

DELIBERA N. 209/21/CONS

**ARCHIVIAZIONE DEL PROCEDIMENTO AI FINI DELLE VERIFICHE DI CUI
ALL'ARTICOLO 4-BIS, COMMA 1, DEL DECRETO-LEGGE 7 OTTOBRE 2020,
N. 125, COME CONVERTITO CON MODIFICAZIONI DALLA LEGGE 27
NOVEMBRE 2020, N. 159**

(VIVENDI S.E.- TELECOM ITALIA S.P.A. - MEDIASET S.P.A.)

L'AUTORITÀ

NELLA riunione di Consiglio del 24 giugno 2021;

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”*;

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;

VISTA la direttiva 2010/13/UE del Parlamento europeo e del Consiglio del 10 marzo 2010, *relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti la fornitura di servizi di media audiovisivi (direttiva sui servizi di media audiovisivi)*;

VISTO il decreto legislativo 1 agosto 2003, n. 259, recante *“Codice delle comunicazioni elettroniche”*;

VISTA la legge 3 maggio 2004, n. 112, recante *“Norme di principio in materia di assetto radiotelevisivo e della RAI-Radiotelevisione italiana S.p.A., nonché delega al Governo per l’emanazione del testo unico della radiotelevisione”*;

VISTO il decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, recante *“Testo Unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici”*, di seguito denominato Testo Unico;

VISTO il decreto-legge 7 ottobre 2020, n. 125, recante *misure urgenti connesse con la proroga della dichiarazione dello stato di emergenza epidemiologica da COVID-19 e per la continuità operativa del sistema di allerta COVID, nonché per l'attuazione della direttiva (UE) 2020/739 del 3 giugno 2020, come convertito con modificazioni dalla Legge 27 novembre 2020, n. 159, di seguito Decreto Legge n. 125/2020;*

VISTA la delibera n. 383/17/CONS, del 24 ottobre 2017, recante “*Adozione del Regolamento recante la disciplina dell'accesso ai sensi degli articoli 22 e seguenti della 7 agosto 1990, n. 24 e degli articoli 5 e seguenti del decreto legislativo 14 marzo 2013, n. 33 - 24 ottobre 2017*”, che abroga e sostituisce la delibera n. 217/01/CONS;

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. 696/20/CONS;

VISTA la delibera n. 368/14/CONS, del 17 luglio 2014, recante “*Regolamento recante la disciplina dei procedimenti in materia di autorizzazione ai trasferimenti di proprietà, delle società radiotelevisive e dei procedimenti di cui all'articolo 43 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177*” come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 640/20/CONS, di seguito denominato Regolamento;

VISTA la delibera n. 662/20/CONS, del 15 dicembre 2021, recante “*Avvio del procedimento ai fini delle verifiche di cui all'articolo 4-bis, comma 1, del decreto-legge 7 ottobre 2020, n. 125, come convertito con modificazioni dalla legge 27 novembre 2020, n. 159 (Vivendi S.A. – Telecom Italia S.p.A. – Mediaset S.p.A.)*”;

CONSIDERATO che l'articolo 4-bis del Decreto Legge n. 125/2020, ha previsto che:
“1. *In considerazione delle difficoltà operative e gestionali derivanti dall'emergenza sanitaria in atto, in armonia con i principi di cui alla sentenza della Corte di giustizia dell'Unione europea del 3 settembre 2020, nella causa C-719/18, a decorrere dalla data di entrata in vigore della legge di conversione del presente decreto e per i successivi sei mesi, nel caso in cui un soggetto operi contemporaneamente nei mercati delle comunicazioni elettroniche e in un mercato diverso, ricadente nel sistema integrato delle comunicazioni (SIC), anche attraverso partecipazioni in grado di determinare un'influenza notevole ai sensi dell'articolo 2359 del codice civile, l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni è tenuta ad avviare un'istruttoria, da concludere entro il termine di sei mesi dalla data di avvio del procedimento, volta a verificare la sussistenza di effetti distorsivi o di posizioni comunque lesive del pluralismo, sulla base di criteri previamente individuati, tenendo conto, fra l'altro, dei ricavi, delle barriere all'ingresso*

nonché del livello di concorrenza nei mercati coinvolti, adottando, eventualmente, i provvedimenti di cui all'articolo 43, comma 5, del testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici, di cui al decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, per inibire l'operazione o rimuoverne gli effetti.

2. Le disposizioni di cui al comma 1 si applicano altresì ai procedimenti già conclusi dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni in applicazione del comma 11 dell'articolo 43 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177.”;

CONSIDERATO che, secondo quanto previsto sempre dal medesimo articolo 4-bis del Decreto Legge n. 125/2020, sono stati individuati previamente i criteri ai fini delle verifiche e delle valutazioni connesse allo svolgimento dell'istruttoria in oggetto (nello specifico: *a) ricavi, b) barriere all'ingresso, c) livello di concorrenza all'interno dei mercati interessati, d) dimensioni di efficienza economica delle imprese, e) sinergie derivanti dalle attività svolte in mercati differenti ma contigui, f) indici quantitativi di diffusione dei programmi radiotelevisivi*), precisando che gli stessi verranno presi in considerazione in maniera congiunta, stante la loro capacità di incidere l'uno sull'altro e che i riferimenti al diritto della concorrenza devono essere comunque considerati come “strumento” per il conseguimento della tutela del principio del “pluralismo esterno”;

CONSIDERATO quanto segue:

1. SVOLGIMENTO DELL'ISTRUTTORIA

L'Autorità, con delibera n. 662/20/CONS del 15 dicembre 2020, ha disposto l'avvio del procedimento istruttorio finalizzato alle verifiche di cui all'articolo 4-bis del Decreto Legge n. 125/2020, nonché all'eventuale adozione dei provvedimenti di cui all'articolo 43, comma 5, del Testo Unico.

Le società destinatarie del provvedimento, parti del procedimento, sono: Vivendi S.E. (provvedimento notificato tramite raccomandata internazionale - nota prot. Agcom n. 531718 del 15 dicembre 2020, ricevuta in data 23 dicembre 2020), Mediaset S.p.A. (provvedimento notificato tramite PEC - nota prot. Agcom n. 531785 del 15 dicembre 2020) e Telecom Italia S.p.A. (provvedimento notificato tramite PEC - nota prot. Agcom n. 531796 del 15 dicembre 2020).

In data 1 febbraio 2021, al fine di effettuare le valutazioni di competenza, sono state trasmesse richieste di informazioni a Mediaset S.p.A. (nota prot. Agcom n. 54100), Telecom S.p.A. (nota prot. Agcom n. 54233) e Vivendi S.E. (nota prot. Agcom n. 54319), aventi ad oggetto le attività svolte dalle parti nei mercati interessati, sia direttamente che per il tramite di società controllate e collegate, le operazioni societarie condotte dalle stesse negli ultimi

5 anni nei suddetti mercati, nonché l'acquisizione di bilanci, relazioni di gestione e documenti finanziari relativi agli ultimi due esercizi.

Mediaset S.p.A. ha fornito le informazioni richieste in data 18 febbraio 2021 (nota prot. Agcom n. 88992 del 19 febbraio 2021), Vivendi S.E. in data 21 febbraio 2021 (nota prot. Agcom n. 91256 del 22 febbraio 2021) successivamente integrate in data 11 marzo 2021 (nota prot. Agcom n. 125345 del 12 marzo 2021); Telecom Italia S.p.A. in data 22 febbraio 2021 (nota prot. Agcom n. 93492).

Ulteriori richieste di informazioni sono state inviate a Mediaset S.p.A. (prot. Agcom n. 140395 del 22 marzo 2021) e a Telecom Italia S.p.A. (prot. Agcom n. 150109 del 26 marzo 2021), relativamente ad aspetti di dettaglio delle attività svolte nei mercati interessati, con particolare riferimento all'offerta di servizi di diffusione radiotelevisiva, di servizi di comunicazione elettronica *retail* e di servizi di media audiovisivi anche a pagamento e ai relativi *bundle* di offerte.

Vivendi S.E. ha avanzato tre istanze di accesso agli atti del fascicolo istruttorio (prot. Agcom n. 50330 del 29 gennaio 2021, prot. Agcom n. 154015 del 30 marzo 2021 e prot. Agcom 194779 del 24 aprile 2021), procedendo ad acquisire la relativa documentazione rispettivamente il 1 marzo 2021 integrata il 10 marzo 2021, l'8 aprile 2021, il 14 maggio 2021 integrata il 24 maggio 2021. Anche Mediaset S.p.A. ha avanzato due istanze di accesso agli atti del fascicolo istruttorio (prot. Agcom n. 100320 del 25 febbraio 2021 e prot. Agcom n. 249502 del 1 giugno 2021), acquisendo la relativa documentazione in data 16 marzo 2021 e 16 giugno 2021.

Mediaset S.p.A. è stata audita in data 12 aprile 2021 (istanza di audizione formulata con nota del 152641 del 29 marzo 2021). In data 28 aprile 2021, in linea con quanto previsto dall'articolo 17, comma 2, della delibera n. 368/14/CONS, Mediaset S.p.A. ha trasmesso un contributo (prot. Agcom n. 202241 del 29 aprile 2021) contenente una sintesi della posizione aziendale e memorie giuridiche ed economiche anche di consulenti esterni.

Nel corso dell'istruttoria anche un operatore terzo, Vodafone Italia S.p.A., ha inviato all'Autorità (prot. Agcom 182240 del 16 aprile 2021) un documento contenente osservazioni in merito al procedimento in oggetto.

Da ultimo, l'Autorità ha invitato le parti, con note dell'11 maggio 2021 (Mediaset S.p.A., prot. Agcom n. 220012 e Telecom Italia S.p.A., prot. Agcom n. 220020) e del 12 maggio 2021 (Vivendi S.E., prot. Agcom n. 221957), a fornire eventuali osservazioni conclusive ai sensi dell'articolo 17, comma 2, della delibera n. 368/14/CONS, nonché ogni altra informazione ritenuta rilevante ai fini delle valutazioni oggetto del procedimento. Vivendi

S.E. ha trasmesso la propria memoria in data 28 maggio (prot. Agcom n. 246875 del 31 maggio 2021). Telecom S.p.A. e Mediaset S.p.A. non hanno inviato ulteriori contributi.

2. LE ARGOMENTAZIONI DELLE PARTI

2.1. MEDIASET S.P.A.

La Società, in sintesi, ha preliminarmente evidenziato come nell'attuale panorama i media tradizionali - che per vocazione e responsabilità alimentano pluralismo, informazione, libertà editoriale, produzione di contenuti identitari ed occupazione - osservando obblighi di *compliance* molto onerosi, subiscono la competizione priva di regolamentazione degli OTT e una crescente aggressività da parte degli operatori di rete (di TLC). Pertanto, se da un lato l'obiettivo della difesa del pluralismo non è mutato, dall'altro lato sono senza dubbio cambiate, in peggio, le condizioni competitive in cui si trovano ad operare i *broadcaster*.

Al riguardo, la Società ha trasmesso i risultati di uno studio relativo alle nuove dinamiche competitive in atto nel settore dei Servizi di Media Audiovisivi (SMA) e nel più ampio Sistema della Comunicazione. Lo studio evidenzia come alcuni mercati – una volta solo contigui o convergenti – stanno passando ad una fase di integrazione strutturale, determinando l'instaurarsi di una competizione fra operatori storici televisivi e nuovi entranti (*non-broadcaster*) che guadagnano posizioni sul mercato grazie al controllo di uno o più dei seguenti fattori chiave: reti trasmissive, controllo dell'accesso, *customer base* proprietaria, sistemi *data driven*, esternalità di rete. In risposta, i broadcaster tradizionali attuano strategie di: integrazione orizzontale verso i mercati dell'offerta di contenuti online, integrazione verticale (a monte, nella produzione e distribuzione audiovisiva) e internazionalizzazione.

È stato osservato che le strategie di riorganizzazione in tal senso e lo sviluppo di piani industriali innovativi per il gruppo Mediaset risultano fortemente influenzate dalla pressione esercitata sia da Vivendi (inizialmente suo alleato nel progetto di creazione di un gruppo paneuropeo e nello sviluppo di offerte *online*) sia da Telecom Italia (partecipata da Vivendi), che sta cercando spazio nel mercato SMA con forti investimenti in ambito video-televisivo. Pertanto, la Società ha rilevato che nell'attuale fase evolutiva dei mercati SMA, una perdita della capacità competitiva e/o dell'indipendenza degli operatori storici della televisione lineare, quale è Mediaset, si tradurrebbe irrimediabilmente in un impoverimento qualitativo e quantitativo dell'offerta audiovisiva in circolazione.

In un secondo studio, sono state messe in luce ulteriori criticità legate alle partecipazioni di Vivendi in Telecom Italia e in Mediaset, riguardo alle evidenze della letteratura economica,

in base alle quali le scelte ottime compiute al fine di massimizzare il valore di imprese connesse strategicamente, data la presenza di comuni azionisti, risultano divergenti dagli obiettivi di massimizzazione del valore individuale delle stesse. Tali effetti si manifestano anche in caso di partecipazioni di minoranza in imprese con relazioni orizzontali o verticali, come dimostra la prassi antitrust, che ha rilevato i seguenti effetti anticoncorrenziali: riduzione degli incentivi delle imprese a competere, collusione, esclusione o marginalizzazione di altri *competitor* o di una delle imprese partecipate.

Nel caso in esame, pertanto, le partecipazioni di Vivendi in Telecom Italia e Mediaset comporterebbero due rischi collegati: la compressione della capacità di Mediaset di competere (marginalizzazione) e il coordinamento delle strategie concorrenziali della stessa Mediaset e di Telecom Italia, con conseguenti effetti anticoncorrenziali e quindi dannosi per il pluralismo esterno.

Da ultimo, la Società ha richiamato la valenza dell'4-bis del Decreto Legge n. 125/2020, in quanto norma fondamentale di tutela del pluralismo, conformemente a radicati principi costituzionali, volta ad assicurare l'effettiva indipendenza e autonomia dei gruppi leader nei media e nelle TLC, che operano in mercati sempre più convergenti e integrati. In tale prospettiva, l'articolo 4-bis del Decreto Legge n. 125/2020 – che si integra con il regime generale disposto dall'art. 43 Testo Unico – introduce una garanzia fondamentale per sistema dei media, partecipazioni di collegamento in linea con quanto affermato dal Consiglio di Europa e dalla stessa Corte di giustizia UE (causa C-719/18).

2.2. VIVENDI S.E.

La Società, in sintesi, ha preliminarmente rappresentato la necessità di procedere alla disapplicazione dell'articolo 4-bis del Decreto Legge n. 125/2020, in quanto non notificato preventivamente alla Commissione europea ai sensi della Direttiva UE 2015/1535 (“Direttiva Trasparenza”) nonché incompatibile con il diritto europeo sotto diversi ulteriori profili. In particolare, sul punto ha richiamato e riproposto le argomentazioni già formulate in sede di ricorso al TAR Lazio avverso le Delibere n. 662/20/CONS e 640/20/CONS (R.G. n.1379/2021).

Inoltre, nelle memorie presentate ha evidenziato alcuni importanti sviluppi intervenuti in relazione alla partecipazione di Vivendi in Mediaset, che determinano il venir meno dello stesso presupposto fattuale che ha condotto all'avvio del procedimento (ossia, il collegamento tra Vivendi e Mediaset). Infatti, in data 3 maggio 2021, Vivendi, Mediaset, Fininvest, R.T.I. S.p.A., Simon Fiduciaria, Ersel SIM, Financière de l'Odéon S.E. e Dailymotion S.A. hanno sottoscritto un accordo transattivo volto a porre irrevocabilmente

fine, ai sensi degli artt. 1965 c.c., alle reciproche pretese, rinunciando a tutte le cause e denunce pendenti. In base all'Accordo Transattivo, Fininvest, Vivendi e Simon Fiduciaria hanno assunto taluni impegni relativi all'esercizio del diritto di voto nelle assemblee di Mediaset. Tali impegni privano Vivendi sia della possibilità di decidere discrezionalmente come esercitare il diritto di voto in Mediaset, sia per le azioni direttamente detenute che per quelle intestate a Simon Fiduciaria, nonché del potere di nominare propri rappresentanti nel Consiglio di Amministrazione di Mediaset. Inoltre, Vivendi si è impegnata a non acquistare nuove azioni Mediaset in futuro, a cedere a Fininvest un pacchetto di azioni pari al 5% del capitale di Mediaset da essa detenuto direttamente e a dismettere gradualmente, in 5 anni, tutte le azioni Mediaset detenute indirettamente da Vivendi tramite Simon Fiduciaria, al verificarsi di determinate condizioni di mercato. Peraltro, a seguito del trasferimento previsto dall'Accordo Transattivo, Mediaset sposterà la propria sede legale nei Paesi Bassi. A differenza del diritto societario delle società quotate italiane, l'ordinamento giuridico olandese e lo statuto di Mediaset, una volta trasferita la sede in Olanda, non prevedono maggioranze rafforzate per l'adozione di delibere straordinarie (inclusi aumenti di capitale, modificazioni statutarie e l'approvazione di operazioni di fusione o scissione), e non attribuiscono agli azionisti di minoranza il diritto di eleggere rappresentanti negli organi sociali di società quotate (i nuovi componenti del consiglio di amministrazione sono infatti scelti dal consiglio di volta in volta in carica e votati a maggioranza dall'assemblea degli azionisti). Pertanto, considerato che, a seguito del *closing* del citato accordo, Fininvest avrà oltre il 50% dei diritti di voto esercitabili nelle assemblee di Mediaset, con il trasferimento della sede legale nei Paesi Bassi, il socio di maggioranza Fininvest avrà la possibilità di eleggere tutti i componenti del consiglio di amministrazione, nonché di adottare ogni altra delibera dell'assemblea dei soci. Pertanto, con la sottoscrizione degli accordi, è venuta meno ogni teorica possibilità che Vivendi possa esercitare un'influenza notevole su Mediaset.

Infine, nel merito, con diverse argomentazioni la società ha evidenziato l'inidoneità dei servizi forniti da Telecom Italia a incidere sul pluralismo e l'assenza di collegamenti tra le attività di Telecom Italia e quelle di Mediaset idonee a ledere il pluralismo. Infatti, nell'attuale scenario di mercato, i servizi di comunicazione elettronica forniti da Telecom Italia non hanno alcuna reale rilevanza ai fini di un'analisi del pluralismo. In Italia, i servizi televisivi *free-to-air* (FTA) sono trasmessi quasi esclusivamente tramite reti trasmissive DTT. Telecom Italia non è attiva nella fornitura di servizi di trasmissione su digitale terrestre, per cui non sussiste, per definizione, alcun collegamento tra i servizi da essa forniti e il principale canale informativo. In tale scenario, operatori che forniscono essenzialmente servizi dati per l'accesso a Internet (come Telecom Italia) non possono esercitare alcun tipo di controllo sui contenuti veicolati in rete e ciò esclude evidentemente qualsiasi sua capacità di incidere sulla concorrenza e sul pluralismo nel più importante canale informativo. Inoltre,

la diversificazione delle piattaforme di trasmissione ha moltiplicato le possibilità di accesso all'informazione. La proliferazione di diversi tipi di terminali e tecnologie concorrenti rende più fruibili i contenuti informativi per il cittadino, consentendo agli operatori dei media di raggiungere più agevolmente diversi tipi di *audience* attraverso canali diversificati. Tale dinamica tecnologica favorisce e rafforza il pluralismo in quanto amplia le alternative, rendendo ancor meno rilevante l'eventuale potere di mercato confinato a una specifica piattaforma di trasmissione o strumento di ricezione. La struttura dei singoli mercati di comunicazioni elettroniche in cui opera Telecom Italia non incide sulla varietà di contenuti disponibili, essendo slegata dalla produzione degli stessi ed essendovi alternative sempre più ampie per accedere ai contenuti desiderati. Pertanto, la contestuale detenzione di una partecipazione minoritaria in Telecom Italia e Mediaset non avrebbe comunque potuto determinare alcun ipotetico rischio per il pluralismo.

3. LE OSSERVAZIONI DI SOGGETTI TERZI

L'operatore, nel contributo trasmesso nel corso dell'istruttoria, ha evidenziato come l'accrescimento della quota di Vivendi in Mediaset, stante la titolarità di una partecipazione azionaria del 23,94% del capitale sociale della società Telecom Italia S.p.A., possa compromettere gli equilibri pluralistici che il legislatore ha inteso tutelare, dapprima, tramite le previsioni normative del Testo Unico e, da ultimo, tramite la recente previsione di legge di cui all'articolo 4-bis del Decreto Legge n. 125/2020.

Ciò, in considerazione del mercato italiano, caratterizzato da elevati livelli di concentrazione sia nel mercato dei servizi di rete fissa, sia nel mercato della *pay-TV/pay per view*. Infatti, il mercato delle telecomunicazioni fisse è caratterizzato dalla presenza di un unico operatore verticalmente integrato, Telecom Italia S.p.A., che detiene l'unica rete di accesso capillarmente diffusa su tutto il territorio nazionale e dispone della base clienti più estesa. Telecom Italia, peraltro, opera nel mercato della televisione a pagamento con il marchio TIM Vision. Con riferimento al mercato della *pay-TV/pay per view*, anche questo si caratterizza per un elevato livello di concentrazione: le società Mediaset S.p.A., il gruppo Sky e la RAI detengono gran parte dei ricavi totali.

Tale situazione assume una rilevanza maggiore in un contesto convergente in cui il confine tra i singoli settori appare sempre più labile, come dimostrato, dall'esito della recente asta per i diritti calcistici di Serie A (con l'assegnazione dei diritti per il triennio 2021/24 a DAZN in partnership con Telecom Italia) e dal conseguente ruolo attribuito alla rete IP nella televisione a pagamento. Infatti, Internet è uno strumento alternativo per veicolare contenuti televisivi direttamente ai telespettatori, prospettando un cambiamento non solo nelle

abitudini di consumo degli utenti, ma anche nelle prospettive di business dei fornitori di contenuti audiovisivi.

Per tali ragioni la società auspica un intervento dell'Autorità al fine di salvaguardare la tutela del pluralismo esterno e l'equilibrio concorrenziale tra gli operatori.

4. LE RISULTANZE ISTRUTTORIE

4.1. TELECOM ITALIA S.p.A.

Telecom Italia S.p.A. (di seguito anche "Telecom Italia" o "TIM"), dalla documentazione in atti, risulta essere una società per azioni quotata alla Borsa italiana, iscritta alla Camera di Commercio di Milano, Monza, Brianza, Lodi, con codice fiscale n. 00488410010, avente sede legale in via G. Negri n. 1 – 20123, Milano e sede secondaria in Corso d'Italia n. 41 - 00198 Roma.

Il capitale sociale di Telecom Italia S.p.A. (al 21 maggio 2021) è pari a 11.677.002.855,10 euro, suddiviso in: n. 15.329.466.496 azioni ordinarie¹ e n. 6.027.791.699 azioni di risparmio.

L'azionariato ordinario risulta così composto (al 31 marzo 2021): Vivendi S.E. 23,75%, Cassa Depositi e Prestiti 9,81%, investitori istituzionali esteri 42,22%, investitori istituzionali italiani 3,59%, gruppo Telecom Italia 1,01% (di cui Telecom Italia S.p.A. 0,186% e Telecom Finance S.A. 0,822%), altri azionisti 19,62%.

I titolari di partecipazioni rilevanti risultano essere (al 31 marzo 2021)²:

Vivendi S.E.	23,746%
Cassa Depositi e Prestiti	9,81%
Canada Pension Plan Investment Board	3,188%

La Società detiene direttamente le seguenti partecipazioni di controllo (al 31 dicembre 2020): TI Sparkle (al 100%), CD Fiber S.r.l. (al 100%), Fibercop S.p.A. (al 100%), Noovle S.r.l. (al 100%), Noovle S.p.A. (al 100%), Olivetti S.p.A. (al 100%), Telsy – Elettronica e

¹ In data 28 dicembre 2020 (data di registrazione nel Registro delle Imprese) è stata effettuata una variazione della composizione del capitale sociale, a seguito dell'emissione in data 27 novembre 2020 di n. 126.343.913 azioni ordinarie ad esito dell'offerta pubblica di sottoscrizione a pagamento riservata ai dipendenti nell'ambito del "Piano di Azionariato Diffuso Dipendenti 2020".

² Il 14 aprile 2021 è decaduto il regime temporaneo di trasparenza rafforzata su variazioni delle partecipazioni rilevanti e dichiarazioni degli obiettivi di investimento. Da tale data è in vigore la normativa ordinaria di cui all'art.120, comma 2 del TUF, che prevede l'obbligo di comunicazione alla società partecipata e alla Consob al superamento della soglia del 3% del capitale avente diritto di voto detenuto in una società quotata.

Telecomunicazioni S.p.A. (al 100%), Telenergia S.r.l. (al 100%), Telecom Italia Ventures S.r.l. (al 100%), Telecontact Center S.p.A. (al 100%), TIM My Broker S.r.l. (al 100%), TIM Retail S.r.l. (al 100%), TIM Tank S.r.l. (al 100%), TI Trust Technologies S.r.l. (al 100%), Flash Fiber (all'80%), Daphne 3 S.r.l. (al 51%), che a sua volta detiene una partecipazione di controllo congiunto in Inwit S.p.A. (con il 30,2%).

Le operazioni di maggior rilievo realizzate dalla Società nell'esercizio 2020, anche per il tramite di partecipate direttamente o indirettamente, riguardano: la fusione per incorporazione di Vodafone Towers S.r.l. in Inwit S.p.A. cui è seguito, tra gli altri, il conferimento del 30,2% delle azioni Inwit in Daphne 3 S.p.A., che è subentrata a Telecom Italia nei patti parasociali con Vodafone Europe BV, attraverso cui Telecom Italia e Vodafone esercitano il controllo congiunto di Inwit S.p.A.; la fusione per incorporazione di TIM Vision S.r.l. (dal 1 ottobre 2020), di TN Fiber S.r.l. e di HR Services S.r.l. (dal 31 dicembre 2020) in Telecom Italia; l'acquisizione del controllo di Noovle S.r.l., società italiana di consulenza ICT e *system integration* tra i principali partner di Google Cloud nel mercato italiano; la sottoscrizione degli accordi con KKR Infrastructure e Fastweb S.p.A. avente ad oggetto la costituzione di FiberCop, la newco in cui verranno conferite la rete secondaria di Telecom Italia e la rete in fibra sviluppata da Flash Fiber, la *joint venture* realizzata con Fastweb.

Ambito di attività

La società Telecom Italia S.p.A. è a capo dell'omonimo gruppo, attivo nelle comunicazioni elettroniche, principalmente nella costruzione e nella fornitura di infrastrutture di telecomunicazioni nonché nell'offerta dei relativi servizi in Italia (attraverso i marchi TIM e TIM Business) e all'estero (prevalentemente in Brasile). In particolare, a livello nazionale, il gruppo Telecom Italia è titolare della rete telefonica fissa sulla quale fornisce, direttamente o attraverso le proprie controllate, servizi di accesso all'ingrosso e interconnessione ad altri operatori, servizi a banda larga e ultralarga e servizi di telecomunicazioni al dettaglio (fonia e dati) ad utenti *business* e ai consumatori finali. È, altresì, presente nell'offerta di servizi di telecomunicazioni mobili *wholesale* e *retail* (fonia e dati) agli utenti *business* e ai consumatori finali.

Le controllate Telecom Italia Sparkle S.p.A. Flash Fiber S.r.l. operano, rispettivamente, nella realizzazione e gestione di impianti e attrezzature per l'espletamento dei servizi di telecomunicazioni ad uso pubblico e privato e nella realizzazione di reti infrastrutturali a banda larga in modalità FTTH.

Inoltre, attraverso Inwit S.p.A. (controllata congiuntamente con Vodafone) il gruppo realizza e gestisce infrastrutture per le comunicazioni elettroniche e specificatamente in quelle dedicate all'ospitalità di apparati di trasmissione radio per le reti di telefonia mobile sia di Telecom Italia sia di altri operatori. Dal dicembre 2019, a seguito della cessione della società Persidera S.p.A., Telecom Italia non è più attiva come operatore di rete e fornitore di servizi di diffusione radiotelevisiva.

Telecom Italia opera anche nel settore dei servizi dell'Information and Communication Technology attraverso le società Olivetti S.p.A., TI Trust Technologies S.r.l. e Telsy-Elettronica e Telecomunicazioni S.p.A.

Nei mercati del Sistema Integrato delle comunicazioni (SIC), il gruppo Telecom Italia opera nell'offerta di servizi audiovisivi a pagamento principalmente su Internet con il marchio TIM Vision, che aggrega e diffonde contenuti sia propri che di terzi, in virtù di accordi di *partnership* con fornitori di contenuti e titolari di diritti *premium*, anche sportivi³. Infine, attraverso la piattaforma TIM Vision di Telecom Italia offre altri contenuti digitali per l'intrattenimento, musica e giochi.

Governance della Società

Le regole essenziali di funzionamento della società e dei suoi organi sociali sono disciplinate dallo Statuto⁴; inoltre, tra gli strumenti di Governance, sono presenti specifici Regolamenti interni di funzionamento⁵ e procedure. La Società aderisce al Codice di autodisciplina di Borsa Italiana e dal 2020 ha implementato misure per l'adeguamento al Codice di corporate governance delle società quotate italiane (Borsa Italiana).

