



DELIBERA N. 216/25/CONS

**PARERE ALL'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL
MERCATO IN MERITO ALLO SCHEMA DI PROVVEDIMENTO RELATIVO
ALL'OPERAZIONE DI CONCENTRAZIONE C12726 – POSTE ITALIANE /
TELECOM ITALIA**

L'AUTORITÀ

NELLA sua riunione di Consiglio del 27 agosto 2025;

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

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

VISTO in particolare, l’articolo 1, comma 6, *lett. c)*, n. 11 della predetta legge;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287, recante “*Norme per la tutela della concorrenza e del mercato*”;

VISTI in particolare l’articolo 5, comma 1, *lett. b)*, l’articolo 6, comma 1, e l’articolo 16, commi 1 e 4, della predetta legge;

VISTO l’accordo di collaborazione tra l’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e l’Autorità garante della concorrenza e del mercato in materia di comunicazioni elettroniche del 27 gennaio 2004;

VISTA la direttiva (UE) 2018/1972 del Parlamento europeo e del Consiglio, dell’11 dicembre 2018, *che istituisce il codice europeo delle comunicazioni elettroniche (rifusione)*;

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

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. 58/25/CONS, del 6 marzo 2025;

VISTA la delibera n. 401/10/CONS, del 22 luglio 2010, recante “*Disciplina dei tempi dei procedimenti*”, come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 118/14/CONS, del 13 marzo 2014;

VISTA la delibera n. 114/24/CONS, del 30 aprile 2024, recante “*Analisi coordinata dei mercati dei servizi di accesso alla rete fissa ai sensi dell’articolo 89 del Codice*”;

VISTA la delibera n. 77/25/CONS, del 19 marzo 2025, recante “*Identificazione e analisi dei mercati della terminazione delle chiamate vocali su rete mobile*”;

VISTA la delibera n. 205/25/CONS, del 30 luglio 2025, recante “*Avvio della consultazione pubblica concernente l’analisi dei mercati dei servizi di accesso alla rete fissa ai sensi dell’articolo 89 del Codice*”;

VISTA la delibera n. 192/25/CONS, del 23 luglio 2025, recante “*Verifica ai sensi dell’art. 51, comma 3, del decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208 in merito all’acquisizione da parte della società Poste italiane S.P.A. del 15% del capitale sociale della società TIM S.P.A.*”;

VISTA la nota pervenuta in data 31 luglio 2025, prot. n. 194838, con la quale l’Autorità garante della concorrenza e del mercato (di seguito “AGCM”) ha chiesto il parere, ai sensi dall’art. 1, comma 6, *lett. c*), n. 11, della legge n. 249/97, in merito allo schema di provvedimento relativo all’operazione di concentrazione C12726 tra Poste Italiane S.p.A. e Telecom Italia S.p.A.;

VISTI gli atti trasmessi dall’AGCM con la citata nota;

RILEVATO quanto segue:

Le Parti e la descrizione dell’operazione

1. Poste Italiane S.p.A. (di seguito “Poste”), società quotata presso la Borsa di Milano del Gruppo Poste, è il fornitore *ex lege* del servizio postale universale e svolge, sull’intero territorio nazionale, tutte le fasi delle attività postali relative ai servizi di recapito. Inoltre, il Gruppo Poste – anche attraverso le proprie controllate – è attivo nei seguenti settori: servizi di telecomunicazione fisso e mobile, pagamenti, finanziari, assicurativi, energia, IT e logistica. Il principale azionista di Poste è Cassa Depositi e

Prestiti S.p.A. (di seguito, “CDP”) che detiene una partecipazione pari al 35%; il Ministero dell’Economia e delle Finanze (di seguito, “MEF”) detiene un ulteriore 29,3% del capitale, cosicché circa il 65% delle azioni è riconducibile allo Stato italiano. La restante parte del capitale sociale è collocato presso investitori istituzionali e individuali¹.

