

DELIBERA N. 234/21/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
(FININVEST S.P.A. - MEDIASET S.P.A.)**

L'AUTORITÀ

NELLA riunione di Consiglio del 22 luglio 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. 107/20/CONS, del 31 marzo 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 (Fininvest 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. 107/21/CONS del 31 marzo 2021, 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 Fininvest S.p.A. e la controllata Mediaset S.p.A (provvedimento notificato tramite PEC - nota prot. Agcom n. 160180 del 1 aprile 2021).

Ai fini dello svolgimento dell'istruttoria sono state acquisite le risposte fornite dalla società Mediaset S.p.A. (prot. Agcom n. 88992 del 19 febbraio 2021 e prot. Agcom n. 190946 del 22 aprile 2021) nell'ambito del procedimento avviato con delibera n. 662/20/CONS, aventi ad oggetto le attività svolte dalle parti nei mercati interessati, sia direttamente che per il tramite di società controllate e collegate, ed ulteriori aspetti di dettaglio nonché dati economici e finanziari.

Inoltre, è stata inviata una richiesta di informazioni (prot. Agcom n. 267157 del 15 giugno 2021), volta ad acquisire elementi relativi all'attività del gruppo nell'editoria periodica. Da ultimo, l'Autorità ha invitato le parti 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.

Fininvest S.p.A ha trasmesso le informazioni richieste e la propria memoria in data 25 giugno 2021 (Prot. Agcom 283599 del 28 giugno 2021).

Nell'ambito del procedimento, Mediaset S.p.A. ha avanzato una istanza di accesso agli atti del fascicolo istruttorio (prot. Agcom n. 173861 del 12 aprile 2021), acquisendo la relativa documentazione in data 27 aprile 2021 mentre Fininvest S.p.A. ha avanzato una istanza di accesso agli atti (prot. Agcom n. 191400 del 22 aprile 2021), acquisendo la relativa documentazione in data 29 aprile 2021 integrata il 12 maggio 2021.

Fininvest S.p.A. è stata audita in data 8 luglio 2021 (istanza di audizione formulata con nota Prot. n. 283599 del 28 giugno 2021).

2. LE ARGOMENTAZIONI DELLE PARTI

La società Fininvest S.p.A. ha formulato, preliminarmente, alcune considerazioni circa l'interpretazione dell'art. 4-bis, del Decreto Legge n. 125/2020, sottolineando, in particolare, come la specificità della norma consista nel disciplinare le situazioni di pregiudizio o rischio per il pluralismo causalmente connesse all'operatività simultanea di un medesimo soggetto nei mercati delle comunicazioni elettroniche e del SIC, in presenza di peculiarità quali la disponibilità di risorse o infrastrutture strategiche, ovvero di situazioni di potere di mercato. In questo senso la società ha condiviso l'approccio all'applicazione della norma adottato dall'Autorità nelle delibere n. 209/21/CONS e n. 210/21/CONS.

La fattispecie riguarda, pertanto, esclusivamente le situazioni di incrocio tra mercati delle comunicazioni elettroniche e del SIC derivanti dalla contemporanea attività di un medesimo soggetto su due o più di tali mercati, produttive di effetti sul pluralismo, e non l'operatività, isolatamente considerata, del soggetto in uno o più mercati delle comunicazioni elettroniche, od in uno o più mercati del SIC, che costituisce oggetto delle distinte, e tuttora vigenti, disposizioni contenute, rispettivamente, nel d.lgs. 259/03 e nell'art. 43 d.lgs. 177/05. Di conseguenza, il procedimento non costituisce una duplicazione dei diversi procedimenti relativi alla regolazione dei mercati delle comunicazioni elettroniche, da un lato, ed alla tutela del pluralismo nel SIC e nei singoli mercati che lo compongono dall'altro, ma va ricondotto ad una specifica attività, demandata all'Autorità dalla disposizione, nel contesto emergenziale, ovviando alla possibile lacuna normativa che avrebbe potuto determinarsi sulla base di un'interpretazione della pronuncia della Corte di Giustizia UE, tale da condurre all'incompatibilità europea dell'art. 43, comma 11, d.lgs. 177/05 e quindi alla carenza,

nell'ordinamento, di una norma di tutela del pluralismo rispetto ai casi di operatività contemporanea nei mercati delle comunicazioni elettroniche e nel SIC.

Con riferimento al procedimento in oggetto, la società ha evidenziato come la presenza del gruppo Fininvest nei mercati delle comunicazioni elettroniche sia limitata all'ambito delle reti radiotelevisive; di conseguenza, ai fini della tutela del pluralismo, può astrattamente rilevare la sola operatività congiunta delle società del gruppo nei mercati delle infrastrutture e dei servizi di trasmissione radiotelevisiva, da un lato, e dei servizi di media audiovisivi e della radiofonia, dall'altro.

Nel merito, per quanto riguarda l'ambito delle reti televisive digitali terrestri e dei servizi di media audiovisivi, la società ha richiamato le significative misure di natura antitrust cui è sottoposta l'attività della società El Towers (nella quale il gruppo Fininvest possiede una partecipazione di collegamento, tramite la società Mediaset), che risultano tali da escludere qualsiasi preclusione all'accesso di terzi alle infrastrutture ed ai servizi forniti dalla società, e quindi qualsivoglia rischio per il pluralismo. Quanto all'integrazione verticale nelle attività televisive del gruppo Mediaset, è stato sottolineato che la stessa si è sviluppata secondo quanto previsto dal modello regolatorio adottato per lo sviluppo della piattaforma digitale terrestre (*horizontal entry model*), che si è rivelato, anche in occasione dei recenti sviluppi relativi al *refarming* dello spettro, del tutto idoneo ad assicurare un elevato grado di concorrenza e pluralismo interno alla piattaforma. Con riferimento, infine, alla radiofonia, è stato rilevato che la natura – in massima parte analogica – del sistema radiofonico nazionale fa sì che la titolarità di infrastrutture e reti di trasmissione (utilizzate essenzialmente per autoproduzione) caratterizzi tutti gli operatori e che risulti quindi assente qualsiasi peculiarità significativa del gruppo Fininvest che possa assumere rilevanza ai fini della tutela del pluralismo.

