso una terza rete (Fastweb) che copriva il 40% delle sedi cliente<sup>8</sup> erano stati considerati indicatori del considerevole aumento del livello di concorrenza infrastrutturale. Si era concluso, pertanto, che nel Comune di Milano nessun operatore beneficiasse, in modo esclusivo, di vantaggi derivanti dal controllo di infrastrutture difficili da duplicare.

42. Come visto in precedenza, nella presente analisi di mercato l’infrastruttura di rete in fibra maggiormente sviluppata nei Comuni di Milano e Cagliari è quella di Open Fiber, tanto che questo operatore ha raggiunto un’elevata quota di mercato. Ai fini della valutazione sul controllo di infrastrutture difficili da replicare si deve tenere conto degli interventi previsti da TIM/FiberCop nell’orizzonte temporale della presente analisi di mercato. Nel Comune di Milano, coperto al 2021 dalla rete di TIM/FiberCop per il 49,31% delle UI, è previsto il raggiungimento della quasi totalità delle UI (95,72%) già entro la fine del 2023. Nel Comune di Cagliari, dove la copertura da parte di FiberCop non è ancora completa, è previsto un piano di investimenti che porterà a raggiungere, già al 2024, l’89% delle UI, con valore previsto dell’89,41% al 2026, secondo il seguente calendario.

---

<sup>7</sup> Cfr. paragrafo 56 degli Orientamenti.

<sup>8</sup> È opportuno ricordare che tale rete è basata nella maggior parte dei casi su infrastrutture acquisite in IRU sulla rete che in passato era della società Metroweb, lo stesso operatore ha fatto presente durante l’istruttoria che ove possibile sta migrando la propria clientela su infrastruttura *wholesale* (ULL GPON) di Open Fiber. La precedente infrastruttura risulta essere in fase di dismissione in quanto più conveniente appoggiarsi direttamente su *input wholesale* in modalità *pay per use* di OF.

**Tabella V. 8 – Piano di investimento di FiberCop nel Comune di Cagliari**

	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Quota UI	11,96%	42,64%	68,74%	89,24%	89,31%	89,41%

*Fonte: elaborazioni dell’Autorità su dati forniti dagli operatori*

43. Quindi, sulla base dei piani di investimento di FiberCop è lecito aspettarsi una più marcata concorrenzialità del mercato, per effetto della disponibilità anche della rete di TIM/FiberCop da cui potersi approvvigionare per l’acquisto dei servizi NGA nei Comuni di Milano e Cagliari.

44. In ogni caso, nell’orizzonte temporale di riferimento della presente analisi di mercato è prevista la presenza di due reti di accesso in fibra ottica tra loro alternative, indice della scarsa rilevanza nei Comuni in questione dell’indicatore relativo al controllo di infrastrutture difficili da replicare.

45. In continuità con quanto rilevato nella precedente analisi di mercato, anche in questa sede si evidenzia quindi una forte concorrenza infrastrutturale nei Comuni di Milano e Cagliari, legata da un lato all’elevato livello di copertura delle sedi cliente raggiunto da OF con le proprie infrastrutture di tipo FTTH, maggiore – come già detto – al 99% in entrambi i Comuni già nel 2021, e, dall’altro, ai piani di investimento di TIM/FiberCop, che punta a rilegare con propria infrastruttura una elevata percentuale delle UI di entrambi i Comuni.

46. Per tali ragioni, si può affermare che nei Comuni di Milano e Cagliari nessun operatore beneficia, in modo esclusivo, di vantaggi derivanti dal controllo di infrastrutture difficili da duplicare.

#### *Presenza di economie di scala*

47. La funzione di produzione di servizi di accesso locale alla rete fissa è caratterizzata da rendimenti di scala crescenti riconducibili all’elevato rapporto fra costi fissi e costi variabili. Considerata l’attuale estensione della rete dell’operatore alternativo di tipo *wholesale only* nei Comuni di Milano e Cagliari (dove ha già raggiunto praticamente tutte le sedi clienti) e dei piani di investimento di TIM/FiberCop, si ritiene che entrambi questi operatori possano conseguire, nell’orizzonte temporale di riferimento della presente analisi, economie di scala tra loro comparabili.

#### *Livello di contropotere di mercato da parte degli acquirenti,*

48. Nei Comuni di Milano e Cagliari l’acquisto di servizi di accesso *wholesale* da Open Fiber risulta essere ormai una realtà consolidata, con rilevanti volumi, nonché processi e procedure sperimentate. Analoghe considerazioni valgono per TIM/FiberCop.

49. Pertanto, si ritiene che gli operatori richiedenti l'accesso all'ingrosso, quantomeno i principali, siano in grado di esercitare un reale contropotere di acquisto che limitano l'esercizio del potere di mercato da parte dei principali *player* del mercato.

#### *Grado di integrazione verticale*

50. Con riferimento all'indicatore del grado di integrazione verticale, e facendo riferimento ai principali operatori attivi sul mercato in esame, si osserva che, da un lato, vi è OF, operante solo nel mercato *wholesale* e dunque non integrato verticalmente nei mercati al dettaglio.

51. Dall'altro lato, vi è l'operatore TIM/FiberCop integrato verticalmente, per il quale, attraverso il progetto di separazione legale volontaria della rete di accesso fissa, vengono ridotte – anche se non del tutto eliminate – alcune delle principali problematiche competitive connesse all'integrazione verticale.

52. Infine, nel mercato in esame, sebbene con una quota inferiore vi è anche Fastweb che è integrato verticalmente nei mercati al dettaglio e, dunque, potenzialmente in grado di razionalizzare i costi di natura tecnica e operativa ed effettuare scelte coordinate tra livelli *wholesale* e *retail* della catena del valore.

53. Alla luce di quanto menzionato si ritiene che i Comuni di Milano e Cagliari rappresentino una realtà diversa dal resto del territorio nazionale, in quanto non vi sono evidenti vantaggi competitivi per TIM derivanti dal suo livello di integrazione verticale.

#### *Conclusioni sulla determinazione del significativo potere di mercato nel mercato 1A dei Comuni di Milano e Cagliari*

54. In continuità con quanto stabilito nel precedente ciclo di analisi di mercato (anche se riferito al solo Comune di Milano), l'Autorità ritiene che nel mercato 1A di Milano e Cagliari vi sia una concorrenza effettiva e che, dunque, nessun operatore disponga di un significativo potere di mercato a causa: *i*) del livello e dell'andamento delle quote di mercato; *ii*) del significativo livello di concorrenza infrastrutturale, vista la significativa copertura raggiunta dalle reti NGA alternative (di OF e in misura minore di Fastweb) e dei piani di investimento di TIM/FiberCop; *iii*) dell'assenza di benefici derivanti da economie di scala a favore di specifici operatori, visti i volumi di vendita e i livelli di copertura delle Unità abitative dei diversi operatori sostanzialmente confrontabili; *iv*) di un sufficiente contropotere di acquisto in grado di limitare l'esercizio del potere di mercato.