La Società è amministrata da un Consiglio di Amministrazione (art. 9 dello Statuto) composto da non meno di sette e non più di diciannove membri (di cui gli esponenti del genere meno rappresentato sono almeno due quinti del totale). L'Assemblea determina il numero dei componenti il CdA, che rimane fermo fino a diversa deliberazione.

Lo svolgimento delle riunioni assembleari dei soci è regolato dalla normativa applicabile⁶, dallo Statuto e dal Regolamento delle assemblee della Società. I soci dispongono, in

³ Tra cui, si citano, Disney, Netflix, DAZN.

⁴ Lo Statuto pubblicato sul sito web della Società è aggiornato al dicembre 2020.

⁵ Si citano i regolamenti attualmente in vigore: Regolamento del Gruppo (maggio 2017), Regolamento del Consiglio di Amministrazione (giugno 2020), Regolamento delle assemblee (aggiornato nel 2011), e i regolamenti dei Comitati istituiti.

⁶ La disciplina legale e regolamentare applicabile è quella ordinaria di società per azioni di diritto italiano, con azioni quotate alla Borsa di Milano: Codice Civile, Testo Unico della Finanza (d.lgs. 24 febbraio 1998, n. 58,

generale, dei diritti amministrativi propri degli azionisti di società per azioni quotate di maggiori dimensioni. In particolare, oltre al diritto di voto in Assemblea e al diritto di presentare liste di candidati per il rinnovo degli organi collegiali, sono previsti: il diritto di chiedere la convocazione dell'Assemblea dei soci, riconosciuto ai portatori di una quota almeno pari al 5% del capitale ordinario; il diritto, riconosciuto ai portatori di una quota almeno pari al 2,5% del capitale ordinario, di chiedere l'integrazione dell'ordine del giorno di riunioni assembleari già convocate, ovvero di formulare proprie proposte di deliberazione sulle materie all'ordine del giorno.

Al Consiglio di Amministrazione (art. 12 dello Statuto) spetta la gestione della Società, essendo di sua competenza tutto ciò che per legge o per statuto non è espressamente riservato all'Assemblea. Nei limiti di legge, alla competenza del Consiglio di Amministrazione sono attribuite le determinazioni di incorporazione in Telecom Italia o di scissione a favore di Telecom Italia delle società di cui Telecom Italia possieda almeno il 90% delle azioni o quote, la riduzione del capitale sociale in caso di recesso del socio, l'adeguamento dello statuto a disposizioni normative, il trasferimento della sede della Società all'interno del territorio nazionale, nonché l'istituzione o la soppressione di sedi secondarie.

Inoltre, il Consiglio di Amministrazione di Telecom Italia (come previsto dal Regolamento di Gruppo): esercita a livello apicale un'attività di indirizzo, coordinamento, monitoraggio e verifica in relazione alla strategia e al governo del Gruppo nel suo complesso; è destinatario di appropriati flussi informativi sull'andamento della gestione del Gruppo e sull'assetto organizzativo, amministrativo e contabile di Telecom Italia e delle società controllate aventi rilevanza strategica; delibera direttamente in merito alle operazioni di natura straordinaria delle società controllate che hanno un significativo rilievo strategico, economico, patrimoniale o finanziario per la Capogruppo, come sopra identificate, e a ogni altra operazione comparabile per rilevanza ed effetti.

La nomina del Consiglio di Amministrazione (art. 9.2-9.8 dello Statuto) avviene nel rispetto della disciplina di legge e regolamentare applicabile sulla base di liste presentate dai soci o dal Consiglio di Amministrazione uscente. Ogni socio può presentare o concorrere alla presentazione di una sola lista e ogni candidato può presentarsi in una sola lista a pena di ineleggibilità. Hanno diritto di presentare le liste soltanto i soci che da soli o insieme ad altri soci siano complessivamente titolari di azioni rappresentanti almeno lo 0,5% del capitale sociale avente diritto di voto nell'Assemblea ordinaria, ovvero la minore misura richiesta dalla disciplina regolamentare emanata dalla Consob.

come successivamente modificato) e Regolamento Emittenti Consob (approvato con deliberazione n. 11971 del 14 maggio 1999, come successivamente modificato).

Lo Statuto non prevede azioni a voto plurimo o maggiorato, né sono emessi titoli che conferiscono diritti speciali di controllo. Non ci sono restrizioni al diritto di voto delle azioni costituenti il capitale sociale ordinario di Telecom Italia (alle azioni di risparmio è attribuito il diritto di voto nelle sole assemblee speciali di categoria). Altresì, non sono previste per le azioni rivenienti da piani azionari dedicati ai dipendenti specifiche modalità o limiti all'esercizio del diritto di voto.

Il Collegio Sindacale (art. 17 dello Statuto) è composto da cinque sindaci effettivi. La nomina del Collegio Sindacale avviene nel rispetto della disciplina di legge e regolamentare applicabile sulla base di liste presentate da soci (analogamente a quanto avviene per i membri del CdA).

Il 31 marzo 2021 l'Assemblea degli Azionisti di Telecom Italia ⁷ ha nominato il nuovo Consiglio di Amministrazione e il nuovo Collegio Sindacale per il triennio 2021-2023 (fino all'approvazione del Bilancio al 31 dicembre 2023).

Per la nomina del Consiglio di Amministrazione la lista di maggioranza è risultata (con il 95% dei voti) quella presentata dal precedente Consiglio di Amministrazione (a cui partecipa Vivendi S.E.), dalla quale sono stati tratti 10 Amministratori. Dalla lista depositata da un gruppo di gestori e SICAV (che ha ottenuto circa il 4% dei voti) sono stati eletti i restanti 5 amministratori.

Il Consiglio di Amministrazione di Telecom Italia S.p.A. attualmente in carica è composto da 15 membri⁸: Salvatore Rossi (lista prec. CdA), in qualità di Presidente del Consiglio di Amministrazione; Luigi Gubitosi (lista prec. CdA), in qualità di Amministratore delegato e Direttore generale; Paola Bonomo (lista prec. CdA), Arnaud Roy de Puyfontaine (lista prec. CdA), Franck Cadoret (lista prec. CdA), Luca De Meo (lista prec. CdA), Cristiana Falcone (lista prec. CdA), Giovanni Gorno Tempini (lista prec. CdA), Marella Moretti (lista prec. CdA), Ilaria Romagnoli (lista prec. CdA), Maurizio Carli (lista gestori e Sicav), Paola Sapienza (lista gestori e Sicav), Federico Ferro Luzzi (lista gestori e Sicav), Paola Camagni (lista gestori e Sicav), Paolo Boccardelli (lista gestori e Sicav), in qualità di Consiglieri.

Per quanto riguarda il rinnovo del Collegio Sindacale la lista presentata da Vivendi S.E. ha ottenuto oltre il 41% dei voti, qualificandosi come lista di maggioranza, la lista presentata da un gruppo di gestori e SICAV ha ottenuto oltre il 38% dei voti, la lista presentata da Cassa Depositi e Prestiti ha ottenuto circa il 18% dei voti. In applicazione del meccanismo

⁷ L'Assemblea, svolta in modalità da remoto, nel rispetto delle disposizioni eccezionali di cui al Decreto-legge n. 18/2020, ha registrato la partecipazione del 59,1% del capitale ordinario della Società.

⁸ I Componenti che non hanno dichiarato il possesso dei requisiti d'indipendenza sono: Luigi Gubitosi, Arnaud Roy de Puyfontaine, Franck Cadoret, Giovanni Gorno Tempini.

di nomina previsto in Statuto (par. 17.1.), Presidente dell'organo di controllo è stato nominato il capolista della lista presentata da gestori e SICAV.

Il Collegio Sindacale attualmente in carica risulta avere la seguente composizione. Sindaci effettivi: Francesco Fallacara Presidente (lista gestori e Sicav), Angelo Rocco Bonisconi (lista prec. CdA); Francesca Di Donato (lista prec. CdA), Anna Doro (lista gestori e Sicav), Massimo Gambini (lista prec. CdA). Sindaci supplenti: Ilaria Antonella Belluco (lista prec. CdA), Laura Fiordelisi (lista gestori e Sicav), Franco Maurizio Lagro (lista prec. CdA), Paolo (lista gestori e Sicav).

Per l'esecuzione delle proprie deliberazioni e per la gestione sociale il Consiglio di Amministrazione, nell'osservanza dei limiti di legge, può: istituire un Comitato Esecutivo, determinandone i poteri ed il numero dei componenti; delegare gli opportuni poteri, determinando i limiti della delega, ad uno o più Amministratori, eventualmente con la qualifica di Amministratori Delegati; nominare uno o più Direttori Generali, determinandone le attribuzioni e le facoltà; nominare mandatarî, anche in seno al Consiglio di Amministrazione, per operazioni determinate e per una durata limitata di tempo (art.13.1 Statuto). All'interno del Consiglio di Amministrazione sono costituiti comitati con funzioni consultive, propositive o istruttorie a cui partecipano i membri indipendenti. Attualmente in Telecom Italia operano i seguenti Comitati endoconsiliari: Comitato sostenibilità e strategie, Comitato per il controllo e i rischi, Comitato per le nomine e la remunerazione e Comitato parti correlate⁹.

La società è soggetta alla disciplina del cd. *golden power*, come disciplinato dal decreto-legge 15 marzo 2012, n. 21 e successive modificazioni¹⁰, in materia dei poteri speciali esercitabili dal Governo al fine di salvaguardare gli assetti proprietari delle società operanti in settori reputati strategici e di interesse nazionale. Ai fini dell'attuazione della normativa, con il Decreto del Presidente della Repubblica 25 marzo 2014, n. 85¹¹, all'articolo 3 è stata disciplinata l'*"Individuazione degli attivi di rilevanza strategica nel settore comunicazioni"*.

Con decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri del 16 ottobre 2017 sono stati esercitati dal governo italiano i poteri speciali, ai sensi dell'art.6, comma 4, del d.P.R. n. 85/2014, in

⁹ Le funzioni dei singoli Comitati sono descritte nei Principi di Autodisciplina e negli appositi regolamenti pubblicati sul sito della Società.

¹⁰ Recante *"Norme in materia di poteri speciali sugli assetti societari nei settori della difesa e della sicurezza nazionale, nonché per le attività di rilevanza strategica nei settori dell'energia, dei trasporti e delle comunicazioni"*.

¹¹ Decreto del Presidente della Repubblica 25 marzo 2014, n. 8, recante *"Regolamento per l'individuazione degli attivi di rilevanza strategica nei settori dell'energia, dei trasporti e delle comunicazioni, a norma dell'articolo 2, comma 1, del decreto-legge 15 marzo 2012, n. 21"*.

relazione all'operazione di acquisto di partecipazioni in Telecom Italia da parte della società Vivendi S.A. superiori alla soglia di cui all'art.1, comma 5, del d.l. n. 21/2012. Inoltre, il 2 novembre 2017, il Consiglio dei Ministri ha deliberato di esercitare i poteri speciali in relazione alla notifica di Telecom Italia S.p.a. delle delibere dell'Assemblea degli azionisti ordinari del 4 maggio 2017, nella quale è stato rinnovato il Consiglio di amministrazione, e del CdA del 27 luglio 2017, con cui è avvenuta la presa d'atto dell'inizio dell'attività di direzione e coordinamento da parte di Vivendi sulla Società.

In particolare, il Governo ha ritenuto che *“i cambiamenti intervenuti nella governance di TIM S.p.a., che hanno determinato il controllo e la disponibilità in capo a Vivendi S.A., anche alla luce dell'entità della partecipazione detenuta, degli attivi strategici di TIM, potrebbero, in ragione della differente mission industriale di quest'ultima, determinare mutamenti nelle scelte organizzative e strategiche di TIM, rilevanti per il funzionamento, la sicurezza e l'integrità delle reti, con conseguente minaccia di grave pregiudizio degli interessi pubblici di cui all'articolo 2, comma 3, del decreto-legge 15 marzo 2012, n. 21”*. Considerato che tali circostanze siano *“riconducibili ad attività di rilevanza strategica per il settore delle comunicazioni e valutata sussistente una minaccia di grave pregiudizio per gli interessi pubblici relativi alla sicurezza e al funzionamento delle reti e degli impianti e alla continuità degli approvvigionamenti”*, il Governo ha disposto l'imposizione di specifiche prescrizioni e condizioni, nel rispetto dei principi di proporzionalità e ragionevolezza.

In data 16 maggio 2018, il Consiglio di Amministrazione di Telecom Italia ha accertato l'intervenuta cessazione dell'attività di direzione e coordinamento da parte di Vivendi S.A., in considerazione della quota azionaria detenuta dalla stessa e degli assetti di governance adottati.

4.2. MEDIASET S.p.A.

Mediaset S.p.A. (di seguito anche “Mediaset”) dalla documentazione in atti, risulta essere una società per azioni quotata alla borsa di Milano, con codice fiscale n. 09032310154 e sede legale in via Paleocapa n. 3 – 20121 Milano,

Il capitale sociale di Mediaset S.p.A. è (al 26 maggio 2021) pari a 614.238.333,28 euro, suddiviso in n. 1.181.227.564 azioni ordinarie.

L'azionariato ordinario risulta così composto (al 30 aprile 2021): Fininvest con il 44,17% del capitale sociale (45,80% dei diritti di voto), Simon Fiduciaria S.p.A. 19,19% (pari al

19,92% dei diritti di voto), Vivendi S.E. 9,61% (pari al 9,98% dei diritti di voto), mercato 23,5% (pari al 24,33% dei diritti di voto), azioni proprie 3,6%¹².

I titolari di partecipazioni rilevanti risultano essere (al 30 aprile 2021)

Fininvest S.p.A.	44,17%		
Simon Fiduciaria S.p.A.	19,19%	}	Vivendi S.E. 28,80% ¹³
Vivendi S.E.	9,61%		

La società risulta detenere le seguenti partecipazioni di controllo, al 31 dicembre 2020: Mediaset Italia (al 100%), che a sua volta controlla Publitalia 80 S.p.A. (al 100%) e R.T.I. S.p.A. (al 100%), Mediaset Investment N.V. (al 100%), Mediaset España Communication S.A. (al 53,26%). Tramite Publitalia 80 S.p.A.: Digitalia '08 S.r.l. (al 100%), Publieurope Ltd (al 100%), Beintoo S.p.A. (all'80%), Mediamond S.p.A. (al 50%), Adtech Ventures S.p.A. (con Publiespana SAU al 50% ciascuna). Tramite RTI S.p.A.: Elettronica Industriale S.p.A. (al 100%), Medusa Film S.p.A. (al 100%), Taodue S.r.l. (al 100%), RadioMediaset S.p.A. (al 100%), R2 S.r.l. (al 100%), Monradio S.r.l. (all'80%), Boing S.p.A. (al 51%), Fascino – Produzione Gestione Teatro S.r.l. (al 50%), Tivù S.r.l. (al 48,16%).

Ambito di attività

Mediaset S.p.A. è la società a capo dell'omonimo gruppo societario, presente a livello nazionale e internazionale nel settore dei media, delle comunicazioni elettroniche e del cinema.

In particolare, la società è attiva, attraverso le società direttamente o indirettamente controllate: nella produzione e distribuzione di contenuti televisivi e cinematografici (con le società Medusa e Taodue); nella diffusione di servizi di media audiovisivi gratuiti editi da R.T.I. in chiaro (con un'ampia offerta su DTT¹⁴) e a pagamento (nell'offerta di Sky e sulla propria piattaforma Internet) e da Boing (società in joint venture tra R.T.I. S.p.A. con il 51% e Turner Broadcasting System Europe, del Gruppo Time Warner); nella raccolta

¹² Il cui diritto di voto è sospeso, ai sensi dell'art. 2357 ter, comma 2, c.c.

¹³ Vivendi S.A. ha sottoscritto con Simon Fiduciaria S.p.A. ed il suo socio unico Ersel Sim S.p.A., relativo all'esercizio dei diritti di voto delle azioni intestate alla fiduciaria in base alle istruzioni impartitegli da Ersel Sim, per il tramite del suo Presidente. Vivendi S.E. ha mantenuto il diritto di fornire alla fiduciaria istruzioni sull'esercizio dei diritti di voto nell'assemblea di Mediaset S.p.A. sulle materie in relazione alle quali i soci che non hanno concorso all'assunzione della delibera sono legittimati ad esercitare il diritto di recesso.

¹⁴ Diffusa anche in live streaming sulla piattaforma Internet del gruppo e sulla piattaforma satellitare gratuita Tivùsat.

pubblicitaria sui mezzi classici e *online*. Il Gruppo è attivo nel settore radiofonico con il *network* RadioMediaset.

Tramite la controllata Elettronica Industriale S.p.A. è attiva nella realizzazione, manutenzione e gestione delle reti televisive terrestri in tecnica digitale, proprie (disponendo di 5 *multiplex* nazionali in tecnica DVB-T) e di terzi e nell'offerta di capacità trasmissiva. La società, inoltre, detiene una partecipazione del 40% nella società EI Tower S.p.A. (per il tramite di 2i Towers Holding S.p.A.), che opera nel settore delle infrastrutture di rete e offre servizi integrati di gestione e ospitalità di impianti trasmissivi per la radiodiffusione televisiva, sonora e le telecomunicazioni mobili (cd. *business tower*), e del 48,16% nella società Tivù S.r.l.¹⁵, operante nel mercato dei servizi di diffusione televisiva su satellite (tramite la piattaforma satellitare gratuita Tivùsat).

Infine, in ambito internazionale, Mediaset è azionista di controllo in Mediaset España, attiva nella comunicazione e nella produzione e distribuzione di contenuti audiovisivi a cui fa capo il gruppo televisivo Telecinco e detiene una partecipazione (del 23,53% al 21 gennaio 2021) nel *broadcaster* tedesco ProSiebenSat.1.

Governance della Società

Il modello di *governance* della Società si compone dei seguenti organi sociali: l'Assemblea, il Consiglio di Amministrazione, il Comitato Esecutivo e il Collegio Sindacale.

Lo svolgimento delle Assemblee degli azionisti è regolato dalla normativa applicabile, dallo Statuto¹⁶ e dal Regolamento Assembleare¹⁷.

L'Assemblea è presieduta dal Presidente del Consiglio di Amministrazione, in sua assenza dal Vice Presidente (art.13.1 dello Statuto). All'Assemblea competono tutti i poteri stabiliti dalla legge. Ai sensi di Statuto l'attribuzione all'organo amministrativo delle competenze a deliberare su materie che per legge spettano all'Assemblea straordinaria¹⁸, non fa venire meno la competenza dell'Assemblea, che mantiene il potere di deliberare in materia.

Per la costituzione e le deliberazioni delle Assemblee, tanto ordinarie quanto straordinarie, in qualsiasi convocazione, si applicano le disposizioni di legge.

¹⁵ Società partecipata oltre a Mediaset, da Rai, Telecom Italia, Associazione TV Locali e Aeranti Corallo.

¹⁶ Lo Statuto pubblicato sul sito *web* della società è aggiornato al 23 aprile 2019.

¹⁷ Adottato dall'Assemblea degli azionisti del 9 aprile 2001.

¹⁸ Tra cui, l'adozione delle deliberazioni concernenti la fusione e scissione nei casi previsti dagli artt. 2505, 2505 *bis* e 2506 *ter* del codice civile, l'istituzione o la soppressione di sedi secondarie, l'indicazione di quali tra gli amministratori hanno la rappresentanza della Società, la riduzione del capitale in caso di recesso del socio, gli adeguamenti dello statuto a disposizioni normative.

Possono intervenire in Assemblea coloro ai quali spetta il diritto di voto (art.11). Questi possono farsi rappresentare, mediante delega scritta, ai sensi di legge. La delega può essere notificata alla Società, con le modalità indicate nell'avviso di convocazione (art.12).

Non esistono restrizioni al diritto di voto delle azioni costituenti il capitale sociale ordinario. Tutte le azioni ordinarie attualmente in circolazione hanno diritto di voto ad esclusione delle azioni proprie detenute dalla Società per le quali il diritto di voto è sospeso ai sensi dell'art. 2357 *ter* del c.c.

Ai sensi dello Statuto, le azioni sono nominative, indivisibili e liberamente trasferibili (art.7.1) e ogni azione dà diritto ad un voto (art.7.2).

L'assemblea ordinaria e straordinaria del 18 aprile 2019 ha deliberato la modifica dello Statuto sociale prevedendo l'introduzione della maggiorazione del diritto di voto¹⁹, ai sensi dell'art. 127-quinquies, del d.lgs. 24 febbraio 1998, n. 58 (TUF). Tuttavia, l'Assemblea straordinaria degli azionisti di Mediaset in data 27 maggio 2021 ha deliberato di revocare la suddetta delibera e, per l'effetto, di modificare l'articolo 7 dello Statuto sociale, eliminando la maggiorazione del voto ai sensi dell'articolo 127-quinquies del TUF.

Non sono stati emessi titoli che conferiscono diritti speciali di controllo.

Il Consiglio di Amministrazione è investito di tutti i più ampi poteri per la gestione ordinaria e straordinaria della società.

Il Consiglio di Amministrazione, secondo lo Statuto, è composto da 7 a 15 amministratori rieleggibili (art.17.1). L'Assemblea, prima di procedere alla loro nomina, determina il

¹⁹ In questo senso, è stato stabilito (art.7.3) che ciascuna azione dà diritto a voto doppio (e dunque a due voti per ogni azione) ove siano soddisfatte entrambe le seguenti condizioni: (a) l'azione sia appartenuta al medesimo soggetto, in virtù di un diritto reale legittimante l'esercizio del diritto di voto (piena proprietà con diritto di voto o nuda proprietà con diritto di voto o usufrutto con diritto di voto) per un periodo continuativo di almeno ventiquattro mesi; (b) la ricorrenza del presupposto sub (a) sia attestata dall'iscrizione continuativa, per un periodo di almeno ventiquattro mesi, nell'elenco speciale appositamente istituito disciplinato dal presente articolo (l'"Elenco Speciale") nonché da apposita comunicazione attestante il possesso azionario riferita alla data di decorso del periodo continuativo rilasciata dall'intermediario presso il quale le azioni sono depositate ai sensi della normativa vigente.

In particolare, dall'elenco degli azionisti (con partecipazione superiore al 3%), risulta che hanno richiesto l'iscrizione nell'elenco del voto maggiorato: Fininvest S.p.A. per n. 521.803.99 azioni ordinarie, pari al 44,18% del capitale sociale; Vivendi S.E. per n. 113.533.301 azioni ordinarie, pari al 9,61 % del capitale sociale (il Consiglio di Amministrazione di Mediaset, riunitosi in data 22.07.2019, ha deliberato di accogliere la richiesta di Vivendi di iscrizione nell'Elenco speciale ex art.127-quinquies del D.Lgs. n. 58/1998, precisando che tale iscrizione avviene con riserva, pendente richiesta di accertamento del relativo diritto proposta giudizialmente dalla stessa Vivendi S.E.); Simon Fiduciaria S.p.A. per n. 226.712.212 azioni ordinarie, pari al 19,19 % del capitale sociale (la società Mediaset, in data 26 luglio 2019, ha ritenuto di accogliere la richiesta di Simon Fiduciaria di iscrizione nell'Elenco speciale ex art. 127-quinquies del D.Lgs. n. 58/1998, precisando che tale iscrizione avviene con riserva, pendente richiesta di accertamento del relativo diritto proposta giudizialmente dalla stessa Simon Fiduciaria).

numero dei componenti il Consiglio e la durata in carica nel rispetto dei limiti temporali di legge (art.17.2), in conformità alle vigenti norme²⁰. Il CdA viene nominato sulla base di liste, nelle quali i candidati devono essere indicati in numero non superiore a 15. Le modalità e la procedura del voto di lista per elezione del Consiglio di Amministrazione sono specificate all' art.17.16 e ss. dello Statuto.

Il Consiglio di Amministrazione (in carica all'8 giugno 2021), nominato dall'Assemblea degli azionisti del 27 giugno 2018 e in carica per tre esercizi fino all'Assemblea di approvazione del bilancio al 31 dicembre 2020²¹, è composto da 15 membri. Presidente: Fedele Gaetano Confalonieri; Vice-Presidente e Amministratore Delegato: Pier Silvio Berlusconi; Consiglieri: Marina Elvira Berlusconi, Gina Nieri, Marina Brogi, Marco Giordani, Danilo Pellegrino, Niccolò Querci, Andrea Giovanni Canepa (indipendente), Raffaele Cappiello (indipendente), Costanza Esclapon De Villeneuve (indipendente), Giulio Gallazzi (indipendente), Francesca Mariotti (indipendente), Stefano Sala (indipendente), Carlo Secchi (indipendente).

Il Consiglio di Amministrazione²² può nominare un Comitato Esecutivo determinando il numero dei suoi componenti e delegando ad esso proprie attribuzioni. Del Comitato Esecutivo fanno parte di diritto il Presidente del Consiglio, il Vice Presidente e l'Amministratore Delegato. I componenti del Comitato Esecutivo durano in carica per il periodo del loro mandato di amministratori (art.24). Il Comitato Esecutivo, nominato dal CdA in data 28 giugno 2018, è composto da 6 membri: Fedele Confalonieri, Pier Silvio Berlusconi, Gina Nieri, Marco Giordani, Niccolò Querci e Stefano Sala. Allo stato, il Consiglio di Amministrazione ha attribuito al Comitato Esecutivo tutti i poteri di ordinaria e straordinaria amministrazione entro il limite massimo di valore di euro 130.000.000,00 per singola operazione, con esclusione delle materie espressamente riservate alla competenza esclusiva del CdA.

Il CdA in data 28 giugno 2018 ha altresì istituito al proprio interno i seguenti comitati: Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità (al Comitato è stata attribuita la competenza a esprimersi sulla supervisione delle tematiche di sostenibilità connesse all'esercizio dell'attività di impresa e alle sue dinamiche di interazione con gli stakeholders); Comitato Remunerazione (al Comitato sono state attribuite competenze sulla valutazione della adeguatezza, coerenza e applicazione della politica generale adottata per la remunerazione e sulla disciplina generale di attribuzione dei compensi); Comitato Governance e Nomine

²⁰ Art. 2380-bis, comma 4, del cod. civ.

²¹ Tenuta il 23 giugno 2021.

²² Gli Amministratori Indipendenti, in ordine all'istituzione di un *Lead Independent Director* hanno ritenuto nella riunione del 13 novembre 2012 non necessaria la nomina e confermato l'assenza di presupposti formali previsti dal Codice della Borsa.

(al comitato sono state attribuite competenze idonee a garantire l’aggiornamento delle regole di *governance*, nonché l’adeguamento, l’attuazione e l’osservanza delle medesime e le competenze previste dal Codice di Autodisciplina di Borsa Italiana con riferimento al Comitato Nomine); Comitato Parti Correlate (al comitato sono attribuite le competenze previste dal Regolamento Consob in materia di operazioni con parti correlate da esercitarsi secondo le modalità e i tempi previsti nella “Procedura per le operazioni con parti correlate” di Mediaset).

Il Collegio Sindacale, eletto dall’assemblea ordinaria, è composto di tre sindaci effettivi e tre supplenti, che restano in carica per tre esercizi e scadono alla data dell’assemblea convocata per l’approvazione del bilancio relativo al terzo esercizio della carica e sono rieleggibili (art.28.1 dello Statuto). In quanto società quotata in borsa, un membro effettivo del collegio sindacale deve essere eletto da parte dei soci di minoranza, con il sistema del voto di lista. La nomina dei sindaci avviene sulla base di liste presentate dai soci. È eletto alla carica di Presidente del Collegio Sindacale il candidato al primo posto della sezione dei candidati alla carica di Sindaco Effettivo della seconda lista che ha ottenuto in assemblea il maggior numero di voti tra le liste presentate e votate (art.28.9).

Il Collegio Sindacale è composto da 6 membri, nominati dall'Assemblea degli azionisti del 26 giugno 2020 in carica fino all'Assemblea convocata per l’approvazione del bilancio al 31 dicembre 2022. Sindaci effettivi: Giovanni Fiori Presidente (Vivendi), Riccardo Perotta, Flavia Daunia Minutillo; sindaci supplenti: Francesca di Donato, Leonardo Quagliata, Francesca Meneghel.

In data 3 maggio 2021, Finanziaria d’investimento Fininvest S.p.A. (“Fininvest”) insieme con Mediaset S.p.A. (anche “Emittente”) e R.T.I. – Reti Televisive Italiane S.p.A., da un lato, e Vivendi S.E. (“Vivendi”) e Simon Fiduciaria S.p.A. (“Simon Fiduciaria”), insieme con Financière de l’Odéon S.E. (“Financière de l’Odéon”), Dailymotion S.A. e Ersel SIM S.p.A. (“Ersel”), dall’altro lato, hanno sottoscritto un accordo transattivo - l’ “Accordo Transattivo” - volto a porre irrevocabilmente fine, ai sensi degli artt. 1965 e ss del codice civile, alle reciproche pretese, rinunciando a tutte le cause e denunce pendenti. Nel più ampio contesto dell’Accordo Transattivo, Fininvest, da un lato, e Vivendi (insieme con Simon Fiduciaria e Ersel SIM), dall’altro lato, hanno sottoscritto, in pari data, un accordo avente ad oggetto taluni ulteriori impegni tra le parti, alcuni dei quali aventi natura parasociale ai sensi dell’art. 122 del TUF, come meglio descritti nel seguito - il “Contratto” - (acquisiti agli atti del procedimento).