Tanto premesso, ad avviso della società risultano in difetto i presupposti di applicazione dell'art. 4 bis del Decreto Legge n. 125/2020 in quanto è da escludere che le situazioni di operatività simultanea del gruppo Fininvest/Mediaset su mercati delle comunicazioni elettroniche e su mercati del SIC evidenziate dall'atto di avvio del procedimento diano origine a posizioni lesive del pluralismo, o comunque rischiose per la tutela del pluralismo stesso.

3. LE RISULTANZE ISTRUTTORIE

3.1. FININVEST S.p.A.

Fininvest S.p.A. (di seguito anche "Fininvest"), dalla documentazione in atti, risulta essere una *holding* finanziaria, società per azioni, iscritta alla camera di Commercio

Industria e Agricoltura di Roma con numero REA RM – 798502, con codice fiscale n. 03202170589, avente sede legale in Largo del Nazareno n. 8, 00187 Roma.

La società è interamente controllata da società finanziarie riconducibili alla famiglia Berlusconi.

Fininvest S.p.A. detiene le seguenti partecipazioni di controllo: Teatro Manzoni (al 100%), Fininvest Res S.p.A. (al 100%), Isim S.p.A. (al 100%), A.C. Monza S.p.A. (100%), Gruppo Mondadori (al 53,3%), Mediaset S.p.A. (al 44,17%) e una partecipazione (al 30,11%) nel Gruppo Mediolanum S.p.A..

Ambito di attività

Fininvest S.p.A. è la *holding* di uno dei maggiori gruppi di comunicazione europei che opera in posizioni di leadership nei settori della televisione commerciale, della radio e del cinema con Mediaset S.p.A. e dell'editoria con Mondadori S.p.A..

La Società ha una partecipazione rilevante nella Banca Mediolanum, importante realtà nei servizi bancari e nei prodotti assicurativi e previdenziali. Infine, è attiva nel settore teatrale, con il teatro Manzoni di Milano e nello sport con l'A.C. Monza (fino ad aprile 2017 con l'A.C. Milan).

Governance della Società

La struttura di *governance* Fininvest S.p.A. è basata su un Consiglio di Amministrazione a nove membri così composto: Marina Elvira Berlusconi in qualità di Presidente; Danilo Pellegrino in qualità di Amministratore delegato; Barbara Berlusconi, Luigi Berlusconi, Pier Silvio Berlusconi, Adriano Galliani, Niccolò Ghedini, Ernesto Mauri, Salvatore Sciascia Consiglieri;

Il collegio sindacale è composto dai seguenti membri: Pellegrino Libroia (Presidente), Francesco Antonio Giampaolo, Francesco Vittadin.

3.2. 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 in via Paleocapa n. 3 – 20121 Milano¹.

¹ L'Assemblea degli azionisti di Mediaset S.p.A., in data 23 giugno 2021, nella Parte Straordinaria ha deliberato lo spostamento della sede legale della Società ad Amsterdam, Olanda – Paesi Bassi, da realizzarsi mediante adozione della forma giuridica di una *naamloze vennootschap* (N.V.) e l'adozione di un nuovo Statuto conforme alla legge olandese; a seguito del trasferimento le azioni Mediaset continueranno a essere

Il capitale sociale di Mediaset S.p.A. è (al 29 giugno 2021) pari a 614.238.333,28 euro, suddiviso in n. 1.181.227.564 azioni ordinarie.

L'azionariato ordinario risulta così composto (al 23 giugno 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%².

I titolari di partecipazioni rilevanti risultano essere (al 23 giugno 2021):

Fininvest S.p.A.	44,17%		
Simon Fiduciaria S.p.A.	19,19%	}	Vivendi S.E. 28,80% ³
Vivendi S.E.	9,61%		

La società risulta detenere le seguenti partecipazioni di controllo (al 30 giugno 2021) Mediaset Italia S.p.A. (al 100%), Mediaset España Communication S.A. (al 53,26%). Il gruppo ha inoltre una partecipazione in EI Towers S.p.A. (al 40%). Mediaset Italia S.p.A. a sua volta controlla Publitalia 80 S.p.A. (al 100%) e R.T.I. S.p.A. (al 100%); tramite Publitalia 80 S.p.A.: Digitalia '08 S.r.l. (al 100%), Publieurope Ltd (al 100%), Beintoo S.p.A. (all'81,3%), 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

quotate alla Borsa Italiana e la residenza fiscale della Società, così come l'amministrazione centrale, rimarranno in Italia.

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

³ 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.

da R.T.I. in chiaro (con un'ampia offerta su DTT⁴) 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 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, 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*)⁵, e del 48,16% nella società Tivù S.r.l.⁶, 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 nel *broadcaster* tedesco ProSiebenSat.1⁷.

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 Statuto⁸ e dal Regolamento Assembleare.

