



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

Direzione Reti e Servizi di Comunicazione Elettronica

CIRCOLARE DEL 8 LUGLIO 2011

MODALITÀ ATTUATIVE DELLA DELIBERA N. 499/10/CONS RELATIVA AI TEST DI PREZZO APPLICATI ALLE OFFERTE TARIFFARIE DI TELECOM ITALIA.

1 - Premessa.

L'Autorità ha approvato, in data 22 settembre 2010, la delibera n. 499/10/CONS, con la quale si è concluso il procedimento di "Adeguamento e innovazione della metodologia dei test di prezzo attualmente utilizzati nell'ambito della Delibera n. 152/02/CONS". Tale provvedimento disciplina le modalità applicative dei test di prezzo cui sono sottoposte le offerte al dettaglio di Telecom Italia (nel seguito anche "l'operatore notificato"), aggiornando la metodologia precedentemente in vigore per le analisi di replicabilità.

A seguito dell'entrata in vigore della delibera n. 499/10/CONS, avvenuta il 28 ottobre 2010, gli Uffici dell'Autorità hanno avviato le proprie attività finalizzate ad implementare i modelli applicativi dei test previsti dalla stessa delibera, di tipo *DCF* e *period by period*, individuando alcuni aspetti tecnico-applicativi per i quali risulta necessario procedere ad una specificazione di maggior dettaglio.

Gli Uffici dell'Autorità hanno, pertanto, proceduto a convocare Telecom Italia e gli Operatori concorrenti allo scopo di acquisire elementi di valutazione relativi agli aspetti attuativi di dettaglio e consolidare i modelli per la valutazione delle nuove offerte *retail* di Telecom Italia.

Acquisite le osservazioni degli operatori, la proposta attuativa definitiva è stata presentata al Consiglio dell'Autorità in data 30 maggio 2011. Il Consiglio, nel condividere il percorso prospettato, ha ritenuto opportuno che le modalità applicative di dettaglio dei test di prezzo siano rese note al mercato attraverso la pubblicazione di una circolare attuativa sul sito *web* dell'Autorità.

Pertanto, con il presente documento si illustrano le modalità di attuazione dei test di prezzo - *DCF* e *period by period* - adottate dagli Uffici dell'Autorità nello svolgimento delle verifiche cui sono sottoposte le offerte tariffarie al dettaglio della società Telecom Italia.

2 - Indicazioni procedurali per l'approvazione delle offerte *ex-ante*.

1. L'operatore notificato trasmette all'Autorità l'istanza di autorizzazione di una nuova offerta *retail* oppure di promozioni relative ad offerte già approvate almeno 30 giorni prima rispetto alla prevista commercializzazione.
2. Nel corso dell'analisi istruttoria gli Uffici possono chiedere dati ed informazioni all'operatore notificato ad integrazione e maggior dettaglio dell'istanza presentata. La prima richiesta è formulata, di norma, entro dieci giorni dalla presentazione dell'istanza. I termini del procedimento sono sospesi dalla data di invio della suddetta richiesta sino alla data di ricezione da parte dell'Autorità delle informazioni richieste. Gli Uffici possono, altresì, chiedere dati ed informazioni ad ogni altro soggetto ritenuto in grado di fornire elementi utili alla valutazione. I termini del procedimento sono sospesi dalla data di invio della suddetta richiesta sino alla data di ricezione da parte dell'Autorità delle informazioni richieste o, comunque, sino alla decorrenza del decimo giorno successivo all'invio della richiesta. In tali casi l'operatore notificato viene informato della sospensione dei termini procedurali.
3. Qualora non siano rilevati profili critici di non replicabilità dell'offerta *de qua* l'Ufficio competente comunica all'operatore notificato l'approvazione dell'offerta. In assenza di comunicazioni contrarie quest'ultima s'intende comunque approvata trascorsi 30 giorni - salve le sospensioni - dal ricevimento della predetta istanza da parte dell'Autorità. Le offerte proposte possono essere commercializzate a partire dal giorno successivo all'approvazione tacita o esplicita.
4. Il giorno successivo alla scadenza del trentesimo giorno dalla ricezione dell'istanza (salve le sospensioni), l'Autorità pubblica sul proprio sito gli estremi dell'offerta esplicitamente o tacitamente approvata. Per tener conto delle esigenze di riservatezza connesse alla pubblicazione del dettaglio delle offerte commerciali sul sito dell'Autorità, saranno pubblicate all'atto dell'approvazione le seguenti informazioni:
 - estremi dell'istanza di approvazione inviata dalla società;
 - nome del referente di contatto Agcom;
 - estremi del provvedimento di approvazione (se trattasi di approvazione esplicita);
 - eventuale preavviso di rigetto;
 - eventuale precedente provvedimento di diniego;
 - modalità di offerta (*stand alone, pure bundle, mixed bundle, ecc.*).