I soggetti aderenti alle pattuizioni parasociali dell’Accordo Transattivo e del Contratto sono i seguenti:

(a) Finanziaria d'investimento Fininvest S.p.A., società con sede in Roma, Largo del Nazareno n. 8, iscritta al Registro delle Imprese di Roma al n. 03202170589;

(b) Vivendi S.E., società di diritto francese con sede legale in Parigi, 42, avenue de Friedland, iscritta al Registro delle Imprese di Parigi al n. 343.134.763, quotata all'Euronext di Parigi; e

(c) Simon Fiduciaria S.p.A., società con sede in Torino, via Giannone n. 10 iscritta al Registro delle Imprese di Torino, Codice Fiscale e Partita Iva: 04605970013.

Simon Fiduciaria ha preso parte alle pattuizioni parasociali di cui infra nell'ambito ed ai limitati fini dell'esercizio della propria attività istituzionale ai sensi della Legge 1966/1939, ovvero in qualità di intestataria formale in via fiduciaria di n. 226.712.212 azioni di Mediaset di titolarità di Vivendi.

L'Accordo Transattivo e il Contratto hanno ad oggetto (i) tutte le n. 521.803.991 azioni di Mediaset detenute da Fininvest, pari al 44,17% del capitale sociale e al 45,80% dei diritti di voto dell'Emittente, e (ii) le complessive n. 340.245.513 azioni di Mediaset detenute da Vivendi, direttamente o intestate fiduciariamente a Simon Fiduciaria, pari al 28,8% del capitale sociale dell'Emittente.

Gli impegni assunti da Vivendi e Simon Fiduciaria riguardano l'intera partecipazione dagli stessi detenuta alla data delle presenti informazioni essenziali, nonché le eventuali ulteriori azioni che dagli stessi dovessero essere sottoscritte nell'ambito di aumenti di capitale di cui all'art. 2441 del codice civile.

In particolare, l'Accordo Transattivo prevede:

- *Esercizio del diritto di voto*

Con riferimento all'assemblea degli azionisti di Mediaset convocata per il 27 maggio 2021, Vivendi si è impegnata ad esercitare il diritto di voto relativo alle Azioni Vivendi M, e a fare in modo che Simon Fiduciaria eserciti il diritto di voto relativo alle Azioni Simon Fiduciaria M, a favore della revoca della delibera del 18 aprile 2019 e, per l'effetto, della modifica dell'articolo 7 dello statuto sociale di Mediaset al fine di abrogare la maggiorazione del diritto di voto ai sensi dell'art. 127-quinquies del TUF.

Con riferimento all'assemblea degli azionisti di Mediaset convocata per il 23 giugno 2021 (la "Seconda Assemblea"), Fininvest, Vivendi e Simon Fiduciaria hanno assunto i seguenti impegni:

a) Fininvest, Vivendi e Simon Fiduciaria si sono impegnate a votare a favore della proposta di distribuzione di un dividendo straordinario di euro 0,30 per azione in favore di tutti gli

azionisti di Mediaset, che Fininvest stessa si è impegnata a proporre alla Seconda Assemblea;

b) Vivendi si è impegnata ad esercitare il diritto di voto relativo alle Azioni Vivendi M, e a fare in modo che Simon Fiduciaria eserciti il diritto di voto relativo alle Azioni Simon Fiduciaria M, a favore di: (i) il trasferimento della sede legale di Mediaset in Olanda (il “Trasferimento”); (ii) la lista (se presente) di candidati indipendenti per la nomina del Consiglio di Amministrazione presentata da investitori istituzionali membri di Assogestioni (o, nel caso in cui Assogestioni non presenti una lista, una lista di minoranza di candidati indipendenti presentata da altri investitori istituzionali, se presente); (iii) la proposta di autorizzazione all’acquisto e alla disposizione di azioni proprie; e (iv) il nuovo statuto sociale dell’Emittente che entrerà in vigore a seguito del perfezionamento del Trasferimento (lo “Statuto Olandese”);

c) Vivendi si è impegnata a non presentare, e a fare in modo che Simon Fiduciaria non presenti, alcuna lista di candidati per la nomina del Consiglio di Amministrazione di Mediaset;

d) previa appropriata proposta di delibera da parte di Mediaset alla Seconda Assemblea, Fininvest si è impegnata a votare a favore dell’approvazione dello Statuto Olandese, al fine di assicurare che lo Statuto Olandese approvato dalla Seconda Assemblea attribuisca un voto per ogni azione Mediaset in circolazione. Mediaset e Vivendi hanno concordato altresì che (x) nelle assemblee di Mediaset convocate per la nomina del Consiglio di Amministrazione, gli azionisti che, da soli o congiuntamente, rappresentino almeno il 3% (tre per cento) del capitale sociale emesso da Mediaset hanno il diritto di proporre un candidato alla carica di amministratore non esecutivo (il “Candidato”); e (y) il Consiglio di Amministrazione debba, per un periodo di cinque anni dal Closing, proporre all’assemblea la nomina del Candidato, fermo restando che l’assemblea sarà libera di decidere se nominare o meno tale Candidato.

Ai sensi dell’Accordo Transattivo, inoltre, per le assemblee di Mediaset che dovessero tenersi successivamente al closing dell’Accordo Transattivo e del Contratto (alla data attuale atteso per il 22 luglio 2021, di seguito il “Closing”) Vivendi si è impegnata ad esercitare il diritto di voto relativo alle Azioni Vivendi M, e Simon Fiduciaria si è impegnata ad esercitare il diritto di voto relativo alle Azioni Simon Fiduciaria M, in conformità alle raccomandazioni emesse dal proxy advisor internazionale ISS.

- *Standstill*

Nel più ampio contesto dell’Accordo Transattivo, Vivendi (insieme con Financière de l’Odé1) si è impegnata nei confronti di Fininvest, anche nell’interesse di Mediaset e di

Mediaset España Comunicación S.A. (Mediaset España), a non acquistare, o altrimenti acquisire – direttamente, indirettamente o tramite affiliati, a titolo oneroso o gratuito, in qualsivoglia modo – azioni, warrant e/o diritti di voto e/o qualsiasi altro titolo che attribuisca diritti di voto e/o diritti economici e/o il diritto di acquistare qualsiasi titolo che attribuisca diritti di voto e/o economici (la “Partecipazione”) in Mediaset e/o Mediaset España eccedenti o aggiuntivi rispetto a quelli relativi alle azioni da esse rispettivamente detenute (i) in Mediaset alla data dell’Accordo Transattivo (Vivendi n. 113.533.301 azioni e Simon Fiduciaria n. 226.712.212 azioni), come varieranno tempo per tempo in conformità alle disposizioni del Contratto, e/o (ii) in Mediaset España alla data odierna (le “Partecipazioni Eccedenti”) per un periodo di 5 (cinque) anni dal Closing, fermi restando (a) il diritto di Vivendi e degli affiliati di Vivendi di sottoscrivere e/o far sottoscrivere a Simon Fiduciaria azioni Mediaset o acquistare qualsiasi altra Partecipazione che siano attribuiti pro quota a tutti gli azionisti di Mediaset, ai sensi dell’articolo 2441 del codice civile o altrimenti, a condizione che tutte le azioni di Mediaset sottoscritte o acquistate da Simon Fiduciaria siano considerate Azioni Simon Fiduciaria M ai fini del Contratto, e (b) il diritto di Vivendi (e degli affiliati di Vivendi) e di Financière de l’Odet (e degli affiliati di Financière de l’Odet) di effettuare scambi di azioni o operazioni societarie che comportino l’acquisizione da parte di Vivendi o di Financière de l’Odet del controllo (ai sensi dell’art. 2359 del codice civile o dell’art. 93 del TUF, a seconda del caso) di un soggetto terzo che detenga una Partecipazione in Mediaset e/o Mediaset España, a condizione che, qualora tale Partecipazione superi il 3% (tre per cento) del capitale sociale di Mediaset o Mediaset España, Vivendi o Financière de l’Odet facciano sì che tale soggetto terzo venda (indipendentemente dal prezzo di vendita) la Partecipazione in questione entro 60 (sessanta) giorni lavorativi dall’acquisizione del controllo e non eserciti alcun diritto economico e/o amministrativo inerente alla Partecipazione in questione.

In caso di violazione degli impegni di cui sopra, le parti dell’Accordo Transattivo hanno convenuto le relative sanzioni (sia in termini di impedimento dell’esercizio dei diritti amministrativi e patrimoniali relativi alla Partecipazione Eccedente in Mediaset e/o Mediaset España e obbligo di vendita della Partecipazione Eccedente, sia in termini di pagamento di una penale contrattualmente determinata).

Il Contratto sottoscritto prevede:

- *Limiti al trasferimento delle Azioni Simon Fiduciaria M*

Vivendi si è impegnata a vendere, tramite Ersel, tutte le Azioni Simon Fiduciaria M al prezzo di mercato prevalente (direttamente ovvero avvalendosi di altri intermediari per l’esecuzione delle operazioni) sul Mercato Telematico Azionario (MTA) - anche mediante compravendita in blocchi da collocare presso investitori istituzionali - nel corso di un

periodo di cinque anni decorrenti dalla data del Closing (come sopra definito), ai termini e alle condizioni di seguito specificati (come convenuti ai sensi del Contratto e del relativo mandato a vendere allegato al Contratto stesso e da sottoscrivere al Closing):

a) nel periodo intercorrente tra il giorno successivo alla data del Closing e il primo anniversario del Closing (il “Primo Periodo di Vendita”), Vivendi si è impegnata a cedere un numero di azioni Mediaset pari al 20% delle Azioni Simon Fiduciaria M (le “Azioni della Prima Tranche”), al prezzo di mercato delle azioni Mediaset, a condizione che tale prezzo non sia inferiore ad euro 2,75 (il “Primo Prezzo di Vendita”), meno l’ammontare di eventuali dividendi pagati nel corso del Primo Periodo di Vendita;

b) nel periodo intercorrente tra il giorno successivo al primo anniversario del Closing e il secondo anniversario del Closing (il “Secondo Periodo di Vendita”), Vivendi si è impegnata a cedere un numero di azioni Mediaset pari al 20% delle Azioni Simon Fiduciaria M oltre alle eventuali azioni rimaste invendute ai sensi della precedente lettera (a) (le “Azioni della Seconda Tranche”), al prezzo di mercato delle azioni Mediaset, a condizione che tale prezzo non sia inferiore ad euro 2,80 (il “Secondo Prezzo di Vendita”), meno l’ammontare di eventuali dividendi pagati nel corso del Secondo Periodo di Vendita;

c) nel periodo intercorrente tra il giorno successivo al secondo anniversario del Closing e il terzo anniversario del Closing (il “Terzo Periodo di Vendita”), Vivendi si è impegnata a cedere un numero di azioni Mediaset pari al 20% delle Azioni Simon Fiduciaria M oltre alle eventuali azioni rimaste invendute ai sensi delle precedenti lettere (a) e (b) (le “Azioni della Terza Tranche”), al prezzo di mercato delle azioni Mediaset, a condizione che tale prezzo non sia inferiore ad euro 2,90 (il “Terzo Prezzo di Vendita”), meno l’ammontare di eventuali dividendi pagati nel corso del Terzo Periodo di Vendita;

d) nel periodo intercorrente tra il giorno successivo al terzo anniversario del Closing e il quarto anniversario del Closing (il “Quarto Periodo di Vendita”), Vivendi si è impegnata a cedere un numero di azioni Mediaset pari al 20% delle Azioni Simon Fiduciaria M oltre alle eventuali azioni rimaste invendute ai sensi delle precedenti lettere (a), (b) e (c) (le “Azioni della Quarta Tranche”), al prezzo di mercato delle azioni Mediaset, a condizione che tale prezzo non sia inferiore ad euro 3,00 (il “Quarto Prezzo di Vendita”), meno l’ammontare di eventuali dividendi pagati nel corso del Quarto Periodo di Vendita;

e) nel periodo intercorrente tra il giorno successivo al quarto anniversario del Closing e il quinto anniversario del Closing (il “Quinto Periodo di Vendita”), Vivendi si è impegnata a cedere tutte le restanti Azioni Simon Fiduciaria M (le “Azioni della Quinta Tranche”), al prezzo di mercato delle azioni Mediaset, a condizione che tale prezzo non sia inferiore ad euro 3,10 (il “Quinto Prezzo di Vendita”), meno l’ammontare di eventuali dividendi pagati nel corso del Quinto Periodo di Vendita.

Oltre alle restrizioni che precedono, ai sensi del Contratto e del relativo mandato a vendere, è altresì previsto che:

- il numero complessivo delle Azioni Simon Fiduciaria M venduto giornalmente sul MTA non potrà superare il 25% del volume giornaliero di negoziazione delle Azioni di Mediaset nel giorno in cui avviene il trasferimento;
- durante ciascun Periodo di Vendita (di cui alle lettere da (a) ad (e) che precedono), Vivendi avrà il diritto di incaricare Ersel a trasferire Azioni Simon Fiduciaria M (in ogni caso esclusivamente sul Mercato Telematico Azionario) anche eventualmente a un prezzo per azione inferiore alle soglie di prezzo applicabili in ciascun Periodo di Vendita, ma in ogni caso per un numero massimo di azioni, ogni anno, pari al 20% delle Azioni Simon Fiduciaria M più le eventuali Azioni Simon Fiduciaria M rimaste invendute nel corso del/i Periodo/i di Vendita precedente/i.

Ai sensi del Contratto e del relativo mandato a vendere, Vivendi ha in qualsiasi momento il diritto di incaricare Ersel a trasferire un qualsiasi numero di Azioni Simon Fiduciaria M (in ogni caso esclusivamente sul Mercato Telematico Azionario) ad un prezzo per azione pari o superiore a un importo pari a (i) euro 3,20 meno (ii) l'importo dei dividendi per azione eventualmente pagati dall'inizio del Periodo di Vendita durante il quale avviene il trasferimento sino alla data di ciascun trasferimento.

Ai sensi del Contratto, è stato convenuto che Vivendi conceda a Fininvest, al Closing, un'opzione call sulle Azioni Simon Fiduciaria M eventualmente rimaste invendute in ciascun Periodo di Vendita sopra descritto (da esercitarsi al prezzo stabilito per il Periodo di Vendita in cui avviene l'esercizio dell'opzione *call*).

Inoltre, secondo quanto pattuito, Vivendi si è impegnata a trasferire a Fininvest, alla data del closing, n. 59.061.378 azioni, pari a circa il 5% del capitale sociale di Mediaset, riducendo la propria partecipazione diretta in Mediaset a n. 54.471.973 azioni, pari a circa il 4,6% del capitale e il 4,8% dei diritti di voto.

L'Accordo Transattivo e il Contratto sono stati sottoscritti in data 3 maggio 2021 e sono entrati in vigore da tale data. La durata delle pattuizioni parasociali di cui all'Accordo Transattivo e al Contratto varia a seconda della pattuizione parasociale specifica, come indicato - a seconda della pattuizione parasociale interessata - ai Paragrafi 5.1 e 5.2 che precedono.

L'Accordo Transattivo e il Contratto sono stati depositati nei termini di legge presso il Registro delle Imprese di Milano in data 6 maggio 2021.

4.3. VIVENDI S.E.

Vivendi S.E. (precedentemente S.A.²³), dalla documentazione in atti, risulta essere una società per azioni di diritto francese, registrata alla Camera di Commercio di Parigi al n. 343134763, avente sede in Avenue de Friedland n. 42 – 75380, Paris Cedex 08 (Francia).

Il capitale sociale di Vivendi S.E. (al 30 aprile 2021) è pari a 6.520.308.767,50 euro, suddiviso in 1 186 700 603 azioni corrispondenti a 1 238 224 305 diritti di voto, per un totale netto di 1 137 790 120 diritti di voto.

L'azionariato risulta così distribuito²⁴: Groupe Bolloré, società quotata al Paris Stock Exchange, che ne detiene il controllo con il 27,06% del capitale sociale (pari al 29,64% dei diritti di voto), Société Générale con il 5,29% (pari al 4,68% dei diritti di voto), CDC-BPI/DFE con il 3,23% (pari al 3,11% dei diritti di voto); dipendenti Vivendi con il 2,95% (pari al 4,07% dei diritti di voto), DNCA Finance 0,31%, azioni proprie 1,18%, mercato 59,99%.

La Società detiene direttamente le seguenti partecipazioni di controllo (al 31 gennaio 2021): Groupe Canal + S.A. (al 100%), Editis S.A. (al 100%), Gameloft S.E. (100%), Dailymotion (100%), Havas S.A. (100%), Vivendi Village (al 100%), Universal Music Group Inc. (80%).

Struttura di governance

La società ha adottato una struttura di *governance* basata su un Consiglio di Sorveglianza e un Direttorio, a cui sono rispettivamente attribuiti i poteri di controllo e di gestione²⁵.

Il Consiglio di Sorveglianza in carica²⁶ è composto tra 13 membri, di cui 6 indipendenti, 2 rappresentanti dei dipendenti e 1 rappresentante dei dipendenti azionisti: Yannik Bolloré Presidente, Philippe Bénacin (ind.) Vice-Presidente, Cyrille Bolloré, Paulo Cardoso (rap. dip.), Laurent Dassault (ind.), Dominique Delport, Véronique Driot-Argentin, Aliza Jabès (ind.), Cathia Lawson-Hall (ind.), Sandrine Le Bihan (rap. az. dip.), Michèle Reiser (ind.), Katie Stanton (ind.), Athina Vasilogiannaki (rap. dip.).

Il Direttorio è composto da 7 membri: Arnaud Roy de Puyfontaine Presidente, Stéphane Roussel Direttore generale Operation, Hervé Philippe Direttore finanziario, Gilles Halix,

²³ Nel 2019 Vivendi ha realizzato la conversione della propria forma societaria da Société Anonyme a Société Européenne (Societas Europaea).

²⁴ Ultimi dati pubblicamente disponibili al 31 dicembre 2019.

²⁵ La società attua il “Code de gouvernement d’entreprise des sociétés cotées de l’AFEP et du MEDEF”.

²⁶ La prossima assemblea generale è prevista il 22 giugno 2021.

Cédric de Baillencourt, Frédéric Crépin Segretario generale, Simon Gillham presidente di Vivendi Village e Direttore della comunicazione.

Ambito di attività

La società Vivendi S.E. è la capogruppo di un conglomerato attivo su scala globale in tutti i settori dei media, dalla musica alla televisione (gratuita e a pagamento su diverse piattaforme) e alla radiofonia, al cinema, alla pubblicità anche *online*, all'editoria, nonché nel mercato dei videogiochi, con una presenza anche nelle comunicazioni elettroniche.

La controllata Canal + è un polo televisivo francese operante nella TV a pagamento (con un'offerta tematica e *premium*) e titolare di 3 canali nazionali *free-to air*, opera altresì anche nella produzione e distribuzione audiovisiva e cinematografica in Europa, Asia e Africa. In particolare, la sussidiaria StudioCanal è tra le prime società in Europa nella produzione, acquisizione e distribuzione di film e serie TV. L'offerta di contenuti del gruppo, live o in modalità *on demand* è fruibile su Internet tramite *myCanal app* attraverso dispositivi mobili, pc e *smart TV*.

Vivendi detiene inoltre una partecipazione del 32,90% in Banijay Group S.a.s., società di produzione e distribuzione di contenuti audiovisivi su tutte le piattaforme ²⁷.

Universal Music Group²⁸ (UMG), con sede in California (U.S.), è uno dei leader dell'industria musicale mondiale²⁹, attiva come casa discografica nella produzione distribuzione di musica e nel *merchandising*. Inoltre, UMG ha una partecipazione significativa in Vevo LLC, piattaforma Internet che offre video musicali e detiene ulteriori partecipazioni minori in società che gestiscono piattaforme *online*, *app* e servizi video e musicali su *web*³⁰.

Havas è un gruppo che opera nella comunicazione in oltre 100 paesi offrendo servizi integrati in tutta la filiera del *marketing* e della pubblicità. Con Vivendi Village, inoltre, il gruppo svolge attività complementari nei settori dell'intrattenimento e spettacoli dal vivo, della promozione in *franchising* e della biglietteria.

²⁷ A luglio 2020 la società ha completato l'acquisizione dell'intero capitale di Endemol Shine Group.

²⁸ Da gennaio 2021 il consorzio guidato da Tencent detiene il 20% del capitale della società. Nei primi mesi del 2021 la società ha dichiarato che intende distribuire il 60% del capitale sociale di UMG ai propri soci e che è in corso di costituzione la *holding* che sarà quotata su Euronext Amsterdam. Il completamento dell'operazione, a seguito della quale Vivendi S.A. cesserà di detenere il controllo della società, è previsto entro la fine del 2021.

²⁹ Tra le tre principali etichette discografiche al mondo, nata dalla fusione della divisione musicale della Universal Pictures con la Polygram ad opera della Seagram nel 1998 (che nel 2000 è stata incorporata da Vivendi).

³⁰ Come **Omissis**

Vivendi è inoltre attivo nell'editoria sia libraria che *magazine*, con la società Editis S.A., che raccoglie oltre 50 case editrici e pubblicazioni diffuse su stampa e in digitale.

Infine, Gameloft S.E. sviluppa e offre videogiochi, distribuiti perlopiù in modalità *free-to-play* tramite portali digitali (*app store*) e fruibili mediante diversi dispositivi (*smartphone*, tablet, TV); Dailymotion offre servizi di video *hosting* gratuiti su Internet per la gestione di contenuti caricati dagli utenti e vende spazi pubblicitari in *streaming* sulla propria piattaforma.

Il gruppo Vivendi è presente in Italia nella pubblicità *online* attraverso la società Gameloft S.r.l. (di cui Gameloft S.E. detiene il controllo esclusivo) e con l'attività di Dailymotion; detiene inoltre partecipazioni in Telecom Italia S.p.A. (23,75%) e Mediaset S.p.A. (28,80%³¹).

5. POSIZIONE DELLE SOCIETÀ NEI MERCATI DELLE COMUNICAZIONI ELETTRONICHE E NEL SISTEMA INTEGRATO DELLE COMUNICAZIONI (SIC)

L'obiettivo del presente procedimento è quello di verificare eventuali effetti sulle dinamiche competitive e sullo stato del pluralismo derivanti dalla presenza di un operatore (contemporaneamente) nei mercati delle comunicazioni elettroniche e in un mercato diverso che ricade nel sistema integrato delle comunicazioni (SIC). Infatti, si rileva che il processo di convergenza in atto, stimolato dalla diffusione di reti di telecomunicazioni a banda larga e ultralarga fisse e mobili e dalle innovazioni tecnologiche intervenute nell'industria degli apparati per la fruizione di contenuti (audiovisivi in modo particolare) attraverso molteplici modalità e piattaforme, ha rafforzato di fatto i legami di contiguità fra alcuni mercati delle comunicazioni elettroniche e altri servizi riconducibili ai mercati del SIC.

In questa prospettiva, fermo restando che Telecom Italia, Mediaset³² e Vivendi operano nei mercati delle comunicazioni elettroniche e nei mercati del SIC elencati nella delibera n. 662/20/CONS, nell'analisi esposta di seguito saranno presi in esame solamente i mercati delle comunicazioni elettroniche caratterizzati da un legame di contiguità rispetto agli ambiti (merceologici e geografici) che compongono il SIC, nei quali le suddette società sono presenti. In particolare, saranno esaminati i mercati dell'accesso all'ingrosso e al dettaglio alla rete fissa, nonché i mercati dei servizi al dettaglio di telecomunicazioni mobili e i

³¹ Di cui il 19,19% in capo a Simon Fiduciaria S.p.A..

³² Nel mercato delle infrastrutture per la radiodiffusione televisiva, che si colloca al primo livello della filiera del mercato radiotelevisivo e riguarda i servizi *wholesale* offerti agli operatori di rete per la realizzazione delle reti digitali terrestri, Mediaset opera attraverso una quota di partecipazione del capitale sociale (pari al 40%) della società EI Towers S.p.A.. Nel mercato dei servizi di diffusione televisiva su satellite, Mediaset opera attraverso una quota di partecipazione del capitale sociale (pari a circa il 48%) della società Tivù s.r.l..

mercati dei servizi di diffusione televisiva e radiofonica, per i quali rileva la disponibilità di risorse frequenziali, infrastrutturali ed economiche essenziali che possono essere sfruttate nell'offerta di servizi nei mercati dei media. La proprietà di tali *asset* strategici, infatti, se associata da una posizione economica di rilievo, potrebbe offrire ad un determinato soggetto vantaggi competitivi difficilmente replicabili da parte dei concorrenti che possono essere sfruttati nell'offerta di servizi afferenti a mercati limitrofi, come quelli dei media, con il rischio di alterarne le dinamiche competitive e, pertanto, recare un potenziale pregiudizio alla salvaguardia del pluralismo.

L'analisi successiva si concentrerà, pertanto, esclusivamente su quei comparti per i quali si configurano rapporti di contiguità nella fornitura di servizi di comunicazioni elettroniche e dei servizi afferenti al comparto dei media.

5.1. I mercati delle comunicazioni elettroniche

I mercati all'ingrosso dei servizi di accesso alla rete fissa

I mercati dell'accesso all'ingrosso in postazione fissa rientrano nella lista dei mercati rilevanti dei prodotti e servizi del settore delle comunicazioni elettroniche ritenuti suscettibili di regolamentazione *ex ante* dalla Commissione nel 2003, con raccomandazione n. 2003/311/CE, nel 2007 con raccomandazione n. 2007/879/CE e nel 2014 con raccomandazione n. 2014/710/UE (di seguito denominate "le raccomandazioni").

Con specifico riguardo al contesto nazionale, l'Autorità, a norma dell'articolo 18 CCE, tenendo in massima considerazione le raccomandazioni e le linee direttrici della Commissione, ha definito i mercati rilevanti conformemente ai principi del diritto della concorrenza e sulla base delle caratteristiche e della struttura del mercato nazionale delle comunicazioni elettroniche, nell'ambito dei procedimenti di analisi dei mercati nazionali (ai quali interamente si rinvia) che si sono svolti nel corso di quattro cicli regolamentari³³.

In particolare, il *mercato 3a* dei servizi di accesso locale all'ingrosso in postazione fissa è definito come la domanda e l'offerta dei servizi di accesso locale all'ingrosso alla rete di distribuzione, realizzata con portanti fisici, in rame e/o in fibra ottica e *wireless local loop* (FWA - *Fixed Wireless Access*). Tale mercato si compone dei prodotti di accesso fisico o

³³ Cfr. delibere n. 4/06/CONS del 12 gennaio 2006, n. 34/06/CONS del 19 gennaio 2006, n. 274/07/CONS del 6 giugno 2007 e delibera n. 45/06/CONS del 23 febbraio 2006 (I ciclo); delibere n. 314/09/CONS del 10 giugno 2009, n. 731/09/CONS del 16 dicembre 2009 e delibera n. 2/10/CONS del 15 gennaio 2010 (II ciclo); delibera n. 623/15/CONS del 5 novembre 2015 e delibera n. 412/15/CONS del 9 luglio 2015 (III ciclo); delibera n. 348/19/CONS del 18 luglio 2019; delibera n. 333/20/CONS del 22 luglio 2020 (IV ciclo). Si vedano, inoltre, le delibere: n. 637/20/CONS del 26 novembre 2020, n. 12/21/CONS del 14 gennaio 2021 e n. 110/21/CONS del 31 marzo 2021.

passivo che consentono la trasmissione di dati e di servizi correlati nonché, del servizio di accesso virtuale (VULA) fornito a livello locale con capacità dedicata, banda garantita e controllo sufficiente della rete trasmissiva³⁴. La definizione dei servizi risulta indipendente dalla tecnologia e dalla configurazione di rete (in rame o in fibra FTTH e FTTC/VDSL).

Il *mercato 3b* dei servizi di accesso centrale all'ingrosso in postazione fissa per i prodotti di largo consumo è definito come la domanda e l'offerta dei servizi all'ingrosso di accesso centrale alla rete di distribuzione (*bitstream*), con portanti fisici in rame e/o in fibra ottica o FWA, forniti mediante il servizio di trasporto del traffico dati dalla centrale locale agli apparati di commutazione, di consegna del traffico dati, situati nei nodi centrali. Tale mercato include la gran parte dei servizi di accesso virtuale destinati alla fornitura dei servizi al dettaglio di largo consumo³⁵. Rispetto ai servizi di accesso locale, i servizi di accesso centrale sono forniti ai richiedenti l'accesso ad un livello più alto della rete, tipicamente a livello regionale e nazionale della rete. Anche per i servizi di accesso centrale, la definizione risulta indipendente dalla tecnologia e dalla configurazione di rete.