Il Consiglio di Amministrazione attualmente in carica, nominato dall'Assemblea degli azionisti del 23 giugno 2021 e in carica fino all'Assemblea di approvazione del bilancio

⁴ Diffusa anche in live streaming sulla piattaforma Internet del gruppo e sulla piattaforma satellitare gratuita Tivùsat.

⁵ In data 30 aprile 2021 EI Towers S.p.A., ha perfezionato la cessione a Phoenix Towers Italy S.p.A. della partecipazione del 100% detenuta in Towertel S.p.A, società cui fanno capo le infrastrutture e i contratti di servizio con gli operatori di telecomunicazioni.

⁶ Società partecipata oltre a Mediaset, da Rai, Telecom Italia, Associazione TV Locali e Aeranti Corallo.

⁷ Per quanto concerne la partecipazione in ProSiebenSat.1 (al 24,16%), in data 5 marzo 2021 RTI S.p.A. ha ceduto le quote residue di partecipazione (pari al 3,9%) detenute in Prosiebensat.1 Digital Content LP e Prosiebensat.1 Digital Content GP Ltd.

⁸ L'assemblea ordinaria e straordinaria del 23 giugno 2021 ha deliberato la modifica dello Statuto sociale.

dell'esercizio 2023⁹, 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, Stefano Sala, Carlo Secchi, Alessandra Piccinino, Stefania Bariatti (tratti dalla lista 1, presentata da Fininvest), Giulio Gallazzi, Costanza Esclapon De Villeneuve e Raffaele Capiello (tratti dalla lista 2, presentata da un gruppo di Sgr e di investitori istituzionali azionisti, rappresentativa complessivamente dell'1,109% del capitale).

Il Consiglio di Amministrazione 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 24 giugno 2021, è composto da 6 membri e resterà in carica fino all'approvazione del Bilancio d'esercizio 2023: 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 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) nominato nella seduta del CdA del 24 giugno 2021 è costituito dai seguenti membri: Alessandra Piccinino, Raffaele Capiello, Carlo Secchi.

Il 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) nominato nella seduta del CdA del 24 giugno 2021 è costituito dai seguenti membri: Stefania Bariatti, Marina Brogi, Carlo Secchi.

Il Comitato Governance e Nomine (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) nominato nella seduta del CdA del 24 giugno 2021 è costituito dai seguenti membri: Stefania Bariatti, Marina Brogi, Giulio Gallazzi.

⁹ Tenuta il 23 giugno 2021.

Il 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) nominato nella seduta del CdA del 24 giugno 2021 è costituito dai seguenti membri: Costanza Esclapon De Villeneuve, Marina Brogi, Alessandra Piccinino.

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).

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 ed hanno ad oggetto, *inter alia*, l'esercizio al diritto voto da parte di Vivendi e Simon Fiduciaria e limiti al trasferimento delle Azioni Simon Fiduciaria.

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.

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. 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 il gruppo Fininvest opera nei mercati delle comunicazioni elettroniche e nei mercati del SIC elencati nella delibera n. 107/21/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 società del Gruppo sono presenti. In particolare, saranno esaminati i 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.

4.1. I mercati delle comunicazioni elettroniche

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, multiplazione, 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 mercati¹⁰ 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 Broadgasting 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 avendo legami societari con fornitori di contenuti, cedono la propria capacità trasmissiva esclusivamente a *broadcaster* terzi.

¹⁰ 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*.

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 2¹¹;
- 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;
- MDS5: Premium Action¹²;

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;

¹¹ 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.

¹² 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.

- 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**¹³ 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 totale¹⁴. 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.

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.

¹³ Tale percentuale include anche i ricavi di Ospitalità/Manutenzione per reti di terzi **Omissis**.

¹⁴ Elaborazione Agcom su dati del Catasto nazionale delle frequenze radiotelevisive.

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.

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

I mercati dei servizi di media audiovisivi

Come evidenziato nella delibera n. 41/17/CONS¹⁵, 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.

Attraverso la controllata Mediaset, il gruppo Fininvest 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 concessionarie¹⁶ appartenenti al medesimo Gruppo, sia nella radiofonia con il network del gruppo Radiomediaset S.p.A. e Monradio S.r.l.

Il mercato nazionale dei servizi di media audiovisivi in chiaro, in ambito nazionale

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

¹⁵ 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 I)”.

¹⁶ 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..

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 audiovisivi¹⁷, 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 marchi¹⁸, diffusi principalmente su piattaforma DTT (e in simulcast su satellite¹⁹ e in *live streaming*).

¹⁷ 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..

¹⁸ 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).

¹⁹ Tramite la piattaforma satellitare gratuita Tivùsat.

Tabella 9

Marchi offerti in chiaro dalle società del Gruppo Media				
Editore		Marchio	LCN DTT	Snav 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
Radiomeditas S.p.A.	Radiomeditas 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 redistribuzione, 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%²⁰. 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)²¹.

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.

²⁰ 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.

²¹ Elaborazioni Agcom su dati Auditel (Nielsen).

Publitalia '80 (cfr. Tabella 11) detiene quindi partecipazioni in altre concessionarie pubblicitarie: Digitalia '80 S.r.l.²², Mediamond S.p.A.²³, 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, in ambito nazionale

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.

²² Digitalia '08 S.r.l. effettua la raccolta pubblicitaria per l'offerta a pagamento.

²³ 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*²⁴.

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 pagamento²⁵, 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 satellitare²⁶.

Tabella 11

Marchi offerti dalle società del Gruppo Mediaset nell'ambito di <i>bouquet</i> a pagamento				
Editore	Marchio	LCN DTT	LCN DTH ²⁷	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.