55. Tuttavia, tenuto conto del livello della quota di mercato di Open Fiber (al 2021 maggiore del 50%) e che le conclusioni della presente analisi si basano sui piani di investimento di TIM/FiberCop e sulla disponibilità, quindi, di due reti di accesso in fibra alternative nell'orizzonte temporale della presente analisi, l'Autorità valuterà

l’opportunità di avviare un monitoraggio delle condizioni concorrenziali dei Comuni inclusi nel mercato 1A.

#### 4.2. Mercato n. 1B - Resto d’Italia

##### *Livello e andamento delle quote di mercato*

56. Come illustrato nella tabella seguente, la quota di TIM nel mercato **1B (Resto d’Italia)** dei servizi di accesso locale all’ingrosso, calcolata in termini di volumi, si è ridotta nel periodo 2019-2021.

**Tabella V. 9 – Quote di mercato *wholesale* (con autoproduzione) nel mercato 1B**

	2019	2020	2021
<b>TIM</b>	90,41%	86,97%	84,38%
<b>Altri</b>	9,59%	13,03%	15,62%

*Fonte: elaborazioni dell’Autorità su dati forniti dagli operatori*

57. Nonostante la riduzione osservata, la quota di mercato di TIM, al 2021, è pari all’84,38%, attestandosi ancora a livelli piuttosto alti, molto al di sopra della soglia del 50% che, secondo gli Orientamenti della Commissione e della giurisprudenza consolidata, fa presumere la presenza di una posizione di significativo potere di mercato. Si evidenzia che il principale concorrente di TIM (OF) ha avviato in 75 Comuni del mercato la commercializzazione del servizio attivo (VULA) e passivo (ULL fibra su rete GPON) già a partire dal 2017.

58. Come già evidenziato in precedenza con riferimento al mercato 1A, la sola analisi del livello e dell’andamento delle quote di mercato non è sufficiente per concludere che l’impresa con una quota di mercato elevata sia in grado di comportarsi in misura notevole in modo indipendente dai clienti con sufficiente forza contrattuale. Pertanto, in linea con gli Orientamenti della Commissione, al fine di verificare l’eventuale presenza di posizioni di significativo potere di mercato, l’Autorità ha analizzato le seguenti caratteristiche strutturali ed economiche fondamentali del mercato.

##### *Controllo di infrastrutture difficili da duplicare*

59. La realizzazione di infrastrutture di comunicazioni elettroniche, in particolare di infrastrutture di accesso, richiede tempi lunghi ed investimenti ingenti e prevalentemente non recuperabili (*sunk cost*) in caso di uscita dal mercato.

60. Come noto, solo l’operatore *incumbent* ha effettuato in regime di monopolio gli investimenti per la rete di accesso a livello nazionale. Ad oggi, quindi, nel mercato 1B e fatti salvi i Comuni contendibili di cui al Documento III del presente provvedimento, solo TIM/FiberCop dispone di un’infrastruttura di accesso alla rete fissa che copre

capillarmente il territorio. Tale fattore, unitamente ai significativi costi fissi necessari per gli scavi e per l'installazione di una rete di accesso, ha attribuito nel corso degli anni un notevole vantaggio competitivo a TIM.

61. Come già illustrato nel suddetto Documento III, ci si attende che – nel periodo di riferimento della presente analisi di mercato – continui la realizzazione di infrastrutture NGA da parte di più di un operatore (in particolare Open Fiber) nelle aree nere e, anche grazie al ricorso a contributi pubblici, nelle aree grigie e bianche. Tuttavia, si ritiene che permarrà un'area del territorio del mercato rilevante senza alcuna rete alternativa a quella di TIM/FiberCop, sebbene decrescente nel tempo a mano a mano che procede la realizzazione da parte di Open Fiber.

62. Per tale ragione, si ritiene che le reti alternative raggiungeranno un'estensione tale da alterare, nell'orizzonte temporale di riferimento della presente analisi di mercato, solo in modo parziale, variabile nel tempo e geograficamente limitato, le attuali dinamiche concorrenziali che vedono l'*incumbent* come proprietario dell'unica rete di accesso di estensione nazionale che consente di fornire capillarmente, anche agli OAO, servizi di accesso alla rete fissa sull'intero territorio nazionale.

63. È possibile, pertanto, concludere che permane un vantaggio in capo a TIM/FiberCop derivante dal controllo delle infrastrutture di rete di accesso su base nazionale, che tuttavia risulta ridotto nei Comuni contendibili di cui al Documento III, caratterizzati da una copertura significativa di uno o più reti alternative a quella dell'*incumbent*. Si osserva al riguardo che – come già specificato nel Documento III – l'Autorità procederà ad una revisione periodica della lista dei Comuni contendibili, sulla base dei dati di mercato aggiornati che saranno regolarmente chiesti agli operatori.

#### *Presenza di economie di scala e diversificazione*

64. La funzione di produzione di servizi di accesso fisico alla rete fissa è caratterizzata da rendimenti di scala crescenti riconducibili all'elevato rapporto fra costi fissi e costi variabili. Considerata l'estensione, attuale e prospettica, delle reti degli operatori alternativi nel mercato 1B in esame (Resto d'Italia), nonché i piani di sviluppo di reti di accesso di nuova generazione, non si ritiene che gli OAO possano conseguire, nell'orizzonte temporale di riferimento della presente analisi, economie di scala comparabili con quelle di TIM/FiberCop.

65. Inoltre, il mercato in esame è caratterizzato dalla presenza di notevoli economie di diversificazione derivanti dalla possibilità di utilizzare la rete di accesso per la fornitura di più servizi (ad esempio servizi di telefonia, servizi dati e servizi TV). Gli operatori che possiedono la rete e che sono attivi in più mercati contigui sono in grado di esercitare il controllo più ampio possibile sui livelli di servizio e di banda erogabili e riescono, pertanto, a realizzare economie di diversificazione superiori rispetto a quelle realizzabili dagli operatori che non possiedono la rete. A tale proposito rileva che il principale concorrente nella realizzazione di infrastrutture alternative non è verticalmente integrato.