Successivamente, all'atto dell'avvio della commercializzazione, saranno pubblicate le ulteriori informazioni "sensibili" proprie dell'offerta, nel seguito elencate:

- denominazione commerciale dell'offerta;
 - data di avvio della commercializzazione;
 - se trattasi di offerta *entry level*;
 - se trattasi di offerta innovativa.
 - descrizione dei servizi inclusi;
 - clientela di riferimento;
 - dettagli aggiuntivi;
 - condizioni economiche;
 - promozioni ed altre eventuali condizioni di offerta.
5. Nel caso siano rilevati profili di non replicabilità dell'offerta *de qua*, l'Ufficio competente comunica tempestivamente all'operatore, entro trenta giorni dalla ricezione dell'istanza (salve le sospensioni), i motivi che ostano all'accoglimento dell'istanza (cd. preavviso di

- rigetto). Entro e non oltre dieci giorni dal ricevimento della comunicazione di cui al precedente punto, l'operatore istante può presentare le proprie osservazioni scritte, eventualmente corredate da documenti. I termini del procedimento sono sospesi dalla data di invio della suddetta comunicazione sino alla data di ricezione da parte dell'Autorità delle osservazioni dell'istante o, comunque, sino alla decorrenza del decimo giorno successivo al ricevimento della comunicazione del preavviso di rigetto da parte dell'operatore istante.
6. Qualora, anche alla luce di eventuali osservazioni dell'istante, permangano profili ostativi all'approvazione dell'offerta de qua, l'Autorità, entro il termine di 30 giorni, al netto delle sospensioni procedurali, adotta un provvedimento espresso di diniego, nel quale motiva la mancata autorizzazione dell'offerta.
 7. Qualora la permanenza dei profili ostativi all'approvazione dell'istanza sia associata a profili di complessità - peraltro tipici di alcune offerte - l'Ufficio competente può svolgere approfondimenti istruttori. A tal fine può prevedersi una proroga del termine finale del procedimento di ulteriori trenta giorni.
 8. Nel corso dell'approfondimento istruttorio possono essere raccolti dati ed informazioni utili alla valutazione dell'offerta anche con il coinvolgimento degli altri operatori del mercato, nel rispetto delle esigenze di riservatezza proprie delle nuove proposizioni commerciali.
 9. Qualora, anche successivamente a tale ulteriore approfondimento, persistano profili di non replicabilità, l'Autorità adotta, entro e non oltre i termini procedurali, un provvedimento espresso di diniego, i cui estremi sono pubblicati sul sito istituzionale. Nell'eventualità che i motivi ostativi vengano rimossi o risultino superati, l'autorizzazione è rilasciata con provvedimento espresso. L'Autorità pubblica sul proprio sito istituzionale gli estremi dell'offerta approvata secondo le indicazioni di cui al punto 4.
 10. L'operatore notificato, qualora comunichi nuovamente all'Autorità un'offerta già oggetto di diniego di autorizzazione, deve tener conto dei rilievi formulati dall'Autorità nel relativo provvedimento.
 11. Nel caso di offerte promozionali, il ribaltamento sulle offerte *wholesale* delle corrispondenti condizioni economiche applicate a livello *retail* è subordinato all'esito della verifica di replicabilità, con riferimento ai contributi di attivazione o permuta intra-OLO per tutti i servizi *wholesale*.

3 - Modalità attuative dell'analisi DCF.

12. L'analisi *DCF* viene svolta considerando un *relevant time period* pari a ventiquattro 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 mercato¹ 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.

¹ 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.

13. In coerenza con quanto stabilito all'allegato 1 della delibera n. 499/10/CONS, 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 (24 mesi).
14. L'analisi di tipo *DCF* si applica cumulativamente a ciascuna delle offerte tariffarie al dettaglio dell'operatore notificato (nei casi identificati all'allegato 1 della delibera n. 499/10/CONS) e all'insieme di promozioni programmate nell'anno di riferimento su ciascuna offerta. Essa è volta a verificare il recupero dei costi complessivi (fissi e variabili) dell'offerta nell'arco del *relevant time period*.
15. Il piano di acquisizione complessivo, relativo ad ogni singola offerta, è di dodici mesi ed è aggiornato all'inizio di ogni anno solare.
16. L'attualizzazione dei flussi di cassa è effettuata applicando il tasso di remunerazione del capitale impiegato stabilito dall'Autorità all'articolo 4, comma 1, della delibera n. 578/10/CONS e s.m.i.
17. 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, gli Uffici svolgono una specifica attività di monitoraggio finalizzata ad acquisire informazioni circa i dati di consuntivo relativi ai volumi di traffico 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.
18. La medesima attività di monitoraggio permetterà di aggiornare periodicamente i modelli di valutazione di ogni offerta, così da 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).