²⁴ 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..

²⁵ 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.

²⁶ Il *bouquet* è offerto anche all'interno della propria offerta su Internet con il servizio denominato *Premium su Infinity*.

²⁷ Tramite la piattaforma satellitare di Sky.

Il Gruppo Mediaset è attivo anche con l'offerta al pubblico di un servizio di media audiovisivo a pagamento²⁸ sulla rete IP, denominato *Infinity+*²⁹, 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.

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.

²⁸ 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.

²⁹ 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.

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 locale³⁰.

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 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.

³⁰ 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)*".

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 radiofoniche³¹;
- ii. 15 concessioni³² e 2 autorizzazioni³³ 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 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 Fininvest (attraverso 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 operatore³⁴. La posizione degli operatori trova conferma anche nelle stime per il 2020.

In tale mercato, il gruppo Fininvest/Mediaset è entrato a partire dal 2016, ed opera attraverso la società Radiomediaset S.p.A.³⁵, 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.

³¹ Tutte le 7 attuali reti trasmettono in FM, Rai Radio 1 anche in AM.

³² 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.

³³ Autorizzazioni per la ripetizione del segnale estero ai sensi dell'articolo 38 della legge n. 103/1975 ora equiparate alle concessioni nazionali.

³⁴ Cfr. Allegato A alla delibera n. 389/19/CONS, pp. 50 e ss.

³⁵ 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..

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.	R101	Commerciale	
		Radio Orbital	Commerciale	
	Radiomediaset S.p.A.	R m c Italia S.p.A. ³⁶	Radio Montecarlo	Commerciale
		Radio studio 105 S.p.A.	Radio studio 105	Commerciale
		Virgin Radio Italy S.p.A.	Virgin radio	Commerciale

Fonte: Agcom

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 musicale³⁷.

³⁶La 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).

³⁷ 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".

Publitalia '80 S.p.A., concessionaria pubblicitaria di riferimento del Gruppo, possiede il 50% della società Mediamond S.p.A.³⁸, 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)³⁹.

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 nazionale⁴⁰, 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 comunitarie⁴¹, la

³⁸ Il restante 50% è detenuto da Mondadori S.p.A., a sua volta controllata dalla holding Fininvest S.p.A..

³⁹ 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)

⁴⁰ 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*.

⁴¹ 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

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 58%, mentre la quota delle entrate da inserzioni pubblicitarie su internet del Gruppo interessato dalla presente analisi è stata inferiore al 2%. La posizione di tale soggetto risulta confermata anche considerando i valori previsionali del 2020.

Il gruppo Fininvest, attraverso la controllata 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*⁴²), sia attraverso le concessionarie pubblicitarie.

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..

⁴² 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.

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*)⁴³, nella *mobile advertising* per le app afferenti ai servizi di media televisivi e radiofonici di cui è titolare e per soggetti terzi⁴⁴, e operando nel sub segmento dell'Adtech, sia per il Digital Audio che per il *digital out of home* - DOOH⁴⁵.

Infine, si ricorda che, in data 29 gennaio 2021, nell'ottica di consolidare ulteriormente la propria presenza nel digitale, attraverso il Gruppo Mondadori, Fininvest ha perfezionato l'acquisizione di Hej!, società attiva nel segmento del *tech advertising*, in cui Mondadori già opera tramite AdKaora, *media agency* attiva nel *mobile advertising* e nel *proximity marketing*.

Il mercato della stampa periodica

Il mercato della stampa periodica è caratterizzato da un'elevata differenziazione del prodotto in base a diversi elementi (contenuti, stile, presentazione, periodicità, politiche commerciali, caratteristiche dei lettori, ambito geografico) che consente di coprire un ampio spettro di interessi dei lettori, sia di tipo generalista, sia di tipo specializzato. Ai fini della presente istruttoria, in linea con la delibera dell'Autorità n. 555/10/CONS recante "Procedimento per l'individuazione dei mercati rilevanti nell'ambito del sistema integrato delle comunicazioni", la stampa periodica si configura come un unico mercato, rilevante ai fini della tutela del pluralismo, al quale afferiscono tutte le risorse economiche, ad eccezione della componente non libraria e fonografica dei collaterali, la cui inclusione risulta impedita dal dato normativo (art. 43, punto 10, del Testo Unico) che, ai fini del calcolo delle risorse del SIC, e quindi dei relativi mercati rilevanti, menziona unicamente le tipologie di collaterali succitate.

Sotto il profilo geografico, nonostante la presenza di pubblicazioni periodiche a carattere locale, distribuite ai lettori in aree circoscritte del territorio nazionale si ravvisa la marginalità di tali edizioni in termini economici. Pertanto, tenuto conto dell'offerta di testate quasi esclusivamente a carattere nazionale, nonché dell'ambito principale di diffusione dei periodici, si conferma l'estensione nazionale del mercato in esame. In ogni caso, si rileva come una diversa segmentazione merceologica e geografica del mercato vada al di là dello scopo della presente istruttoria, e non muterebbe, in ogni caso, le valutazioni ivi svolte.

Nel mercato, il gruppo Fininvest è attivo attraverso la controllata Arnoldo Mondadori Editore S.p.A., che edita, direttamente e attraverso Mondadori Media S.p.A. (sulla quale

⁴³ Denominati Add+ over, inside e TV site per i servizi lineari e Add+ video per i servizi a richiesta.

⁴⁴ Attraverso la società Beeintoo S.p.A..