66. In conclusione, si ritiene che TIM/FiberCop continui a godere di significativi vantaggi competitivi in termini di maggiori economie di scala e di diversificazione, in quanto sebbene tali economie siano realizzabili anche dagli operatori alternativi nelle aree in cui sono presenti con le proprie infrastrutture, TIM/FiberCop risulta essere comunque l'operatore in grado di beneficiarne maggiormente.

#### *Contropotere da parte degli acquirenti*

67. In qualunque mercato gli acquirenti sono in grado di esercitare una qualche forma di contropotere d'acquisto nei confronti del fornitore quando acquistano considerevoli quantità del servizio offerto e hanno la possibilità di rivolgersi in tempi ragionevoli a fornitori alternativi in risposta ad un aumento del prezzo o di ricorrere al servizio in autoproduzione.

68. L'Autorità osserva che, nel mercato in esame e in misura temporalmente crescente nel periodo di riferimento della presente analisi di mercato, gli operatori hanno la possibilità – oltre che di acquistare servizi da TIM/FiberCop – di rivolgersi in alcune aree del territorio anche ad altri operatori per l'acquisto di servizi di accesso locale all'ingrosso. In tali aree, dunque, in assenza di regolamentazione nel mercato in esame, gli operatori richiedenti l'accesso sarebbero in grado di esercitare un certo contropotere di acquisto nei confronti di TIM/FiberCop.

69. L'Autorità ritiene tuttavia che nel mercato 1B, nel complesso, il contropotere di acquisto esercitato non sia tale da neutralizzare il potere di cui dispone TIM/FiberCop, se non in aree geograficamente limitate e mutevoli nel tempo. In particolare, fatti salvi i *Comuni contendibili* di cui al Documento III, in assenza di regolamentazione *ex ante*, in risposta ad un eventuale aumento del prezzo da parte di TIM/FiberCop, gli operatori acquirenti il servizio di accesso locale nel mercato 1B non avrebbero la possibilità di rivolgersi a fornitori alternativi.

#### *Integrazione verticale*

70. La separazione legale volontaria di TIM/FiberCop, notificata all'Autorità ai sensi dell'articolo 50 *ter* del Codice (oggi articolo 89 del Codice), contribuisce a ridurre – senza eliminarle – le principali problematiche competitive connesse all'integrazione verticale dell'operatore TIM riscontrate nelle precedenti analisi di mercato, quali in particolare l'adozione di condotte discriminatore nelle condizioni economiche e tecniche di fornitura dei servizi di accesso all'ingrosso.

71. Come già evidenziato in premessa, infatti, la separazione legale volontaria non ha eliminato l'integrazione verticale di TIM, che continuerà ad operare al contempo sia sul mercato al dettaglio sia su quello all'ingrosso (attraverso TIM *Wholesale* e FiberCop). TIM continuerà ad operare sia a livello *retail* che a livello *wholesale*, anche per il tramite di FiberCop. Dall'altro lato, FiberCop – il cui perimetro si limita alla rete secondaria in

fibra e in rame – vende a TIM (oltre che agli OAO) i servizi di accesso passivi alla rete secondaria, ma resta legata fortemente a TIM sia a livello operativo che di gestione. In conclusione, TIM e FiberCop si forniscono reciprocamente alcuni servizi necessari per un efficiente funzionamento delle due società, risultando interdipendenti tra loro.

72. Pertanto, TIM, anche attraverso FiberCop, potrebbe sfruttare i vantaggi derivanti dall'integrazione verticale nel mercato 1B potendo, ad esempio, adottare pratiche discriminatorie nelle condizioni tecniche o economiche di accesso oppure strategie di compressione dei margini a danno dei concorrenti. Anzitutto, infatti, TIM/FiberCop potrebbe praticare prezzi eccessivi nelle aree in cui non vi sono concorrenti nella fornitura di servizi di accesso all'ingrosso e prezzi predatori nelle aree in cui sono presenti offerte all'ingrosso alternative (*in primis*, quelle dell'operatore Open Fiber). In secondo luogo, la contemporanea presenza di TIM nei mercati dell'accesso a monte (anche tramite FiberCop) e a valle potrebbe indurre TIM ad adottare pratiche di compressione dei margini (*margin or price squeeze*) fra prezzi al dettaglio ed i corrispondenti prezzi all'ingrosso. Si ritiene, infatti, che la separazione legale della rete realizzata attraverso la costituzione FiberCop – permanendo il controllo di quest'ultima in capo a TIM – non rimuova completamente la capacità e gli incentivi di quest'ultima a ridurre la differenza fra prezzi al consumo e prezzi di accesso all'ingrosso ad un livello tale da impedire lo sviluppo di una concorrenza sostenibile.

73. Pertanto, nonostante la separazione legale volontaria, permangono elementi di integrazione verticale in favore di TIM/FiberCop, in quanto TIM venderà sia servizi del mercato *retail* sia servizi del mercato *wholesale* e le due società continueranno a fornirsi reciprocamente servizi necessari.

74. In conclusione, si ritiene che TIM/FiberCop, anche con l'implementazione della separazione legale notificata, conservi elementi di integrazione verticale che possono conferirle, già in possesso di significative quote di mercato, un notevole vantaggio competitivo, non replicabile dal principale concorrente del mercato in esame (Open Fiber), essendo un operatore *wholesale-only*.

75. Si ritiene inoltre che l'elevato grado di integrazione di TIM/FiberCop in più mercati contigui – della telefonia e trasmissione dati, da rete fissa e da rete mobile, nonché dei contenuti audiovisivi – conferisca alla stessa un ulteriore vantaggio competitivo.

#### *Conclusioni sulla determinazione del significativo potere di mercato nel mercato 1B del Resto d'Italia*

76. L'Autorità ritiene che nel mercato 1B (relativo al Resto d'Italia) non vi sia una concorrenza effettiva e che dunque TIM/FiberCop continui a disporre di un significativo potere di mercato a causa: *i*) del livello elevato delle quote di mercato dell'operatore; *ii*) del controllo ancora significativo in capo a TIM/FiberCop di infrastrutture difficili da duplicare; *iii*) di significativi benefici da economie di scala e di diversificazione a favore di TIM/FiberCop; *iv*) di un contropotere di acquisto degli acquirenti insufficiente a

neutralizzare il potere di cui dispone TIM/FiberCop; v) di residui elementi di integrazione verticale del gruppo TIM/FiberCop, che possono conferire allo stesso, già in possesso di significative quote di mercato, un notevole vantaggio competitivo, non replicabile dall'operatore *wholesale-only*.