Nella filiera verticale relativa alla fornitura dei servizi di accesso alla rete fissa, il mercato 3a è collocato a monte del mercato 3b; entrambi i mercati (3a e 3b) sono collocati a monte dei mercati al dettaglio dei servizi di accesso alla rete fissa (mercato dei servizi di accesso per servizi telefonici e mercato dei servizi di accesso a banda larga e ultralarga). I servizi di accesso locale all'ingrosso in postazione fissa del mercato 3a costituiscono, infatti, gli *input* sia dei servizi di accesso per la fornitura di servizi vocali ed i servizi ad essi correlati sia dei servizi di accesso dati a banda larga e ultralarga al dettaglio. Il mercato n. 3a fornisce altresì gli *input* per la fornitura dei servizi sul mercato n. 3b. Il mercato n. 3b costituisce un altro mercato al quale si possono rivolgere gli operatori al fine di rifornirsi degli *input* necessari alla vendita dei servizi di accesso a banda larga e ultra larga al dettaglio e dei servizi vocali con tecnologia *Voice over Internet Protocol* (VoIP).

Con riferimento alla dimensione geografica dei mercati in questione, alla luce delle analisi svolte³⁶, il *Comune di Milano* è stato identificato quale mercato geografico separato in ragione del sussistere di condizioni concorrenziali significativamente diverse da quelle riscontrate nel resto dei Comuni del territorio nazionale, per effetto della significativa presenza di infrastrutture di comunicazione elettronica alternative a quelle di TIM. L'Autorità ha, inoltre, identificato alcuni (26) Comuni a maggiore pressione concorrenziale

³⁴ Per una puntuale definizione dei servizi inclusi nel mercato 3a si rinvia alla delibera n. 348/19/CONS del 18 luglio 2019.

³⁵ Per una puntuale definizione dei servizi inclusi nel mercato 3b si rinvia alla delibera n. 348/19/CONS del 18 luglio 2019.

³⁶ Per i mercati 3a e 3b con delibera n. 348/19/CONS; per il mercato 4 con delibera n. 333/20/CONS.

rispetto al *Resto d'Italia* (cosiddetti *Comuni contendibili*)³⁷, in cui si registra la disponibilità effettiva di almeno due infrastrutture NGA alternative a quella di TIM³⁸, nonché il sussistere di ulteriori condizioni relative alla quota di mercato *retail* di TIM in servizi di accesso NGA ($\leq$ del 40%) ed alla quota *wholesale* degli accessi attivi NGA di TIM ($<$ dell'80%).

Nel dettaglio, nel *mercato n. 3a*, i soggetti attivi dal lato dell'offerta sono gli operatori che dispongono di una rete di accesso e che forniscono il servizio di accesso locale alla propria rete ad altri operatori, consentendo a questi ultimi di vendere il servizio di accesso alla rete in postazione fissa ai clienti finali ovvero di vendere ad operatori terzi il servizio di accesso centrale alla rete (operando quindi, dal lato dell'offerta, nel *mercato n. 3b*). In termini merceologici, il *mercato 3a* è quantificabile nell'insieme di accessi ottenuti come somma delle linee all'ingrosso vendute da TIM e dagli OAO (operatori alternativi) ad altri operatori (cosiddetto *merchant market*), a cui si aggiunge il totale delle linee autoprodotte da ciascun operatore (TIM ed OAO), ossia fornite internamente alle proprie divisioni *retail* (autoproduzione), per consentire la fornitura del servizio al dettaglio.

Secondo quanto emerso dall'ultima analisi di mercato svolta dall'Autorità (delibera n. 348/19/CONS), la quota di TIM calcolata in termini di volumi, pur riducendosi nel triennio 2016-2018, è comunque pari al 90,81%. Solo limitatamente al *Comune di Milano* è stata riscontrata, una significativa riduzione della quota di TIM, pari al 48,63% nel 2018, in conseguenza dell'entrata nel mercato della società Open Fiber che, a partire dall'anno 2017, ha avviato la commercializzazione dei relativi servizi.

Inoltre, tale mercato si caratterizza per la presenza di forti barriere strutturali all'accesso (infrastrutture difficili da duplicare) che rafforzano inevitabilmente la posizione di forza detenuta da TIM e la rendono stabile nel tempo. Infatti, come noto solo tale società ha effettuato in regime di monopolio gli investimenti per la rete di accesso a livello nazionale. Pertanto, ad oggi, fatti salvi i *Comuni contendibili*, solo TIM dispone di un'infrastruttura di accesso alla rete fissa che copre capillarmente l'intero territorio nazionale. In questo senso, come emerso nell'ultima analisi di mercato, pur registrandosi la realizzazione di infrastrutture alternative in varie aree del paese (anche grazie al ricorso a contributi pubblici) da parte di più di un operatore – in particolare Open Fiber e Flash Fiber – la copertura di tali nuove reti risulta ancora limitata e raggiunge un'estensione tale da alterare solo in modo parziale, variabile nel tempo e geograficamente limitato, le dinamiche concorrenziali che

³⁷ Nei 26 *Comuni contendibili* così definiti (la lista di Comuni è oggetto di aggiornamento annuale), l'Autorità ha delineato la differenziazione dei rimedi (nello specifico, la differenziazione geografica dell'obbligo di controllo di prezzo).

³⁸ Si richiede siano presenti almeno due operatori alternativi a Telecom Italia, con reti NGA pronte o adatte per la vendita, con una copertura (della singola rete) $\geq 60\%$ delle sedi cliente ed una copertura complessiva (da parte di entrambe le reti alternative) $>75\%$ delle sedi cliente.

vedono TIM 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 nazionale³⁹.

Da ultimo con riferimento al mercato in questione, sempre nell'ultima analisi di mercato (delibera n. 348/19/CONS), l'Autorità ha osservato che, stante l'estensione, attuale e prospettica, delle reti degli operatori alternativi, nonché i piani di sviluppo di reti di accesso di nuova generazione, gli OAO non conseguono, nell'orizzonte temporale di riferimento dell'analisi, economie di scala comparabili con quelle di TIM.

Nel *mercato n. 3b*, i soggetti attivi dal lato dell'offerta sono gli operatori che dispongono di un'infrastruttura di rete di accesso, di proprietà o acquistata all'ingrosso da altri operatori (mediante il servizio di accesso locale alla rete in postazione fissa, mercato n. 3a), e che forniscono il servizio di accesso centrale ad operatori terzi, consentendo loro di vendere il servizio di accesso a banda larga nel mercato al dettaglio. Il mercato 3b, in termini merceologici, è costituito dal totale delle linee della rete di accesso di TIM, ovvero la somma delle linee all'ingrosso vendute da quest'ultima ad altri operatori nel mercato 3b e dalle linee vendute internamente alla divisione *retail* di TIM a cui si deve aggiungere il totale delle linee vendute dagli altri operatori attraverso proprie infrastrutture.

Secondo quanto emerso dall'ultima analisi di mercato svolta dall'Autorità (delibera n. 348/19/CONS), le quote di TIM nel triennio 2016-2018, calcolate considerando anche i servizi autoprodotti, risultano ancora elevate e sopra il 50%. Solo nel *Comune di Milano*, tutti gli operatori detengono quote di mercato piuttosto basse, e nel periodo dal 2016 al 2018, è stata registrata una riduzione di circa 3 punti percentuali della quota di TIM, in conseguenza anche dell'entrata di Open Fiber nel mercato 3a.

Inoltre, anche in tale mercato si registra la presenza di forti barriere strutturali all'accesso in quanto TIM detiene il controllo di infrastrutture non facilmente replicabili, che le conferisce un notevole vantaggio competitivo. Infatti, un operatore che intenda offrire servizi di accesso a banda larga all'ingrosso necessita di una rete di accesso capillare e di una rete di trasporto con copertura nazionale. Come emerso sempre nell'ultima analisi di mercato (delibera n. 348/19/CONS), attualmente, nell'intero territorio nazionale, le reti alternative (la cui copertura è ancora sostanzialmente limitata ai *Comuni Contendibili*) non raggiungono un'estensione tale da alterare radicalmente le dinamiche concorrenziali che vedono TIM come proprietario dell'unica rete di accesso di estensione capillare che

³⁹ L'unica eccezione è stata riscontrata nel *Comune di Milano*, dove, con riferimento all'orizzonte temporale della IV analisi di mercato, si è osservato un considerevole aumento del livello di concorrenza infrastrutturale, in virtù del quale nessun operatore beneficia, in modo esclusivo, di vantaggi derivanti dal controllo di infrastrutture difficili da duplicare.

consente di fornire in modo diffuso, anche agli operatori alternativi (OAO), servizi di accesso alla rete fissa⁴⁰.

Infine, sotto il profilo dell'efficienza economica dell'impresa, analogamente a quanto rilevato per il mercato 3a, l'analisi svolta ha evidenziato che nel mercato 3b TIM ha la possibilità di godere pienamente dei vantaggi derivanti dalla maggior efficienza della propria scala produttiva, che ne rafforzano la posizione in termini di forza sul mercato rispetto agli operatori concorrenti⁴¹.

Il *mercato n. 4* ricomprende i servizi di accesso all'ingrosso di alta qualità in postazione fissa, ovvero i servizi a capacità trasmissiva dedicata (o affittata o riservata o linee affittate) all'ingrosso che consentono di collegare due o più punti di rete garantendo una capacità di trasmissione di alta qualità, trasparente, simmetrica, con latenza e *jitter* limitati, non condivisa con altri operatori e utilizzabile dall'operatore acquirente per fornire diverse tipologie di servizi sui mercati al dettaglio. Gli operatori alternativi ricorrono all'utilizzo di questi servizi come input *wholesale* per soddisfare la domanda di servizi di alta qualità da parte dei clienti *business retail*⁴². Nello specifico, il mercato 4 comprende sia il mercato dei segmenti terminali di linee affittate (*terminating*), costituito dal rilegamento tra un punto di attestazione di un operatore alternativo ed una sede d'utente o una stazione radiobase di un operatore di rete mobile, sia il mercato – ormai libero da regolamentazione *ex ante* – dei segmenti di linee affittate su circuiti interurbani (*trunk*), costituito da circuiti di capacità dedicata tra nodi di rete (in bacini trasmissivi differenti) dell'operatore che offre il servizio⁴³.

Nel *mercato n. 4* sono presenti, dal lato della domanda, operatori di rete fissa, di rete mobile e *Internet Service Provider* (ISP), che necessitano di acquistare capacità trasmissiva come *input* per la fornitura di servizi a clienti finali, ad altri operatori del settore o per il completamento della propria rete. TIM rappresenta l'unico operatore presente dal lato

⁴⁰ Anche con riferimento al mercato 3b, l'unica eccezione è stata riscontrata nel *Comune di Milano*, dove, con riferimento all'orizzonte temporale della IV analisi di mercato, si è osservato un considerevole aumento del livello di concorrenza infrastrutturale.

⁴¹ L'unica eccezione è, anche in questo caso, ravvisabile nel *Comune di Milano*, dove l'elevato livello di infrastrutturazione degli operatori alternativi consente loro di conseguire economie di scala comparabili con quelle di Telecom Italia.

⁴² Per una puntuale descrizione delle caratteristiche del mercato 4 si rinvia alla delibera n. 333/20/CONS del 22 luglio 2020.

⁴³ Con raccomandazione n. 879/2007/CE, la Commissione ha rimosso il mercato dei segmenti di linee affittate su circuiti interurbani (*trunk*) dalla lista dei mercati suscettibili di regolamentazione *ex ante*, mantenendo invece nella lista il mercato dei segmenti terminali (*terminating*) di linee affittate (mercato n. 6/2007). L'inclusione di tale mercato nel novero dei mercati suscettibili di regolamentazione è, peraltro, confermata dalla Commissione sia nel 2014 (con raccomandazione n. 2014/710/UE) che, da ultimo, nel 2020 (con raccomandazione n. 2020/2245).

dell'offerta per tale categoria di servizi. Inoltre, data la capillarità della propria rete, non necessita di acquistare capacità da altri operatori. Gli operatori alternativi di rete fissa, invece, sono presenti nel mercato per lo più dal lato della domanda, in quanto dispongono più di infrastrutture di trasporto di lunga distanza che non di segmenti *terminating*. Solo negli ultimi anni, alcuni operatori alternativi sono diventati attivi, seppur con volumi ancora limitati, nella vendita di segmenti *terminating* per il rilegamento di sedi di utente. Anche gli operatori di rete mobile sono presenti dal lato della domanda, in quanto acquistano tali servizi per il trasporto del traffico sulla propria rete.

Secondo quanto riportato nell'ultima analisi di mercato svolta (delibera n. 333/20/CONS), per il biennio 2017-2018, relativi alle quote di mercato di TIM nel Resto d'Italia (escludendo Milano), l'Autorità ha inoltre evidenziato un valore, al 2018, di circa il 77% (inclusa l'autoproduzione) sul mercato *wholesale* in termini di volumi, e di circa il 71% per i circuiti solo fibra⁴⁴.

Inoltre, come noto, la realizzazione di infrastrutture di accesso su rete fissa richiede tempi molto lunghi, nonché investimenti ingenti e prevalentemente non recuperabili (*sunk cost*) in caso di uscita dal mercato. La circostanza che TIM sia il solo operatore che ha effettuato negli anni, anche in regime di monopolio, gli investimenti necessari per la rete di accesso a livello nazionale, unitamente ai significativi costi fissi necessari per gli scavi e per l'installazione di una rete di accesso, ha attribuito alla società in questione un notevole vantaggio competitivo. Infatti, gli elevati costi e le necessarie economie di scala, hanno scoraggiato la realizzazione di reti di accesso alternative da parte di operatori alternativi a livello nazionale, fatte salve realtà geograficamente limitate ad aree ad elevata densità abitativa. In questo senso, l'ultima analisi di mercato ha confermato che sebbene alcuni operatori ed Enti locali stiano sviluppando o abbiano intenzione di sviluppare reti di accesso in fibra ottica alternative, la copertura di tali reti risulta, ad oggi, ancora piuttosto limitata. Pertanto, l'estensione di tali reti alternative, allo stato, non appare idonea ad alterare le

⁴⁴ Limitatamente al *Il Comune di Milano*, dall'analisi dei dati relativi alle quote di mercato di Telecom Italia l'Autorità ha evidenziato un valore, al 2018, del 37% sul mercato *wholesale* in termini di volumi incluso l'autoproduzione.

In ottica prospettica, è ragionevole aspettarsi che tale quota di mercato non aumenti nuovamente ma al più si riduca ulteriormente. Infine, con specifico riferimento ai 28 *Comuni contendibili del mercato 4*, sulla base dei dati dei soli due principali concorrenti, l'Autorità ha osservato che, se ci si limita a circuiti su fibra ottica, la quota di mercato di Telecom Italia è di norma inferiore al 40% fatti salvi pochi casi in cui è prossima al 50%, ben inferiore alla quota nazionale.

attuali dinamiche concorrenziali che vedono TIM (operatore *incumbent*) come proprietario dell'unica rete di accesso che capillarmente consente di fornire, anche agli OAO, tali servizi (circuiti *terminating*) a livello nazionale.

Infine, sempre la medesima analisi, ha riscontrato che, in considerazione delle caratteristiche del mercato in questione, TIM è in grado di beneficiare di economie di scala, di diversificazione e di densità superiori rispetto a quelle conseguibili dagli operatori alternativi, sempre in considerazione dell'estensione attuale e prospettica delle rispettive reti. Tale fattore rafforza ulteriormente la posizione della società in questione in termini di forza sul mercato rispetto agli operatori concorrenti.

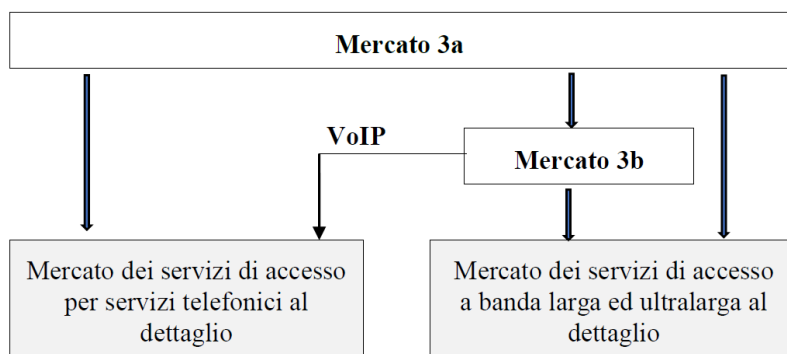


Figura 1: Relazione verticale tra i mercati 3a e 3b della raccomandazione e i mercati dell'accesso al dettaglio alla rete fissa [fonte Autorità].

I mercati dei servizi al dettaglio da rete fissa

I mercati dell'accesso al dettaglio

Rientrano nei mercati al dettaglio dei servizi di accesso alla rete fissa:

- i. il mercato dell'accesso alla rete telefonica in postazione fissa per effettuare e/o ricevere chiamate vocali e servizi correlati (mercato n. 1 della Raccomandazione n. 2007/879/CE – accesso al dettaglio per servizi voce);
- ii. il mercato dell'accesso a banda larga e ultralarga al dettaglio per effettuare la trasmissione di dati ad alta velocità (accesso al dettaglio per servizi dati).

Entrambi i mercati sono esclusi dalla Commissione nella lista dei mercati suscettibili di regolamentazione *ex ante* della Raccomandazione del 2014 (il mercato dell'accesso al

dettaglio per servizi voce era, invece, incluso – unico tra i servizi al dettaglio – nella Raccomandazione del 2007 n. 2007/879/CE) né sono attualmente sottoposti a regolamentazione *ex ante* a livello nazionale. Tuttavia, nella delibera n. 348/19/CONS, ai fini della analisi dei corrispondenti mercati dell’accesso all’ingrosso, l’Autorità ha ritenuto opportuno procedere alla caratterizzazione dei mercati al dettaglio dei servizi di accesso alla rete fissa, alla luce dell’evoluzione tecnologica e di mercato nel frattempo intervenuta.

In particolare, come specificato nella citata delibera n. 348/19/CONS (alla quale integralmente si rinvia), il mercato dell’accesso al dettaglio per servizi voce comprende i servizi di accesso alla rete fissa forniti attraverso l’utilizzo del rame (con tecnologia POTS, ISDN, xDSL), di reti miste rame/fibra (FTTC, FTTB), della sola fibra ottica (FTTH) e delle tecnologie *wireless* fisse (FWA).

Quanto al mercato dei servizi al dettaglio di accesso a banda larga (accesso al dettaglio per servizi dati), sempre secondo l’ultima analisi di mercato, esso comprende tutte le tecnologie di accesso disponibili sul mercato – sia di tipo asimmetrico sia di tipo simmetrico – ad esclusione delle tecnologie satellitari. Rientrano, quindi, nel mercato rilevante i servizi di accesso alla rete fissa forniti attraverso le tecnologie in rame, misto rame/fibra, solo fibra ottica e *wireless* fisse (FWA).

In base ai dati di cui alla delibera n. 348/19/CONS, la Tabella seguente mostra l’andamento delle quote di mercato delle linee di accesso al dettaglio di TIM a livello nazionale – calcolate sulla base dei volumi venduti per il periodo 2014-2018 – separatamente per la clientela residenziale e quella non residenziale⁴⁵. Le quote di mercato sono calcolate sul totale degli accessi, indipendentemente dall’impiego degli stessi per la fornitura di servizi solo voce, voce e dati, o solo dati.

Tabella 1

Quote di mercato delle linee di accesso al dettaglio TIM in volumi					
Anni	2014	2015	2016	2017	2018
Clientela residenziale	60.20%	57.67%	55.74%	53.82%	50.40%
Clientela non residenziale	68.11%	65.06%	62.57%	60.10%	56.98%

⁴⁵ Per linea si intende un “accesso fisico”, presso cui è attestato un cliente finale indipendentemente dalla tecnologia di accesso (rame/fibra/*wireless*).

Nella tabella successiva sono mostrate le corrispondenti quote di mercato di TIM in termini di ricavi, in relazione ai servizi di accesso al dettaglio per clientela residenziale e non residenziale.

Tabella 2

Quote di mercato delle linee di accesso al dettaglio TIM in ricavi					
Anni	2014	2015	2016	2017	2018
Clientela residenziale	61.86%	61.57%	59.13%	52.63%	51.98%
Clientela non residenziale	60.06%	57.40%	55.96%	48.55%	47.83%

Dai dati riportati nelle tabelle precedenti emerge una riduzione, nel periodo 2014-2018, della quota di mercato di TIM sia in volumi sia in ricavi, per entrambe le tipologie di clientela (residenziale e non residenziale).

Secondo le evidenze da ultimo riportate in delibera n. 151/21/CONS, la quota di mercato di TIM nell'accesso *retail*, aggiornata a settembre 2020, con riferimento a tutte le tecnologie di accesso (rame, FTTC, FTTH e FWA), si attesta al 45,1%.

Nella Tabella seguente sono, invece, riportate le quote di mercato, rispettivamente, degli accessi a banda larga (BB) ed ultralarga (UBB) al dettaglio in volumi, relativamente agli anni 2014-2018.

Tabella 3

Quote di mercato degli accessi a banda larga e ultralarga al dettaglio TIM in volumi					
Anni	2014	2015	2016	2017	2018
Accessi BB	47.9%	46.4%	45.7%	45.4%	43.9%
Accessi UBB	29.9%	37.3%	39.9%	46.9%	44.4%

La quota di mercato di TIM nel mercato della banda ultra-larga risulta mediamente in crescita da circa il 30%, nel 2014, a circa il 47%, nel 2017, tenuto conto del fatto che TIM risultava, prima del 2014, *follower* rispetto agli operatori alternativi sulla

commercializzazione dei servizi NGA. La tendenza osservata sino al 2017 si è invertita nel 2018 con la prosecuzione della diffusione dei servizi VULA e l'ingresso dell'operatore *Wholesale only Open Fiber*. I dati aggiornati dell'Osservatorio sulle comunicazioni dell'Autorità del 23 aprile 2021 confermano TIM quale maggiore operatore nel mercato degli accessi broadband e ultrabroadband, con una quota di mercato del 42,1%.

Il mercato delle linee affittate al dettaglio

Il mercato delle linee affittate al dettaglio, avente dimensione geografica nazionale, è il mercato “costituito dai collegamenti analogici e digitali di capacità fino a 2 Mbit/s inclusi” (linee affittate al dettaglio a bassa capacità)⁴⁶. Tali servizi consentono di realizzare collegamenti con capacità trasmissiva trasparente, permanente e dedicata tra due o più sedi del cliente finale o tra differenti reti aziendali. I servizi di linee affittate possono essere utilizzati per veicolare, con elevate garanzie di qualità e sicurezza, qualsiasi tipo di contenuto (voce, dati, immagini), compatibilmente con la banda disponibile e la tecnologia utilizzata (digitale o analogica).

Il mercato in questione è escluso dalla lista dei mercati suscettibili di regolamentazione *ex ante* a partire dalla Raccomandazione della Commissione del 2007 (era, invece, incluso nella lista della Raccomandazione del 2003 n. 2003/311/CE, dove era identificato come mercato n. 7), né è attualmente sottoposto a regolamentazione *ex ante* a livello nazionale.

Dalla stima effettuata nell'ambito della delibera n. 333/20/CONS delle quote di mercato al dettaglio di TIM nei *Comuni Contendibili*, risulta che la quota di mercato di TIM è di norma inferiore al 40% fatti salvi pochi casi in cui è prossima al 50%.

I mercati dei servizi al dettaglio di telecomunicazioni mobili

Nel mercato mobile operano diverse categorie di soggetti: da un lato, gli operatori di rete mobile (di seguito anche “MNO”), assegnatari di diritti d'uso di frequenze terrestri per servizi di comunicazioni mobili, nonché di risorse di numerazione; dall'altro, gli operatori di rete mobile virtuali (di seguito anche “MVNO”), i quali, non possedendo una licenza per l'utilizzo delle risorse radio, acquistano dagli MNO capacità trasmissiva per vendere servizi di comunicazione mobile ai clienti finali, spesso congiuntamente ad altre tipologie di servizi. Gli MVNO presenti in Italia si classificano, in funzione del modello di *business*

⁴⁶ Per una puntuale definizione dei servizi inclusi nel mercato all'esame si rinvia alle delibere n. 707/09/CONS del 10 dicembre 2009 e n. 333/20/CONS, del 22 luglio 2020.

prescelto e partendo dalla categoria di operatori meno infrastrutturati, in: “*reseller*” o “fornitori avanzati di servizi”, *Enhanced Service Provider* (di seguito anche “ESP”) ed “operatori virtuali di rete mobile *full*” (di seguito anche “*full MVNO*”). In particolare, i *full MVNO* acquistano dall’operatore MNO ospitante i servizi all’ingrosso (in genere, di accesso e di raccolta del traffico) necessari per poter costruire la propria offerta commerciale e provvedere in proprio alle attività di commutazione, interconnessione e terminazione del traffico (a esclusione del collegamento radio). I *full MVNO*, quindi, utilizzano strutture di commutazione di rete mobile proprietarie e proprie basi di dati di registrazione degli utenti mobili; sono assegnatari di archi di numerazione e dotati di propri codici MNC⁴⁷. Svolgono pertanto autonomamente l’attività di gestione dei clienti (commercializzazione, fatturazione, assistenza) ed emettono carte SIM.

Un fattore rilevante per la definizione delle strategie di *business* da parte degli operatori del mercato radiomobile e per la competizione è, dunque, rappresentato dalla dotazione di risorse spettrali. Con specifico riferimento agli MNO attualmente presenti nel mercato nazionale, nella tabella seguente (Tabella 4) è riportata la dotazione spettrale relativa alle bande di frequenza tradizionalmente impiegate per fornire servizi radiomobili, ossia le bande di frequenza inferiori a 3 GHz (da 800 MHz a 2600 MHz)⁴⁸. Tali bande vedono prevalentemente, e sempre di più nel medio termine, l’impiego di sistemi radiomobili di tipo 4G, fermo restando il rispetto degli obblighi GSM nelle bande 900 e 1800 MHz⁴⁹. In tabella sono altresì indicate le dotazioni spettrali degli operatori mobili nelle cosiddette “bande pioniere” 5G a 700 MHz⁵⁰ e a 3,6-3,8 GHz⁵¹, così come risultanti dalla procedura di assegnazione (asta) che ha avuto luogo nel 2018 in Italia. In Tabella è, infine, riportata (in valore assoluto e in percentuale rispetto al totale delle risorse spettrali assegnate) la distribuzione delle risorse spettrali tra i titolari di diritti d’uso delle frequenze. Come si vede,

⁴⁷ Il *Mobile Network Code* consente all’operatore di definire numeri IMSI (*International Mobile Subscriber Identity*), contenuti in carte SIM, che identificano in maniera univoca l’utenza.

⁴⁸ Ad eccezione di parte della banda 2100 MHz, la scadenza dei diritti d’uso delle frequenze nelle bande radiomobili fino a 3 GHz è ormai generalmente allineata al 31 dicembre 2029 per tutte le bande di frequenza, anche come risultato del prolungamento dei diritti d’usi in banda 900 e 1800 MHz operato ai sensi delle misure di cui alla legge di Bilancio 2017.

⁴⁹ L’Autorità, nell’ambito del procedimento concernente la proroga dei diritti d’uso delle frequenze in banda 900 e 1800 MHz, ai sensi della legge 11 dicembre 2016, n. 232, ha previsto l’obbligo minimo, in capo ai titolari dei predetti diritti d’uso, di garantire la continuità del servizio GSM e la relativa qualità come prevista allo stato fino al termine del 30 giugno 2022, indicando la possibilità di rivedere tale termine, in misura proporzionata e giustificata, mediante apposita analisi da effettuarsi con almeno due anni di anticipo rispetto a tale data, anche alla luce dei futuri sviluppi del mercato specifico GSM nonché in generale dell’evoluzione dell’ecosistema tecnologico dei sistemi radiomobili.

⁵⁰ Si precisa, al riguardo, che le frequenze nella banda a 700 MHz entreranno nella disponibilità degli aggiudicatari a partire da luglio 2022, come previsto dall’art. 1, comma 1028, della legge di Bilancio 2017.

⁵¹ Tale banda rappresenta un layer intermedio tra capacità e copertura.

i valori mostrano una situazione di sostanziale parità di dotazione spettrale tra i tre principali operatori, con TIM che si assesta al 31% circa.

Tabella 4

Dotazione spettrale degli MNO nelle bande radiomobili.				
Banda di frequenza [MHz]	TIM	VODAFONE	WIND TRE	ILIAD
700	20	20	0	20
800	20	20	20	0
900	20	20	20	10
1500 (SD)	20	20	0	0
1800	40	40	40	20
2100	35	35	50	20
2600	30	30	70	20
3600-3800	80	80	20	20
TOTALE	265	265	220	110
QUOTA %	30,81%	30,81%	25,58%	12,79%

Nell'ambito dell'asta 5G sono state oggetto di assegnazione anche le frequenze nella banda a 26 GHz (da 26,5 a 27,5 GHz), che, per le specifiche caratteristiche di propagazione dei segnali in banda, risultano adatte alla realizzazione di *hot-spot* ad altissima capacità, sia in ambiente *indoor* che *outdoor*. La procedura si è conclusa con l'assegnazione a 5 operatori (TIM, Vodafone, Wind Tre, Iliad e Fastweb) di 200 MHz ciascuno.