⁴⁵ Attraverso Max, Mediamond Audio Exchange, l'offerta di *advertising* audio digitale acquistabile sulle *property* delle radio digitali rappresentate da Mediamond.

la stessa Arnoldo Mondadori Editore S.p.A., detiene il controllo), quasi 50 testate periodiche di vario genere (si veda la Tabella 13. Il gruppo è altresì presente nel mercato mediante la controllata R.T.I. S.p.A. con 7 testate.

Nel mercato, il gruppo Fininvest è attivo attraverso la controllata Arnoldo Mondadori Editore S.p.A., che edita, direttamente e, in particolare, attraverso la controllata Mondadori Media S.p.A., 46 testate periodiche di vario genere). Altresì, la controllata R.T.I. S.p.A. è attiva nel medesimo mercato con 7 testate.

Nello specifico, per quanto attiene alla controllata Arnoldo Mondadori Editore S.p.A., partire dal 1° gennaio 2020 tutte le attività relative ai periodici e ai siti internet, nonché le partecipazioni dell'area Periodici Italia, sono confluite nella società Mondadori Media S.p.A. (già Mondadori International Business S.r.l.), cui è stato conferito il ramo d'azienda costituito dalle attività dei periodici a stampa, digitali e i relativi *shared services*; le società controllate Direct Channel S.p.A. (100%), Press-di Distribuzione Stampa e Multimedia S.r.l. (100%), AdKaora S.r.l. (100%), Mondadori Scienza S.p.A. (100%) e le società partecipate Mediamond (50%), Attica Publications S.A. (41,98%) e Mondadori Seec (Beijing) Advertising Co. Ltd (50%), che pubblica in Cina il periodico *Grazia*.

Attraverso la controllata Press-di Distribuzione Stampa e Multimedia distribuisce a livello nazionale i propri periodici nonché periodici e quotidiani di editori terzi nel canale edicola, mentre con Direct Channel presidia il canale di vendita in abbonamento sia delle proprie riviste sia di editori terzi.

In data 29 gennaio 2021, nell'ottica di consolidare ulteriormente la propria presenza nel digitale, il Gruppo Mondadori ha perfezionato l'acquisizione di Hej!, società attiva nel segmento del *tech advertising*, in cui Mondadori già opera tramite AdKaora, *media agency* attiva nel *mobile advertising* e nel *proximity marketing*.

Tabella 13

Testate periodiche editate dal gruppo Mondadori				
Tematica	N. testate	Periodicità	Modalità di offerta	Editore
Arredamento e design	4	mensile	cartacea e digitale	Mondadori Media
Attualità e costume	2	settimanale	cartacea (1) e digitale (2)	Mondadori Media
Cucina	1	mensile	cartacea e digitale	Mondadori Media
Femminili	2	settimanale	cartacea e digitale	Mondadori Media
Intrattenimento	12	settimanale	cartacea (11) e digitale (1)	Mondadori Media
Kids	7	mensile	cartacea (9) e digitale (1)	Arnoldo Mondadori
Letteratura	3	trimestrale		/Mondadori Scienza
Letteratura	1	settimanale	cartacea	Mondadori Media
Religione	2	settimanale	cartacea	Mondadori Media
Storia	3	settimanale	cartacea	Mondadori Media
	3	mensile		/Mondadori Scienza
	1	trimestrale		
Scienza	1	mensile	cartacea (3) e digitale (1)	Mondadori Media
	3	trimestrale		/Mondadori Scienza

Fonte: elaborazione dati societari

Nel 2019, le risorse economiche complessive afferenti al mercato della stampa periodica sono state pari a 1,7 miliardi di euro. Sotto il profilo degli assetti del mercato, si osserva come nonostante la crisi strutturale nella quale versa tutto comparto editoriale, alla quale più recentemente si aggiungono gli effetti negativi della pandemia, il mercato italiano della stampa periodica continua a contraddistinguersi per la presenza, da un lato, di alcuni operatori nazionali e internazionali attivi su più comparti dei media, che si rivolgono nel versante dei lettori con diverse pubblicazioni; dall'altro, molteplici editori minori che si rivolgono a segmenti specifici di consumatori o utenti professionali. Afferiscono alla prima tipologia di operatori, il gruppo Cairo Communication, che nel 2019 si colloca al primo posto, seguito da Fininvest (con una quota compresa fra il 10% e il 15%), Edizioni Condé Nast, Bresi e Hearst Magazines Italia; il complesso di tali operatori raggiunge circa il 30% delle entrate complessive. Si riscontra inoltre una tendenziale stabilità delle quote dei maggiori operatori a fronte della contrazione generalizzata dei ricavi del comparto, con una struttura di mercato che rimane piuttosto dispersa. La posizione dei soggetti interessati dal presente procedimento risulta confermata anche considerando i valori previsionali del 2020.

5. 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”*⁴⁶ - 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”*⁴⁷, 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 messa in pericolo del bene giuridico tutelato - il pluralismo - sono state svolte direttamente a monte dallo stesso Legislatore).

⁴⁶ Corte Cost. sent.n.112/1993.

⁴⁷ Corte Cost. sent. n. 826/1988.

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. 15948, 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-719/18⁴⁹ che ha stabilito che 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

⁴⁸ Legge 27 novembre 2020, n. 159, pubblicata in Gazzetta Ufficiale, Serie Generale, del 3 dicembre 2020, n.300.

⁴⁹ 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 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).

