



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

DELIBERA N. 148/18/CONS

**ESECUZIONE DELLA SENTENZA DEL TAR LAZIO N. 10920/2017
RELATIVA ALLE DETERMINAZIONI ASSUNTE DALL'AUTORITA'
NELL'AMBITO DELLA VERIFICA DI REPLICABILITA' AI FINI
DELL'APPROVAZIONE DELLA COMMERCIALIZZAZIONE DELLE
PROMOZIONI RELATIVE ALL'OFFERTA TIM SMART RAME E FIBRA
NEL PERIODO LUGLIO 2016- MARZO 2017**

L'AUTORITÀ

NELLA riunione di Consiglio del 15 marzo 2018;

VISTA la legge 14 novembre 1995, n. 481, recante “*Norme per la concorrenza e la regolazione dei servizi di pubblica utilità. Istituzione delle Autorità di regolazione dei servizi di pubblica utilità*”;

VISTA la legge 31 luglio 1997, n. 249, recante “*Istituzione dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo*”, di seguito denominata *Autorità*;

VISTA la delibera n. 223/12/CONS, del 27 aprile 2012, recante “*Adozione del nuovo Regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento dell'Autorità*”, come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 405/17/CONS;

VISTA la delibera n. 401/10/CONS, del 22 luglio 2010, recante “*Disciplina dei tempi dei procedimenti*”, come modificata dalla delibera n. 118/14/CONS;

VISTA la direttiva n. 2002/19/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 7 marzo 2002, *relativa all'accesso alle reti di comunicazione elettronica e alle risorse correlate, e all'interconnessione delle medesime (direttiva accesso)*, come modificata dalla direttiva n. 2009/140/CE;

VISTA la direttiva n. 2002/20/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 7 marzo 2002, *relativa alle autorizzazioni per le reti e i servizi di comunicazione elettronica (direttiva autorizzazioni)*, come modificata dalla direttiva n. 2009/140/CE;

VISTA la direttiva n. 2002/21/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 7 marzo 2002, *che istituisce un quadro normativo comune per le reti ed i servizi di comunicazione elettronica (direttiva quadro)*, come modificata dalla direttiva n. 2009/140/CE;



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

VISTA la direttiva n. 2002/22/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 7 marzo 2002, *relativa al servizio universale e ai diritti degli utenti in materia di reti e di servizi di comunicazione elettronica (direttiva servizio universale)*, come modificata dalla direttiva n. 2009/136/CE;

VISTO il decreto legislativo, 1 agosto 2003, n. 259, recante “*Codice delle comunicazioni elettroniche*”, così come modificato, da ultimo, dal decreto legislativo 28 maggio 2012, n. 70, di seguito denominato *Codice*;

VISTA la delibera n. 499/10/CONS, del 23 settembre 2010, recante «*Adeguamento e innovazione della metodologia dei test di prezzo attualmente utilizzati nell'ambito della delibera n. 152/10/CONS “Misure atte a garantire la piena applicazione del principio di parità di trattamento interna ed esterna da parte degli operatori aventi notevole forza di mercato nella telefonia fissa”*»;

VISTO l'allegato 1 alla delibera n. 499/10/CONS recante “*Linee guida per la valutazione della replicabilità delle offerte agli utenti finali dell'operatore notificato nei mercati di rete fissa*”;

VISTA la circolare dell'8 luglio 2011, recante “*Modalità attuative della delibera n. 499/10/CONS relativa ai test di prezzo applicati alle offerte tariffarie di Telecom Italia*”;

VISTA la delibera n. 604/13/CONS, del 28 ottobre 2013, recante “*Approvazione delle linee guida per la valutazione della replicabilità delle offerte al dettaglio a banda ultralarga su fibra ottica*”;

VISTO l'allegato A alla delibera n. 604/13/CONS recante “*Linee guida per la valutazione della replicabilità delle offerte al dettaglio a banda ultralarga su fibra ottica dell'operatore notificato*”;

VISTA la delibera n. 623/15/CONS, del 5 novembre 2015, recante “*Identificazione ed analisi dei mercati dei servizi di accesso alla rete fissa (mercati nn. 3a e 3b della raccomandazione della Commissione europea n. 2014/710/UE e n.1 della raccomandazione n. 2007/879/CE)*”;

