



DELIBERA N. 509/24/CONS

**PARERE ALL'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL
MERCATO IN MERITO ALLO SCHEMA DI PROVVEDIMENTO RELATIVO
ALL'OPERAZIONE DI CONCENTRAZIONE C12659 SWISSCOM
ITALIA/VODAFONE ITALIA**

L'AUTORITÀ

NELLA sua riunione di Consiglio del 18 dicembre 2024;

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, lettera b), l’articolo 6, comma 1, e l’articolo 16, commi 1 e 4, della predetta legge;

VISTO in particolare altresì l’articolo 14-ter della legge 10 ottobre 1990, n. 287 introdotto dalla legge 4 agosto 2006, n. 248, che ha convertito con modifiche il decreto-legge 4 luglio 2006, n. 223;

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 e ss.mm;

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*”, come modificato, da ultimo, dal decreto legislativo 24 marzo 2024, n. 48, recante “*Disposizioni correttive al decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 207, di attuazione della direttiva (UE) 2018/1972 del Parlamento europeo e del Consiglio dell’11 dicembre 2018, che modifica il decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259, recante il codice delle comunicazioni elettroniche*” (di seguito il Codice);

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. 332/24/CONS dell’11 settembre 2024;

VISTA la nota pervenuta in data 4 dicembre 2024, prot. 0318501, 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 di chiusura del procedimento riguardante l’operazione di

concentrazione C12659 – Swisscom Italia/Vodafone Italia, consistente nell’acquisizione dell’intero capitale sociale di Vodafone Italia S.p.A. da parte di Swisscom Italia S.r.l. (nel seguito “schema di provvedimento”);

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. 315/24/CONS, dell’11 settembre 2024, recante “*Avvio del procedimento istruttorio di analisi dei mercati dei servizi di accesso alla rete fissa ai sensi dell’articolo 89 del Codice in considerazione della separazione strutturale della rete fissa di accesso di TIM*”;

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

RILEVATO che:

1. L’operazione consiste nell’acquisizione da parte di Swisscom Italia S.r.l. (Swisscom o “SWI”) – società del Gruppo Swisscom la cui unica attività è quella di *holding* delle azioni di Fastweb S.p.a. (FW) – dell’intero capitale sociale di Vodafone Italia S.p.A. (“Vodafone” o “VF”), società del Gruppo Vodafone attiva in Italia nell’offerta di servizi di telecomunicazioni su rete fissa e mobile a consumatori e imprese.

2. Swisscom è indirettamente controllata – per il tramite di Swisscom (Switzerland) Ltd – da Swisscom Ltd, una società quotata alla Borsa Svizzera il cui capitale è detenuto, in misura pari al 51%, dalla Confederazione Elvetica. Swisscom Ltd è la capogruppo del Gruppo Swisscom, attivo nell’offerta di servizi di telecomunicazione a clientela residenziale e clientela affari. In Italia il Gruppo Swisscom opera per il tramite di Fastweb, che specificamente fornisce servizi di telecomunicazione a banda larga e a banda ultra-larga e servizi ICT a consumatori e imprese, nonché servizi di accesso all’ingrosso alla rete fissa e servizi di telecomunicazione mobile al dettaglio.

3. Vodafone è indirettamente controllata – per il tramite di Vodafone Europe B.V. – da Vodafone Group PLC, la società capogruppo del Gruppo Vodafone. Vodafone, a sua volta, controlla le seguenti società, attive in Italia: VND S.p.A., attiva nel commercio all’ingrosso di apparecchi e materiali telefonici, Vodafone Gestioni S.p.A., attiva nel commercio al dettaglio di prodotti, accessori ed articoli per telefonia e VEI S.r.l., attiva nell’offerta di servizi su rete mobile di telecomunicazioni e trasmissione dati mediante il marchio Ho.

4. A seguito dell’operazione di concentrazione in esame, SWI acquisirà l’intero capitale sociale di VF. Essa pertanto comporta l’acquisizione, da parte di Swisscom Ltd, indirettamente per mezzo di SWI, del controllo esclusivo di Vodafone e delle relative società controllate (segnatamente VND S.p.A., Vodafone Gestioni S.p.A. e VEI S.r.l.).

CONSIDERATO che:

I mercati rilevanti

5. L’AGCM ha individuato per la presente operazione i seguenti mercati rilevanti:

- il mercato dei servizi di accesso all'ingrosso di rete fissa destinati alla clientela residenziale e il mercato dei servizi di accesso alla rete fissa a capacità dedicata, ossia dei servizi tipicamente richiesti dalla clientela aziendale e dalla Pubblica Amministrazione;
- il mercato dei servizi al dettaglio di rete fissa per la clientela residenziale e SOHO (*small office home office*, ossia piccoli uffici domestici);
- il mercato dei servizi al dettaglio di rete fissa per la clientela aziendale;
- il mercato dei servizi al dettaglio di rete fissa per la pubblica amministrazione (PA).