Dal punto di vista concorrenziale, il mercato dei servizi di telecomunicazione mobile al pubblico si conferma, allo stato, nei termini di un oligopolio ristretto, in cui tre operatori (TIM, Vodafone e Wind Tre) presentano quote relativamente equivalenti tra loro, con uno scarto di soli tre punti percentuali tra la quota del primo e quella del terzo operatore. Nel 2019, secondo i dati presentati nella Relazione Annuale 2019, il market leader con il 32,2% dei ricavi – ma al tempo stesso anche il soggetto che sembra avere maggiormente sofferto della concorrenza portata da Iliad – risulta essere TIM. Da ultimo, i dati dell'Osservatorio sulle Comunicazioni dell'Autorità evidenziano come, a fine dicembre 2020, TIM si confermi *market leader* (29,0%). Considerando il solo segmento delle SIM “*human*”, ovvero escludendo le M2M, TIM è il secondo operatore con il 26,6%.

L'offerta al dettaglio di Tim su rete fissa e mobile

TIM è l'operatore che presenta il maggiore livello di *integrazione verticale* lungo tutta la catena tecnologica e impiantistica a livello nazionale. In aggiunta, TIM presenta un elevato livello di *integrazione orizzontale* nell'offerta di servizi su rete fissa, che è di fatto tra le più articolate oggi disponibili sul mercato delle telecomunicazioni.

Come osservato dall'Autorità nell'ambito dell'ultima analisi dei mercati dell'accesso all'ingrosso alla rete fissa, infatti, negli ultimi anni, si è assistito ad una crescita dei servizi di accesso da rete fissa forniti congiuntamente ad altri servizi (*bundle*). Il fenomeno delle offerte congiunte si può osservare, in particolare, sia nell'ambito dei servizi di telefonia fissa (dove il servizio di accesso è offerto insieme ai servizi voce e ai servizi dati), che, più in generale, tra i servizi di telefonia fissa e altri servizi di comunicazioni elettroniche (con i pacchetti *multiplay*, che includono telefonia fissa, mobile e tv).

Per quanto riguarda il *primo tipo di bundle* – ossia il bundle dei servizi rientranti nel perimetro dei servizi di rete fissa – dai dati riportati in delibera n. 348/19/CONS emerge che, nel triennio 2014-2018, vi è stato, con riferimento all'intero comparto, un aumento della percentuale di servizi di accesso forniti congiuntamente ai servizi voce e/o dati su rete fissa. Con specifico riguardo a TIM, la seguente Figura mostra l'incidenza dei *bundle* su rete fissa (accesso, voce, e dati) rispetto agli accessi totali venduti sul mercato *retail*, distinguendo per tipologia di clientela servita (residenziale/non residenziale). Alla fine del 2018, circa il 67% degli accessi veduti da TIM è stato fornito congiuntamente ai servizi voce e dati (inferiore, comunque, a quella relativa agli OAO, per i quali tale percentuale si assesta circa all'98%). Nella suddetta delibera, l'Autorità, al riguardo, ha evidenziato come, nonostante il moltiplicarsi di tali offerte *bundle* negli ultimi anni, la crescita sia stata di pochi punti percentuali e, alla data dell'analisi, una parte ancora consistente dei consumatori (pari a oltre il 20%, aggregando le tipologie di clientela dei vari operatori) non acquistava in maniera congiunta i servizi di accesso, di voce e di dati.

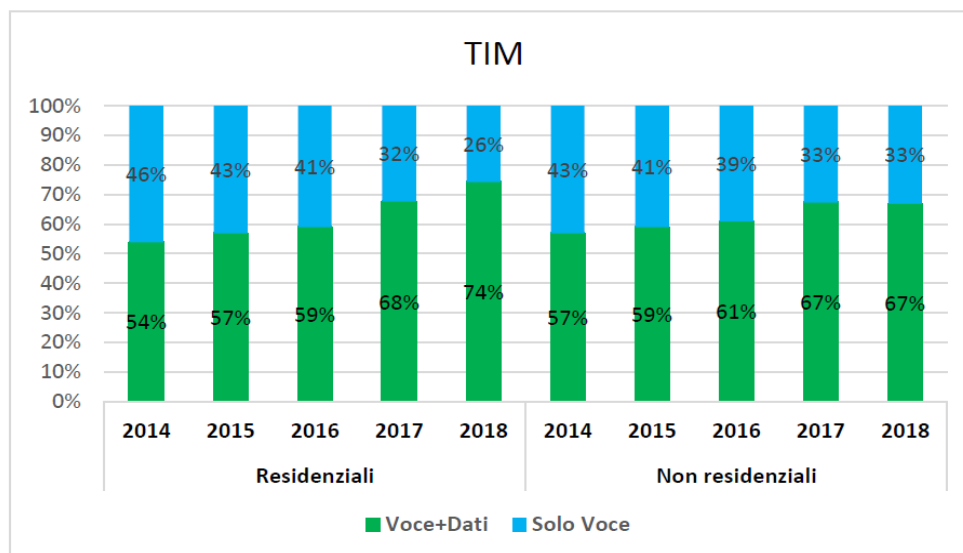


Figura 2: Distribuzione dei servizi retail di Telecom Italia forniti insieme all'accesso.

Anche con riferimento al *secondo tipo di bundle*, ovvero alle *offerte multiplay* (tra i servizi di rete fissa e gli altri servizi di comunicazioni elettroniche), l'Autorità nell'ambito della citata analisi di mercato, ha registrato, negli ultimi anni, una crescita del relativo peso percentuale⁵² a livello nazionale, comunque contenuta, soprattutto se confrontata con quella degli altri paesi europei.

Con specifico riferimento a Telecom Italia, la società è attualmente presente sul mercato con una molteplicità di offerte: nell'ambito del fisso - solo voce, solo internet, *bundle* voce-internet, *bundle* voce-internet-TV – e *bundle* fisso-mobile, come di seguito dettagliato:

Per quel che concerne, in particolare, le *offerte multiplay* di Telecom Italia che includono il servizio di media audiovisivo TIM Vision, la società ha precisato che lo stesso, oltre ad essere proposto in *bundle* con le offerte di rete fissa TIM (nella versione denominata TIM Vision Light)⁵³, è disponibile in modalità *stand alone*, quindi anche senza un servizio di comunicazione elettronica di Telecom Italia. L'offerta è pertanto disponibile, oltre che per

⁵² Secondo gli ultimi dati disponibili, pubblicati nei consueti rapporti speciali dell'Eurobarometro sul digital single market, i servizi multiplay sono presenti in oltre la metà delle famiglie europee intervistate. Cfr. Special Eurobarometer 462 – E-Communications and the Digital Single Market, aprile 2017. Come evidenziato negli ultimi rapporti dell'Eurobarometro, l'Italia appare – con un'incidenza del 41% – negli ultimi posti tra i 28 paesi considerati nel report.

⁵³ Nel merito, Telecom Italia ha sottolineato che il prezzo del servizio TIM Vision Light è incluso, solo per clienti Telecom Italia, in alcune delle offerte di rete fissa di cui alla Tabella 5, nonché nelle offerte di rete fissa TIM Connect e TIMxTE ancora in commercializzazione e TIM SUPER, TIM SMART attivate prima del 28 marzo 2021. TIM Vision Light non include, tuttavia, i seguenti contenuti: Eurosport Player, Discovery+ e i canali lineari di SKY (Sky UNO, Sky Arte, Sky TG24, Sky Sport 24). I clienti Telecom Italia comunque possono decidere di sottoscrivere il pacchetto completo TIM Vision.

i clienti Telecom Italia, anche per i clienti di altri operatori fissi e mobili. Il servizio è fruibile sia con decoder dedicato (a noleggio), sia su Smart TV, web, smartphone, PC e compatibili. Purtuttavia, solo ai clienti di rete fissa Telecom Italia è possibile sottoscrivere, opzionalmente, anche una serie di pacchetti audiovisivi (i.e. “Mondo Intrattenimento”, “DAZN e NOW TV”, “Mondo Disney”, “Mondo Netflix”), che, oltre a TIM Vision, includono anche contenuti di terze parti. In caso di recesso del cliente dalla linea fissa Telecom Italia cui l’offerta è associata, lo stesso potrà comunque continuare a usufruire dei pacchetti ai medesimi prezzi (inclusa la fruizione di eventuali promozioni in essere) e alle medesime condizioni, con addebito in fattura Telecom Italia.

Tabella 5

Offerte TIM al dettaglio – fisse e mobili⁵⁴ – attualmente commercializzate					
Offerta	Servizi inclusi				Principali condizioni
	VOCE	INTERNET	SMAV	MOBILE	
VOCE	X				Linea telefonica (chiamate valorizzate a consumo)
TUTTO VOCE/ TUTTO VOCE SUPERSPECI AL	X				Linea telefonica (chiamate illimitate verso fissi e mobili)
TIM FLEXY		X			Collegamento XDSL (tecnologia fibra/ rame FTTC/FTTE) - Internet fino a 200 MEGA (Internet ricaricabile per 2, 7 o 30 giorni)
TIM FWA / TIM FWA Ricaricabile		X			Collegamento FWA (tecnologia fibra / radio LTE/LTE ADVANCED) - Internet fino a 40 MEGA (illimitato)
TIM SUPER FWA	X	X			Internet veloce fino a 40 Mega (traffico Internet illimitato) - chiamate a consumo (chiamate illimitate opzionale)
TIM Super ADSL	X	X			Tecnologia rame - Internet fino a 20 MEGA (chiamate valorizzate a consumo; Internet illimitato)
TIM SUPER MEGA	X	X			Tecnologia FTTC/FTTE - Internet fino a 200 MEGA (chiamate valorizzate a consumo; Internet illimitato)
TIM SUPER FIBRA	X	X			Tecnologia FTTH - Internet fino a 1 GIGA (chiamate valorizzate a consumo; Internet illimitato)
TIM SUPER FIBRA TV	X	X	X		Fibra fino a 1 Giga (Internet illimitato) - Chiamate illimitate verso tutti – TIM Vision con Disney+ in un unico pacchetto (+ NETFLIX opzionale -> MONDO INTRATTENIMENTO)
TIM SUPER FIBRA con DAZN e NOW	X	X	X		Fibra fino a 1 GIGA (Internet illimitato) - Chiamate illimitate verso tutti – TIM Vision + con DAZN e NOW
TIM SUPER FIBRA con TIM UNICA	X	X		X	Da fisso: Fibra fino a 1 GIGA (Internet fisso illimitato) - Chiamate illimitate verso tutti Da smartphone: Internet mobile illimitato
TIM SUPER FIBRA + OFFERTA MOBILE	X	X		X	Da fisso: Fibra fino a 1 GIGA (Internet fisso illimitato) - Chiamate illimitate verso tutti Da smartphone: minuti e SMS illimitati - 20 GIGA (6 Giga in UE)- illimitato con TIM UNICA
TIM Advance 4.5G	X	X	X	X	40 Giga con tecnologia di accesso 4.5 G (GIGA ILLIMITATI per clienti TIM con TIM UNICA) - Minuti e SMS illimitati - TIMMUSIC incluso (streaming illimitato su 50 milioni di brani)
TIM Advance 5G	X	X	X	X	50 Giga fino a 2 Gbps con tecnologia di accesso 5 G (GIGA ILLIMITATI per clienti TIM con TIM UNICA) - Minuti e SMS illimitati - TIMMUSIC incluso (streaming illimitato su 40 milioni di brani)
TIM Advance 5G UNLIMITED	X	X	X	X	Giga illimitati fino a 2 Gbps con tecnologia di accesso 5 G - Minuti e SMS illimitati - TIMMUSIC incluso (streaming illimitato su 40 milioni di brani)

⁵⁴ Sono escluse le offerte mobili, solo dati.

Fonte: sito web di TIM.

Da ultimo, si osserva come *offerte multiplay* siano presenti non solo su rete fissa, ma anche su rete mobile, dove TIM propone il servizio di musica in streaming TIMUSIC in *bundle* con le offerte di rete mobile (TIM Advance 4.5G, TIM Advance 5G, TIM Advance 5G UNLIMITED).

I mercati dei servizi di diffusione televisiva e radiofonica

Il mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su rete terrestre in tecnica digitale (c.d. broadcasting digitale)

Il Mercato dei servizi di diffusione televisiva su rete terrestre in tecnica digitale (c.d. *broadcasting digitale*) consiste nella cessione, da parte degli operatori di rete, di capacità trasmissiva ai fornitori di contenuti da destinare alla trasmissione del segnale televisivo terrestre mediante reti digitali. Gli operatori di rete sono i soggetti titolari del diritto di installazione, esercizio e fornitura di una rete di comunicazione elettronica su frequenze terrestri e di impianti di messa in onda, moltiplicazione, distribuzione e diffusione sulle risorse frequenziali (multiplex) che consentono la trasmissione dei programmi agli utenti. Oltre alla cessione di capacità trasmissiva, i servizi offerti dall'operatore di rete possono comprendere anche alcune servizi c.d. accessori, quali, ad esempio la manutenzione delle apparecchiature, il controllo della qualità del segnale, e la gestione degli apparati presenti nel cd *Head End* Televisivo (es. il multiplex, i codificatori, ecc.).

La capacità trasmissiva viene fornita dagli operatori di rete nazionali, che gestiscono uno o più multiplex, ai soggetti (fornitori di servizi di media audiovisivi) che necessitano di tale risorsa per fornire agli utenti finali i propri contenuti audiovisivi.

Le valutazioni sul grado di concorrenzialità e sulla presenza di eventuali operatori dominanti sono state condotte dall'Autorità nell'ambito del ciclo di analisi sui mercati⁵⁵ rilevanti dei prodotti e dei servizi e svolte in osservanza del quadro normativo comunitario per le reti e i servizi di comunicazione elettronica. In particolare con la delibera n. 24/11/CONS del 20 gennaio 2011, alla luce delle valutazioni svolte, l'Autorità ha stabilito che il mercato in questione non fosse più suscettibile di regolamentazione *ex ante*, pur prorogando fino al 31 dicembre 2012 o comunque sino al completamento del processo *switch-off* dal sistema trasmissivo analogico a quello digitale, gli obblighi regolamentari imposti agli operatori RAI e RTI al fine di evitare che le posizioni di forza riscontrate nel sistema analogico potessero riprodursi nel nascente sistema digitale. Le conclusioni sul grado di concorrenzialità del mercato hanno trovato conferma nella successiva analisi sulle modalità e condizioni di offerta della capacità trasmissiva sulle principali piattaforme trasmissive utilizzate per la diffusione di contenuti audiovisivi, svolta con delibera n. 283/14/CONS, che ha confermato l'esistenza, sulla piattaforma Digitale Terrestre, di un'ampia oltre che diversificata offerta di capacità trasmissiva disponibile a livello nazionale, riconducibile a 8 differenti operatori di rete.

Attualmente, alla luce delle risorse frequenziali pianificate dal Piano nazionale di assegnazione delle frequenze (PNAF), sono presenti n. 20 reti trasmissive (multiplex) a livello nazionale, le quali risultano essere assegnate a 8 operatori di rete nazionali: Rai – Radiotelevisione Italiana (Gruppo Rai), Elettronica Industriale (Gruppo Mediaset), e Persidera (F2i) che dispongono ciascuno di 5 multiplex; Cairo Network (Gruppo Cairo Communication), Prima TV, Premiata Ditta Borghini & Stocchetti di Torino (T.B.S. Television Broadcasting System), Europa Way (Centro Europa 7), 3elettronica Industriale (Wind Tre), che gestiscono un multiplex ciascuno.

Di tali 8 operatori, 6 appartengano a gruppi societari verticalmente integrati, mentre 2 (Persidera e Prima TV) sono gli operatori di rete non verticalmente integrati, che, non

⁵⁵ Delibera n. 544/07/CONS del 31 ottobre 2007: *Mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva per la trasmissione di contenuti agli utenti finali (mercato n. 18 fra quelli identificati dalla raccomandazione sui mercati rilevanti della Commissione Europea n. 2003/311/CE): identificazione ed analisi del mercato, valutazione di sussistenza di imprese con significativo potere di mercato*; delibera n. 159/08/CONS del 9 aprile 2008: *Mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva per la trasmissione di contenuti agli utenti finali (mercato n. 18 della raccomandazione della Commissione europea n. 2003/311/CE): individuazione degli obblighi regolamentari*; delibera 24/11/CONS del 20 gennaio 2011: *Mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva per la trasmissione di contenuti agli utenti finali (mercato n. 18 fra quelli identificati dalla Raccomandazione sui mercati rilevanti dei prodotti e dei servizi della Commissione europea)*; delibera n. 283/14/CONS *Chiusura dell'analisi sulle condizioni e modalità di utilizzo della capacità trasmissiva per la diffusione di contenuti audiovisivi, sulle principali piattaforme trasmissive, avviata con delibera n. 438/13/CONS*.

avendo legami societari con fornitori di contenuti, cedono la propria capacità trasmissiva esclusivamente a broadcaster terzi.

Nella Tabella 6 sono riportate le caratteristiche tecniche dei *multiplex* di cui il gruppo Mediaset è titolare.

Tabella 6

Principali caratteristiche dei multiplex nazionali assegnati al gruppo Mediaset					
Operatori nazionali	Multiplex	Standard trasmissivo	Frequenza principale	Numero trasmettitori	Capacità trasmissiva Mbit/s
Elettronica Industriale S.P.A.	Mediaset 1	Dvb-T	52	870	Omissis
Elettronica Industriale S.P.A.	Mediaset 2	Dvb-T	36	871	Omissis
Elettronica Industriale S.P.A.	Mediaset 3	Dvb-T	38	807	Omissis
Elettronica Industriale S.P.A.	Mediaset 4	Dvb-T	49	1541	Omissis
Elettronica Industriale S.P.A.	Mediaset 5	Dvb-T	56	802	Omissis

Fonte: Catasto nazionale delle frequenze radiotelevisive 2021

Per quanto riguarda gli impianti trasmissivi la seguente tabella mostra la ripartizione percentuale da parte degli operatori di rete in termini di numerosità degli impianti:

Tabella 7

Ripartizione della numerosità degli impianti trasmissivi fra operatori di rete		
Operatori di rete nazionali	Impianti DVB-T totali	Numero di impianti in %
Rai ^(*)	4.901	31,4%
Elettronica Industriale	4.891	31,3%
Persidera	3.616	23,2%
Altri	2.202	14,1%

Fonte: elaborazioni Agcom su dati del Catasto nazionale delle frequenze radiotelevisive

(*) Gruppo Rai attraverso la controllata al 100% Rai Way Spa proprietaria delle infrastrutture e degli impianti di trasmissione e diffusione dei segnali televisivi e radiofonici.

Le risorse frequenziali/Mux, che costituiscono l'elemento cruciale per la valutazione della forza economica di un operatore di rete, sono distribuite in modo eterogeneo tra tali soggetti, con i primi tre operatori, Rai, Elettronica Industriale e Persidera che ne detengono 5 ciascuna, seguiti dagli altri cinque operatori con una ciascuno.

Dalle informazioni raccolte nel corso del procedimento, è emerso che la quasi totalità della capacità trasmissiva viene impiegata dagli operatori per l'erogazione di servizi di diffusione televisiva (e, solo in minima parte per servizi accessori legati alla diffusione e/o per altre tipologie di servizi, come servizi interattivi, ecc.).

Per quanto riguarda gli operatori di rete verticalmente integrati, la maggior parte della capacità trasmissiva viene ceduta da tali operatori all'interno del proprio gruppo. Il resto della capacità trasmissiva viene ceduta a soggetti terzi, che, a loro volta, possono essere sia fornitori di contenuti indipendenti (ossia non riconducibili ad alcun gruppo che svolga anche l'attività di operatore di rete), sia fornitori di contenuti appartenenti a gruppi verticalmente integrati.

Riguardo alla capacità trasmissiva dei singoli multiplex, indipendentemente dalla configurazione di emissione (c.d. *System Variant*) adottata, tutti i multiplex, operano con una capacità trasmissiva abbastanza uniforme (circa 20-24 Mbit/s).

Elettronica Industriale S.p.A. è la società del gruppo Mediaset, essendo interamente controllata da R.T.I. – Reti Televisive Italiane S.p.A, che si occupa della realizzazione, manutenzione e gestione delle reti con le quali sono diffusi servizi media audiovisivi del medesimo gruppo Mediaset nonché di altri fornitori terzi.

In particolare, Elettronica Industriale gestisce, sui 5 multiplex, una quantità di capacità trasmissiva pari a circa **Omissis** Mbit/s e offre sia servizi di trasporto all'interno del proprio gruppo sia a soggetti terzi, che, a loro volta, possono essere anche fornitori di contenuti indipendenti (ossia non riconducibili ad alcun gruppo che svolga anche l'attività di operatore di rete digitale terrestre).

In dettaglio, attualmente i servizi media audiovisivi intragruppo trasportati sui multiplex gestiti da Elettronica Industriale, sono:

- MDS1: Premium Crime, Premium Stories, Premium Cinema 2⁵⁶;
- MDS2: 20 Mediaset, Cine 34, Focus, TOP Crime, Boing, Cartoonito;
- MDS3: Rete 4 HD, Canale 5 HD, Italia 1 HD, Mediaset Extra, Mediaset Italia 2;
- MDS4: Rete 4, Canale 5, Italia 1, Iris, La 5, TGCOM24;

⁵⁶ I programmi Premium Crime, Premium Stories, Premium Cinema 2 trasportati sul Mux MDS1 sono canali editi da RTI ceduti con la capacità trasmissiva a Sky tramite appositi accordi, per la diffusione e commercializzazione sulla propria offerta DTT.

- MDS5: Premium Action⁵⁷;

I servizi di media audiovisivi di fornitori terzi sono:

- MDS1: TV8, Cielo Sky Tg24, Sky Atlantic, FOX, Sky Sport Serie A HD;

- MDS2: QVC, Food Network;

- MDS5: Sky Uno, Sky Sport Uno HD, Sky Sport 24, Sky Sport Uno, Sky Sport Serie A.

Quanto poi alla natura dei servizi, la menzionata società offre esclusivamente un servizio in modalità “Full service” (servizi di ospitalità, assistenza e manutenzione delle reti digitali) all’operatore **Omissis**. In termini di ricavi da cessione di capacità trasmissiva e servizi accessori circa il **Omissis** dei ricavi totali sono ricavi di E.I. verso il gruppo Mediaset e circa il **Omissis**⁵⁸ sono ricavi di E.I. verso terzi.

A seguito dei dati riportati appare evidente come Mediaset attraverso la propria controllata Elettronica Industriale possa essere considerato come uno dei leader nel mercato dei servizi di diffusione televisiva su rete terrestre in tecnica digitale, possedendo il 25% delle risorse di rete (Frequenze/Mux) esercite ed operando una percentuale di capacità trasmissiva pari a circa il **Omissis** del totale⁵⁹. Tale valutazione è ulteriormente avvalorata dalla considerazione che le 5 reti trasmissive esercite da Elettronica Industriale dispongono di oltre il 30% degli impianti sul totale degli impianti eserciti da tutte e 20 le reti nazionali (Tabella n. 7). In ogni caso, dalle informazioni acquisite nel corso dell’istruttoria è altresì emerso che il gruppo Mediaset destina una quota significativa della capacità trasmissiva disponibile sui propri multiplex a fornitori di servizi di media terzi o indipendenti (ossia non riconducibili ad alcun gruppo che svolga anche l’attività di operatore di rete digitale).

A tale riguardo, si sottolinea che l’Autorità dopo aver svolto un’attività di monitoraggio sulle condizioni e modalità di utilizzo della capacità trasmissiva per la diffusione di contenuti audiovisivi sulle principali piattaforme trasmissive, fra cui, le reti televisive terrestri in tecnica digitale (cfr. delibera n. 283/14/CONS) ha continuato ad esercitare una costante azione di vigilanza su tali servizi diffusivi. L’insieme delle evidenze raccolte attraverso l’esercizio di tale funzione di controllo e nel corso del presente procedimento, confermano degli esiti di mercato perfettamente in linea con l’evoluzione maggiormente concorrenziale prospettata nell’ultimo ciclo di analisi del mercato dei servizi diffusivi su rete terrestre in tecnica digitale.

⁵⁷ Il programma Premium Action trasportato sul Mux MDS5 fa anch’esso parte dei programmi editi da RTI e ceduti con la capacità trasmissiva a Sky tramite appositi accordi, per la diffusione e commercializzazione sulla propria offerta DTT.

⁵⁸ Tale percentuale include anche i ricavi di Ospitalità/Manutenzione per reti di terzi **Omissis**.

⁵⁹ Elaborazione Agcom su dati del Catasto nazionale delle frequenze radiotelevisive.

Da ultimo, per completezza, occorre evidenziare che il descritto assetto concorrenziale del mercato, in prospettiva potrebbe essere caratterizzato da significativi cambiamenti conseguenti al programmato *refarming* della banda 700 MHz e l'entrata in vigore (30 giugno 2022) del nuovo Piano nazionale di assegnazione delle frequenze (delibera 39/19/CONS). Infatti, il nuovo PNAF prevede una riduzione da 20 a 12 del numero di *multiplex* nazionali nonché l'utilizzo dello standard di trasmissione DVB-T2 associato all'utilizzo di codifiche di sorgente più efficienti, come l'HEVC.

Il mercato nazionale dei servizi di diffusione radiofonica su rete terrestre

La tecnica analogica terrestre basata sulla modulazione di frequenza (FM: *Frequency Modulation*) è ancora la più utilizzata per la trasmissione di programmi radiofonici in Italia anche se la radio digitale terrestre (T-DAB) e quella via Internet (Internet radio o web radio) sono in una fase di rapido sviluppo. In tecnica analogica una frequenza trasporta un singolo programma radiofonico.

In base ai dati presenti nel Catasto Nazionale delle Frequenze, risultano, allo stato, censiti circa 9.700 impianti per le reti radiofoniche analogiche a diffusione nazionale, la cui classificazione per consistenza (n. di impianti) è riportata nella seguente Tabella 8:

Tabella 8

Programmi e impianti emittenti radiofoniche gruppo Mediaset			
Operatori nazionali	Programma	Numero trasmettitori	% Trasmettitori
Monradio S.R.L.*	R101	462	5%
Monradio S.R.L.*	RADIO ORBITAL	1	0%
Radio Mediaset S.P.A. - RMC Italia S.P.A.*	RADIO MONTE CARLO	337	3%
Radio Mediaset S.P.A. - Radio Studio 105 S.P.A.*	RADIO STUDIO 105	369	4%
Radio Mediaset S.P.A. - Virgin Radio Italy S.P.A.*	VIRGIN RADIO	312	3%

Fonte: elaborazioni Agcom

I servizi di diffusione sonora in tecnica analogica sono esclusivamente di natura intra-gruppo e sono eroganti secondo il modello dell'integrazione verticale.

In tale mercato la società Mediaset opera attraverso le reti destinate al trasporto di R101, Radio Orbital, Radio Monte Carlo, Radio Studio 105 e Virgin Radio.

Come osservato nella delibera n. 24/11/CONS, sebbene nel mercato radiofonico il principale ostacolo all'entrata di un nuovo operatore sia rappresentato dalla disponibilità di frequenze allocate per la trasmissione dei servizi radiofonici, la distribuzione di tali risorse frequenziali risulta essere piuttosto omogenea fra i diversi operatori. Tale considerazione ha condotto, pertanto, l'Autorità a non riscontrare nel mercato dei servizi radiofonici posizioni di dominanza singola o congiunta. Le informazioni e i dati acquisiti nel corso del presente procedimento non hanno mostrato significativi scostamenti rispetto all'analisi condotta in precedenza.

Sempre a tale riguardo, si ricorda che la radio digitale terrestre prevede l'utilizzo di multiplex che permettono di trasmettere su ogni frequenza una determinata quantità di programmi radiofonici. Con le attuali tecniche di compressione in Italia è possibile trasmettere in un *multiplex* fino a 24 programmi radiofonici con qualità superiore alla tecnica FM. Lo standard utilizzato in Italia per la radio digitale è il DAB+.

La "fase di avvio" delle trasmissioni radiofoniche terrestri in tecnica digitale, che risulta ancora in corso, è disciplinata dal Regolamento adottato dall'Autorità con delibera n. 664/09/CONS, così come integrata e modificata dalle delibere n. 567/13/CONS e n. 35/16/CONS). Il Regolamento dispone che le trasmissioni siano effettuate mediante l'insieme delle modalità di diffusione dei segnali digitali derivate dallo standard ETSI 300 401, secondo gli standard di codifica DAB+ (ETSI TS 102 563) e DMB (ETSI TS 102 428). Inoltre, il regolamento prevede nella fase di avvio dei mercati, che i diritti di uso delle radiofrequenze per le trasmissioni radiofoniche terrestri in tecnica digitale in ambito nazionale e locale, stante l'esigenza di ottimizzare l'utilizzazione delle risorse radioelettriche scarse, siano rilasciati esclusivamente a società consortili. Le società consortili che ottengono i diritti di uso delle radiofrequenze per le trasmissioni radiofoniche terrestri in tecnica digitale in ambito nazionale possono essere esclusivamente partecipate, con quote paritetiche, da concessionari per la radiodiffusione sonora in ambito nazionale di cui all'articolo 3, comma 12 del presente regolamento, che hanno ottenuto l'autorizzazione per l'attività di fornitore di programmi radiofonici in tecnica digitale.