VISTO il ricorso al TAR Lazio n. 12281/2016 proposto da Vodafone Italia S.p.A. (di seguito Vodafone) avverso le determinazioni assunte dall'Autorità con le quali è stata approvata la commercializzazione di diverse promozioni relative all'offerta TIM SMART;

VISTA la sentenza del TAR Lazio n. 10920/2017 che ha accolto, parzialmente, il ricorso di Vodafone;

RITENUTO di dover prestare esecuzione alla sentenza del TAR Lazio n. 10920/2017 nei termini indicati da quest'ultimo;

CONSIDERATO quanto segue:



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

Sommario

1. Premessa	3
2. Il ricorso proposto da Vodafone	3
3. Le disposizioni regolamentari interessate dal ricorso in oggetto sulla verifica delle offerte al dettaglio.....	5
4. La sentenza del TAR Lazio n. 10920/2017	7
5. L'ottemperanza alla sentenza in oggetto	9

1. Premessa

Con decisione n. 10920/2017 il TAR Lazio si è pronunciato in merito al ricorso proposto da Vodafone avverso le determinazioni dell'Autorità con le quali è stata approvata la commercializzazione di diverse promozioni relative all'offerta TIM SMART di Telecom Italia S.p.A. (di seguito Telecom).

Nello specifico il TAR Lazio ha rilevato "*limitati profili di fondatezza*" del ricorso di Vodafone n. 12281/2016, richiedendo all'Amministrazione un supplemento di verifica.

L'Autorità, rilevato che l'osservazione del Giudice non pone in discussione l'operato complessivo degli Uffici bensì chiede solo una ulteriore verifica, agevolmente effettuabile, ha ritenuto di non proporre ricorso in appello e di procedere all'ottemperanza nei termini di seguito descritti.

L'analisi condotta, come chiarito meglio in seguito, conferma la valutazione di replicabilità delle offerte promozionali TIM SMART.

Le comunicazioni impugnate sono pertanto confermate nelle conclusioni e integrate nella parte motiva nei termini indicati nella presente delibera di ottemperanza.

2. Il ricorso proposto da Vodafone

Vodafone ha proposto ricorso al TAR Lazio n. 12281/2016 chiedendo l'annullamento, previa sospensione, dei provvedimenti di approvazione¹ dell'Autorità

¹ In dettaglio Vodafone chiede l'annullamento, previa sospensione,

- della nota-determinazione dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, prot. n. 44263 del 5 agosto 2016 avente ad oggetto *Offerta TIM SMART - riscontro segnalazioni*, con la quale è stato comunicato alla ricorrente che la promozione *TIM SMART CASA e MOBILE* e la promozione *TIM SMART CASA*



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

relativi alle promozioni di Telecom Italia denominate TIM SMART FIBRA, TIM SMART CASA e MOBILE di cui, in particolare, alle note del 5 agosto 2016, prot. n. 4426 e del 30 giugno 2016, prot. n. 35755. Per i dettagli sulle determinazioni dell'Autorità oggetto della richiesta di annullamento di Vodafone si rinvia alla nota piè di pagina n. 1 del presente paragrafo.

In particolare, Vodafone contesta l'operato dell'Autorità che si sostanzia nell'aver erroneamente qualificato le offerte TIM SMART come offerte *rush* (temporanee) e nell'averle, pertanto, sottoposte ad un *test* di prezzo semplificato, applicando la sola metodologia *Discounted Cash Flow*, “nel presupposto che le offerte in parola potessero essere ricondotte al regime derogatorio introdotto dalla circolare interpretativa dell'8 luglio 2011, alla luce della quale le offerte *rush* (i.e., temporanee) sono equiparate alle offerte c.d. *entry level* e sottoposte al solo *test DCF*”.

Nell'analisi di replicabilità delle offerte TIM SMART, condotta dall'Autorità, Vodafone denuncia la mancanza di “uno degli elementi fondamentali per accedere al regime derogatorio previsto per le offerte *rush*: la temporaneità dell'offerta”.

Al riguardo Vodafone fa osservare che le offerte TIM SMART “erano continuamente presentate al pubblico come temporanee, pur essendo riproposte in modo sostanzialmente identico ogni mese, anche più volte durante lo stesso mese e ad intervalli di tempo estremamente ravvicinati”.