## 5. Mercati dei servizi di capacità dedicata all'ingrosso da rete fissa (mercato n. 2)

77. Analogamente a quanto descritto per i due mercati 1A e 1B, si ritiene che, anche per i due mercati 2A e 2B identificati (rispettivamente 5 Comuni e Resto d'Italia), gli indicatori più importanti ai fini della valutazione del significativo potere di mercato siano il livello e l'andamento delle quote di mercato, il grado di controllo di infrastrutture difficili da duplicare, la presenza di economie di scala, la mancanza o l'insufficienza di contropotere di mercato da parte degli acquirenti, il grado di integrazione verticale.

78. Si osserva che il servizio di capacità dedicata all'ingrosso è fornito da TIM su infrastruttura proprietaria e dagli operatori alternativi sia su reti proprietarie di tipo FTTH sia mediante l'acquisto di *input* di rete da altri operatori.

79. In linea con la definizione merceologica riportata nel Documento II del presente provvedimento, il mercato dei servizi di capacità dedicata all'ingrosso è costituito dal totale delle linee tra un punto di attestazione di un operatore alternativo presso un nodo della rete dell'operatore che offre il servizio e una sede d'utente offerti in tecnologia PDH, SDH ed *Ethernet* per il rilegamento della sede d'utente. In particolare, in coerenza con l'analisi geografica condotta nel Documento III, dal punto di vista del prodotto, il mercato è costituito dal totale delle linee per il rilegamento d'utente compresa l'autoproduzione, ovvero dalla somma delle linee all'ingrosso vendute da TIM/FiberCop ad altri operatori nel mercato 2 e dalle linee vendute internamente alla propria divisione *retail* a cui si deve aggiungere il totale delle linee vendute dagli altri operatori attraverso proprie infrastrutture.

80. Nel seguito, quindi, per entrambi i mercati 2A e 2B identificati (5 Comuni e Resto d'Italia) le quote di mercato degli operatori sono calcolate considerando anche il numero di accessi autoprodotti.

### 5.1. Mercato n. 2A - Comuni di Milano, Torino, Barletta, Cornaredo e Basiglio

#### *Livello e andamento delle quote di mercato*

81. Come illustrato nella tabella seguente, la quota di TIM è stabilmente al di sotto della soglia del 50% di presunzione di SMP individuata dagli Orientamenti della Commissione. Inoltre, si osserva una forte riduzione tra il 2020 e il 2021, pari a circa 16 punti percentuali.

**Tabella V. 10 – Quote di mercato (con autoproduzione) nel mercato 2A**

	2020	2021
<b>TIM/FiberCop</b>	37,50%	<b>21,57%</b>
<b>Altri</b>	62,50%	<b>78,43%</b>

*Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati forniti dagli operatori*

82. Con particolare riferimento al 2021, si evidenzia che nessuno, tra gli OAO, ha raggiunto una quota di mercato superiore al 50%, indice – come più volte detto – della presunzione di presenza di un operatore dotato di significativo potere di mercato. Tuttavia, si evidenzia l'elevata quota di mercato di Colt, come riportato nella tabella seguente.

**Tabella V. 11 – Dettaglio per operatore delle quote di mercato al 2021 (con autoproduzione) del mercato 2A**

	<b>TIM/FiberCop</b>	<b>Colt</b>	<b>Fastweb</b>	<b>Wind Tre</b>	<b>Altri</b>
<b>Quota 2021</b>	21,57%	<b>49,46%</b>	14,93%	6,69%	7,35%

*Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati forniti dagli operatori*

83. La forte riduzione della quota di TIM/FiberCop evidenziata in precedenza è legata sia all'avanzamento dei lavori di dispiegamento della rete di Open Fiber sia alla presenza di Colt, che vende i servizi del mercato principalmente attraverso rete proprietaria.

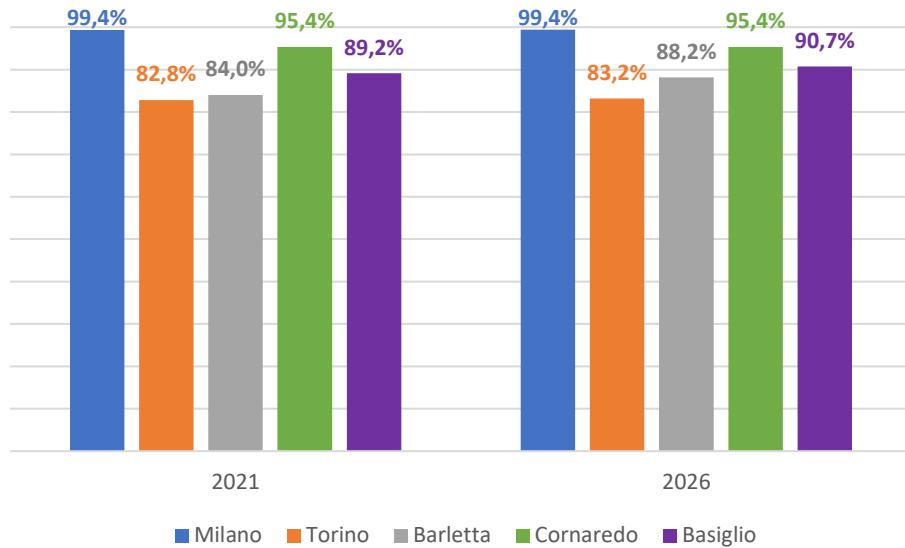
#### *Controllo di infrastrutture difficili da duplicare*

84. Con riferimento a tale indicatore si evidenzia la presenza di almeno tre infrastrutture rilevanti.

85. Anzitutto, si rileva che Colt – attualmente il maggior operatore del mercato – vende la maggior parte dei propri circuiti attraverso un rilegamento delle sedi *business* su rete proprietaria, acquistando servizi solo in misura marginale da TIM/FiberCop.

86. In secondo luogo, Open Fiber ha raggiunto livelli di copertura molto elevati già nel 2021, con valori che vanno da un minimo di 82,84% (nel Comune di Torino) a un massimo di 99,36% (nel Comune di Milano). Nella figura seguente vengono richiamate la copertura attuale (al 2021) e prospettica (al 2026) di Open Fiber nei Comuni in questione, già riportata nel Documento III.