2. TIM S.p.A. (di seguito “TIM”), società capogruppo del Gruppo TIM, fornisce servizi di telecomunicazioni su rete fissa e su rete mobile. Con riferimento ai servizi di rete fissa, TIM offre servizi al dettaglio² di connettività a banda larga e ultra-larga, basati su tutte le tecnologie disponibili (rame, misto rame-fibra, fibra, *fixed-wireless*, satellitare) rivolendosi sia alla clientela residenziale che affari nonché alla Pubblica Amministrazione e rappresenta il principale operatore del mercato. Con riferimento ai servizi di telefonia mobile, TIM è un operatore infrastrutturato (*Mobile Network Operator* di seguito “MNO”) e opera, nel mercato al dettaglio, attraverso i marchi TIM e Kena ed è attivo nel mercato dei servizi di accesso all’ingrosso alla propria rete mobile forniti a operatori mobili privi della rete di accesso (*Mobile Virtual Network Operator* di seguito “MVNO”). TIM fornisce, inoltre, servizi audiovisivi di *streaming on demand* e in diretta (dedicati a film, serie TV e altri programmi d’intrattenimento) con il marchio TIMVISION. Attraverso la *business unit* TIM Enterprise, offre infine soluzioni digitali dedicate ad aziende e pubblica amministrazione (es. *cloud*, IoT, VoIP, *cybersecurity*).

3. Il 29 marzo 2025, Poste ha sottoscritto con Vivendi SE (di seguito “Vivendi”) un contratto per l’acquisto dalla stessa Vivendi di una partecipazione del 15% delle azioni ordinarie di TIM. Poste, già azionista con il 9,81% di tali azioni, al perfezionamento dell’operazione, arriverà a detenere in TIM una partecipazione complessiva del 24,81% delle azioni ordinarie, diventandone così il maggiore azionista.

4. L’acquisizione di tale partecipazione garantisce a Poste il controllo esclusivo su TIM, tenuto conto del meccanismo di nomina degli amministratori del CdA³. Infatti, i due terzi degli amministratori, che sono poi in grado di assumere le decisioni in CdA, sono nominati dalla lista che ottiene il maggior numero di voti in assemblea⁴ e Poste è

¹ Sul punto si evidenzia che nella bozza di provvedimento sottoposta all’Autorità l’AGCM analizza in dettaglio la partecipazione di CDP nel capitale di Poste e il ruolo di controllo del MEF su Poste. Ad avviso di Poste, la ricostruzione fatta dall’AGCM non sarebbe più valida e non rispecchierebbe l’attuale assetto di controllo del Gruppo, che non sarebbe più sottoposto al controllo di alcun soggetto. Tuttavia, l’AGCM, pur evidenziando la diretta espressione del MEF del Presidente e dell’Amministratore delegato di Poste nonché la differente natura della nozione di controllo antitrust rispetto a quella civilistica, ha evidenziato di non ritenere, ai fini del procedimento in esame, necessario di confutare ulteriormente le argomentazioni relative all’assetto di controllo di Poste, non avendo tali considerazioni alcun impatto sulla valutazione concorrenziale dell’operazione in esame.

² Cfr. Decisione della Commissione europea del 30 maggio 2024 – caso M11386 con la quale la Commissione ha autorizzato lo scorporo della rete di TIM.

³ Consiglio di Amministrazione, ossia l’organo incaricato della gestione della società.

⁴ Gli amministratori sono nominati secondo il meccanismo del voto di lista.

l'unico azionista con una quota di rilievo nonché l'unico azionista di natura industriale, con una conoscenza approfondita dei settori e dei mercati in cui è attiva TIM⁵.

5. L'operazione, essendo finalizzata all'acquisizione del controllo esclusivo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, *lett. b*), della legge n. 287/90. Ricorrono, inoltre, le condizioni previste dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge in merito all'obbligo di comunicazione preventiva. L'AGCM evidenzia che non sono presenti condizioni accessorie.

TENUTO CONTO degli ambiti di competenza dell'Autorità, in merito all'identificazione dei mercati rilevanti e alla valutazione delle problematiche competitive evidenziate;

CONSIDERATO quanto segue:

Sommario

1. Le osservazioni pervenute da terzi	4
2. I mercati rilevanti individuati dall'AGCM.....	5
3. Le conclusioni dell'AGCM	11
4. Le valutazioni dell'Autorità sullo schema di provvedimento dell'AGCM	11

1. Le osservazioni pervenute da terzi

1. A seguito della pubblicazione dell'avviso di concentrazione, l'AGCM ha ricevuto osservazioni da parte di Iliad Italia S.p.A. (Iliad), Fastweb S.p.A./Vodafone S.p.A. (FW+VO), Sky Italia S.r.l. (Sky), Wind Tre S.p.A. (WindTre) e Associazione Italiana Internet Provider (AIIP). Gli operatori hanno sollevato diverse perplessità su vari aspetti derivanti dall'operazione e hanno chiesto l'avvio di un'istruttoria finalizzata all'adozione di idonee misure risolutive delle problematiche sollevate.