4 - Modalità attuative dell'analisi *period by period*.

19. 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, fatto salvo quanto previsto al successivo punto 27.
20. 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*).
21. 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. In tale ottica, vengono computati gli OPEX relativi alle componenti della rete di accesso mentre vengono esclusi integralmente i costi relativi alla rete di *backbone*. Vengono inoltre computati i costi esterni relativi al traffico vocale tra cui la terminazione *off-net*.
 - 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 offerta². 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 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 eventuali revisioni sulla base di adeguate evidenze documentali prodotte dall'operatore assoggettato al test e/o dagli operatori alternativi.
22. L'analisi *period by period* si applica a ciascuna offerta base e, in maniera distinta, a ciascuna offerta promozionale (ad eccezione di quanto riportato al paragrafo 6).

5 - Mix produttivo.

23. La valutazione del peso delle soluzioni ULL, cui ricorre l'operatore alternativo efficiente per replicare le offerte dell'operatore notificato sottoposte al test, è effettuata mediante il numero effettivo di linee telefoniche o ADSL attestate a centrali aperte ai servizi di *unbundling*.
24. Nel caso di offerte di servizi di accesso *narrowband* - venduti sia singolarmente che congiuntamente con servizi di traffico telefonico - il mix produttivo è determinato attraverso il rapporto tra numero di linee telefoniche attive di Telecom Italia e degli OLO attestate a centrali presso cui sono disponibili servizi di accesso disaggregato e numero totale di linee telefoniche sul territorio nazionale. Per l'anno 2011, tale rapporto viene calcolato attraverso i dati della c.d. reportistica trimestrale aggiornati al 31 dicembre 2010, determinando così un valore del peso delle soluzioni ULL (Q_{ULL}) pari al **62,9%** da applicarsi alle valutazioni per il medesimo anno. Nello specifico, tale valore è dato da:

(linee telefoniche attive di Telecom Italia attestate a centrali ULL + linee degli OLO in *full unbundling* + linee degli OLO in *virtual unbundling*)

/

(linee telefoniche attive di Telecom Italia attestate a centrali ULL + linee telefoniche attive di Telecom Italia attestate a centrali non ULL + linee degli OLO in *full unbundling* + linee degli OLO in *virtual unbundling* + linee degli OLO in *wholesale line rental*).

² 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.

Ai sensi di quanto previsto dall'allegato 2 alla delibera n. 499/10/CONS, il valore del parametro Q_{ULL} verrà ricalcolato con cadenza annuale dagli Uffici dell'Autorità e reso pubblico via web.

25. Nel caso di offerte di servizi di accesso *broadband* - venduti sia singolarmente che congiuntamente con altri servizi - il mix produttivo è determinato attraverso il rapporto tra numero di linee ADSL attive (di Telecom Italia e degli OLO) attestate a centrali presso cui sono disponibili servizi di accesso disaggregato e numero totale di linee ADSL sul territorio nazionale. Per l'anno 2011, tale rapporto viene calcolato attraverso i dati della c.d. reportistica trimestrale aggiornati al 31 dicembre 2010, determinando così un valore del peso delle soluzioni ULL (Q_{ULL}) pari al **67,2%** da applicarsi alle valutazioni per il medesimo anno. Nello specifico, tale valore è dato da:

(linee telefoniche attive di Telecom Italia attestate a centrali ULL + linee degli OLO in *full unbundling* + linee degli OLO in *shared access* + linee degli OLO in *bitstream naked* attestate a centrali ULL + linee degli OLO in *bitstream* condiviso attestate a centrali ULL)

/

(linee telefoniche attive di Telecom Italia attestate a centrali ULL + linee telefoniche attive di Telecom Italia attestate a centrali non ULL + linee degli OLO in *full unbundling* + linee degli OLO in *shared access* + linee degli OLO in *bitstream naked* attestate a centrali ULL + linee degli OLO in *bitstream* condiviso attestate a centrali ULL + linee degli OLO in *bitstream naked* attestate a centrali non ULL + linee degli OLO in *bitstream* condiviso attestate a centrali non ULL).

Ai sensi di quanto previsto dall'allegato 2 alla delibera n. 499/10/CONS, il valore del parametro Q_{ULL} verrà ricalcolato con cadenza annuale dagli Uffici dell'Autorità e reso pubblico via web.

6 - Offerte *entry level*.

26. 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*) e le offerte innovative. Tali offerte sono soggette alla sola verifica *DCF*.
27. 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*).

Roma, 8 luglio 2011