**Figura V. 1 – Livelli di copertura di OF nei Comuni del mercato 2A**



*Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati forniti dagli operatori*

87. Infine, è previsto già entro la fine del 2023 un considerevole aumento della copertura di TIM/FiberCop nei Comuni in questione. Richiamando i dati illustrati nel Documento III, si evidenzia che in tutti i Comuni, a eccezione di Basiglio (dove comunque verrà coperto il 61,26% delle UI), TIM/FiberCop coprirà più dell’80% delle UI, come mostrato nella tabella seguente.

**Tabella V. 12 – Copertura FiberCop nei Comuni  
del mercato 2A attuale e prospettica**

	2021	2023
Milano	49,31%	95,72%
Torino	51,83%	95,34%
Barletta	21,74%	82,24%
Cornaredo	9,89%	83,83%
Basiglio	0,01%	61,26%

*Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati forniti dagli operatori*

88. Pertanto, si ritiene che nei Comuni in esame (Milano, Torino, Barletta, Cornaredo e Basiglio) ad oggi e con riferimento all’orizzonte temporale della presente analisi di mercato, sia aumentato considerevolmente il livello di concorrenza infrastrutturale.

89. Per tali ragioni, si può affermare che nel mercato 2A nessun operatore benefici di vantaggi derivanti dal controllo di infrastrutture difficili da duplicare.

#### *Presenza di economie di scala*

90. La funzione di produzione di servizi di capacità dedicata alla rete fissa è caratterizzata – per la presenza di elevati costi fissi – da rendimenti di scala crescenti conseguibili grazie alla possibilità di riempire l’infrastruttura attraverso la vendita di servizi di tipo WpR e WIG sia a operatori di rete fissa che operatori di rete mobile<sup>9</sup>. Tenuto conto dell’estensione, attuale e prospettica, della rete FTTH di OF e di TIM/FiberCop nei 5 Comuni in questione e della rete proprietaria di Colt, si ritiene che almeno i principali operatori di questo mercato possano conseguire, nell’orizzonte temporale di riferimento della presente analisi, economie di scala tra loro comparabili.

#### *Livello di contropotere di mercato da parte degli acquirenti*

91. Come osservabile dalla tabella relativa alle quote di mercato degli operatori, nei Comuni di Milano, Torino, Barletta, Cornaredo e Basiglio l’acquisto di servizi di capacità dedicata all’ingrosso da altri operatori risulta essere ormai una realtà consolidata, con rilevanti volumi e processi e procedure sperimentate.

92. Pertanto, si ritiene che gli operatori richiedenti l’accesso all’ingrosso, quantomeno i principali, siano in grado di esercitare un reale contropotere di acquisto che limita l’esercizio del potere di mercato da parte dei principali *player* del mercato.

#### *Grado di integrazione verticale*

93. Con riferimento all’indicatore del grado di integrazione verticale, e facendo riferimento ai principali operatori attivi sul mercato in esame, si osserva che, da un lato, vi è TIM quale operatore integrato verticalmente, nonostante la separazione della rete, che (come illustrato in precedenza) riduce solo parzialmente le principali problematiche competitive connesse all’integrazione verticale.

94. Inoltre, nel mercato in esame, sebbene con quote molto differenti, sono presenti almeno tre operatori (Colt, Fastweb e Wind Tre) integrati verticalmente nel mercato al dettaglio e, dunque, potenzialmente in grado di razionalizzare i costi di natura tecnico e operativa ed effettuare scelte coordinate tra livelli *wholesale* e *retail* della catena del valore.

---

<sup>9</sup> Per quanto il rilegamento della sede di utente e il rilegamento delle SRB appartengano a due mercati distinti, nulla vieta a un OAO che entra nel mercato del rilegamento delle sedi di utente di vendere servizi a capacità dedicata anche a operatori mobili per il rilegamento delle SRB.

95. Alla luce di quanto menzionato, si può ritenere che nei Comuni in esame (mercato 2A) non vi siano evidenti vantaggi competitivi per TIM derivanti dal suo livello di integrazione verticale.

*Conclusioni sulla determinazione del significativo potere di mercato nel mercato 2A dei Comuni di Milano, Torino, Barletta, Cornaredo e Basiglio*

96. L’Autorità ritiene che nel mercato 2A di Milano, Torino, Barletta, Cornaredo e Basiglio vi sia una concorrenza effettiva e che, dunque, TIM non disponga di un significativo potere di mercato a causa: *i*) del basso livello delle quote di mercato dell’operatore; *ii*) del livello di quote di mercato degli altri operatori (inferiori al 50%); *iii*) del significativo livello di concorrenza infrastrutturale, vista la significativa copertura raggiunta dalla rete NGA alternativa di OF; *iv*) dell’assenza di benefici derivanti da economie di scala a favore di specifici operatori e in particolare di TIM, visti i volumi di vendita e dei livelli di copertura delle unità abitative dei diversi operatori, sostanzialmente confrontabili; *v*) di un sufficiente contropotere di acquisto in grado di limitare l’esercizio del potere di mercato.

## 5.2. Mercato n. 2B - Resto d’Italia

### *Livello e andamento delle quote di mercato*

97. Come illustrato nella tabella seguente, la quota di TIM nel mercato 2B del Resto d’Italia dei servizi di capacità dedicata all’ingrosso nel biennio 2020-2021, calcolate considerando anche i servizi autoprodotti, risulta ancora elevata e superiore al 50%, per quanto in riduzione.

**Tabella V. 13 – Quote di mercato (compresa l’autoproduzione) nel mercato 2B del Resto d’Italia**

	2020	2021
TIM	63,65%	59,07%
Altri	36,35%	40,93%

*Fonte: elaborazioni dell’Autorità su dati forniti dagli operatori*

98. In un anno la quota di TIM è diminuita di circa 4 punti percentuali, ma risulta ancora superiore alla soglia del 50% che, secondo gli Orientamenti della Commissione e della giurisprudenza consolidata, fa presumere la presenza di una posizione di significativo potere di mercato.

99. Analizzando, come fatto per il mercato 2A, il dettaglio delle quote degli altri operatori al 2021, si evidenzia la presenza sul mercato di Fastweb con una quota di circa

il 21% e Wind Tre, con una quota di circa il 9%. Colt, invece, presenta una quota molto bassa (5%).