Vodafone denuncia che “Telecom, frazionando l'offerta in più mensilità e

praticate da Telecom Italia S.p.A. nei mesi di luglio e agosto 2016 sono state oggetto di verifiche di replicabilità con esito positivo;

- della nota dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, prot. n. 35755 del 30 giugno 2016, conosciuta da Vodafone Italia S.p.A. in occasione dell'accesso agli atti del 20 settembre 2016, con la quale è stata approvata la commercializzazione delle offerte TIM SMART comunicata da Telecom Italia S.p.A. con nota del 27 aprile 2016 e successive note del 5 maggio 2016 e del 17 giugno 2016;

- degli eventuali ulteriori atti di approvazione, anche taciti e non conosciuti, da parte dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni delle predette promozioni di Telecom Italia S.p.A. ed, in particolare, del silenzio assenso formatosi sull'offerta comunicata in data 24 giugno 2016 e successiva nota del 14 luglio 2016, nonché la nota AGCOM del 12 luglio 2016;

- di ogni altro atto presupposto, connesso e/o consequenziale, nessuno escluso, ivi compresi: (i) gli eventuali atti di approvazione, anche taciti e non conosciuti, da parte dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni delle nuove promozioni TIM SMART commercializzate da Telecom Italia S.p.A. nei mesi di settembre ed ottobre 2016 o da commercializzare nei mesi successivi; (ii) la Circolare dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni dell'8 luglio 2011 recante *Modalità attuative della delibera n. 499/10/CONS relativa ai test di prezzo applicati al/e offerte tariffarie di Telecom Italia* e la delibera AGCOM n. 499/10/CONS recante *Adeguamento e innovazione della metodologia dei test di prezzo* e (iii) la delibera AGCOM n. 604/13/CONS recante le *Linee guida per la valutazione della replicabilità delle offerte al dettaglio a banda ultra/larga su fibra ottica dell'operatore notificato*.



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

reiterandola nel tempo, ha artatamente alterato la percezione dell'Autorità circa l'effettiva natura delle proposte commerciali sottoposte alla sua approvazione, riuscendo così ad eludere il controllo della stessa nell'ambito del test di prezzo che avrebbe dovuto essere effettuato attraverso l'applicazione congiunta del test DCF e del test period by period”.

A fronte di tale condotta asseritamente elusiva assunta da Telecom, la ricorrente sostiene che l'Autorità avrebbe dovuto riconoscere l'unitarietà dell'offerta TIM SMART, composta dalle promozioni mensilmente comunicate da Telecom, ed avrebbe dovuto verificarne la replicabilità mediante il test di prezzo completo ossia applicando sia il test DCF sia il test *period by period* (di seguito anche *pbp*).

La ricorrente sostiene che il lancio reiterato di offerte commerciali non sottoposte al test di prezzo completo, e non replicabili da parte degli altri operatori presenti sul mercato, determina “*un'evidente alterazione delle dinamiche concorrenziali del mercato e sta rafforzando ulteriormente e in modo non reversibile*” la posizione di indiscussa dominanza di Telecom Italia.

3. Le disposizioni regolamentari interessate dal ricorso in oggetto sulla verifica delle offerte al dettaglio

L'Autorità è tenuta a verificare *ex ante* la replicabilità, da parte degli operatori alternativi, delle offerte commerciali al dettaglio praticate dall'operatore notificato². Ciò al fine di scongiurare il rischio che l'operatore dominante assuma condotte anticoncorrenziali a danno del mercato praticando prezzi finali inferiori ai costi di produzione e, pertanto, non replicabili da parte degli operatori alternativi che utilizzano servizi di accesso e interconnessione all'ingrosso.

L'Autorità verifica la replicabilità tecnica ed economica delle offerte al dettaglio di Telecom Italia ricorrendo alla metodologia dei test di prezzo.

Le disposizioni in materia di test di prezzo vigenti alla data del ricorso proposto da Vodafone sono contenute nella delibera n. 499/10/CONS³ e nella delibera n.

² Con delibera n. 623/15/CONS, del 5 novembre 2015, relativa all'analisi il mercato dei servizi di accesso alla rete fissa, l'Autorità ha confermato Telecom Italia quale operatore avente significativo potere di mercato.

Nel rispetto dell'obbligo di non discriminazione, l'art. 11, comma, 7 della citata delibera dispone che “*Tutte le offerte di Telecom Italia di servizi di accesso al dettaglio (inclusi i bundle) devono essere replicabili da parte di un operatore efficiente e, pertanto, sono sottoposte ad un test di replicabilità, in modalità ex ante ossia prima del lancio commerciale, da parte dell'Autorità*”.