2. Anzitutto, hanno rilevato presunti effetti verticali in termini di *input foreclosure*, dovuti alla possibilità per TIM di accedere alla rete distributiva di Poste. Ciò garantirebbe all'entità *post-merger* di beneficiare di una leva competitiva che rafforzerebbe la posizione di TIM nei mercati delle telecomunicazioni (fisse e mobili), tenuto conto della

⁵ Va anche considerato che, come riportato nella bozza di provvedimento dell'AGCM, Poste ha già manifestato l'intenzione di [omissis], al fine di esercitare una influenza determinante nelle scelte strategiche della società idonea a conferirne il controllo.

rilevanza della rete fisica nella distribuzione dei servizi telefonici per esigenze di assistenza e consulenza, ma anche per la natura di alcuni prodotti e servizi (come l'acquisto della SIM) che richiedono una componente materiale. Questo effetto sarebbe ancora più significativo nei Comuni dove sono ubicati gli sportelli postali che hanno beneficiato dei finanziamenti legati al Progetto Polis, dal momento che, trattandosi di Comuni con una popolazione inferiore a 15.000 abitanti, la rete di vendita degli altri operatori sarebbe poco sviluppata. Infine, potrebbe avere un accesso privilegiato ai servizi postali e logistici del Gruppo Poste, nel recapito delle SIM che sono acquistate *online*, con potenziali effetti di discriminazione rispetto alle condizioni di mercato alle quali gli altri operatori possono accedere.

3. Un possibile effetto di *customer foreclosure* discenderebbe, invece, dall'integrazione tra TIM, fornitore di servizi all'ingrosso di accesso alla rete mobile, e Poste che, tramite l'operatore MVNO Postepay, sarebbe il più importante cliente all'ingrosso di FW+VO⁶. Secondo FW+VO, dunque, a seguito dell'operazione il mercato verrebbe privato di un primario cliente all'ingrosso, che andrebbe a rifornirsi unicamente da TIM.

4. Un'ulteriore criticità sollevata riguarda la possibilità solo per TIM di acquisire informazioni sulla clientela di Poste, che quest'ultima detiene in ragione dell'attività postale.

5. Ci sarebbero, poi, possibili effetti conglomerati derivanti dalla vendita abbinata dei servizi di telecomunicazioni con gli altri servizi postali, finanziari e di altra natura (ad esempio, energetici) nonché il rischio che Poste nell'attività di ricarica delle SIM, svolta tramite la controllata Lottomatica Servizi, potrebbe penalizzare gli operatori mobili concorrenti di PostePay e TIM, limitando la possibilità di ricarica o applicando condizioni discriminatorie agli altri operatori.

6. Un ultimo aspetto riguarda la possibile sovrapposizione orizzontale tra i servizi di telefonia di TIM e quelli di Poste, che porterebbe a un rafforzamento della posizione di mercato della prima.

2. I mercati rilevanti individuati dall'AGCM

7. In considerazione dell'attività svolta dalle Parti l'operazione interessa diversi mercati, che saranno indicati brevemente di seguito.

8. In premessa, l'AGCM sottolinea che, in termini generali, le attività principali di Poste e TIM sono tra loro diverse, essendo la prima incentrata sui servizi finanziari e

⁶ Al riguardo, FW+VO ha evidenziato di aver già ricevuto da Poste la comunicazione di voler recedere dal contratto di fornitura del servizio di accesso all'ingrosso alla rete mobile.

postali e solo marginalmente sui servizi di telefonia e su altri servizi, mentre la seconda è attiva soprattutto nella fornitura di servizi di telecomunicazioni fisse e mobili. Pertanto, l'operazione determina minime sovrapposizioni orizzontali e solo contenuti effetti verticali e conglomerati. L'aspetto di maggior rilievo, per i possibili effetti verticali e conglomerati, riguarda l'integrazione dei servizi offerti da TIM nella capillare rete di sportelli di Poste, con la conseguente possibile vendita dei servizi di TIM anche attraverso la rete fisica di Poste, eventualmente congiuntamente ad altri servizi.