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 obbiettivi 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 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. 107/21/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 dall'attività svolta dalle società Fininvest – Finanziaria d'Investimento S.p.A./Mediaset S.p.A., anche attraverso partecipazioni in grado di determinare un'influenza notevole ai sensi dell'articolo 2359 del codice civile.

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;

- nel merito, dalle risultanze istruttorie sono emerse le seguenti evidenze. Il gruppo Fininvest, tramite Mediaset S.p.A.⁵⁰, 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. Fininvest S.p.A., rappresenta storicamente un operatore di rilievo nel mercato dell'editoria periodica. Nelle comunicazioni elettroniche, il Gruppo opera tramite la società 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 Fininvest è stato di 3,5 miliardi di euro. Nel SIC, la quota complessivamente realizzata nel 2019 dal gruppo Fininvest è compresa nell'intervallo 10%-15%⁵¹. Nell'ambito delle comunicazioni elettroniche, i ricavi conseguiti dal gruppo (tramite Elettronica Industriale S.p.A., controllata dal gruppo Mediaset) sono circa **Omissis** milioni di euro nel 2019⁵².

Al riguardo, si evidenzia che il procedimento in oggetto è volto a verificare se la presenza del Gruppo Fininvest – Finanziaria d'Investimento S.p.A./Mediaset S.p.A., contemporaneamente nelle comunicazioni elettroniche e nel SIC sia idonea 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.

Tuttavia, la fattispecie in esame, si caratterizza per la circostanza che il Gruppo in questione, nell'ambito dei mercati delle comunicazioni elettroniche, opera esclusivamente nel mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su rete terrestre (c.d. *broadcasting* digitale) secondo il sistema, ormai consolidato, dell'*horizontal entry model*, previsto e disciplinato dalla legge 3 maggio 2004, n. 112 e dal successivo Testo

⁵⁰ 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.

⁵¹ 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.

⁵² I dati di ricavo sono afferenti perlopiù a cessione di capacità trasmissiva e servizi accessori.

Unico, nonché nel mercato nazionale dei servizi di diffusione radiofonica su rete terrestre⁵³.

Con riferimento a tale ultimo mercato, nell'evidenziare che la tecnologia prevalentemente utilizzata per l'erogazione dei servizi di diffusione radiofonica è ancora quella analogica e che il relativo modello di offerta è fondato storicamente sull'integrazione verticale, gli elementi raccolti nel corso della presente istruttoria hanno permesso di confermare l'omogeneità della ripartizione delle risorse frequenziali fra gli operatori e pertanto l'assenza di alcuna problematica di ordine competitivo potenzialmente idonea a riflettersi nell'offerta a valle dei servizi radiofonici. D'altro canto, con riferimento al mercato nazionale dei servizi radiofonici si è potuta apprezzare una struttura del mercato sostanzialmente pluralista e non concentrata, caratterizzata dalla presenza di diversi e qualificati operatori oltre al gruppo Fininvest.

Relativamente al mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su rete terrestre, occorre ricordare che, al fine di evitare che l'accertata concentrazione di risorse tecniche ed economiche, caratterizzante il precedente sistema televisivo analogico, si potesse traslare nel mercato della televisione digitale terrestre, a partire dall'anno 2005 e fino al definitivo passaggio al nuovo sistema trasmissivo avvenuto nell'anno 2012, le società del gruppo Fininvest sono state già gravate dall'Autorità di ulteriori e specifici obblighi regolamentari con l'obiettivo di sterilizzare la posizione di preminenza raggiunta ed impedire che tale vantaggio potesse produrre effetti distorsivi o lesivi sul pluralismo.

Alla luce delle risultanze delle analisi del mercato televisivo e le relative fonti di finanziamento, con la delibera n. 136/05/CONS, l'Autorità ha imposto, ai sensi dell'articolo 2, comma 7 della legge 249/97, nei confronti delle società R.T.I. S.p.A. e Publitalia '80 S.p.A. (del gruppo Fininvest):

- 1) l'obbligo di accelerare la digitalizzazione delle reti televisive terrestri anche mediante la predisposizione in tecnica digitale di tutti gli impianti operanti in tecnica analogica;
- 2) l'obbligo di destinazione di capacità trasmissiva a fornitori indipendenti di contenuti, nell'ambito della quota del 40% della capacità trasmissiva delle reti digitali terrestri di cui all'art. 2-bis, comma 1, quinto periodo, della legge n. 66/2001;
- 3) l'obbligo di avvalersi di una concessionaria di pubblicità diversa da Publitalia per la raccolta pubblicitaria per le trasmissioni in tecnica digitale terrestre diverse dal *simulcast*;
- 4) il divieto di trasmettere messaggi pubblicitari nella programmazione televisiva digitale terrestre diversa dal *simulcast* in misura superiore al 12%;

⁵³ Né sono rinvenibili, allo stato, legami diretti o indiretti con la società Telecom Italia. Sul punto si rinvia alla delibera n. 209/21/CONS recante *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.)*.

- 5) l'obbligo di operare la separazione contabile tra le attività di raccolta pubblicitaria sulle reti analogiche e attività di raccolta pubblicitaria sulle reti digitali terrestri;
- 6) l'obbligo di praticare condizioni trasparenti, eque e non discriminatorie nella vendita di spazi pubblicitari, dando separata evidenza degli eventuali sconti applicati ai singoli prodotti.