³ Delibera n. 499/10/CONS, del 23 settembre 2010, recante “Adeguamento e innovazione della metodologia dei test di prezzo attualmente utilizzati nell'ambito della delibera n. 152/10/CONS “Misure atte a garantire la piena applicazione del principio di parità di trattamento interna ed esterna da parte degli operatori aventi



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

604/13/CONS⁴ per i soli servizi a banda larga.

Per completezza si richiama che la normativa sulla verifica della replicabilità delle offerte *retail* dell'operatore notificato è stata innovata dall'Autorità con delibera n. 584/16/CONS⁵ seppur tale norma non è interessata dal ricorso in parola. Le nuove linee guida per le verifiche di replicabilità prevedono che le offerte *retail* di Telecom Italia siano sottoposte ad un'unica verifica di tipo *Discounted Cash Flow*, svolta prima del lancio commerciale, con modalità di applicazione differenziate tra offerte su rete in rame e offerte su rete in fibra.

Differentemente le disposizioni normative interessate dal ricorso in oggetto prevedevano, in base alla delibera n. 499/10/CONS, che ogni offerta commerciale al dettaglio dell'operatore notificato venisse assoggettata ad un duplice *test*: un'analisi *Discounted Cash Flow* ed un'analisi *period by period (pbp)*.

Le modalità attuative dell'analisi DCF e dell'analisi *pbp* sono contenute nella circolare dell'Autorità dell'8 luglio 2011⁶.

Di seguito si richiama brevemente che l'analisi *DCF* è volta ad analizzare la replicabilità dell'offerta da parte di un operatore alternativo efficiente verificando il recupero dei costi complessivi, fissi e variabili, dell'offerta nell'arco del *relevant time period*, pari a ventiquattro mesi. In particolare, 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).

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.

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

Le citate modalità attuative relative alla verifica di replicabilità confermano quanto

notevole forza di mercato nella telefonia fissa".

⁴ Delibera n. 604/13/CONS, del 28 ottobre 2013, recante "Approvazione delle linee guida per la valutazione della replicabilità delle offerte al dettaglio a banda ultralarga su fibra ottica".

⁵ Delibera n. 584/16/CONS, del 1 dicembre 2016, recante "Approvazione delle linee guida per la valutazione della replicabilità delle offerte al dettaglio dell'operatore notificato per i servizi di accesso alla rete fissa".

⁶ Circolare dell'8 luglio 2011 recante "Modalità attuative della delibera n. 499/10/CONS relativa ai test di prezzo applicati alle offerte tariffarie di Telecom Italia".



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

già disposto dalla delibera n. 499/10/CONS circa le tipologie di offerte commerciali al dettaglio che, rappresentando un'eccezione, sono esonerate dalla regola generale del doppio test ed assoggettate ad una verifica semplificata.

In particolare, l'Autorità ha disposto che *“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”*.

Nella medesima sede l'Autorità rappresenta, inoltre, come *“Sono assimilate ad offerte entry level le offerte promozionali che presentano un impatto limitato sulle dinamiche competitive nei mercati al dettaglio. In tale categoria rientrano, a titolo di esempio, le promozioni commercializzate in modalità c.d. rush, ossia per intervalli di tempo particolarmente ridotti e/o attraverso alcuni specifici e limitati canali di acquisizione (ad esempio mediante il solo canale web)”*.

Le disposizioni di cui al punto 3.2 dell'allegato A alla delibera n. 604/13/CONS confermano che sono assimilate *“ad offerte entry level”* le offerte promozionali che presentano un impatto limitato sulle dinamiche competitive nei mercati al dettaglio.

“In tale categoria rientrano, a titolo di esempio:

- le promozioni commercializzate in modalità c.d. rush, ossia per intervalli di tempo particolarmente ridotti e/o attraverso alcuni specifici e limitati canali di acquisizione (ad esempio mediante il solo canale web);

- le promozioni c.d. limited edition, per le quali l'operatore sottoposto al test comunica preventivamente un numero massimo di acquisizioni nel periodo di commercializzazione, laddove tale numero risulti di ridotto impatto percentuale rispetto al totale delle attivazioni dell'offerta nel medesimo periodo”.