Il mercato dei servizi di telefonia fissa al dettaglio per clienti residenziali e SOHO

9. In linea con i suoi precedenti in materia, l'AGCM ritiene che i servizi di telecomunicazione al dettaglio su rete fissa per clientela affari costituiscano un mercato separato rispetto ai servizi per clientela residenziale e SOHO (*Small Office Home Office*). Per quanto i servizi offerti siano analoghi (voce e connessione dati a banda larga e ultra-larga), esistono differenze sostanziali in termini di qualità del servizio e assistenza nonché di modalità di selezione e approvvigionamento.

10. Da un punto di vista geografico, in linea con i suoi precedenti, l'AGCM individua un unico mercato di dimensione nazionale, tenuto conto dell'estensione geografica delle reti, delle regolamentazioni nazionali nonché della sostanziale presenza dei medesimi operatori sull'intero territorio nazionale.

11. Sia Poste che TIM sono attive in questo mercato, la prima attraverso l'acquisizione dei servizi all'ingrosso forniti da [omissis] e la seconda prevalentemente attraverso i servizi di FiberCop.

12. Relativamente agli effetti orizzontali, l'operazione porterà a un incremento marginale della quota di mercato di TIM ([1-5]% in valore⁷ e +2,2% in volume). Al riguardo, l'AGCM evidenzia che, per quanto TIM detenga ancora una quota di mercato significativa, è in corso un graduale indebolimento del suo potere di mercato, tenuto conto sia della costante contrazione della sua quota di mercato a partire dal 2022 sia della sua limitata capacità di acquisire nuovi clienti. Inoltre, il secondo operatore del mercato, nato dalla fusione tra Fastweb e Vodafone, ha una quota prossima a quella di TIM e non sussistono per il caso in esame le tipiche caratteristiche che, in precedenti casi di concentrazione, hanno portato l'AGCM a valutare possibili criticità concorrenziali. Pertanto, l'AGCM conclude che *“l'aumento marginale della quota di TIM in tale mercato, derivante dalla presente operazione, non appare integrare un elemento di preoccupazione concorrenziale in ordine agli effetti orizzontali sul mercato”*.

13. Con riferimento agli effetti verticali, l'AGCM ha valutato se l'operazione possa rafforzare la capacità di penetrazione dei servizi di TIM per effetto della possibile

⁷ Valore basato su una stima interna delle Parti.

vendita e promozione attraverso gli sportelli di Poste. Sul punto, l'AGCM evidenzia anzitutto che negli anni è diventata meno cogente la necessità di dotarsi di una rete di negozi fisici tradizionali monomarca. In particolare, per i maggiori operatori del mercato le acquisizioni attraverso il canale digitale sono di poco inferiori rispetto a quelle attraverso il canale fisico, che tra l'altro avvengono per quasi la metà in punti vendita multimarca e presso gli *stand* presenti nei centri commerciali. Poi, va considerato che la vendita presso un negozio fisico ha un ruolo meno rilevante rispetto ad altri servizi (come, ad esempio, quelli finanziari); infatti, i servizi di telecomunicazioni, certamente con riferimento alla clientela residenziale, sono diventati per i consumatori un bene più omogeneo, riducendosi il grado di differenziazione delle offerte tra i diversi operatori, tanto che la scelta è orientata prevalentemente in base al prezzo⁸.

14. Ancora, l'AGCM evidenzia che l'eventuale acquisizione da parte di TIM di informazioni sulla clientela di Poste, per finalità di profilazione o *marketing*, senza il consenso dei clienti, potrebbe integrare una violazione della normativa a tutela dei dati personali. Inoltre, rileva che Poste ha espressamente dichiarato che TIM non avrà accesso ai dati dei suoi clienti.

15. Infine, l'AGCM esclude che gli sportelli del programma Polis siano idonei a rafforzare la posizione di TIM nell'offerta di servizi di telefonia fissa, alla luce del basso numero di attivazioni medie annue per ufficio registrate.

16. Tenuto conto di quanto sopra nonché della tendenza a ridursi della quota di mercato di TIM negli ultimi anni, l'AGCM conclude che *“l'accesso di TIM alla rete di uffici postali non appare idoneo a spostare gli equilibri concorrenziali in misura concreta e a produrre effetti di significativo impedimento alla concorrenza effettiva”*.