**Tabella V. 14 – Dettaglio delle quote di mercato (con autoproduzione) nel mercato 2B al 2021**

	<b>TIM/FiberCop</b>	<b>Colt</b>	<b>Fastweb</b>	<b>Wind Tre</b>	<b>Altri</b>
<b>Quote 2021</b>	59,07%	5,01%	21,30%	9,68%	4,94%

*Fonte: elaborazioni dell’Autorità su dati forniti dagli operatori*

100.Tuttavia, come già evidenziato a proposito del mercato 1B richiamando gli Orientamenti della Commissione, al fine di valutare l’esistenza di operatori dotati di significativo potere di mercato è necessario tenere conto anche di altri indicatori, considerato che un operatore – per quanto dotato di una quota molto elevata – potrebbe non essere in grado di agire in modo indipendente dai clienti con sufficiente forza contrattuale alla luce delle caratteristiche del mercato. Pertanto, in linea con quanto fatto in precedenza, si analizzeranno nel seguito anche il controllo di infrastrutture difficili da duplicare, la presenza di economie di scala e diversificazione, il contropotere di acquisto e il grado di integrazione verticale.

#### *Controllo di infrastrutture difficili da duplicare*

101.L’Autorità, in linea con la precedente analisi di mercato, ritiene che in generale TIM/FiberCop continui a detenere un vantaggio competitivo derivante dal controllo di infrastrutture non facilmente replicabili nei Comuni del Resto d’Italia.

102.Infatti, TIM/FiberCop è ancora l’unico operatore a detenere una rete di accesso capillarmente diffusa nel mercato in esame, pertanto tutti gli operatori alternativi che intendono offrire servizi di capacità dedicata dipendono ancora fortemente dall’offerta *wholesale* di TIM/FiberCop.

103.Tuttavia, come già evidenziato nel Documento III, nei Comuni contendibili nel mercato 2B si registra una copertura elevata della rete alternativa di OF, che ha raggiunto valori superiori al 70% delle UI. Solo in questi Comuni si può concludere che l’esistenza di una rete alternativa, per quanto non in grado di esercitare una pressione competitiva tale da rimuovere una posizione di significativo potere nel mercato, può limitare il comportamento anti-competitivo di TIM/FiberCop, almeno relativamente alla completa libertà nella determinazione del prezzo.

104.Pertanto, si può affermare che solo nei Comuni in cui una quota significativa delle sedi cliente è coperta dall’operatore *wholesale only*, si riduce il vantaggio in capo all’operatore *incumbent* derivante dal controllo di infrastrutture di accesso.

105.Per tutto il resto del territorio del mercato rilevante si ritiene che le reti alternative non raggiungano un’estensione tale da alterare radicalmente le attuali

dinamiche concorrenziali che vedono l'*incumbent* come proprietario dell'unica rete di estensione capillare che consente di fornire in modo diffuso, anche agli OAO, servizi di capacità dedicata alla rete fissa. Tuttavia, si ribadisce che nell'orizzonte temporale di riferimento della presente analisi di mercato, l'Autorità aggiornerà la lista dei Comuni contendibili, sulla base dei dati di mercato che saranno richiesti periodicamente agli operatori.

#### *Economie di scala*

106. L'Autorità ritiene ancora valide le conclusioni raggiunte nell'ambito della precedente analisi di mercato con riferimento all'indicatore relativo alle economie di costo.

107. In particolare, si osserva che, in generale, l'estensione, attuale e prospettica, delle reti degli operatori alternativi, non consente loro di conseguire, nell'orizzonte temporale di riferimento della presente analisi, economie di scala comparabili con quelle di TIM/FiberCop. Si osserva inoltre che gli operatori che possiedono la rete sono in grado di esercitare il controllo più ampio possibile sui livelli di servizio e di banda erogabili e riescono, pertanto, a realizzare economie di diversificazione (derivanti dalla possibilità di differenziare i servizi offerti agli utenti finali) superiori rispetto a quelle realizzabili dagli operatori che non possiedono la rete.

108. Infine, la fornitura di servizi *terminating* può generare notevoli economie di densità nelle aree geografiche ove maggiormente è concentrata la domanda di servizi *business*. Nonostante le economie di densità siano realizzabili non solo dall'*incumbent*, ma anche dagli operatori alternativi nelle aree in cui sono presenti, TIM/FiberCop – vista la maggiore estensione della propria rete – è comunque l'operatore in grado di beneficiare di economie di scala e di diversificazione maggiori rispetto agli altri operatori.

#### *Contropotere da parte degli acquirenti*

109. Per il mercato dei servizi di capacità dedicata all'ingrosso nel Resto d'Italia valgono le medesime considerazioni circa l'assenza di contropotere di mercato da parte degli acquirenti svolte nell'analisi del mercato n. 1B del Resto d'Italia.

110. È tuttavia osservabile un certo contropotere dei richiedenti i servizi di capacità dedicata all'ingrosso nei *Comuni contendibili* di cui al Documento III.

#### *Integrazione verticale*

111. Nonostante la presenza di alcuni operatori alternativi che stanno investendo in reti di nuova generazione in alcune zone del territorio italiano, TIM/FiberCop è tuttora l'unico operatore verticalmente integrato lungo tutta la catena tecnologica e impiantistica a livello nazionale. Gli operatori alternativi dispongono di una minore libertà d'azione in

quanto, da un lato, devono rispettare i vincoli imposti da TIM nell'acquisto di servizi intermedi e, dall'altro lato, si trovano a competere con quest'ultima nel mercato a valle.

112.Tuttavia, si può concludere che nei Comuni contendibili di cui al Documento III gli operatori alternativi siano in grado di usufruire dei vantaggi dell'integrazione verticale, anche se in misura ridotta rispetto a TIM/FiberCop.

## **6. Conclusioni sulla determinazione del significativo potere di mercato**

### **Mercato n. 1A - Comuni di Milano e Cagliari**

113.Le valutazioni svolte portano a concludere che nel mercato 1A (relativo ai servizi di accesso locale all'ingrosso forniti nei Comuni di Milano e Cagliari) vi sia una concorrenza effettiva e che, pertanto, non sussistano le condizioni per identificare la presenza di un operatore con significativo potere di mercato, in virtù:

- a) del basso livello delle quote di mercato dell'operatore TIM, in termini di volumi (inclusa l'autoproduzione) pari a circa il 34% al 2021;
- b) del significativo livello di concorrenza infrastrutturale, vista la significativa copertura già raggiunta dalla rete NGA di OF, superiore al 99% in entrambi i Comuni, e la presenza, anche se in misura minore, della rete di Fastweb, che raggiunge una copertura del 40% delle UI; a queste due reti si aggiunge la rete di TIM/FiberCop, che, in chiave prospettica, coprirà la maggior parte delle UI nell'orizzonte temporale di riferimento della presente analisi;
- c) dell'assenza di benefici derivanti da economie di scala a favore di specifici operatori, visti in particolare i volumi di vendita e i livelli di copertura delle Unità abitative dei due principali operatori; infatti, i due principali concorrenti, grazie all'elevata copertura delle proprie reti ed alle proprie quote di mercato, fruiscono di analoghe economie di scala;
- d) di un sufficiente contropotere di acquisto in grado di limitare l'esercizio del potere di mercato degli operatori; i principali richiedenti i servizi di accesso all'ingrosso detengono un reale contropotere di acquisto avendo acquistato, sia a Milano che a Cagliari, da diverso tempo servizi di accesso da operatori tra loro concorrenti. Si ritiene, dunque, che in caso di un eventuale aumento dei prezzi da parte di TIM/FiberCop o da parte di OF, i concorrenti possano rapidamente rivolgersi ad un altro fornitore.