Con riferimento al mercato (nazionale) dei servizi di diffusione televisiva su piattaforma terrestre in tecnica analogica, a seguito dell'accertamento della sussistenza della posizione di dominanza congiunta nel mercato in questione da parte di RAI e RTI, con delibera n.159/08/CONS del 9 aprile 2008, al fine di *“neutralizzare le potenziali distorsioni della concorrenza relativamente ai servizi intermedi che sono necessari ai concorrenti per l'installazione e la gestione della propria rete diffusiva”*, sono state imposte le seguenti misure individuali ai sensi di quanto disposto dall'articolo 7 e dall'art. 19, comma 5, del Codice delle Comunicazioni elettroniche: (i) obbligo di accesso e uso di determinate risorse; (ii) obbligo di trasparenza; (iii) obbligo di non discriminazione; (iv) obbligo di separazione contabile⁵⁴.

⁵⁴ Nel dettaglio:

Obbligo in materia di accesso e di uso di determinate risorse di rete

RAI-Radiotelevisione Italiana S.p.A e Reti Televisive Italiane S.p.A – anche attraverso società controllate o a loro collegate – devono dare accesso, ove possibile, alle proprie infrastrutture a operatori televisivi nazionali su frequenze terrestri in tecnica analogica, che ne facciano richiesta. In particolare, RAI-Radiotelevisione Italiana S.p.A e Reti Televisive Italiane S.p.A., consentono la co-ubicazione o condivisione delle infrastrutture necessarie alla diffusione televisiva per la trasmissione agli utenti finali su frequenze terrestri in tecnica analogica, ed offrono il servizio di gestione degli impianti trasmissivi (installazione, manutenzione, etc.).

Obbligo di trasparenza

RAI-Radiotelevisione Italiana S.p.A e Reti Televisive Italiane S.p.A. sono soggette all'obbligo di trasparenza, ai sensi dell'art. 46 del Codice delle comunicazioni elettroniche. RAI-Radiotelevisione Italiana S.p.A e Reti Televisive Italiane S.p.A rendono disponibile un'offerta disaggregata relativa alle condizioni economiche e tecniche di fornitura dei servizi di accesso alle proprie infrastrutture, che sono necessari per l'installazione e la gestione di una rete di diffusione televisiva su frequenze terrestri in tecnica analogica da parte di operatori terzi.

La delibera ha poi specificato il grado minimo di dettaglio richiesto per tale offerta.

Obbligo di non discriminazione

Fatti salvi gli obblighi già previsti dalla normativa nazionale, RAI-Radiotelevisione Italiana S.p.A e Reti Televisive Italiane S.p.A. sono soggette all'obbligo di non discriminazione, ai sensi dell'art. 47 del Codice delle comunicazioni elettroniche limitatamente ai servizi di trasmissione televisiva in tecnica analogica. Nella fornitura di servizi di accesso alle proprie infrastrutture, RAI-Radiotelevisione Italiana S.p.A e Reti Televisive Italiane S.p.A. applicano condizioni di natura economica e tecnica equivalenti in circostanze equivalenti nei confronti di altri operatori terzi in tecnica analogica e forniscono a questi ultimi servizi e informazioni alle stesse condizioni di quelle che forniscono o sono fornite alle/dalle società ad esse collegate o da esse controllate.

Obbligo di separazione contabile

Fatti salvi gli obblighi già previsti dalla normativa nazionale, RAI-Radiotelevisione Italiana S.p.A e Reti Televisive Italiane S.p.A. sono soggette all'obbligo di separazione contabile ai sensi dell'art. 48 del Codice delle comunicazioni elettroniche limitatamente ai servizi di trasmissione televisiva in tecnica analogica. La contabilità regolatoria reca evidenza separata dei servizi di trasmissione in tecnica analogica forniti

L'attuazione in concreto delle misure disposte con le citate delibere è stata costantemente monitorata negli anni dall'Autorità e le evidenze raccolte circa il raggiungimento di un assetto di mercato concorrenziale e pluralista della piattaforma digitale terrestre (in particolare evidenziate nelle delibere n. 24/11/CONS, n. 283/14/CONS e da ultimo nella delibera n. 564/20/CONS), sono state sempre condivise con i competenti uffici della Commissione Europea (in questo senso, in data 14 maggio 2020 la Commissione ha disposto la chiusura della procedura di infrazione n. 2005/5086⁵⁵ contro lo Stato italiano).

Tali conclusioni, hanno trovato conferma anche negli elementi acquisiti nel corso della presente istruttoria. Infatti, le evidenze raccolte non solo hanno dimostrato l'esistenza di un'ampia, oltre che diversificata, offerta di capacità trasmissiva a livello nazionale, riconducibile a 8 differenti operatori di rete, ma anche che il gruppo Fininvest, allo stato, destina una quota significativa della capacità trasmissiva disponibile sui propri multiplex a fornitori di servizi di media terzi o indipendenti.

Da ultimo, non si può non considerare il processo di *refarming* in atto che, entro il 2022 porterà a conferire un nuovo assetto al sistema radiotelevisivo su piattaforma DTT (nazionale e locale) alla luce della dotazione di risorse spettrali rimaste a disposizione per il servizio *broadcasting* a seguito dell'assegnazione delle frequenze nella banda 700 MHz (694 - 790 MHz) ai sistemi terrestri in grado di fornire servizi di comunicazione elettronica a banda larga senza fili⁵⁶. In particolare, il Piano nazionale di assegnazione delle frequenze da destinare al servizio televisivo digitale terrestre (PNAF), adottato con delibera n. 39/19/CONS, in considerazione della residua disponibilità di risorse frequenziali da destinare alla radiodiffusione televisiva, ha pianificato n.12 reti nazionali in tecnologia DVB-T2, rispetto alle attuali n. 20 reti in esercizio in tecnologia DVB-T.