17. In merito ai possibili effetti conglomerati, dovuti alla possibilità per la nuova entità di vendere prodotti e servizi tra loro distinti, in premessa l'AGCM evidenzia che il presupposto di tali effetti è la sussistenza di relazioni conglomerati tra imprese che operano su mercati strettamente collegati⁹. L'AGCM evidenzia che, in presenza di specifiche condizioni, la potenziale restrittività delle concentrazioni conglomerati deriverebbe, concretamente, dalla capacità della nuova entità a effettuare vendite abbinate (*bundling*) o aggregate (*tying*) che siano in grado di ridurre in modo significativo gli sbocchi di mercato dei concorrenti. Per il caso in esame, l'AGCM osserva che la percentuale di clienti di Poste che ha sottoscritto offerte integrate o in *bundle* (ad esempio

⁸ L'AGCM rileva anche che, in ogni caso, Poste è attiva nel mercato della telefonia fissa dal 2017 e, pur beneficiando della propria capillare rete di sportelli, è riuscita a raggiungere soltanto una quota intorno al 2%.

⁹ Esempi di questo tipo sono le concentrazioni che interessano fornitori di prodotti complementari o prodotti che appartengono alla stessa gamma di prodotto che vengono generalmente acquistati dalla stessa categoria di clienti per il medesimo utilizzo finale.

tra servizi di telefonia fissa e/o mobile e servizi assicurativi o energetici) negli ultimi anni è estremamente contenuta rispetto al totale della clientela, a dimostrazione che i servizi in questione non sono realmente complementari, tanto che non ci sono evidenze di strategie di *bundling* realmente efficaci. Rileva al riguardo anche la dichiarazione di Poste di non aver “*intenzione di proporre nei propri canali di vendita offerte in bundle con servizi di telecomunicazioni fisse o mobili di TIM per l’intera durata dell’attuale piano industriale*” 2024-2028.

18. Sulla base di quanto espresso, l’AGCM conclude che non ci siano rischi di natura conglomerale derivanti dalla vendita abbinata dei diversi servizi delle due società nell’operazione in esame.

Il mercato dei servizi di telefonia mobile al dettaglio

19. L’AGCM ritiene che il mercato dei servizi di telefonia mobile al dettaglio ricomprenda tutti i servizi che consentono agli utenti di soddisfare le proprie esigenze di comunicazione in mobilità, ossia le chiamate vocali nazionali e internazionali, gli *Short Messaging Service* (“SMS”), i *Multimedia Messaging Services* (“MMS”), *Internet mobile* (accesso dati). Nel mercato sono attivi sia operatori MNO che MVNO.

20. In linea con i propri precedenti, l’AGCM ritiene che il mercato abbia estensione geografica nazionale, in ragione della regolazione di settore vigente in Italia, nonché dell’estensione nazionale delle reti di telecomunicazione mobile e della loro indipendenza dagli altri Stati membri.

21. L’AGCM rileva che l’operazione determinerà un modesto aumento della quota di mercato della nuova entità in termini sia di volumi (TIM detiene il 23,1% e Poste il 5,5%) che di valore (TIM detiene il [25-30]% e Poste il [1-5]%). Le quote aggregate *post-merger*, quindi, non supereranno la soglia del 30% con un incremento superiore al 5%, condizione individuata nei precedenti dell’AGCM e della Commissione come indice di possibili preoccupazioni concorrenziali.

22. Inoltre, il mercato continuerà a essere caratterizzato dalla presenza di 4 operatori MNO (TIM, FW+VO, Wind Tre e Iliad), non ricorrendo quindi l’altra delle condizioni generalmente individuate dall’AGCM e dalla Commissione come indice di possibili preoccupazioni concorrenziali nel mercato in esame.

23. Infine, l’AGCM rileva anche la presenza sul mercato italiano di numerosi MVNO, che emettono circa il 6% delle SIM presenti sul mercato e che esercitano e continueranno a esercitare a seguito dell’operazione in esame una forte pressione concorrenziale sugli MNO.

24. In conclusione, l’AGCM non ravvisa profili di ostacolo significativo alla concorrenza effettiva nel mercato individuato.