Dalla lettura della richiamata normativa si riscontra che le offerte promozionali al dettaglio di Telecom Italia identificate come *entry level* sono oggetto della sola verifica DCF.

Inoltre si desume che, indipendentemente dalla tipologia delle offerte promozionali, siano esse *rush* o *limited edition*, nella circostanza in cui queste determinino un impatto limitato sulle dinamiche competitive nei mercati al dettaglio, sono assimilate alle offerte *entry level* e, pertanto, esonerate dall'analisi *pbp*.

4. La sentenza del TAR Lazio n. 10920/2017

Con la sentenza n. 10920, pubblicata il 31 ottobre 2017, il TAR Lazio ha accolto, solo parzialmente, il ricorso di Vodafone avverso le determinazioni assunte dall'Autorità in merito alla commercializzazione di diverse promozioni relative all'offerta TIM SMART di Telecom Italia.



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

In primo luogo si rappresenta come il TAR Lazio abbia rilevato la correttezza e, quindi, la legittimità della condotta assunta dell'Autorità in merito alla definizione dell'offerta di Telecom in questione come *limited edition* e, quindi, alla sottoposizione della stessa al *test* di replicabilità semplificato.

Al riguardo il TAR ha correttamente rilevato che «in effetti le “promo” oggetto di causa avevano le caratteristiche dell'offerta “limited edition” (cap massimo di attivazioni rapportato in misura percentuale all'offerta base TIM SMART) e non, come dedotto da parte ricorrente nel primo atto per motivi aggiunti, quelle proprie dell'offerta “rush”».

Inoltre, ha osservato il TAR Lazio, «ciò che conta, al di là della denominazione commerciale “rush” o “limited edition” è la sostanza delle offerte esaminate nel loro concreto contenuto, da valutare sotto il profilo del limitato impatto concorrenziale secondo la “ratio” che, in generale, è posta a fondamento delle disposizioni regolatorie sopra rammentate, la quale è di per sé sufficiente a giustificare la sottoposizione alla sola verifica DCF dell'offerta considerata».

Inoltre, con riferimento alle offerte *limited edition*, che, come già richiamato, per loro natura non prevedono un limite temporale, ma un cap massimo di attivazioni, il TAR Lazio ha rilevato che il raggiungimento di tale tetto è stato puntualmente verificato *ex post* dall'Autorità.

Il Giudice amministrativo sostiene che i limitati profili di fondatezza del ricorso proposto da Vodafone si rilevano laddove l'Autorità si è limitata a considerare l'impatto della singola offerta sul mercato ed abbia omissso di valutare l'impatto complessivo sul mercato “delle offerte anche nella loro sommatoria e combinazione, nel lungo periodo, con riferimento all'effetto che possono avere avuto sulle dinamiche del mercato”.

Di conseguenza la sentenza del TAR Lazio dispone che “le offerte TIM SMART **debbano essere rivalutate** dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, in forma **aggregata e complessiva**, con riguardo all'intero periodo di riferimento a partire, quanto meno, dalle promozioni commercializzate dal mese di luglio 2016 e fino al marzo del 2017, onde **verificarne**, nell'esercizio dei poteri regolatori che ad essa competono, **la complessiva incidenza sul mercato di riferimento e disporre l'assoggettamento al test “Period by Period”, soltanto in caso di positivo accertamento di un impatto significativo ovvero “non limitato” sulle dinamiche competitive nei mercati al dettaglio**”.

Il Giudice amministrativo riconosce, dunque, che la *ratio* sottesa alla deroga al principio generale che prevede l'utilizzo di entrambe le tipologie di analisi, DCF e *pbp* risiede nella scarsa incidenza della promozione esaminata sulle dinamiche concorrenziali del mercato al dettaglio. “Questo”, prosegue il TAR Lazio, “è il comune denominatore delle diverse fattispecie esentate dall'analisi *Period by Period*” tra le quali il Giudice amministrativo riconosce le offerte c.d. “*Entry level*”, le offerte “*rush*” e le offerte “*limited edition*”.



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

5. L'ottemperanza alla sentenza in oggetto

Si premette che seppur l'Autorità abbia in prima battuta inquadrato le promozioni relative all'offerta TIM SMART come *rush* (temporanee) e solo successivamente come *limited edition* (caratterizzate dalla programmazione di un *cap*, cioè di un numero massimo di acquisizioni nel periodo di commercializzazione), al di là della denominazione commerciale delle promozioni oggetto di contestazione, ciò che rileva ai fini della verifica della replicabilità mediante il ricorso al solo *test* DCF, come peraltro decretato anche nel corso della sentenza, è il profilo del limitato impatto concorrenziale.