internamente ed esternamente. Ricavi ed oneri di cessione interna devono essere valorizzati sulla base dei prezzi dell'Offerta di riferimento, delle quantità e delle caratteristiche dei servizi acquisiti o ceduti. I prezzi dell'offerta di riferimento dovranno, comunque, essere equi, trasparenti e non discriminatori. In associazione a ciascun conto economico per la fornitura dei servizi di accesso alle infrastrutture in tecnica analogica, RAI-Radiotelevisione Italiana S.p.A e Reti Televisive Italiane S.p.A. introducono un prospetto di dettaglio che riporta, in modo disaggregato, per ciascuna voce di *transfer charge*, le quantità e le tipologie dei servizi ceduti o acquistati dalle proprie controllate e dagli altri operatori in tecnica analogica, con un livello di dettaglio che permetta la verifica dei valori in conto economico a partire dai prezzi in offerta di riferimento, e la parità di trattamento tra proprie controllate ed operatori concorrenti in tecnica analogica.

⁵⁵ L'archiviazione della procedura è stata disposta dalla Commissione europea con la seguente motivazione: «poiché sono state adottate le misure per rispondere alle preoccupazioni espresse della Commissione in merito alla conformità alla "direttiva sulla concorrenza" (direttiva 2002/77/CE), alla "direttiva autorizzazioni" (direttiva 2002/20/CE) e alla "direttiva quadro" (direttiva 2002/21/CE)». Nel merito, la Commissione ha richiamato anche l'avvio e il completamento della procedura per l'assegnazione delle frequenze DTT ed ha rilevato che «sono inoltre prevedibili cambiamenti significativi nel settore DTT nel contesto del processo di "refarming" in corso, in base al quale gli Stati membri dovranno trasferire le frequenze DTT dalla banda 700 MHz, che sarà utilizzata per le comunicazioni mobili».

⁵⁶ In attuazione della decisione n. 2017/899 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 maggio 2017, relativa all'uso della banda di frequenza 470 - 790 MHz nell'Unione.

Tale processo in contrazione e riassegnazione delle risorse spettrali, pertanto, è destinato a modificare significativamente l'assetto e le dinamiche dell'attuale piattaforma trasmissiva digitale terrestre, con rilevanti ricadute sulle strategie degli operatori di rete e inevitabili riflessi sull'offerta di servizi media audiovisivi *free* e *pay*.

Peraltro, proprio la convergenza tecnologica e di mercato - ormai consolidata tra i settori dei media e delle telecomunicazioni - ha generato negli anni profondi cambiamenti in tutto il sistema della comunicazione, sia per quanto riguarda il perimetro delle attività dei mercati che compongono la catena del valore dei servizi di media (inclusi i servizi di diffusione televisiva), sia con riferimento ai soggetti coinvolti che vi operano. Questo processo che deriva dalla diffusione di reti di telecomunicazioni a banda larga e ultralarga, fisse e mobili, è stato, altresì, facilitato dalle innovazioni introdotte nell'industria degli apparati riceventi (principalmente *smart Tv* e *device* mobili collegati alla rete Internet) che hanno amplificato la rescissione del legame tra mezzo di trasmissione e contenuto/servizio veicolato, che può quindi essere fruito mediante molteplici piattaforme diffusive, differenti apparati di ricezione e diverse modalità (lineare e non lineare).

Pertanto, con riguardo ai mercati nazionali dei servizi di media audiovisivi gratuiti e a pagamento si rileva come i processi di digitalizzazione e lo sviluppo delle piattaforme trasmissive hanno favorito lo sviluppo di nuove forme di intrattenimento nonché l'affermazione di operatori che offrono contenuti attraverso innovative modalità di visione (piattaforme, *device*, *vdo*, diretta, ecc.) e di pagamento (abbonamento, affitto/noleggio, singolo evento). In particolare, attraverso il web si stanno affermando le offerte televisive (e in particolare quelle a pagamento) da parte delle piattaforme online – il cui modello di *business* si basa su una struttura multiversante tipica dei mercati in cui operano e centrata nell'offerta su scala globale tramite Internet di una pluralità di servizi e contenuti in forma continua e decentralizzata (*anywhere, anytime, on any device*) – che esercitano una pressione competitiva sempre più forte nei confronti dei *broadcaster* tradizionali, determinando in prospettiva una significativa modificazione delle condizioni presenti sul mercato sia dal lato dell'offerta che della domanda;

RITENUTO, pertanto, alla luce degli elementi acquisiti nel corso dell'istruttoria e per le ragioni esposte in motivazione, che la posizione detenuta dalle società Fininvest – Finanziaria d'Investimento S.p.A. e Mediaset S.p.A., in ragione delle attività svolte contemporaneamente nei mercati delle comunicazioni elettroniche e in quelli del sistema integrato delle comunicazioni (SIC), anche attraverso partecipazioni in grado di determinare un'influenza notevole ai sensi dell'articolo 2359 del codice civile, non determina effetti distorsivi o comunque lesivi del pluralismo;

VISTI gli atti del procedimento,

UDITA la relazione del Presidente;

DELIBERA

1. L'archiviazione del procedimento avviato con delibera n. 107/21/CONS nei confronti delle società Fininvest S.p.A e Mediaset S.p.A., 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.

Il presente provvedimento è notificato alle imprese interessate Fininvest 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, 22 luglio 2021

IL PRESIDENTE
Giacomo Lasorella

Per conformità a quanto deliberato
IL SEGRETARIO GENERALE
Giulietta Gamba