L'Autorità valuterà in ogni caso l'opportunità di avviare un monitoraggio delle condizioni concorrenziali dei Comuni di Milano e Cagliari inclusi nel mercato 1A.

### **Mercato n. 1B - Resto d'Italia**

114.Con riferimento al mercato 1B (relativo ai servizi di accesso locale all'ingrosso forniti nel Resto d'Italia), si confermano le conclusioni raggiunte nella precedente analisi

di mercato, ossia che nel mercato dei servizi di accesso locale all'ingrosso non sussistono condizioni di concorrenza effettiva e che TIM/FiberCop detiene un significativo potere di mercato (SMP) nel mercato rilevante.

115. Infatti, sebbene nei suddetti mercati dei servizi di accesso all'ingrosso stiano emergendo nuove dinamiche competitive, si ritiene che queste non potranno esercitare – nel periodo di riferimento dell'analisi – un'effettiva pressione competitiva nei confronti dell'operatore sino ad oggi notificato come operatore SMP (TIM/FiberCop), per le seguenti motivazioni.

- a) TIM/FiberCop detiene un'elevata quota di mercato (84% circa al 2021);
- b) anche nei corrispondenti mercati dei servizi di accesso al dettaglio alla rete fissa, la quota di mercato di TIM continua ad essere significativa, in particolare nel mercato dell'accesso che include banda stretta e banda larga, in cui la quota è superiore al 40% sia nel segmento residenziale che affari;
- c) nonostante gli investimenti in corso in reti NGA da parte di più operatori, nell'orizzonte temporale dell'analisi non si svilupperà nei mercati in esame – ad eccezione dei Comuni contendibili di tale mercato (elencati nell'Appendice 1 del Documento III del provvedimento) – un'infrastruttura comparabile, per copertura, a quella dell'*incumbent*;
- d) TIM/FiberCop continua a godere di significativi vantaggi competitivi in termini di maggiori economie di scala e di diversificazione, in quanto sebbene tali economie siano realizzabili anche dagli operatori alternativi nelle aree in cui sono presenti, TIM/FiberCop risulta essere comunque l'operatore in grado di beneficiarne maggiormente. Si ritiene che tali benefici siano attenuati solo nei suddetti Comuni contendibili – vista la maggiore copertura delle reti alternative e l'apertura alla vendita dei servizi di operatori concorrenti di TIM/FiberCop;
- e) sebbene un certo contropotere di acquisto sia potenzialmente presente nei Comuni contendibili del mercato 1B di cui al Documento III del provvedimento, si ritiene che, in generale, il potere dell'operatore *incumbent* in tale mercato non possa essere attenuato dal comportamento dei richiedenti l'accesso (domanda del mercato). La vendita dei servizi da parte degli OAO è infatti ancora residuale in termini di numero di linee;
- f) nonostante la separazione legale della rete fissa di accesso di TIM, permangono elementi di integrazione verticale che possono conferire a tale operatore, un notevole vantaggio competitivo, non replicabile dal principale concorrente del mercato, essendo un operatore *wholesale-only*;
- g) l'elevato grado di integrazione di TIM/FiberCop in più mercati contigui conferisce alla stessa un ulteriore vantaggio competitivo.

116. Per le suddette ragioni, l’Autorità intende notificare la società TIM, unitamente alla propria controllata FiberCop (nel presente provvedimento “TIM/FiberCop”), quale operatore SMP nel mercato 1B Resto d’Italia.

117. Qualche precisazione e anticipazione va fatta per i Comuni contendibili di tale mercato, di cui al Documento III del presente provvedimento. Si rileva, infatti, come sarà illustrato anche nel Documento VI, che la maggiore pressione competitiva a cui è sottoposta TIM in tali Comuni – soprattutto da parte dell’operatore Open Fiber non verticalmente integrato – costituisce un vincolo ad alcuni dei comportamenti anti-competitivi che potrebbero eventualmente essere adottati da TIM. Si ritiene, in particolare, che in tali Comuni vi siano vincoli diretti alla possibilità per quest’ultimo di praticare prezzi eccessivi. Ciò in quanto il principale operatore concorrente, non verticalmente integrato, avendo il suo *business* incentrato unicamente nei mercati all’ingrosso, avrà l’incentivo a massimizzare i propri volumi di vendita (*wholesale*), esercitando di conseguenza dei vincoli diretti al comportamento di mercato dell’operatore SMP. Analogamente, in termini prospettici, altri OAO attraverso l’acquisto all’ingrosso di *input* di rete – in particolare mediante l’adesione ad accordi commerciali pluriennali per l’accesso alla rete di TIM/FiberCop<sup>10</sup> (*inter alia* attraverso l’acquisto di linee semi-GPON di FiberCop) – saranno in grado ed incentivati, al fine di recuperare gli investimenti, ad offrire, oltre ai servizi *retail*, anche servizi FTTH all’ingrosso di tipo attivo (VULA). Pertanto, la pressione competitiva deriva sia dalla presenza dell’operatore *wholesale only*, direttamente sul mercato 1B, sia da parte di operatori che vendono servizi di accesso locale all’ingrosso tramite rete proprietaria o tramite linee passive acquistate da TIM o da altri *wholesaler*.

118. Pertanto, come sarà descritto nel dettaglio nel Documento VI del provvedimento, l’Autorità ritiene giustificato e proporzionato introdurre nei Comuni contendibili - in virtù della presenza di maggiori vincoli al comportamento di mercato di TIM/FiberCop - un alleggerimento del rimedio del controllo dei prezzi. Si rimanda al suddetto Documento VI per il dettaglio della proposta relativa alla differenziazione geografica dei rimedi e, dunque, alle misure regolamentari che si introducono nei Comuni maggiormente contendibili.