Il mercato dei servizi di accesso all'ingrosso alla rete mobile

25. L'AGCM evidenzia che il mercato dei servizi di accesso all'ingrosso alla rete mobile comprende i servizi acquistati dagli MVNO per fornire servizi di telefonia mobile alla clientela finale.

26. Dal punto di vista geografico, l'AGCM ritiene tale mercato abbia un'estensione nazionale in ragione dell'esistenza di stringenti barriere normative che regolano i vari mercati nazionali delle telecomunicazioni nonché del fatto che la portata geografica dei diritti d'uso concessi ai vari MNO è nazionale.

27. In questo mercato, TIM (in qualità di MNO) è attiva come fornitore di servizi all'ingrosso di accesso e di raccolta delle chiamate sulla sua rete mobile, con una quota di mercato del 40-45%. Poste (in qualità di MVNO) è presente dal lato della domanda e attualmente acquista tali servizi da Vodafone.

28. L'AGCM, in considerazione della presenza di Poste solo dal lato della domanda, non ravvisa effetti orizzontali nel mercato, mentre ritiene che l'operazione darà luogo a un'integrazione verticale tra le Parti, sulla quale svolge alcune considerazioni.

29. Anzitutto, l'AGCM evidenzia che, oltre a TIM, sia FW+VO che Wind Tre, con una quota complessiva superiore al 55%, continueranno a offrire servizi di accesso alla propria rete a tutti gli altri MVNO, che rappresentano nel complesso l'ampia maggioranza della domanda. Inoltre, in forza dello spostamento della domanda di Poste su rete TIM, si libererà ulteriore capacità sulla rete di Vodafone che le consentirà di continuare a competere, con maggiore forza, per l'offerta del servizio all'ingrosso.

30. D'altra parte, l'AGCM non ritiene che TIM a seguito dell'operazione possa avere l'incentivo a negare l'accesso alla propria rete ad altri MVNO o a peggiorare le condizioni di accesso alla sua rete, perché questo le causerebbe una riduzione della clientela all'ingrosso e una perdita di ricavi.

31. Inoltre, l'AGCM non condivide che l'operazione determini la perdita di un cliente strategico per Vodafone. Al riguardo, evidenzia anzitutto che il passaggio di Poste dalla rete Vodafone a quella TIM era già in programma prima dell'operazione in questione e dovrebbe concretizzarsi entro il [omissis]. Inoltre, secondo l'AGCM questo passaggio non appare precludere l'accesso di Vodafone alla restante quota di domanda servita dagli altri operatori virtuali, restando disponibili e contendibili molti operatori MVNO (es. Sky, Optima, CoopVoce) che portano in dote cospicue quote di clienti.

32. In conclusione, l'AGCM non ritiene che l'operazione possa essere idonea a produrre alcun significativo effetto anticoncorrenziale nel mercato individuato.

Il mercato della distribuzione di ricariche telefoniche

33. Il mercato della distribuzione di ricariche telefoniche ricomprende i servizi di ricarica telefonica rivolti agli utenti di schede telefoniche prepagate che sono prevalentemente offerti, sia *online* che attraverso i punti vendita fisici, dagli operatori di telefonia e dai distributori indipendenti autorizzati.

34. Il mercato ha dimensione nazionale, in considerazione dell'omogeneità delle condizioni e dell'offerta in tutto il territorio italiano.

35. Nel mercato sono attive sia Poste che TIM, con una quota rispettivamente pari al [10-15]% e al [5-10]% in volume transato, per cui l'entità *post-merger* avrebbe una quota di poco inferiore al 20% con una sovrapposizione modesta tra le attività, che appare insuscettibile di incidere sulle dinamiche concorrenziali del mercato.

36. L'entità *post-merger* dovrà confrontarsi con numerosi e qualificati concorrenti, ovvero gli altri tre operatori infrastrutturati (Wind Tre, FW+VO e Iliad), gli operatori mobili virtuali e i distributori indipendenti. L'acquisizione di TIM da parte di Poste non determinerà l'esclusione dal mercato di un concorrente in grado di esercitare una pressione competitiva di rilievo, dal momento che TIM non opera sul mercato come distributore "puro", cioè come canale di sbocco per tutti gli operatori di telefonia, ma solo a livello *captive* come distributore monomarca per le ricariche delle schede prepagate relative alle proprie numerazioni. Il mercato in questione si caratterizza inoltre per l'assenza di barriere all'ingresso (sia di ordine economico che tecnologico), circostanza che agevola l'ingresso di nuovi operatori e lo sviluppo di nuovi canali di distribuzione.