Nel merito, in linea con quanto disposto dal Regolamento, sono operanti in ambito nazionale due operatori di rete privati costituiti in società consortili ("DAB Italia" e "EuroDAB Italia") e RAI S.p.A..

Il multiplex del consorzio EURODAB trasporta circa 18 programmi radiofonici (di cui tre del gruppo Mediaset: Radio Monte Carlo, Virgin Radio, Subasio XL), mentre il Mux DAB ITALIA trasporta circa 18 programmi radiofonici (di cui uno del gruppo Mediaset: Radio Studio 105. Tale emittente radiofonica è socio della società consortile DAB ITALIA).

La scelta operata dal legislatore del modello di offerta dei servizi di radiodiffusione sonora terrestre in tecnica digitale (DAB+), fondato sulla separazione verticale fra gli operatori di rete e fornitori di programmi radiofonici risulta orientato a favorire una gestione ottimale di una risorsa scarsa e allo sviluppo di un'offerta dei servizi radiofonici in senso pluralistico e concorrenziale. A tale riguardo, con le modifiche ed integrazioni al Regolamento operate con delibera n. 455/19/CONS è stata introdotta una specifica disciplina sulle condizioni e le modalità di accesso alla capacità trasmissiva da parte di fornitori di contenuti indipendenti, al fine di promuovere l'arricchimento dell'offerta di programmi disponibili per l'utenza nonché di assicurare lo sviluppo del mercato delle trasmissioni radiofoniche terrestri in tecnica digitale, in senso aperto, equilibrato e pluralista.

L'Autorità continuerà ad esercitare un'azione di monitoraggio e intervento nel mercato al fine di assicurare una maggiore apertura della piattaforma radiofonica digitale, in coerenza con i principi guida del pluralismo e della concorrenza.

5.2. I mercati del Sistema Integrato delle Comunicazioni (SIC)

I mercati dei servizi di media audiovisivi

Come evidenziato nella delibera n. 41/17/CONS⁶⁰, nel settore dei servizi di media audiovisivi, ai fini della tutela del pluralismo, i mercati rilevanti del prodotto sono quello dei servizi di media audiovisivi in chiaro e quello dei servizi di media audiovisivi a pagamento, ciascuno dei quali ricomprende tutte le risorse economiche che finanziano la relativa attività. Infatti, in considerazione dell'obiettivo di tutela da realizzare, l'attività finanziata da fondi pubblici (in particolare, il servizio pubblico radiotelevisivo e multimediale) e le risorse che la sostengono acquistano un ruolo centrale nell'ampliamento e nell'arricchimento dell'offerta di contenuti a disposizione dei cittadini.

Il Gruppo Mediaset è attivo sia nell'offerta al pubblico di servizi di media audiovisivi in chiaro e a pagamento, diffusi in modalità multiplatforma, sia nella raccolta pubblicitaria, effettuata attraverso concessionarie⁶¹ appartenenti al medesimo Gruppo, sia nella radiofonia con il network del gruppo Radiomediaset S.p.A. e Monradio S.r.l.

Il Gruppo Tim è attivo nell'offerta al pubblico di servizi di media audiovisivi a pagamento diffusi su Internet con il marchio TIM Vision.

⁶⁰ Delibera n. 41/17/CONS recante “*Individuazione dei mercati rilevanti nel settore dei servizi di media audiovisivi, ai sensi dell'articolo 43, comma 2, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177. (fase 1)*”.

⁶¹ Oltre al Gruppo Mediaset, sono attivi nel suddetto mercato, nel versante della raccolta pubblicitaria, numerosi altri soggetti, tra i quali: Rai Pubblicità; Cairo Pubblicità; Sky Pubblicità; Discovery Media; Open Space Pubblicità S.r.l..

Il mercato nazionale dei servizi di media audiovisivi in chiaro

Nel mercato dei servizi di media audiovisivi in chiaro in ambito nazionale operano i fornitori di servizi di media autorizzati a diffondere contenuti, in ambito nazionale, sulla rete digitale terrestre, digitale satellitare e su Internet, finanziati sia dalla raccolta pubblicitaria sul mezzo televisivo, per l'offerta di servizi di natura commerciale, sia da fondi pubblici, per l'offerta di servizi pubblici radiotelevisivi e multimediali.

L'ambito merceologico di tale mercato comprende l'offerta in chiaro di servizi di media audiovisivi⁶², inclusiva delle risorse economiche che finanziano la relativa attività (raccolta pubblicitaria e fondi pubblici).

Sotto il profilo geografico, il mercato in questione ha dimensione nazionale.

Il mercato è caratterizzato dalla presenza di due operatori storici (RAI - Radiotelevisione Italiana e il Gruppo Mediaset) che, nel 2020, detengono congiuntamente oltre il 90% dei ricavi complessivi. Sono, altresì attivi, nel medesimo ambito di riferimento, gruppi nazionali (fra cui, Cairo Communication) e internazionali (Comcast/Sky, Discovery, ViacomCBS) che offrono diversi canali e programmi in chiaro.

L'offerta televisiva in chiaro di Mediaset (Tabella 9), edita dalla controllata R.T.I. S.p.A. e dalle altre società del gruppo, comprende oltre ai 3 marchi storici Canale 5, Italia 1 e Rete 4, ulteriori 16 marchi⁶³, diffusi principalmente su piattaforma DTT (e in simulcast su satellite⁶⁴ e in *live streaming*).

⁶² Oltre al Gruppo Mediaset, sono attivi nel suddetto mercato, con l'offerta di servizi di media audiovisivi in chiaro, numerosi altri soggetti, tra i quali RAI - Radiotelevisione Italiana, il Gruppo Comcast/Sky, il Gruppo Cairo Communication, il Gruppo Discovery, il Gruppo ViacomCBS, il Gruppo Sciscione, il Gruppo RTL 102.5..

⁶³ In particolare, i marchi editi da R.T.I. S.p.A. su DTT, DTH e in live streaming: 20 (lanciato nel 2018), Cine34 (lanciato nel 2020), Focus (lanciato nel 2018), Iris (lanciato nel 2007), Italia 2 (lanciato nel 2019), La 5 (lanciato nel 2010), Mediaset Extra (lanciato nel 2010), Tgcom24 (lanciato nel 2011), Top Crime (lanciato nel 2013); i marchi di genere bambini/ragazzi editi da Boing S.p.A. (*joint venture* con Turner Broadcasting System Europe): Boing (lanciato nel 2004) e Boing Plus (lanciato nel 2019) disponibili su DTT, Cartoonito (lanciato nel 2011) su DTT e DTH; il marchio edito da Monradio S.r.l. R101 TV (lanciato nel 2014), disponibile su DTT e in live streaming; il marchio edito da Radiomediaset S.p.A. Radio 105 TV (lanciato nel 2019), disponibile su DTT e in live streaming; il marchio edito da Radiomontecarlo S.p.A. Radio Monte Carlo Tv (lanciato nel 2018) su DTH; il marchio edito da Virgin Radio Italy S.p.A. Virgin Radio TV (lanciato nel 2018), disponibile su rete DTT e in live streaming (Cfr. Gruppo Mediaset, *Bilancio consolidato e Bilancio d'esercizio 2020*, p. 44).

⁶⁴ Tramite la piattaforma satellitare gratuita Tivùsat.

Tabella 9

Marchi offerti in chiaro dalle società del Gruppo Media				
Editore		Marchio	LCN DTT	Smav su altre reti
R.T.I. S.p.A.		Rete4 HD / Rete4	4	www.mediasetplay.mediaset.it e su app Mediaset Infinity
		Canale5 HD / Canale5	5	
		Italia1 HD / Italia1	6	
		20	20	
		Iris	22	
		La 5	30	
		Cine34	34	
		Focus	35	
		Top Crime	39	
		Mediaset Extra	55	
		Italia 2	66	
		Tgcom24	51	www.mediasetplay.mediaset.it www.tgcom24.mediaset.it , su app TgCom24 e Mediaset Infinity
Boing S.p.A.		Boing	40	www.mediasetplay.mediaset.it , su app Boing App e Mediaset Infinity
		Boing Plus	45	
		Cartoonito	46	www.mediasetplay.mediaset.it su app Cartoonito App e Mediaset Infinity
Radiomediaset S.p.A.	Radiomediaset S.p.A.	Radio 105	157	www.mediasetplay.mediaset.it www.105.net , su app Radio 105 e Mediaset Infinity
	Virgin Radio Italy S.p.A.	Virgin Radio	257	www.mediasetplay.mediaset.it www.virginradio.it , su app Virgin Radio Italy e Mediaset Infinity
	Radiomontecarlo S.p.A.	Radio Monte CarloTv	/	www.mediasetplay.mediaset.it www.radiomontecarlo.net , su app Radio Monte Carlo - RMC e Mediaset Infinity
Monradio S.r.l.		R101 Tv	167	www.mediasetplay.mediaset.it www.r101.it e su app R101 e Mediaset Infinity

Fonte: documentazione acquisita agli atti del procedimento.

Attraverso accordi di ridistribuzione, tutti i canali *free-to-air* del Gruppo sono altresì visibili sulla piattaforma satellitare *pay* e nell'offerta IP dell'operatore Sky Italia, per la visione nell'ambito del *bouquet* offerto ai clienti Sky; tutti i canali gratuiti editi da R.T.I. S.p.A., nonché il servizio di *catch-up* tv 7 giorni denominato “Mediaset – Rivedi la TV” sono inoltre presenti sulla piattaforma Tim Vision per l'offerta verso i clienti TIM.

Sotto il profilo delle *audience*, negli ultimi 3 anni il Gruppo Mediaset si è collocato stabilmente al secondo posto fra gli operatori attivi nel mercato esaminato, registrando attraverso l'insieme dei propri programmi gratuiti una *share* nel giorno medio annuale sempre superiore al 30%⁶⁵. Nel 2020, con 3,5 milioni di telespettatori nel giorno medio, la quota di Mediaset si è attestata, infatti, su un valore del 31% degli ascolti complessivi.

Circoscrivendo l'analisi ai programmi di informazione primaria (i telegiornali) si conferma la rilevanza del Gruppo Mediaset. L'analisi dell'evoluzione degli ascolti delle edizioni serali dei telegiornali nel giorno medio annuale, conferma il Tg5 fra i più seguiti (con circa 4,6 milioni di ascoltatori nel 2020) considerando i telegiornali diffusi nella medesima fascia oraria (Tg1 e Tg La 7), sia le edizioni serali dei telegiornali andati in onda in fasce orarie differenti di operatori terzi (Tg R, Tg3, Tg2) e del Gruppo (Tg4, Studio Aperto)⁶⁶.

La raccolta pubblicitaria per i marchi televisivi del Gruppo è effettuata attraverso concessionarie pubblicitarie interne allo stesso, che, per conto dell'editore, si occupano del processo di negoziazione e della concreta compravendita degli spazi pubblicitari con inserzionisti e centri media. L'editore, ad esito della compravendita e del trasmesso, iscrive come ricavo, a bilancio, il c.d. "retrocesso", ovvero quanto fatturato dalla concessionaria pubblicitaria al netto di quanto da quest'ultima trattenuto sulla base di un contratto che regola la ripartizione del fatturato tra i due soggetti.

In particolare, la società Publitalia '80 S.p.A. è la concessionaria di riferimento del Gruppo Mediaset, che ne è l'azionista di controllo, per il tramite della società Mediaset Italia S.p.A., per quanto attiene al mercato dei servizi di media audiovisivi in chiaro. La società effettua la raccolta pubblicitaria per tutti i marchi *free-to-air* editi da R.T.I. S.p.A., su tutte le piattaforme con esclusione di quella IP, e, inoltre, raccoglie la pubblicità per i marchi *Boing*, *Boing Plus* e *Cartoonito*, editi dalla società Boing S.p.A., offrendo pubblicità tabellare, non tabellare e formati avanzati (*long video*, *product placement*, *addressable* su tv connesse), anche in ottica convergente.

⁶⁵ Nella *share* di Mediaset sono considerati i seguenti canali: Canale 5, Italia 1, Rete 4, Boing, Boing Plus, Cartoonito, Iris, La5, Cine 34, Italia 2 Mediaset Top Crime, 20, Mediaset Extra, Mediaset Extra Focus Tgcom 24. Cfr. Auditel, Sintesi Annuale 2020, Emittenti Nazionali, Giorno medio annuale, Fasce standard, Dati Live+ Vosdal + TS cumulato +7.

⁶⁶ Elaborazioni Agcom su dati Auditel (Nielsen).

Publitalia '80 (cfr. Tabella 11) detiene quindi partecipazioni in altre concessionarie pubblicitarie: Digitalia '80 S.r.l.⁶⁷, Mediamond S.p.A.⁶⁸, e, dal 27 marzo 2020, Beintoo S.r.l., società specializzata nel settore del *mobile data advertising*.

Tabella 10

Società partecipate da Publitalia '80 S.p.A.			
Denominazione	Data inizio partecipazione	% possesso	Tipo diritto
Beintoo S.p.A.	13/07/2020	81,03 %	Proprietà
Adtech Ventures S.p.A.	27/07/2017	50 %	Proprietà
Mediamond S.p.A.	05/08/2009	50 %	Proprietà
Radio e Reti S.r.l.	30/06/1994	10 %	Proprietà
Digitalia '08 S.r.l.	27/05/1994	100 %	Proprietà

Fonte: InfoCamere S.C.p.A..

L'offerta gratuita del Gruppo Mediaset come sopra rappresentata si articola anche sulla rete IP, prevalentemente sulla piattaforma proprietaria denominata *Mediaset Play Infinity* (già *Mediaset Play*), servizio di *streaming* multimediale lanciato e gestito da R.T.I. Interactive Media, raggiungibile su *web browsers*, su dispositivi mobili tramite *app* per Android e iOS e sulle Smart TV (tramite *app* e anche attraverso lo standard HBBTV e MHP, con un'applicazione a cui si può accedere dai canali lineari).

Il mercato nazionale dei servizi di media audiovisivi a pagamento

Il mercato della vendita al dettaglio dei servizi televisivi a pagamento (mercato della *pay-tv*), di dimensione geografica nazionale, coincide con il mercato complessivo dei servizi televisivi a pagamento, che possono essere diffusi sulle piattaforme satellitare (DTH), digitale terrestre (DTT) e IP. L'ambito merceologico di tale mercato comprende l'offerta di servizi di media audiovisivi a pagamento, inclusi i servizi audiovisivi a pagamento *online*, inclusiva delle risorse economiche che finanziano la relativa attività. Sotto il profilo geografico, il mercato della *pay-tv* ha dimensione nazionale in considerazione del regime normativo e regolatorio, delle barriere linguistiche, di fattori culturali nonché in ragione del fatto che i diritti audiovisivi per i contenuti trasmessi attraverso il mezzo televisivo sono generalmente limitati al solo territorio nazionale.

⁶⁷ Digitalia '08 S.r.l. effettua la raccolta pubblicitaria per l'offerta a pagamento.

⁶⁸ Mediamond S.p.A., *joint venture* paritetica tra Publitalia'80 e Mondadori Pubblicità (per il tramite di Direct Channel S.p.A.), raccoglie la pubblicità su Internet per i canali afferenti al Gruppo Mediaset, in sub-concessione da Publitalia '80, ed effettua, inoltre, la raccolta della pubblicità radiofonica delle radio del Gruppo Mediaset, nonché per le testate stampa di Arnoldo Mondadori Editore.

Tra le offerte televisive a pagamento rientrano, oltre a quelle disponibili in lineare sulle piattaforme satellitare e digitale terrestre (*pay-tv*, *pay-per-view*), anche quelle fruibili *on demand* attraverso il web: abbonamenti, *subscription video on demand* S-VOD, singole transazioni per il noleggio a tempo di specifici contenuti, *transaction video on demand* T-VOD o acquisto di singoli prodotti, *Electronic Sell Through*⁶⁹.

Il mercato è caratterizzato dalla presenza di un operatore *leader* (Comcast/Sky) e da piattaforme globali (Netflix, Amazon e, a partire dal 2020, anche Walt Disney) che stanno acquisendo posizioni crescenti nel segmento dell'offerta dei servizi a pagamento sul *web*.

A seguito della dismissione delle attività relative al servizio *pay-tv* su piattaforma digitale terrestre denominato *Mediaset Premium*, dal 1° giugno 2019 il Gruppo Mediaset ha dismesso i servizi *Premium Online* e *Premium Play* e diffonde sei canali a pagamento⁷⁰, in esclusiva, all'interno dell'offerta di servizi di media a pagamento di Sky Italia S.r.l., sia sulla piattaforma digitale terrestre sia su quella satellitare⁷¹.

Tabella 11

Marchi offerti dalle società del Gruppo Mediaset nell'ambito di <i>bouquet</i> a pagamento				
Editore	Marchio	LCN DTT	LCN DTH ⁷²	Snav su altre reti
R.T.I. S.p.A.	<i>Premium Action</i>	459	125	Premium su Infinity
	<i>Premium Crime</i>	460	118	
	<i>Premium Stories</i>	462	122	
	<i>Premium Cinema 1</i>	463	313	
	<i>Premium Cinema 1 (+24)</i>	/	314	
	<i>Premium Cinema 2</i>	464	315	
	<i>Premium Cinema 3</i>	465	316	

Fonte: documentazione acquisita agli atti del procedimento.

⁶⁹ Sulla definizione del mercato dei servizi di media audiovisivi a pagamento, si veda in particolare l'allegato A alla delibera n. 41/17/CONS, cit..

⁷⁰ L'offerta di canali editi da R.T.I. S.p.A. nei *bouquet* a pagamento si compone dei marchi: *Premium Action*, dedicato a un target soprattutto maschile, di teen e uomini di 20-54 anni; *Premium Stories*, rivolto a un target di uomini e donne tra i 20 e i 54 anni; *Premium Crime*, destinato a un pubblico di età compresa tra i 25 e i 54 anni; *Premium Cinema1*, destinato principalmente ad un pubblico di uomini e donne tra i 15 e i 54 anni; *Premium Cinema2*, destinato principalmente ad un pubblico di donne tra i 15 e i 64 anni; *Premium Cinema3*, destinato principalmente ad un pubblico di uomini tra i 25 e i 64 anni; a questi si aggiunge *Premium Cinema1+24*, visione in differita +24 del palinsesto di Cinema1.

⁷¹ Il *bouquet* è offerto anche all'interno della propria offerta su Internet con il servizio denominato *Premium su Infinity*.

⁷² Tramite la piattaforma satellitare di Sky.

Il Gruppo Mediaset è attivo anche con l'offerta al pubblico di un servizio di media audiovisivo a pagamento⁷³ sulla rete IP, denominato *Infinity+*⁷⁴, disponibile in associazione all'offerta *Mediaset Play Infinity* (fino a marzo 2021 le due offerte *online*, *free* e *pay*, erano commercializzate separatamente), finanziato da abbonamenti (S-VOD), singole transazioni (noleggio T-VOD o acquisto EST) e dalla raccolta pubblicitaria, effettuata attraverso concessionarie pubblicitarie appartenenti al medesimo Gruppo.

Una parte dell'offerta *Infinity+* viene inoltre resa disponibile attraverso accordi di distribuzione sulla piattaforma *Amazon Prime Video* col nome di *Infinity Selection*, che rende disponibile una selezione di film italiani e internazionali.

Al fine della distribuzione del servizio, Mediaset utilizza una propria rete distributiva (progettata e realizzata dalla stessa Mediaset) che consente di rendere accessibili, attraverso l'open Internet, i server applicativi e di *streaming* video che permettono l'erogazione del portale di accesso al servizio e la distribuzione dei contenuti. I contenuti sono distribuiti tramite Content Delivery Network (CDN), mediante accordi contrattuali con operatori del settore (Tim, in partnership con Akamai, e Lumen).

La raccolta pubblicitaria dei marchi editi da R.T.I. S.p.A. nei *bouquet* a pagamento è affidata in sub-concessione alla controllata Digitalia '08 S.r.l. per la diffusione su piattaforma digitale terrestre e a Mediamond S.p.A. per la rete IP.

Nel mercato dei servizi di media audiovisivi a pagamento opera anche il Gruppo Telecom Italia attraverso la piattaforma proprietaria Tim Vision, la quale utilizza un'architettura di servizio che consente la trasmissione di contenuti in modalità *streaming* sia di tipo *live* che *on demand*⁷⁵.

Il servizio è composto essenzialmente da un catalogo di contenuti e da diversi servizi integrati offerti al pubblico in *bundle*, fruibili sia con decoder dedicato Tim Box (a noleggio) sia su Smart TV, Web, smartphone, PC e tablet compatibili.

⁷³ Si rileva che in data 20 maggio 2019 l'Autorità garante della concorrenza e del mercato ha autorizzato con misure l'operazione di concentrazione C12207 (R2/Sky), consistente nell'acquisizione di alcuni asset della televisione a pagamento sulla piattaforma digitale terrestre di Mediaset Premium S.p.A. da parte di Sky Italian Holding S.p.A. (Gruppo Sky). L'operazione non si è completamente realizzata e parte della società R2 S.r.l. è stata restituita al Gruppo Mediaset. A seguito di tale parziale cessione, la società Mediaset Premium S.p.A. ha smesso di operare direttamente con l'offerta al pubblico di servizi di media audiovisivi a pagamento su piattaforma digitale terrestre.

⁷⁴ Oltre al Gruppo Mediaset, sono attivi nel suddetto mercato dei servizi di media audiovisivi a pagamento, i servizi del Gruppo Comcast/Sky, il servizio di media a richiesta TIM Vision, il servizio di media a richiesta Netflix, il servizio di media a richiesta Amazon Prime, il servizio di media lineare e a richiesta Dazn, il servizio di media a richiesta Disney+, il servizio di media a richiesta Chili, Eurosport, Apple tv+, Rakuten e altri.

⁷⁵ Telecom dispone di un'infrastruttura dedicata per l'acquisizione, gestione, transcodifica e distribuzione dei canali live con risoluzione fino a FullHD e 4K.

In particolare, sono offerti nella piattaforma:

- serie, film e cartoni fruibili in modalità *free (flat* o in modalità *pay-per-view* nella sottosezione *Videostore*) ai sottoscrittori dell'offerta telefonica Telecom inclusiva del servizio Tim Vision o, nelle medesime modalità, ai sottoscrittori dell'offerta Tim Vision *stand alone*;
- produzioni originali Tim Vision⁷⁶.
- contenuti c.d. *replay*, ovvero contenuti editi da editori terzi offerti da Telecom ai propri clienti, quali servizi di media editi da società del Gruppo Mediaset trasmessi negli ultimi 7 giorni o i servizi di media Sky Uno, Sky Arte, Sky TG24 e Sky Sport 24 editi da società del Gruppo Sky;
- offerte in *bundle* di abbonamenti a servizi offerti da *provider* terzi, distinguibili tra servizi inclusi nell'abbonamento Tim Vision (in questo caso si ha accesso ai contenuti di tali *provider* direttamente tramite l'abbonamento con Tim e quindi il cliente riceve nella fattura di Tim un unico addebito) o non inclusi nell'abbonamento Tim Vision (in questo caso il cliente Tim dovrà stipulare un abbonamento separato col *provider* e la piattaforma di Tim Vision sarà solo un possibile portale da cui accedere al contenuto del *provider*); in particolare, i provider terzi per i quali è possibile sottoscrivere un'offerta tramite Tim Vision sono il Gruppo Discovery, Eurosport Player, Dazn, Netflix, Disney+ e Now Tv del Gruppo Sky.

A seconda dei contenuti inclusi, il servizio si distingue in:

- Tim Vision Light: proposto in *bundle* con le offerte di rete fissa Tim, attualmente incluso nelle offerte di rete fissa Tim Connect e TimxTe ancora in commercializzazione e Tim SUPER, Tim SMART attivate prima del 28 marzo 2021; il prezzo di Tim Vision light è incluso nelle anzidette offerte di rete fissa disponibili solo per clienti Tim che comunque possono decidere di sottoscrivere anche il pacchetto Tim Vision. Tim Vision light non include i seguenti contenuti: Eurosport Player, Discovery+ ed i canali lineari Sky (Sky Uno, Sky Arte, Sky Tg24, Sky Sport 24). È sempre possibile acquistare/noleggiare a pagamento contenuti aggiuntivi (film e serie) rispetto al catalogo incluso, disponibili nella sezione *Videostore*;

⁷⁶ Le produzioni TIM Vision sono contenuti originali di cui Telecom Italia detiene tutti i diritti al 100% e ne è proprietaria, configurandosi anche come committente e affidando a case di produzione un incarico di realizzazione della Produzione Esecutiva del prodotto di cui Telecom Italia segue tutte le fasi, dai casting alla postproduzione. A queste vanno aggiunte alcune co-produzioni rispetto alle quali Telecom Italia detiene solo una parte dei diritti di sfruttamento.

- *Tim Vision Plus*: in vendita in modalità *stand alone* attualmente offerto al prezzo è 6,99€ al mese, disponibile per clienti Tim e per i clienti di altri operatori fissi e mobili. L'offerta include i canali in diretta Eurosport 1 e Eurosport 2 e i canali extra, qualora disponibili, trasmessi per la copertura totale dei grandi eventi sportivi (Eurosport player è inclusa per 12 mesi nell'offerta Tim Vision (al termine è disponibile al costo di 3€/mese).

Solo per i clienti di rete fissa Tim è possibile sottoscrivere opzionalmente anche una serie di pacchetti audiovisivi (qualora il cliente Tim dovesse cessare dall'offerta della linea fissa, potrà comunque continuare ad usufruire degli stessi pacchetti ai medesimi prezzi, inclusa la fruizione di eventuali promozioni in essere): *Mondo Intrattenimento*, *DAZN* e *NOW TV*, *Mondo Disney* e *Mondo Netflix* (le offerte sono attivabili da clienti Tim che abbiano già attivo il servizio Internet di rete fissa).

Il traffico dati per la visione dei contenuti, nel caso di clienti non Tim, non è incluso.

Il mercato dei servizi radiofonici in ambito nazionale

Il settore della radiofonia italiana risulta caratterizzato dalla coesistenza di soggetti operanti su diversi bacini di servizio, con la previsione di specifici titoli abilitativi per lo svolgimento dell'attività radiofonica in ambito nazionale e locale e a seconda delle modalità tecnologiche utilizzate.

Nello specifico, la radiodiffusione sonora terrestre in tecnica analogica (FM) è tutt'ora soggetta al regime concessorio delineato dal legislatore nel 1990 con la legge 6 agosto n. 223 (*Legge Mammi*) e i soggetti attualmente presenti sul mercato operano, integrati verticalmente, in virtù di titoli rilasciati in applicazione di tale norma.

Per quanto attiene alla radiodiffusione sonora terrestre in tecnica digitale (DAB+), la normativa prevede una disintegrazione verticale tra l'esercizio dell'attività di fornitore di programmi radiofonici e l'attività di operatore di rete, prevedendo altresì titoli abilitativi diversi, sia in ambito nazionale che locale⁷⁷.

Come indicato nelle delibere n. 506/17/CONS e delibere n. 389/19/CONS il mercato dei servizi radiofonici in ambito nazionale è rappresentato dall'ambito merceologico e

⁷⁷ Per una puntuale ricostruzione del regime vigente in materia di titoli abilitativi nel settore radiofonico si rinvia alla Delibera n. 506/17/CONS, recante “*Individuazione del mercato rilevante nel settore della radiofonia, ai sensi dell'articolo 43, comma 2, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177. (fase 1)*” e alla Delibera n. 389/19/CONS, recante “*Analisi del mercato rilevante nel settore della radiofonia e accertamento dell'insussistenza di posizioni dominanti o comunque lesive del pluralismo, ai sensi dell'articolo 43, comma 2, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177. (fase 2)*”.

geografico nel quale le imprese del settore radiofonico sono in concorrenza fra di loro, comprensivo di tutte le risorse economiche che finanziano la relativa attività.

Stante la natura a due versanti della fornitura di servizi di media radiofonici, nella totalità dei servizi offerti nel mercato nazionale il modello di *business* prevede la fornitura gratuita del servizio agli utenti (nel versante dei radioascoltatori), a fronte di un prezzo maggiore di zero pagato dagli inserzionisti pubblicitari al fornitore dei servizi di media (nel versante della raccolta pubblicitaria). In tale contesto, nel complesso delle fonti generali di finanziamento delle attività (da fondi pubblici o da raccolta pubblicitaria), si rileva che la natura nazionale o locale dei ricavi da pubblicità sulla radio rappresenta un indicatore utile ai fini della segmentazione del mercato dei servizi radiofonici in ambito nazionale e locale, in quanto la concorrenza fra imprese nei distinti mercati si sviluppa proprio nell'intento di conseguire rispettivamente entrate da pubblicità nazionale ed entrate da pubblicità locale. Secondo tale impostazione, pur in presenza di titoli abilitativi distinti per i differenti ambiti di diffusione, le emittenti e le concessionarie di pubblicità che raccolgono pubblicità radiofonica nazionale (in modo esclusivo ovvero congiuntamente alla pubblicità radiofonica locale) sono considerate dall'Autorità concorrenti nel mercato nazionale dei servizi radiofonici e i relativi ricavi calcolati in tale ambito. Le imprese (emittenti locali e concessionarie pubblicitarie) che, invece, realizzano ricavi da raccolta pubblicitaria esclusivamente dalla vendita di inserzioni locali sono incluse nei mercati locali dei servizi radiofonici. Come nel mercato dei servizi di media audiovisivi, il valore della pubblicità riconducibile ai servizi di media radiofonici comprende sia la pubblicità tabellare che non tabellare, ma non include i ricavi derivanti dalla raccolta pubblicitaria *online*, configurandosi in tal caso un altro mercato rilevante.