119. Nell’Appendice 1 del Documento III è riportata la lista dei Comuni che, sulla base di determinati indicatori (di copertura, di quota *wholesale* nel mercato 1 di TIM, di quota *retail* di TIM e di *take-up* dei servizi FTTH) ricadono nel suddetto sottoinsieme di Comuni contendibili. Tale lista di Comuni contendibili, in cui si intende adottare una regolamentazione differenziata geograficamente, che sarà illustrata nel dettaglio nel Documento VI del provvedimento, sarà periodicamente aggiornata, sulla base di dati di

---

<sup>10</sup> Inclusa la rete precedentemente di Flash Fiber in 29 Comuni, conferita a FiberCop al momento della costituzione di quest’ultima.

mercato aggiornati che saranno richiesti agli operatori. A tal fine, l'Autorità effettuerà una periodica attività di monitoraggio.

#### **Mercato n. 2A - Comuni di Milano, Torino, Barletta, Cornaredo e Basiglio**

120. Le valutazioni svolte portano a concludere che nel mercato 2A (relativo ai servizi a capacità dedicata all'ingrosso forniti nei Comuni di Milano, Torino, Barletta, Cornaredo e Basiglio) vi sia una concorrenza effettiva e che, pertanto, non sussistano le condizioni per identificare un operatore come dotato di significativo potere di mercato in nessuno dei suddetti Comuni, in virtù:

- a) del basso livello delle quote di mercato dell'operatore TIM/FiberCop, in termini di volumi (inclusa l'autoproduzione) pari a circa il 22% al 2021;
- b) del livello delle quote di mercato degli operatori alternativi;
- c) del significativo livello di concorrenza infrastrutturale legato alla presenza (attuale o prospettica) di tre infrastrutture alternative rilevanti, di cui due (quelle di OF e TIM/FiberCop) destinate a coprire nell'orizzonte temporale della presente analisi di mercato una significativa porzione delle UI di tutti i Comuni in questione;
- d) dell'assenza di benefici derivanti da economie di scala a favore di specifici operatori, visti i volumi di vendita ed i livelli di copertura delle Unità abitative dei diversi operatori sostanzialmente confrontabili;
- e) di un sufficiente contropotere di acquisto in grado di limitare l'esercizio del potere di mercato; i principali richiedenti servizi di accesso all'ingrosso detengono un reale contropotere di acquisto avendo acquistato, in tutti i Comuni in questione, da diverso tempo servizi di accesso da operatori tra loro concorrenti;
- f) dell'assenza di benefici legati all'integrazione verticale in favore di uno specifico operatore.

#### **Mercato n. 2B – Resto d'Italia**

121. Con riferimento al mercato 2B (relativo ai servizi a capacità dedicata all'ingrosso forniti nel Resto d'Italia) si confermano le conclusioni raggiunte nella precedente analisi di mercato, ossia che nel mercato dei servizi di capacità dedicata all'ingrosso non sussistono condizioni di concorrenza effettiva e che TIM/FiberCop detiene un significativo potere di mercato (SMP) nel mercato rilevante.

122. Infatti, sebbene nei suddetti mercati si siano rilevate crescenti dinamiche concorrenziali, si ritiene che – nel periodo di riferimento dell'analisi – non si determini un'effettiva pressione competitiva nei confronti dell'operatore sino ad oggi notificato come operatore SMP (TIM/FiberCop), per le seguenti motivazioni.

- a) TIM/FiberCop detiene un'elevata quota di mercato (pari quasi al 60% al 2021);

- b) nonostante gli investimenti in corso in reti NGA da parte di altri operatori, nell'orizzonte temporale dell'analisi non si svilupperà, nel mercato in esame a eccezione dei Comuni contendibili di cui all'appendice 3 del Documento III del provvedimento, un'infrastruttura comparabile, per copertura, a quella dell'*incumbent*;
- c) TIM/FiberCop continua a godere di significativi vantaggi competitivi in termini di maggiori economie di scala e di diversificazione, in quanto sebbene tali economie siano realizzabili anche dagli operatori alternativi nelle aree in cui sono presenti, TIM/FiberCop risulta essere comunque l'operatore in grado di beneficiarne maggiormente. Si ritiene che tali benefici siano attenuati solo nei suddetti Comuni contendibili – vista la maggiore copertura delle reti alternative e l'apertura alla vendita dei servizi di operatori concorrenti di TIM/FiberCop;
- d) sebbene un certo contropotere di acquisto sia potenzialmente presente nei Comuni contendibili di cui al Documento III del provvedimento, si ritiene che, in generale, nel mercato rilevante in esame il potere di mercato dell'operatore *incumbent* non possa essere attenuato dal comportamento dei richiedenti l'accesso (domanda del mercato);
- e) nonostante la separazione legale della rete fissa di accesso di TIM, permangono elementi di integrazione verticale che possono conferire allo stesso, un notevole vantaggio competitivo, non replicabile dai principali concorrenti;
- f) l'elevato grado di integrazione di TIM/FiberCop in più mercati contigui conferisce alla stessa un ulteriore vantaggio competitivo.

123. Per le suddette motivazioni l'Autorità intende notificare la società TIM, unitamente alla società controllata FiberCop, quale operatore SMP nel mercato 2B (relativo ai servizi a capacità dedicata all'ingrosso venduti nel Resto d'Italia).

124. Valgono per tale mercato le medesime considerazioni svolte per il mercato 1B, in relazione alla maggiore pressione competitiva rilevata nei Comuni contendibili (elencati nell'Appendice 3 del Documento III). In tali Comuni in cui è stata realizzata un'elevata copertura della rete dell'operatore *wholesale only* in concorrenza con l'*incumbent* si è rilevata una maggiore pressione competitiva nella fornitura dei servizi di capacità dedicata all'ingrosso, tale da determinare dei vincoli diretti al comportamento dell'*incumbent*. In particolare, si ritiene che TIM/FiberCop sia vincolato nella sua capacità di praticare prezzi eccessivi nei Comuni contendibili.

125. Per le suddette ragioni, in continuità con quanto stabilito nella precedente analisi di mercato ed in analogia a quanto illustrato per il mercato 1B, l'Autorità ritiene giustificato e proporzionato introdurre un alleggerimento dell'obbligo di controllo dei prezzi nei Comuni Contendibili del mercato 2B. Si rimanda Documento VI per il dettaglio della proposta relativa alla differenziazione geografica dei rimedi che si introducono nei Comuni contendibili. Come per il mercato 1B, anche in tal caso, l'Autorità procederà –

nel periodo di validità della presente analisi di mercato – ad una revisione periodica della lista dei Comuni contendibili sulla base di dati di mercato aggiornati.