Altri mercati

37. L'AGCM individua, infine, diversi mercati, nei quali sono presenti entrambe le Parti, ovvero: *i*) il mercato della fornitura di identità digitali, mai definito in un provvedimento dell'Autorità, che le Parti individuano come l'offerta di servizi di identità digitale funzionali ad accedere a servizi della PA; *ii*) il mercato dei servizi fiduciari, costituito dall'offerta di servizi di PEC, firma digitale, strumenti utilizzati per la fatturazione elettronica e per la gestione elettronica documentale; *iii*) il mercato dei servizi IT; *iv*) il mercato della vendita al dettaglio di energia elettrica ai clienti connessi in bassa tensione; *v*) il mercato della vendita al dettaglio di gas naturale; *vi*) i mercati rappresentati da ciascun ramo dei comparti vita e danni nel settore dei servizi assicurativi; *vii*) i mercati, nel settore delle carte di pagamento, individuati a seconda dei servizi offerti, ovvero (1) il mercato dell'emissione delle carte di pagamento (c.d. *issuing*), (2) il mercato del convenzionamento degli esercenti e (3) il mercato del *processing* operativo e informatico.

38. In tutti i mercati considerati, le quote di mercato di Poste e TIM portano a escludere effetti in grado di ostacolare significativamente la concorrenza effettiva.

39. Infine, l'AGCM individua mercati dei servizi postali. Anche in questo caso, non ritiene che l'operazione comporti effetti di rilievo, evidenziando che gli acquisti di tali servizi da parte di TIM, che a esito dell'operazione potrebbero non essere più contendibili dai concorrenti di Poste, sono marginali rispetto al complesso della domanda. Inoltre, l'AGCM non ravvisa criticità in merito alla possibilità per TIM di avere un accesso privilegiato ai servizi postali e logistici di Poste nel recapito delle SIM che sono acquistate *online*. A tal ultimo riguardo, l'AGCM evidenzia che gli acquisti di siffatti servizi rientreranno nella categoria di operazioni con parti correlate, ai sensi dell'art. 2391 *bis* c.c., e troveranno, quindi, applicazione l'insieme di regole e presidi volti a garantire la trasparenza, la correttezza e la salvaguardia degli interessi di tutti gli azionisti, anche quelli di minoranza, e questo garantirà l'applicazione a TIM di condizioni contrattuali allineate a quelle dei concorrenti attivi nel mercato della telefonia mobile.

3. Le conclusioni dell'AGCM

40. Alla luce delle considerazioni riportate in precedenza con riferimento a tutti i mercati individuati, l'AGCM conclude che la concentrazione in esame non appare idonea a ostacolare in misura significativa la concorrenza effettiva nei mercati interessati e a determinare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante e non ritiene, quindi, necessario avviare l'istruttoria di cui all'art. 16, comma 4, della legge n. 287/90.

4. Le valutazioni dell'Autorità sullo schema di provvedimento dell'AGCM

41. L'Autorità condivide le conclusioni dell'AGCM secondo cui l'operazione non genera criticità concorrenziali nei mercati interessati e pertanto non è necessario avviare alcuna istruttoria.

42. L'Autorità condivide sostanzialmente le conclusioni raggiunte dall'AGCM in merito all'individuazione dei mercati rilevanti del prodotto come di seguito argomentato.

43. Anzitutto, si condivide che il mercato dei servizi al dettaglio per clientela affari costituisca un mercato distinto da quello dei servizi al dettaglio per clientela residenziale. In particolare, con l'ultima delibera adottata dall'Autorità relativa all'analisi coordinata dei mercati dei servizi di accesso alla rete fissa ai sensi dell'articolo 89 del Codice (delibera n. 114/24/CONS), l'Autorità ha ritenuto che i clienti affari presentino esigenze in termini di qualità del servizio e di assistenza estremamente differenti da quelle della clientela residenziale¹⁰. Di conseguenza, gli operatori hanno sviluppato differenti *business units* per poter soddisfare efficacemente le differenti necessità della clientela

¹⁰ La stessa differenziazione è stata sottoposta a consultazione pubblica con la delibera n. 205/25/CONS concernente l'analisi dei mercati dei servizi di accesso alla rete fissa ai sensi dell'articolo 89 del Codice.

finale; inoltre, le strategie commerciali possono differire, laddove i clienti affari sono spesso destinatari di offerte a progetto mentre per i clienti residenziali l'offerta è quasi esclusivamente per adesione.