L'attuale configurazione del mercato dei servizi radiofonici per la radiodiffusione sonora terrestre in tecnica analogica in modulazione di frequenza, per quanto attiene ai soggetti titolari di concessione e/o autorizzazione in ambito nazionale, ricomprende oggi:

- i. la concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo esercisce 7 reti radiofoniche⁷⁸;
- ii. 15 concessioni⁷⁹ e 2 autorizzazioni⁸⁰ rilasciate a soggetti privati.

Tutti i soggetti esercenti la radiofonia analogica in ambito nazionale in FM sono oggi attivi su altre piattaforme (radiofonica digitale DAB+, televisiva digitale DVB-T nell'arco di numerazione dedicato alla radiodiffusione sonora, satellite, reti di comunicazione

⁷⁸ Tutte le 7 attuali reti trasmettono in FM, Rai Radio 1 anche in AM.

⁷⁹ Rilasciate, ai sensi dell'art. 16 della Legge Mammi, con Decreto di concessione per l'esercizio della radiodiffusione sonora privata rilasciato dall'allora Ministero delle Poste e Telecomunicazioni, nel 1994.

⁸⁰ Autorizzazioni per la ripetizione del segnale estero ai sensi dell'articolo 38 della legge n. 103/1975 ora equiparate alle concessioni nazionali.

elettronica IP) attraverso la ritrasmissione in *simulcast* della propria programmazione radiofonica.

Come evidenziato nella delibera n. 389/19/CONS, il mercato è caratterizzato dalla presenza di un operatore storico (Rai – Radiotelevisione italiana), con una quota nel 2017 del 31%, seguito da Mediaset con il 15,4% che ha visto crescere la propria rilevanza in seguito alle operazioni di concentrazione che hanno interessato il settore radiofonico, nonché da importanti e qualificati concorrenti con quote di mercato non distanti da quella del secondo operatore⁸¹. La posizione degli operatori trova conferma anche nelle stime per il 2020.

In tale mercato, il Gruppo Mediaset è entrato a partire dal 2016, ed opera attraverso la società Radiomediaset S.p.A.⁸², preposta alla gestione delle attività radiofoniche del Gruppo su tutte le piattaforme trasmissive, a sua volta attraverso società titolari dei necessari titoli abilitativi.

Radiomediaset, controllata al 100% dalla società R.T.I. S.p.A., a sua volta sottoposta al controllo esclusivo di Mediaset S.p.A., controlla al 100% le società Radio Studio 105 S.p.A., Radio Subasio S.r.l. e Radio Aut S.r.l., R M C Italia S.p.A. e al 99% la società Virgin Radio Italy S.p.A., tutti soggetti esercenti l'attività di radiodiffusione sonora analogica e digitale e attivi anche nella fornitura di servizi di media audiovisivi.

Tabella 12

Concessioni/autorizzazioni per la radiodiffusione sonora terrestre analogica in ambito nazionale rilasciate a società del Gruppo Fininvest/Mediaset				
Emittenti			Marchio	Tipologia
Gruppo Fininvest	Monradio S.r.l.		<i>R101</i>	Commerciale
			<i>Radio Orbital</i>	Commerciale
	Radiomediaset S.p.A.	R m c Italia S.p.A. ⁸³	<i>Radio Montecarlo</i>	Commerciale
		Radio studio 105 S.p.A.	<i>Radio studio 105</i>	Commerciale
		Virgin Radio Italy S.p.A.	<i>Virgin radio</i>	Commerciale

Fonte: Agcom

⁸¹ Cfr. Allegato A alla delibera n. 389/19/CONS, pp. 50 e ss.

⁸² Nata nel 2016 a seguito dell'acquisizione da parte di R.T.I. delle emittenti del Gruppo Finelco (che ha successivamente modificato la ragione sociale in Radiomediaset), completata nel 2018 con Radio Montecarlo S.p.A..

⁸³ La società RMC Italia S.r.l. (dal 2016 S.p.A.) è titolare di autorizzazione ex art. 38 della legge n. 103/1975 per la ripetizione del segnale estero equiparata alle concessioni radiofoniche nazionali (det. MiSE del 19 febbraio 2015).

I marchi radiofonici editi da Radiomediaset in FM sono, per il tramite della società Radio Studio 105 S.p.A., *Rete 105*; per il tramite della società Virgin Radio Italy S.p.A., *Virgin Radio*; per il tramite della società RMC Italia S.p.A., *RMC Radio Montecarlo*, per il tramite della società Radio Subasio S.r.l., *Radio Subasio* e *Radio Subasio Più*; per il tramite della società Radio Aut S.r.l., *Radio Suby*.

R.T.I. S.p.A. controlla, inoltre, all'80%, la società Monradio S.p.A., che detiene i titoli abilitativi relativi ai marchi *R101* e *Orbital*.

Infine, è stato lanciato nel 2020 su *web* e *app* gratuita disponibile sui *marketplace* Apple e Google, il servizio *United Music*, servizio di media radiofonico su rete IP, che diffonde in *streaming* (in taluni casi con un *redirecting* al dominio ove è trasmesso in *simulcast* il palinsesto del servizio radiofonico originariamente diffuso in FM o DAB+) i marchi storici e i nativi DAB+ editi dalle società del Gruppo e circa 150 canali tematici nativi web, divisi per genere musicale⁸⁴.

Publitalia '80 S.p.A., concessionaria pubblicitaria di riferimento del Gruppo, possiede il 50% della società Mediamond S.p.A.⁸⁵, concessionaria esclusiva per i marchi radiofonici del Gruppo e di soggetti terzi.

Sotto il profilo degli ascolti, limitando l'analisi alle quote di ascolto calcolate sul totale degli ascoltatori unici raggiunti nel giorno medio dai principali operatori attivi nel mercato nazionale dei servizi radiofonici, si osserva che nel 2018, il Gruppo Mediaset, con 7,6 milioni di ascoltatori unici, otteneva il 28,9% sul totale dei radioascoltatori, pari al 15% dei cittadini italiani d'età superiore ai 14 anni.

Tale posizionamento risulta confermato anche negli anni successivi: se nel 2019 il Gruppo con 8,9 milioni di ascoltatori unici, registra un incremento della quota sul totale dei radioascoltatori (+4,6 punti percentuali), nel 2020 il peso dello stesso risulta in contrazione (-1,4 punti percentuali)⁸⁶.

⁸⁴ Cfr. delibera n. 231/20/cons recante "Autorizzazione per la prestazione di servizi di media radiofonici lineari su piattaforma internet alla società RadioMediaset S.p.A. (Servizio di media radiofonico "UNITED MUSIC)": "La linea editoriale del brand bouquet United Music è dichiaratamente sintetizzata in un palinsesto di "offerta multidevice (...) per l'ascolto di contenuti audio distribuiti attraverso la piattaforma IP e senza la necessità di una smart card. UnitedMusic offre il meglio della programmazione musicale suddivisa per generi e radio di genere Pop, Dance, Italia, Rock, Soft, R&B, Street Style, Star, Live Event, Dj Artist, Blues Jazz, Reggae, Soundtrack, Holiday Radio e Kids, oltre ad aggregare i Brand del Gruppo Radio Mediaset, R101, Radio 105, Virgin Radio, Radio Monte Carlo, Radio Subasio, Subasio+ e Suby, con le rispettive radio verticali online".

⁸⁵ Il restante 50% è detenuto da Mondadori S.p.A., a sua volta controllata dalla holding Fininvest S.p.A..

⁸⁶ Gli ascoltatori rappresentano gli esposti oggettivi per almeno un minuto nel giorno medio. Fonte: Sinottica, GfK Eurisko, TSSP SNT 2020A (gennaio - dicembre 2019), TSSP SNT 2021A (gennaio - dicembre 2020)

La pubblicità online

La raccolta pubblicitaria online riguarda qualsiasi forma di comunicazione commerciale veicolata su internet, attraverso qualsiasi tipologia di sito (motori di ricerca, portali, siti di informazione, blog, social network, ecc.), indipendentemente dalla modalità di navigazione (fissa, mobile, nomadica) e dall'apparecchiatura utilizzata dagli utenti per effettuare la connessione.

La pubblicità online può essere classificata tenendo conto di tre dimensioni: il dispositivo utilizzato dall'utente per la navigazione (desktop, mobile, altri devices), l'oggetto/tipologia di inserzione pubblicitaria (display, video, search, classified/directory, altre tipologie), la modalità in base alla quale la pubblicità viene venduta agli inserzionisti (CPM, CPC, a performance).

Nell'ambito della presente analisi, si sottolinea che, sia nella letteratura economica, sia nella casistica internazionale e nazionale⁸⁷, la raccolta pubblicitaria *online* rappresenta un mercato distinto da quello della raccolta pubblicitaria diffusa sugli altri mezzi di comunicazione. Inoltre, secondo alcuni precedenti decisioni nazionali e comunitarie⁸⁸, la pubblicità *online* può essere ulteriormente distinta fra pubblicità di tipo “search” e “non search”. Inoltre, nell'ambito di tale ultimo segmento, è possibile individuare distinte categorie merceologiche consistenti in: a) *e-mail advertising*, b) *classified advertising*, c) *display advertising*, d) *social network advertising* e) *e-commerce advertising*, non potendo, pertanto, escludere ulteriori segmentazioni dello stesso.

Ai fini del presente procedimento, in considerazione della presenza assolutamente marginale dei soggetti interessanti avendo riguardo il complesso dei ricavi da raccolta pubblicitaria *online* non si ritiene necessario giungere ad un'esatta definizione merceologica del mercato che è lasciata pertanto aperta. A livello geografico, invece l'ambito di riferimento è limitato al territorio nazionale.

Nel 2019, a fronte di ricavi complessivi da pubblicità *online* realizzati in Italia pari a 3,4 miliardi di euro, il settore è caratterizzato dalla presenza delle maggiori piattaforme online (Google, Facebook, Amazon) che, nel 2019, detengono congiuntamente quote superiori al

⁸⁷ Conformemente a tale orientamento, la Commissione ha confermato che la pubblicità *online* vanta un sistema di reportistica unico, che permette all'inserzionista di verificare quanti utenti hanno visualizzato l'annuncio o cliccato su di esso, consentendo inoltre un rapido *retargeting* dell'annuncio. *Decisione della Commissione europea dell'11 marzo 2008, caso M.4731 – Google/DoubleClick.*

⁸⁸ Cfr. Si vedano i seguenti casi della Commissione europea: AT.40411 – Google Search (AdSense); M.5727 – Microsoft/Yahoo!Search Business; M.7217 – Facebook/Whatsapp. A livello nazionale si veda Agcm Provv. n. 20224/2009, caso A420 – Fieg – Federazione Italiana Editori Giornali/Google; Prov. n. 11928/2003, caso C5828 – Rcs Pubblicità-Dada/Newco; Prov. AGCM n. 10083/2001, caso C4793 – Il Sole 24 Ore/Information Technology Holding..

58%, mentre la quota delle entrate da inserzioni pubblicitarie su internet degli operatori interessati dalla presente analisi è stata inferiore al 2%. La posizione di tali soggetti risulta confermata anche considerando i valori previsionali del 2020.

Il Gruppo Mediaset è attivo nel segmento della c.d. *non-search advertising*, ed in particolare opera nella c.d. *display advertising* (inclusiva anche del *video advertising*), mettendo a disposizione degli inserzionisti pubblicitari spazi per il collocamento e l'esposizione di contenuti creativi, attraverso le numerose *properties* riconducibili a società del Gruppo.

R.T.I. S.p.A., attraverso la Direzione Business Digital, presidia le attività digitali del Gruppo, che vedono nella piattaforma *Mediaset Play* (ora denominata *Mediaset Infinity*) il luogo elettivo, ma non esclusivo, della fruizione dei contenuti audiovisivi offerti al pubblico.

Anche per i contenuti radiofonici il Gruppo è attivo nella valorizzazione multiplatforma in ottica convergente, sia dal lato dell'offerta (in particolare con l'integrazione dei servizi di media radiofonici sulle destinazioni digitali, quali siti e app, nonché attraverso l'integrazione nell'aggregatore *Radioplayer*⁸⁹), sia attraverso le concessionarie pubblicitarie.

Più recentemente, infatti, il Gruppo si è attivato nel segmento dei formati avanzati disponibili sulle tv connesse dotate di tecnologia HbbTV (*Hybrid broadcast broadband TV*)⁹⁰, nella *mobile advertising* per le app afferenti ai servizi di media televisivi e radiofonici di cui è titolare e per soggetti terzi⁹¹, e operando nel sub segmento dell'Adtech, sia per il Digital Audio che per il *digital out of home* - DOOH⁹².

Nel settore della pubblicità online e, in particolare, nel segmento della *non search-advertising*, opera anche TIM, con la raccolta pubblicitaria afferente ai domini e alle app riconducibili a servizi e *brand* del Gruppo, tra cui il portale TIMgate.it. La società si serve di concessionarie terze per la vendita e la gestione degli spazi, mentre opera direttamente per la gestione del *placement* su app.

Il Gruppo Vivendi è presente nel contesto nazionale attraverso Dailymotion S.A., che attraverso i propri siti e applicazioni offre servizi di condivisione di contenuti video gratuiti all'utente finale e raccoglie pubblicità *online*.

⁸⁹ Radioplayer è una app gratuita offerta da Player Editori Radio S.r.l., società fondata dai Gruppi RAI, Mediaset, GEDI, RTL 102.5, Sole 24 Ore, RDS, Radio Italia, Kiss Kiss e dalle Associazioni Aeranti Corallo e FRT Confindustria RadioTV.

⁹⁰ Denominati Add+ over, inside e TV site per i servizi lineari e Add+ video per i servizi a richiesta.

⁹¹ Attraverso la società Beeintoo S.p.A..

⁹² Attraverso Max, Mediamond Audio Exchange, l'offerta di *advertising* audio digitale acquistabile sulle *property* delle radio digitali rappresentate da Mediamond.

6. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

- Come noto, il Testo Unico, all'articolo 43, ha dettagliato le tipologie di intervento dell'Agcom in materia di tutela del principio del pluralismo esterno. In particolare, al fine di garantire l'esistenza di una *"pluralità di voci diverse"*⁹³ - le quali in concorrenza tra di loro danno la possibilità al cittadino di informarsi e formare una propria opinione – nonché di assicurare l'ingresso *"[...] nell'ambito dell'emittenza pubblica e di quella privata, di quante più voci consentano i mezzi tecnici con la concreta possibilità che i soggetti portatori di opinioni diverse possano esprimersi senza il pericolo di essere emarginati a causa di processi di concentrazione delle risorse tecniche ed economiche nelle mani di uno o di pochi"*⁹⁴, il Legislatore ha introdotto un sistema di tutele basato, da un lato, sulla previsione del divieto di costituzione da parte di un operatore di una posizione dominante o comunque lesiva del pluralismo nel Sistema Integrato delle Comunicazioni (SIC) e nei singoli mercati che lo compongono, dall'altro lato, sull'individuazione di una serie di soglie anticoncentrative predeterminate relative ai ricavi conseguiti o ai titoli abilitativi detenuti.

In concreto, secondo quanto previsto dall'articolo 43, comma 2 del Testo Unico, le valutazioni sull'eventuale sussistenza di posizioni dominanti o comunque lesive del pluralismo sono svolte dall'Autorità, attraverso un complesso processo di analisi sulle caratteristiche del mercato di riferimento, opportunamente delineato (*"...individuato il mercato rilevante conformemente ai principi di cui agli articoli 15 e 16 della Direttiva 2002/21/CE..."*), basato non solo sulla consistenza delle quote di mercato detenute dai vari operatori, ma anche sugli ulteriori parametri indicati al medesimo comma (livello di concorrenza all'interno del sistema, barriere all'ingresso nello stesso, dimensioni di efficienza economica dell'impresa, indici quantitativi di diffusione dei programmi radiotelevisivi, dei prodotti editoriali e delle opere cinematografiche o fonografiche).

Nel caso, invece, delle verifiche sul rispetto da parte degli operatori delle soglie anticoncentrative di cui all'articolo 43, commi 7, 8, 9, 10, 11 e 12, l'Autorità è chiamata a valutare la sussistenza degli elementi di fatto previsti dalle norme (numero di canali eserciti; quantità di ricavi conseguiti nel SIC; sussistenza di rapporti di controllo o collegamento tra imprese operanti nei settori ivi indicati) in quanto tali limiti sono stati già configurati dal legislatore quali indici rivelatori di una particolare posizione di forza di un singolo soggetto all'interno del sistema, ritenuta idonea, di per sé, ad alterare l'equilibrio del settore, e quindi, a pregiudicare lo sviluppo dello stesso in senso pluralista (in tal caso le valutazioni sulla

⁹³ Corte Cost. sent.n.112/1993.

⁹⁴ Corte Cost. sent. n. 826/1988.

messa in pericolo del bene giuridico tutelato - il pluralismo - sono state svolte direttamente a monte dallo stesso Legislatore).

In tale quadro si è inserito il decreto-legge 7 ottobre 2020, n. 125, recante *Misure urgenti connesse con la proroga della dichiarazione dello stato di emergenza epidemiologica da COVID-19 e per la continuità operativa del sistema di allerta COVID, nonché per l'attuazione della direttiva (UE) 2020/739 del 3 giugno 2020, come convertito con modificazioni dalla Legge 27 novembre 2020, n. 15995*, che all'articolo 4-bis, rubricato *Disposizioni in materia di poteri di istruttoria dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni*, ha previsto che: “1. *In considerazione delle difficoltà operative e gestionali derivanti dall'emergenza sanitaria in atto, in armonia con i principi di cui alla sentenza della Corte di giustizia dell'Unione europea del 3 settembre 2020, nella causa C-719/18, a decorrere dalla data di entrata in vigore della legge di conversione del presente decreto e per i successivi sei mesi, nel caso in cui un soggetto operi contemporaneamente nei mercati delle comunicazioni elettroniche e in un mercato diverso, ricadente nel sistema integrato delle comunicazioni (SIC), anche attraverso partecipazioni in grado di determinare un'influenza notevole ai sensi dell'articolo 2359 del codice civile, l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni è tenuta ad avviare un'istruttoria, da concludere entro il termine di sei mesi dalla data di avvio del procedimento, volta a verificare la sussistenza di effetti distorsivi o di posizioni comunque lesive del pluralismo, sulla base di criteri previamente individuati, tenendo conto, fra l'altro, dei ricavi, delle barriere all'ingresso nonché del livello di concorrenza nei mercati coinvolti, adottando, eventualmente, i provvedimenti di cui all'articolo 43, comma 5, del testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici, di cui al decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, per inibire l'operazione o rimuoverne gli effetti.* 2. *Le disposizioni di cui al comma 1 si applicano altresì ai procedimenti già conclusi dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni in applicazione del comma 1 dell'articolo 43 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177.* 3. *L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni provvede agli adempimenti previsti ai commi 1 e 2 con le risorse umane, strumentali e finanziarie disponibili a legislazione vigente e senza nuovi o maggiori oneri per la finanza pubblica”.*

Tale intervento è stato operato dal Governo al fine di dare tempestiva attuazione alla sentenza della Corte di giustizia UE del 3 settembre 2020, C-719/18⁹⁶ che ha stabilito che

⁹⁵ Legge 27 novembre 2020, n. 159, pubblicata in Gazzetta Ufficiale, Serie Generale, del 3 dicembre 2020, n.300.

⁹⁶ A seguito della domanda pregiudiziale avanzata dal TAR Lazio nell'ambito del giudizio promosso dalla società Vivendi S.A. per l'annullamento della delibera dell'Agcom n. 178/17/CONS (con cui l'Autorità aveva

la disposizione di cui all'articolo 43, comma 11 del Testo Unico risulta inidonea, sotto il profilo della proporzionalità, a perseguire il fine di garantire il pluralismo dei media, giacché fissa soglie di mercato che, non consentendo di determinare compiutamente se e in quale misura un'impresa sia effettivamente in grado di influire sul contenuto delle attività editoriali dei media, non sono indicative di un rischio concreto di influenza sul pluralismo. La norma si propone pertanto di colmare il vuoto normativo derivante dal recepimento delle indicazioni della Corte di giustizia UE (con conseguente disapplicazione integrale dell'attuale normativa interna prevista dall'articolo 43, comma 11 del Testo Unico), scongiurando così il rischio che si possano determinare possibili violazioni del principio del pluralismo conseguenti a concentrazioni operate da soggetti che contemporaneamente operano nei mercati delle comunicazioni elettroniche e in un mercato diverso, ricadente nel sistema integrato delle comunicazioni (SIC).

Nel dettaglio, la nuova disposizione, si ascrive tra le norme poste a garanzia del principio del "pluralismo esterno", e in quanto tale deve essere interpretata ed applicata alla luce degli obiettivi e delle finalità di tutela perseguiti dal Legislatore in tale ambito.

In questo senso, il Testo Unico all'articolo 3 annovera tra i principi fondamentali del sistema dei servizi di media audiovisivi e della radiofonia *"la garanzia della libertà e del pluralismo dei mezzi di comunicazione radiotelevisiva"* e al successivo articolo 5, comma 1, lettera a) precisa che il sistema dei servizi di media audiovisivi si conforma (tra l'altro) ai seguenti principi: *tutela della concorrenza nel sistema dei servizi di media audiovisivi e della radiofonia e dei mezzi di comunicazione di massa e nel mercato della pubblicità e tutela del pluralismo dei mezzi di comunicazione radiotelevisiva, vietando a tale fine la costituzione o il mantenimento di posizioni lesive del pluralismo, secondo i criteri fissati nel presente Testo Unico, anche attraverso soggetti controllati o collegati, ed assicurando la massima trasparenza degli assetti societari.*

Come già evidenziato dall'Autorità in precedenti istruttorie (delibera n. 136/05/CONS, dell'1 e 2 marzo 2005, recante *Interventi a tutela del pluralismo ai sensi della legge 3 maggio 2004, n. 112*, delibera n. 555/10/CONS, del 28 ottobre 2010, recante *procedimento per l'individuazione dei mercati rilevanti nell'ambito del sistema integrato delle comunicazioni* e da ultimo delibera n. 41/17/CONS, del 26 gennaio 2017, recante *Individuazione dei mercati rilevanti nel settore dei servizi di media audiovisivi, ai sensi dell'articolo 43, comma 2, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 - fase 1*), dal combinato disposto dei citati articoli 3 e 5 del Testo Unico emerge che la concorrenza viene considerata dal legislatore come uno strumento per il raggiungimento del pluralismo dei

accertato la violazione da parte della società Vivendi S.A. della disposizione di cui all'art. 43, comma 11, del Testo Unico e aveva ordinato alla stessa di rimuovere la posizione vietata in un termine di 12 mesi).

mezzi di comunicazione, ossia un *“bene giuridico che da primario diventa strumentale al perseguimento ed alla garanzia di un altro bene costituzionalmente garantito”*, e ciò in considerazione del fatto che non sempre l'utilizzo delle regole proprie del diritto antitrust può ritenersi sufficiente per il raggiungimento di tale l'obiettivo.

La circostanza che il settore dei media coinvolge una delle libertà fondamentali riconosciute ai cittadini (libertà di informazione e di manifestazione del pensiero) ha spinto il Legislatore, a dettare una disciplina di garanzia, specifica e particolare, che si affianca a quella generale prevista dalla legge 287/1990 e dal codice civile e che si risolve in una tutela *“rafforzata”* contro le posizioni dominanti rispetto a quella tipica del diritto della concorrenza.

Tale caratteristica emerge con evidenza se si considera che le disposizioni del Testo Unico in materia (così come quelle delle precedenti leggi di settore) vietano non l'abuso di posizione dominante, ma la posizione dominante *tout court*, che nel relativo processo di valutazione vengono comunque ricomprese risorse economiche non contendibili (quale il canone del servizio pubblico radiotelevisivo), che il divieto di posizioni dominanti e i tetti anticoncentrativi si applicano anche alle ipotesi di crescita interna di un'impresa e, non ultimo, che la stessa previsione di limiti ai ricavi relativi al SIC risulta difficilmente giustificabile nella prospettiva del diritto antitrust.

Da una lettura sistemica del complesso delle norme di riferimento del Testo Unico ed in particolare delle disposizioni contenute nell'articolo 43 appare dunque evidente la volontà del Legislatore di apprestare una tutela ampia che consenta di intervenire nei confronti di qualunque posizione di forza detenuta da un'impresa operante nel settore, sia essa di nuova formazione o consolidata nel tempo, sia essa raggiunta direttamente o indirettamente, che possa comunque costituire una minaccia per il valore del pluralismo esterno e ciò indipendentemente dal fatto che tale posizione possa considerarsi rilevante ai fini del diritto antitrust. A tal fine, è stato previsto che la posizione di forza possa essere conseguita anche tramite società controllate o collegate (riferimento ripetuto più volte nel testo delle disposizioni del Testo Unico); che ai fini della individuazione delle posizioni vietate, si considerano anche le partecipazioni al capitale acquisite o comunque possedute per il tramite di società anche indirettamente controllate, di società fiduciarie o per interposta persona; che si considerano acquisite le partecipazioni che vengono ad appartenere ad un soggetto diverso da quello cui appartenevano precedentemente anche in conseguenza o in connessione ad operazioni di fusione, scissione, scorporo, trasferimento d'azienda o simili che interessino tali soggetti; che allorché tra i diversi soci esistano accordi, in qualsiasi forma conclusi, in ordine all'esercizio concertato del voto, o comunque alla gestione della società, diversi dalla mera consultazione tra soci, ciascuno dei soci è considerato come titolare della somma di azioni o quote detenute dai soci contraenti o da essi controllate

(articolo 43, comma 13); che ai fini delle valutazioni richieste dal Testo Unico il controllo sussiste, anche con riferimento a soggetti diversi dalle società, nei casi previsti dall'articolo 2359, commi primo e secondo, del codice civile (articolo 43, comma 15).

Tale impostazione è stata mantenuta anche nella nuova disposizione recata dal citato articolo 4-bis del Decreto Legge n. 125/2020. Infatti, alla luce del crescente fenomeno della convergenza tra il settore delle telecomunicazioni e quello dei media tradizionali, il Legislatore, ha inteso evitare che un'impresa, operando contemporaneamente nei mercati delle comunicazioni elettroniche e in quelli rientranti nel SIC, possa raggiungere una posizione tale da beneficiare di un particolare vantaggio competitivo così da determinare, attraverso sinergie e processi di concentrazione nell'accesso alle *“risorse tecniche ed economiche”*, effetti negativi sul grado di pluralismo del medesimo sistema. La *ratio* della nuova norma risponde, dunque, all'esigenza, già manifestata attraverso la precedente disposizione recata dall'articolo 43, comma 11 del Testo Unico, di prevenire la costituzione di posizioni di forza tra imprese operanti in mercati – all'interno delle comunicazioni elettroniche e del SIC – che sono ormai caratterizzati da molteplici aree di complementarietà e integrazione (es. proprietà dei diritti, produzione dei contenuti e servizi di diffusione; raccolta e gestione della pubblicità e distribuzione dei contenuti) e che in quanto tali assumono rilevanza per il pluralismo (esterno).

Tuttavia, rispetto alla precedente impostazione dell'articolo 43, comma, 11, le posizioni delle imprese che operano contemporaneamente in entrambi i settori e la loro eventuale lesività non sono più valutate sulla base del semplice superamento di soglie anticoncentrative individuate dallo stesso Legislatore, bensì sono accertate a seguito di un processo di analisi dei mercati interessati, e della relativa posizione delle società coinvolte, condotto sulla base di criteri predeterminati, alcuni dei quali specificati dalla medesima norma (i ricavi, le barriere all'ingresso il livello di concorrenza nei mercati coinvolti).

A tal fine, nel provvedimento di avvio del procedimento (delibera n. 662/20/CONS) sono stati previamente individuati e puntualmente dettagliati i criteri da utilizzare nell'analisi: a) i ricavi, b) barriere all'ingresso, c) il livello di concorrenza nei mercati coinvolti; d) Dimensioni di efficienza economica dell'impresa; e) sinergie derivanti dalle attività svolte in mercati differenti ma contigui; f) indici quantitativi di diffusione dei programmi radiotelevisivi), con la precisazione che ai fini delle valutazioni operate gli stessi sono stati presi in considerazione in maniera congiunta, stante la loro capacità di incidere l'uno sull'altro, e che i riferimenti al diritto della concorrenza sono stati comunque considerati come *“strumento”* per il conseguimento della tutela del principio del *“pluralismo esterno”*.