Come precedentemente richiamato, il TAR Lazio sostiene che i circoscritti profili di fondatezza del ricorso proposto da Vodafone si rilevano laddove l'Autorità si è limitata a considerare l'impatto della singola offerta sul mercato ed abbia omesso di valutarne l'impatto complessivo sul mercato.

Di conseguenza, al fine di dare esecuzione alla citata sentenza, l'Autorità ha proceduto a rivalutare l'offerta nei termini esposti dal Giudice amministrativo ossia ha proceduto a valutare "*in forma aggregata e complessiva*" il peso delle promozioni in oggetto rispetto al totale delle attivazioni delle offerte TIM SMART, rame e fibra, per il periodo dal mese di luglio 2016 a marzo 2017.

Tale rivalutazione (si veda l'ANNESSO per dettagli del calcolo svolto) ha mostrato che il peso percentuale, in termini di nuove attivazioni, delle promozioni *limited edition* sul totale delle nuove attivazioni TIM SMART, per l'intero periodo osservato, resta ad *impatto limitato* per il mercato anche se valutato in forma aggregata e complessiva, sia nel caso dei servizi su rete in rame, sia nel caso dei servizi su rete in fibra.

Più in dettaglio, nell'arco di tempo considerato, il peso percentuale delle promozioni *limited edition* sul totale delle attivazioni TIM SMART, solo su rete in rame, risulta pari al 2,3%; mentre l'impatto delle medesime promozioni sul totale delle attivazioni considerate, nel caso dei soli servizi su rete in fibra, risulta pari al 3,5%.

Alla luce delle valutazioni effettuate l'Autorità, verificato che le promozioni relative all'offerta TIM SMART "*esercitano un impatto limitato sulle dinamiche competitive nei mercati al dettaglio*" anche quando valutate "*in forma aggregata e complessiva*", conferma, ai sensi della richiamata normativa sul tema, che le offerte promozionali in questione sono esonerate dall'analisi di tipo *period by period*.

In ultimo si fa osservare che il totale delle attivazioni TIM rappresenta solo una quota del totale delle attivazioni del mercato, pertanto, deve ritenersi che l'effettivo impatto delle offerte promozionali in questione, sulle dinamiche competitive nei mercati al dettaglio, sia addirittura inferiore rispetto a quanto conteggiato.

Tutto ciò premesso e considerato;

RITENUTO di aver ottemperato alla sentenza in oggetto nei termini indicati dal Giudice;



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

UDITA la relazione del Commissario Antonio Nicita, relatore ai sensi dell'art. 31 del Regolamento concernente l'organizzazione ed il funzionamento dell'Autorità;

DELIBERA

Articolo 1

1. Le promozioni contestate relative alle offerte TIM SMART, rivalutate in forma aggregata e complessiva, dal mese di luglio 2016 al mese di marzo del 2017, presentano un'incidenza limitata sulle dinamiche competitive nei mercati al dettaglio e, pertanto, sono esonerate dall'analisi *period by period*.

2. Sono pertanto confermate, e integrate nella parte motiva nei termini di cui in premessa, le valutazioni di cui alle note impugnate.

Il presente provvedimento è notificato a Vodafone Italia S.p.A., Telecom Italia S.p.A., Fastweb S.p.A., Wind Tre S.p.A. e pubblicato sul sito *web* dell'Autorità.

Il presente provvedimento può essere impugnato davanti al Tribunale Amministrativo Regionale del Lazio entro 60 giorni dalla notifica dello stesso.

Avverso il presente provvedimento può, altresì, essere proposto ricorso per inottemperanza al Consiglio di Stato, ai sensi degli artt. 112, 113, comma 1, e 114 del Codice del processo amministrativo, e dell'art. 21-septies della legge 7 agosto 1990, n. 241, recante “*Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi*”.

Roma, 15 marzo 2018

IL COMMISSARIO RELATORE
Antonio Nicita

IL PRESIDENTE
Angelo Marcello Cardani

Per attestazione di conformità a quanto deliberato
IL SEGRETARIO GENERALE
Riccardo Capecchi