44. Al riguardo, si condividono anche le valutazioni in merito alla non idoneità dell'operazione di determinare rischi concorrenziali nel mercato dei servizi di telecomunicazioni fisse al dettaglio. In particolare, il modesto aumento della quota di TIM non è in grado di determinare effetti orizzontali rilevanti così come la possibilità per TIM di accedere alla rete di distribuzione di Poste non sembra idonea a produrre effetti verticali in grado di ostacolare la concorrenza. A tale ultimo riguardo, per quanto le acquisizioni attraverso canali fisici siano ancora leggermente superiori a quelle sui canali digitali, si condivide che il crescente utilizzo dei canali digitali nonché il forte ricorso degli utenti ai distributori fisici multimarca renda meno rilevante la necessità di dotarsi di una rete di distribuzione di negozi fisici monomarca. Emerge dunque la bassa rilevanza dei rischi concorrenziali di natura conglomerale.

45. Si condivide, poi, la definizione del mercato dei servizi di telefonia mobile al dettaglio, che comprende tutti i servizi di comunicazione in mobilità, e anche in questo caso si condividono le conclusioni dell'AGCM in merito all'assenza di profili di ostacolo significativo alla concorrenza effettiva. Anche in questo mercato, l'aumento della quota di mercato dell'entità *post-merger* è modesto e, inoltre, non viene alterato l'assetto concorrenziale determinato dalla presenza di 4 operatori MNO e numerosi operatori virtuali.

46. Analogamente, si condivide la definizione del mercato dei servizi di accesso all'ingrosso alla rete mobile, che comprende i servizi acquistati dagli MVNO per fornire servizi di telefonia mobile alla clientela finale. Come rilevato per gli altri mercati, l'operazione non appare in grado di ostacolare in maniera significativa la concorrenza in questo mercato. In particolare, il numero di operatori MNO ospitanti non viene alterato e lo spostamento della domanda di accesso di Poste dalla rete di Vodafone a quella di TIM non sembra destare particolari preoccupazioni. Al riguardo, oltre quanto già evidenziato dall'AGCM circa la capacità di Vodafone di competere con tutti gli altri MNO (TIM compresa) per conquistare la domanda degli altri MVNO (che oltretutto rappresenta la larga maggioranza del mercato), si evidenzia che la possibilità per un MNVO di cambiare operatore ospitante, per effetto dell'esistenza di più operatori di accesso in concorrenza tra loro, è una rilevante caratteristica del mercato dell'accesso su rete mobile, che soprattutto per tale ragione non è mai stato oggetto di regolamentazione *ex-ante*.

47. Infine, si condividono le conclusioni in merito all'assenza di profili di ostacolo significativo alla concorrenza nei mercati postali, stante il basso volume di tali servizi acquistati da TIM e l'insieme di regole e presidi garantiti dall'art. 2391 *c.c.* Va anche evidenziato che non si ritiene che Poste avrebbe convenienza ad applicare

condizioni discriminatorie ad altri operatori di servizi di telecomunicazioni, stante il rischio di perdita di volumi a favore di concorrenti nel settore postale e, quindi, di riduzione dei ricavi;

UDITA la relazione del Presidente;

DELIBERA

1. L'Autorità, per i profili di sua competenza, esprime parere adesivo, per quanto esposto in motivazione, alle conclusioni dell'AGCM riportate nello schema di provvedimento relativo all'operazione di concentrazione C12726, consistente nell'acquisizione da parte della società Poste Italiane S.p.A. del controllo esclusivo della società TIM S.p.A.

Il presente parere sarà pubblicato sul sito *web* dell'Autorità, salvo che vengano rappresentate, entro trenta giorni dal suo ricevimento, eventuali ragioni ostantive alla pubblicazione.

Roma, 27 agosto 2025

IL PRESIDENTE
Giacomo Lasorella

Per attestazione di conformità a quanto deliberato
IL SEGRETARIO GENERALE
Giovanni Santella