Sulla base di tali premesse, il presente procedimento istruttorio, avviato ai sensi dell'articolo 4-bis del Decreto Legge n. 125/2020, ha ad oggetto esclusivamente le verifiche sulla

eventuale sussistenza di effetti distorsivi o comunque lesivi del pluralismo derivanti dalla posizione detenuta dalla società Vivendi S.E. in ragione dell'entità delle proprie partecipazioni azionarie nella società Telecom Italia S.p.A. e nella società Mediaset S.p.A..

Esulano diversamente dall'oggetto del procedimento le verifiche e gli accertamenti sulle posizioni detenute dalle singole società coinvolte nell'istruttoria, in termini di dominanza o meno, nel SIC o nei singoli mercati che lo compongono, che l'Autorità svolge attraverso diverse ed autonome istruttorie, ai sensi dell'articolo 43, comma 2, del Testo Unico.

Da ultimo, con riferimento a quanto sostenuto circa l'asserita incompatibilità dell'articolo 4-bis del Decreto Legge n. 125/2020 con il diritto europeo, in quanto non notificato preventivamente alla Commissione europea ai sensi della Direttiva UE 2015/1535 ("Direttiva Trasparenza"), si rileva che la questione è stata affrontata dal Governo e le relative interlocuzioni con la Commissione europea risultano ancora in corso;

- nel merito, dalle risultanze istruttorie sono emerse le seguenti evidenze. Il gruppo Telecom Italia ⁹⁷ è attivo nel settore delle comunicazioni elettroniche, con un'offerta di servizi pressoché completa sia di rete fissa *wholesale* e *retail* sia di rete mobile. In particolare, Telecom Italia è l'operatore verticalmente integrato *ex incumbent*, che detiene l'unica rete fissa di accesso capillarmente diffusa su tutto il territorio nazionale e dispone della base clienti più estesa. Anche nel mobile Telecom Italia ha un ruolo preminente, posizionandosi alternativamente come primo o secondo operatore del mercato. Attraverso TIM Vision la società opera anche nella televisione a pagamento in *streaming* su Internet, come aggregatore e fornitore di contenuti audiovisivi sia propri che di terzi, in virtù di accordi di *partnership*.

Nel 2020, il fatturato complessivamente realizzato da Telecom Italia è stato di circa 15,8 miliardi di euro, di cui circa 12,9 miliardi derivanti da vendite realizzate in Italia. Con riferimento alle comunicazioni elettroniche, considerando l'insieme dei servizi *wholesale* offerti da Telecom Italia sia su rete fissa sia su rete mobile⁹⁸, la quota di fatturato di Telecom Italia nel 2019 supera il 50% totale delle risorse complessivamente generate nei mercati all'ingrosso, pari a 5,4 miliardi. I dati previsionali del 2020, nonostante la contrazione della quota di fatturato, confermano la *leadership* dell'operatore nell'offerta dei servizi all'ingrosso su rete fissa e su rete mobile. Anche nel segmento dei servizi al dettaglio offerti su rete fissa e su rete mobile, nel 2019 Telecom Italia rappresenta oltre il 40% del fatturato complessivamente realizzato dal mercato, pari a 10,8 miliardi, dato confermato anche nei

⁹⁷ Si veda in dettaglio quanto sopra rappresentato nella specificazione dell'ambito di attività della società Telecom Italia S.p.A. e nella successiva analisi esposta al par. 5.

⁹⁸ Comprensivi dei servizi di accesso all'ingrosso alla rete fissa, dei servizi di interconnessione (raccolta, transito e terminazione), nonché dei servizi all'ingrosso alla rete mobile.

valori previsionali per il 2020⁹⁹. Nel SIC, invece, Telecom Italia detiene una quota inferiore all'1%.

Il gruppo Mediaset¹⁰⁰ ricopre storicamente (sia in termini di ricavi che di audience raggiunta) una posizione primaria nel mercato dei servizi di media audiovisivi in chiaro in ambito nazionale e ha un peso crescente anche nella radiofonia con il network di Radiomediaset S.p.A.; inoltre, riveste un ruolo di rilievo nella produzione e distribuzione televisiva e cinematografica, nonché nella pubblicità su tutte le piattaforme. Nelle comunicazioni elettroniche, Mediaset opera tramite la controllata Elettronica Industriale S.p.A. (che svolge l'attività di operatore di rete disponendo di 5 multiplex nazionali in tecnica DVB-T) e la partecipazione in EI Towers S.p.A., nella gestione delle reti e offre servizi di ospitalità e di diffusione radiotelevisiva in tecnica digitale terrestre di contenuti propri e di terzi.

Nel 2020, il fatturato complessivamente realizzato dal gruppo Mediaset è stato di 2,6 miliardi di euro, di cui circa 1,8 miliardi derivanti da vendite realizzate in Italia. Nel SIC, la quota complessivamente realizzata nel 2019 dal gruppo Mediaset è di poco inferiore al 10%¹⁰¹. Nell'ambito delle comunicazioni elettroniche, i ricavi conseguiti dal gruppo (tramite Elettronica Industriale S.p.A.) sono circa **Omissis** milioni di euro nel 2019¹⁰².

Vivendi S.E.¹⁰³ è uno dei più grandi gruppi media a livello mondiale attivo nei settori della musica, della televisione, del cinema, dei servizi di comunicazione e della pubblicità, dell'editoria, nonché dei giochi interattivi. Il gruppo, inoltre, ha acquisito partecipazioni societarie e stretto accordi con operatori di telecomunicazioni e aggregatori di contenuti su Internet. In Italia Vivendi è presente, oltre che attraverso le menzionate partecipazioni in Telecom Italia e in Mediaset, nel settore della pubblicità *online* attraverso Dailymotion, che gestisce una piattaforma di video *hosting* e Gameloft S.r.l., società italiana del gruppo Gameloft che sviluppa e offre videogiochi fruibili perlopiù in modalità *free-to-play* su dispositivi mobili e TV connesse.

⁹⁹ Tale ambito è costituito dall'insieme di servizi di comunicazione elettronica offerti a livello *retail*, comprensivi dei servizi di accesso al dettaglio alla rete telefonica in postazione fissa per effettuare e/o ricevere chiamate vocali e servizi correlati, dei servizi di accesso a banda larga e ultralarga al dettaglio per effettuare la trasmissione di dati ad alta velocità, nonché dei servizi al dettaglio su rete mobile.

¹⁰⁰ Si veda in dettaglio quanto sopra rappresentato nella specificazione dell'ambito di attività della società Mediaset S.p.A. e nella successiva analisi esposta al par. 5.

¹⁰¹ In base agli esiti del procedimento finalizzato alla determinazione del valore economico complessivo del SIC per l'anno 2019, nonché alla verifica circa l'osservanza del limite del 20% di cui all'art. 43, comma 9, di cui alla delibera n. 13/21/CONS.

¹⁰² I dati di ricavo sono afferenti perlopiù a cessione di capacità trasmissiva e servizi accessori.

¹⁰³ Si veda in dettaglio quanto sopra rappresentato nella specificazione dell'ambito di attività della società Vivendi S.E. e nella successiva analisi esposta al par. 5.

Nel 2020 il fatturato realizzato globalmente da Vivendi è stato di 16,09 miliardi di euro (di cui in 4,82 md di euro in Francia e 3,88 md di euro nel resto d'Europa). La quota relativa alle attività della controllata Canal+ nel cinema e nella televisione, inclusa la diffusione dei contenuti audiovisivi su Internet, è stata di 5,5 miliardi di euro, mentre nel settore della pubblicità e della comunicazione Havas S.A. ha conseguito circa 2,4 miliardi di euro. La quota di ricavi conseguiti direttamente dal gruppo nel SIC nel 2019 è del tutto marginale e inferiore all'1%.

Al riguardo, si rileva che il possibile legame tra TIM e Mediaset, realizzato attraverso la presenza di Vivendi in entrambe le società, appare idoneo a determinare effetti sul livello di concorrenza esistente nei mercati coinvolti e, quindi, sul grado di pluralismo (esterno) nel sistema dei media, anche in virtù dei processi di convergenza in atto tra tale sistema e i mercati delle comunicazioni elettroniche, palesando i rischi che la disciplina contenuta nell'articolo 4-bis del Decreto Legge n. 125/2020 intende scongiurare.

La diffusione di reti di telecomunicazioni a banda larga e ultralarga fisse e mobili e di apparati per la fruizione di contenuti (audiovisivi in modo particolare) attraverso molteplici modalità e piattaforme, infatti, ha rafforzato di fatto i legami di contiguità fra alcuni mercati delle comunicazioni elettroniche e altri servizi riconducibili ai mercati del SIC. Tali dinamiche, già presenti da qualche anno, risultano amplificate e accelerate dall'evoluzione tecnologica e dalla crescente digitalizzazione in tutti i settori dei media, in generale, e nel mercato audiovisivo in particolare.

Come evidenziato anche in altri provvedimenti¹⁰⁴, nel caso di specie i citati effetti potenziali si sostanzierebbero in particolare nel rafforzamento delle posizioni dei due operatori (Telecom Italia e Mediaset) nei rispettivi mercati di riferimento, grazie anche allo sfruttamento di sinergie derivanti dalle attività svolte in aree di business differenti ma con profili di contiguità. In tale contesto, caratterizzato da un'offerta crescente di *bundle*¹⁰⁵ di servizi di connettività e contenuti audio e video *online*, i prodotti e servizi offerti da una società possono divenire, vicendevolmente, *asset* strategici per l'altra.

Pertanto, in tale ipotesi, le società coinvolte potrebbero sfruttare a proprio vantaggio l'effetto di leva del rispettivo potere di mercato di cui dispongono Telecom Italia e Mediaset nel settore delle comunicazioni elettroniche e nei mercati dei servizi di media audiovisivi in chiaro e a pagamento, con conseguenti rischi di natura concorrenziale che interesserebbero

¹⁰⁴ Si veda la delibera n. 178/17/CONS.

¹⁰⁵ In particolare, offerte di tipo *triple/quadruple play*, comprendenti la fornitura congiunta – attraverso soluzioni integrate o accordi commerciali – di servizi voce (fissi e/o mobili), connessione Internet e contenuti audiovisivi, come è emerso nel corso dell'istruttoria.

tanto gli operatori di telecomunicazioni quanto i fornitori di servizi di media audiovisivi e radiofonici.

Infatti, da un lato, si profilerebbe il rischio di pratiche escludenti o discriminatorie per gli operatori di telecomunicazioni, nell'ambito di un'offerta congiunta di servizi di telecomunicazioni e di media audiovisivi da parte di Telecom Italia, grazie alla possibilità di acquisire, a condizioni più vantaggiose rispetto ai concorrenti, contenuti audiovisivi *premium* (nella disponibilità di Mediaset, con eventuale previsione di clausole di esclusiva), che costituiscono ormai il fattore determinante dal lato della domanda. Dall'altro lato, Mediaset potrebbe attuare analoghe politiche di offerta di contenuti congiuntamente con servizi di comunicazioni elettroniche di Telecom Italia, con il rischio di produrre effetti preclusivi sui mercati dei servizi di media audiovisivi. Più in generale, Mediaset potrebbe ottenere un vantaggio competitivo dallo sfruttamento dell'accesso (a condizioni privilegiate rispetto agli altri fornitori di servizi media) alle reti a banda larga e ultralarga, soprattutto fisse, di Telecom Italia, nonché della grande base clienti di quest'ultima, rafforzando la propria presenza come fornitore di servizi di media audiovisivi sulla piattaforma IP e nella conseguente raccolta pubblicitaria¹⁰⁶.

A questi aspetti si aggiunge la teorica possibilità da parte di Telecom Italia, in qualità di fornitore di servizi di accesso a Internet, di adottare misure di gestione del traffico o pratiche di prioritizzazione che favoriscano/penalizzino alcuni servizi e contenuti veicolati, anche informativi, rispetto ad altri ovvero di attuare pratiche commerciali (es. discriminazione positiva del prezzo o zero-rating) che agiscano da disincentivo all'utilizzo delle applicazioni concorrenti¹⁰⁷. Siffatte circostanze potrebbero produrre effetti sul grado di pluralismo, incidendo sulle dinamiche competitive tra i fornitori di servizi di media, nonché sui diritti degli utenti finali, che potrebbero vedere di fatto ridotte le proprie facoltà di scelta dei contenuti.

¹⁰⁶ Si veda al riguardo quanto dichiarato da Mediaset circa le prospettive di sviluppo dell'attività sempre più finalizzata a valorizzare *“in ottica di vendita cross-mediale le sinergie nell'attività di pubblicità televisiva, sul web, sui mezzi stampa e radio con un presidio unico nel panorama nazionale. Le concessionarie del Gruppo, inoltre, in virtù delle competenze acquisite e maturate negli ultimi anni sono oggi all'avanguardia nelle proposte al mercato di nuove e innovative modalità di pubblicità mirata (Ad-Tech, addressable, programmatic), componente che è attesa e in forte crescita nello scenario dei prossimi anni caratterizzato da una crescente diffusione delle TV connesse”* (Fonte: Gruppo Mediaset, Bilancio consolidato e Bilancio d'esercizio 2020, p. 95).

¹⁰⁷ Cfr. articolo 3 del Regolamento (UE) 2015/2120 del Parlamento europeo e del Consiglio del 25 novembre 2015 *“che stabilisce misure riguardanti l'accesso a un'Internet aperta e che modifica la direttiva 2002/22/CE relativa al servizio universale e ai diritti degli utenti in materia di reti e di servizi di comunicazione elettronica e il regolamento (UE) n. 531/2012 relativo al roaming sulle reti pubbliche di comunicazioni mobili all'interno dell'Unione”*. Le ANR vigilano sul rispetto degli art. 3 e 4 del Regolamento da parte fornitori di comunicazioni elettroniche al pubblico, compresi i fornitori di servizi di accesso a Internet.

Inoltre, si evidenzia come la vendita abbinata di più servizi al dettaglio (connettività e contenuti), comportando dei c.d. costi di *switching* per ciascuno dei prodotti/servizi oggetto del pacchetto, ostacoli il passaggio da parte dei consumatori ad un nuovo fornitore e di conseguenza contribuisca a consolidare la posizione di forza relativa dei due soggetti nei rispettivi mercati con effetti di *foreclosure*.

Sempre a titolo esemplificativo, tra le ipotetiche conseguenze che potrebbero manifestarsi in virtù del legame tra Telecom Italia e Mediaset, realizzato per il tramite di Vivendi, vengono in rilievo le pratiche coordinate e i comportamenti collusivi che tali soggetti potrebbero attuare a danno dei rispettivi concorrenti alterando le dinamiche di mercato (come nel caso dell'acquisizione dei diritti sui contenuti, tra cui quelli degli eventi sportivi, ove la partecipazione dell'una o dell'altra società secondo modalità concordate potrebbe falsare lo svolgimento delle relative aste), oltre allo scambio di informazioni strategiche o dati rilevanti (ad esempio, condivisione di tutti i big data generati dalla rispettiva clientela).

Tali considerazioni acquistano una rilevanza amplificata nel caso in esame proprio in virtù del fatto che, come evidenziato dagli elementi emersi nel corso dell'istruttoria, le società coinvolte, Telecom Italia, da un lato, e Mediaset, dall'altro lato, sono rispettivamente, un operatore leader in diversi mercati delle comunicazioni elettroniche fisse e mobili e uno dei principali operatori presenti nei mercati dei servizi di media audiovisivi e radiofonici.

Peraltro, vale rilevare come tali ambiti di attività siano strettamente afferenti al core business di Vivendi e strumentali alle strategie di sviluppo del Gruppo¹⁰⁸.

Si rileva infatti che, sebbene per i *broadcaster* risulti essenziale l'attuazione di strategie di integrazione verticale e orizzontale nei mercati *online* e la stipula di accordi di *partnership* con operatori delle telecomunicazioni per la distribuzione dei propri contenuti¹⁰⁹ e per gli operatori delle *telco* i contenuti siano il fattore abilitante delle reti a banda larga e ultralarga destinate altrimenti a diventare una *commodity*, nello scenario attuale caratterizzato dalla crescente digitalizzazione, ciò che caratterizza la fattispecie in esame è proprio la posizione di preminenza delle società coinvolte nei rispettivi ambiti di attività che rende rischiosa, in ottica di tutela del pluralismo esterno, qualsiasi forma non regolata di coordinamento strutturale tra le stesse.

¹⁰⁸ Dal Bilancio 2020 del gruppo Vivendi, si cita: “En 2020 Vivendi a poursuivre sa feuille de route stratégique pour devenir un grand groupe d’envergure mondiale à la croisée des médias, des contenus et de la communication” e, con riferimento alla strategia del Gruppo “Toutes ses activités y contribuent, en particulier la musique (Universal Music Group), l’audiovisuel (Groupe Canal+), l’édition (Editis) et les jeux vidéo (Gameloft). Ses plateformes de distribution (Dailymotion et myCanal) et les accords conclus avec de nombreux opérateurs de télécoms et agrégateurs de contenus assurent une large diffusion mondiale des œuvres et des talents”.

¹⁰⁹ Perlopiù attraverso Content Delivery Network dedicate.

In altri termini, nel caso di specie, rileva non solo la capacità potenziale da parte di Vivendi di interferire nel processo decisionale e nelle scelte strategiche delle imprese partecipate (Telecom Italia e Mediaset), ma anche la presenza di adeguati incentivi da parte dell'investitore comune nell'influenzare l'attività gestionale e le scelte imprenditoriali, nonché gli effetti delle stesse sulle dinamiche concorrenziali dei mercati dei media analizzati e sul livello del pluralismo.

Nell'ambito di tale analisi, viene, pertanto, in rilievo l'ampia letteratura economica che analizza le implicazioni di assetti proprietari definiti di "*common ownership*", fattispecie caratterizzata dalla presenza di un soggetto che detiene partecipazione (solitamente di minoranza) in imprese attive nello stesso mercato o in mercati contigui¹¹⁰. Anche nella casistica antitrust sono stati individuate delle fattispecie nelle quali, in linea con la citata teoria economica, in presenza di un investitore comune in una pluralità di imprese, anche nei casi in cui non detenga partecipazioni di controllo, che non risultano idonee a conferire un'influenza decisiva sull'attività strategica e gestionale dell'impresa partecipate, si possono determinare delle distorsioni alle normali dinamiche competitive allontanando gli esiti dei mercati coinvolti dagli equilibri che si sarebbero, altrimenti, generati in presenza di imprese completamente indipendenti¹¹¹. Fra gli effetti determinati da tali partecipazioni vi sarebbero, infatti, sia una contrazione degli incentivi a competere fra le imprese partecipate o con altri concorrenti (*softening competition*), sia possibili effetti di coordinamento (la presenza dell'investitore comune potrebbe aumentare l'incentivo ad attuare politiche di coordinamento fra le imprese partecipate e determinare effetti collusivi) fino ad arrivare a potenziali azioni di *foreclosure* nei confronti dei propri rivali.

Tuttavia, nella fattispecie in esame, i rischi sopra descritti potrebbero palesarsi in concreto solo qualora esistesse un legame qualificato, diretto o indiretto, tra le due imprese leader nei rispettivi settori. Tale legame, secondo quanto espressamente previsto dall'articolo 4-bis del Decreto Legge n. 125/2020, sussiste quando le partecipazioni azionarie detenute da un

¹¹⁰ Cfr. Nell'ambito dell'ampia letteratura sul tema, si vedano: Rotemberg, J., 1984, *Financial transaction costs and industrial performance*, Cambridge, Mass.: Massachusetts Institute of Technology; Azar, J., 2017, *Portfolio Diversification, Market Power, and the Theory of the Firm*, Rochester, NY: Social Science Research Network; Gordon, R., 2003, *Do publicly traded corporations act in the public interest?*, *Advances in Economic Analysis & Policy*, 3(1), p.1013; Shekita, N., 2020, *Interventions by Common Owners*, Rochester, NY: Social Science Research Network; Schmalz, M. C., 2021, *Recent Studies on Common Ownership, Firm Behavior, and Market Outcomes*, *The Antitrust Bulletin*, 66(1), pp.12–38.

¹¹¹ Cfr. Commissione europea, casi M.5406 – *IPIC/MAN Ferrostaal AG* del 13.03.2009; M. 1673 – *VEBA/VIAG* del 16.06.2000; M.8084 – *Bayer/Monsanto* del 21.03.2018; M.7932 – *Dow/DuPont* del 27.03.2017; M.6576 – *Munksjö/Ahlstrom*, del 24.05.2013; M.6541 – *Glencore/Xstrata*, del 22.11.2012; M.2283 – *Schneider/Legrand*, del 10.10.2001; M.1383 – *Exxon/Mobil*, del 29.09.1999; Caso M.4153 – *Toshiba/Westinghouse*, del 19.09.2006;

soggetto risultano idonee a determinare una influenza notevole ai sensi dell'articolo 2359 sull'impresa partecipata;

- sulla base di tali premesse, nell'ambito del presente procedimento, l'istruttoria è stata diretta altresì a verificare i seguenti punti:

1. se, attraverso le partecipazioni azionarie detenute, Vivendi è in grado di determinare un'influenza notevole ai sensi dell'articolo 2359 del codice civile rispetto Telecom Italia;
2. se, attraverso le partecipazioni azionarie detenute, Vivendi è in grado di determinare un'influenza notevole ai sensi dell'articolo 2359 del codice civile rispetto a Mediaset.

Ai fini delle verifiche in questione, stante l'esplicito riferimento contenuto nell'articolo 4-bis del Decreto Legge n. 125/2020, viene in rilievo la nozione di "società collegata" di cui all'articolo 2359, comma 3, del codice civile. In questo senso sono considerate collegate le società sulle quali un'altra società esercita un'influenza notevole e tale influenza si presume quando nell'assemblea ordinaria può essere esercitato almeno un quinto dei voti ovvero un decimo se la società ha azioni quotate in mercati regolamentati.

Con riferimento al punto 1, l'istruttoria ha evidenziato che la società Vivendi S.E. detiene una partecipazione azionaria diretta pari al 23,746% del capitale ordinario e al 24% circa dei diritti di voto della società Telecom Italia (pari al 17,04% dell'intero capitale sociale inclusivo delle azioni di risparmio). In virtù delle azioni possedute, la società ha contribuito all'elezione di dieci degli attuali componenti del Consiglio di amministrazione di Telecom Italia, rinnovato il 31 marzo 2021, tratti dalla lista presentata dal CdA uscente a cui ha partecipato Vivendi (la lista ha ottenuto la maggioranza dei voti, 95%). Tre dei consiglieri eletti (Arnaud Roy de Puyfontaine, Franck Cadoret e Marella Moretti), erano già presenti nel precedente Consiglio tra gli eletti dalla lista presentata da Vivendi. Nel Collegio sindacale di Telecom Italia, rinnovato il 31 marzo 2021, sono presenti tre membri effettivi tratti dalla lista presentata dal CdA uscente a cui ha partecipato Vivendi. Inoltre, non sussistono accordi parasociali diretti a limitare l'esercizio del diritto di voto degli azionisti (rilevanti ai sensi dell'articolo 122 del Testo Unico della Finanza). Nel complesso, dagli elementi acquisiti (quota azionaria detenuta e relativi diritti di voto esercitabili – la società può esprimere più di un decimo dei voti nell'ambito dell'assemblea ordinaria –, struttura ed articolazione del capitale sociale di Telecom Italia, nomina dei rappresentanti della società all'interno degli organi direttivi di Telecom Italia con conseguente partecipazione attiva ai processi decisionali della società) è emerso che Vivendi è sicuramente in grado di esercitare un'influenza notevole nella gestione di Telecom Italia. Pertanto, appaiono sussistere le

condizioni previste dall'articolo 2359 comma 3, per qualificare Vivendi come società collegata a Telecom Italia.

Con riferimento al punto 2, la società Vivendi S.E. detiene una partecipazione azionaria diretta pari al 9,61% del capitale sociale e al 9,98% dei diritti di voto della società Mediaset S.p.A. ed è proprietaria di una partecipazione azionaria pari al 19,19% e al 19,92% dei diritti di voto della società Mediaset S.p.A., gestita dalla società indipendente Simon Fiduciaria S.r.l.. Tale assetto della partecipazione azionaria è frutto del piano di ottemperanza presentato dalla società in data 13 settembre 2017, ai sensi della delibera n. 178/17/CONS.

Nell'attuale Consiglio di Amministrazione della società Mediaset non sono presenti rappresentanti di Vivendi. La società in questione, allo stato, a norma dell'articolo 28 dello Statuto di Mediaset, ha solo espresso il Presidente del Collegio Sindacale (i restanti due sindaci effettivi sono tratti dalla lista del socio di controllo Finanziaria di Investimento - Fininvest S.p.A.).

Inoltre, dall'esame degli accordi sottoscritti in data 3 maggio 2021, è emerso che Vivendi si è impegnata, tra l'altro, a non presentare, e a fare in modo che Simon Fiduciaria S.r.l. non presenti, alcuna lista di candidati per la nomina del Consiglio di Amministrazione di Mediaset (assemblea calendarizzata per il giorno 23 giugno 2021) nonché ad esercitare il diritto di voto relativo alle azioni direttamente detenute, e a fare in modo che Simon Fiduciaria S.r.l. eserciti il diritto di voto, a favore della lista (se presente) di candidati indipendenti presentata da investitori istituzionali membri di Assogestioni (o, nel caso in cui Assogestioni non presenti una lista, una lista di minoranza di candidati indipendenti presentata da altri investitori istituzionali, se presente).

Inoltre, per le assemblee di Mediaset che dovessero tenersi successivamente al *closing* degli accordi transattivi (alla data attuale atteso per il 22 luglio 2021) Vivendi e Simon Fiduciaria S.r.l. si sono impegnate ad esercitare il diritto in conformità alle raccomandazioni emesse dal *proxy advisor* internazionale ISS.

Ancora, Vivendi si è impegnata a vendere, tramite Ersel, tutte le azioni detenute da Simon Fiduciaria S.r.l. al prezzo di mercato prevalente sul Mercato Telematico Azionario (MTA) nel corso di un periodo di cinque anni decorrenti dalla data del *closing*, secondo i termini e alle condizioni dettagliati nelle medesime pattuizioni.

Da ultimo, secondo quanto pattuito, Fininvest acquisterà al *closing* il 5,0% del capitale sociale di Mediaset, detenuto direttamente da Vivendi.

Gli accordi sottoscritti, pertanto, non solo sono diretti a produrre, in via progressiva, una sensibile riduzione della partecipazione azionaria di Vivendi in Mediaset (la partecipazione è destinata a scendere, in ultimo, a circa al 4,6% corrispondente al 4,8% dei diritti di voto),

ma prevedono anche una serie di impegni a carico di Vivendi, immediatamente operativi, finalizzati ad escludere un qualsiasi ruolo attivo o condizionamento di tale società nella gestione di Mediaset.

In conclusione, ai fini delle valutazioni oggetto del presente procedimento, alla luce delle evoluzioni di mercato intervenute a seguito degli accordi sottoscritti tra le parti, non appaiono sussistere, sia allo stato che in prospettiva, elementi che consentono di qualificare Vivendi come “società collegata” in grado di esercitare un’influenza notevole su Mediaset, ai sensi dell’articolo 2359, comma 3, del Codice Civile;

RITENUTO, pertanto, alla luce degli elementi acquisiti nel corso dell’istruttoria e per le ragioni esposte in motivazione, che non sussistono in capo alla società Vivendi le condizioni previste articolo 4-*bis* del Decreto Legge n. 125/2020, in quanto in ragione degli accordi sottoscritti e dei relativi impegni assunti, la partecipazione azionaria detenuta nella società Mediaset non è in grado di determinare un’influenza notevole ai sensi dell’articolo 2359 del codice civile;

RITENUTO, altresì, opportuno avviare un’azione di monitoraggio sullo stato di attuazione dei citati accordi sottoscritti tra le parti, degli impegni assunti nonché sui conseguenti assetti azionari della società Mediaset, al fine di assicurare il pieno rispetto della normativa vigente a tutela del principio del pluralismo esterno;

VISTI gli atti del procedimento,

UDITA la relazione del Presidente;

DELIBERA

1. L’archiviazione del procedimento avviato con delibera n. 662/20/CONS nei confronti della società Vivendi S.E., finalizzato alle verifiche di cui all’articolo 4-*bis*, comma 1, del decreto-legge 7 ottobre 2020, n. 125, nonché all’eventuale adozione dei provvedimenti di cui all’articolo 43, comma 5, del Testo Unico.
2. Il monitoraggio sullo stato di attuazione degli accordi sottoscritti in data 3 maggio 2021, degli impegni assunti nonché sui conseguenti assetti azionari della società Mediaset, al fine di assicurare il pieno rispetto della normativa vigente a tutela del principio del pluralismo esterno.

Il presente provvedimento è notificato alle imprese interessate Vivendi S.E., Telecom Italia S.p.A. e Mediaset S.p.A. nonché pubblicato sul sito *web* dell'Autorità.

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

Roma, 24 giugno 2021

IL PRESIDENTE
Giacomo Lasorella

Per conformità a quanto deliberato
IL SEGRETARIO GENERALE
Giulietta Gamba