6. Con riferimento ai mercati dei servizi di accesso all'ingrosso di rete fissa, l'AGCM evidenzia di aver valutato, nei propri precedenti, che il mercato dei servizi di accesso all'ingrosso alla rete fissa ricomprenda tutti i servizi che permettono agli operatori di telecomunicazione di fornire servizi ai clienti finali tramite l'accesso alla rete fissa locale – indipendentemente dalla loro natura (attivi o passivi) e dalla tecnologia impiegata – e che, dal punto di vista geografico abbia un'estensione nazionale.

7. In ogni caso, l'AGCM rileva che ai fini della valutazione dell'operazione l'esatta definizione del mercato sotto il profilo merceologico può essere lasciata aperta, dal momento che la concentrazione tra Fastweb e Vodafone non produce effetti orizzontali né nel mercato più ampio, esteso a tutti i servizi di accesso all'ingrosso alla rete fissa, né nel mercato circoscritto ai soli servizi di accesso in tecnologia FTTH. Analogamente, l'AGCM ritiene che possa essere lasciata aperta anche la definizione del mercato sotto il profilo geografico, dal momento che gli elementi relativi ad aspetti peculiari del gioco competitivo in taluni ambiti territoriali sub-nazionali, richiamati da FiberCop, non rilevano ai fini della valutazione dell'operazione, anche in considerazione del fatto che i Rimedi proposti da Swisscom hanno ad oggetto l'offerta, da parte di Fastweb, di servizi di accesso su base nazionale.

8. Per quanto concerne il mercato dei servizi al dettaglio di rete fissa per la clientela residenziale e SOHO, l'AGCM conferma la definizione merceologica e geografica già adottata nei precedenti casi. La stessa ritiene che tale mercato, avente dimensione geografica nazionale, comprenda l'insieme di servizi di rete fissa, voce e dati, a banda larga e ultra-larga destinati alla clientela residenziale e SOHO. In particolare, sotto il profilo merceologico, l'AGCM ritiene che i servizi di telecomunicazione su rete fissa per la clientela residenziale (inclusi i SOHO) non individuino dei mercati distinti sulla base della tecnologia utilizzata sottolineando come la tendenza del mercato verso il trasferimento delle linee sulla rete FTTH metta in evidenza come i servizi basati su quest'ultima costituiscano un vincolo concorrenziale significativo per quelli basati su altre tecnologie. Sotto il profilo geografico, l'AGCM rileva che le offerte degli operatori non sono differenziate su base locale e che la copertura delle offerte della quasi totalità degli operatori è pressoché nazionale.

9. Per quanto concerne il mercato dei servizi al dettaglio di rete fissa per clientela aziendale, l'AGCM ritiene che tale mercato comprenda l'insieme dei servizi di rete fissa, voce e connettività, specificamente destinati alla clientela affari (esclusi i SOHO) e che, sotto il profilo geografico, esso presenti dimensione nazionale in quanto non ha rilevato elementi di disomogeneità delle offerte su base territoriale e ha riscontrato che l'offerta di tutti gli operatori copre l'intero territorio nazionale.

10. L'AGCM ritiene inoltre che i servizi di rete fissa destinati alla PA definiscano un mercato distinto in considerazione delle peculiarità della domanda, in termini di competenze e di servizi *ad hoc* che devono essere sviluppati, della necessità, dal lato dell'offerta, di sviluppare strutture apposite per la gestione della clientela PA, delle modalità di selezione dei fornitori, basate sulla selezione dell'offerta economicamente più vantaggiosa e sulla richiesta di requisiti di partecipazione alle gare significativamente elevati in termini di capacità patrimoniale, nonché delle norme, estremamente formalizzate, che regolano tali forniture. Anche per tale mercato, l'AGCM ha individuato una dimensione geografica nazionale, in virtù dell'estensione geografica delle reti, delle caratteristiche regolamentari nazionali, nonché della sostanziale presenza dei medesimi operatori sull'intero territorio nazionale.

Le valutazioni dell'AGCM sugli effetti dell'operazione

11. Relativamente agli effetti della concentrazione nei mercati rilevanti all'ingrosso, l'AGCM aveva originariamente individuato due possibili criticità concorrenziali.

12. La prima criticità riguardava il possibile rischio che Fastweb, attualmente attivo nel mercato della fornitura di servizi attivi di accesso alla rete fissa, possa non offrire più tali servizi di accesso all'ingrosso a terzi per favorire le proprie divisioni interne. In merito l'AGCM rileva che Swisscom ha assunto impegni (vedi infra para 32-56) che, per quanto attiene allo specifico punto di criticità sollevato, valorizzano il ruolo di Fastweb come operatore *wholesale*. L'AGCM, a conclusione dell'istruttoria, ha dunque rilevato che gli impegni assunti da Swisscom – di cui si dirà in seguito – di continuare a offrire servizi di accesso all'ingrosso alla rete di Fastweb consentono di ritenere insussistente questa prima criticità.

13. La seconda criticità riguardava l'attuale rifornimento di Vodafone di accessi FTTH su rete Open Fiber e la possibilità che Fastweb possa adottare condotte suscettibili di precludere la domanda dei servizi di accesso di Vodafone nei confronti di Open Fiber, preferendo le condizioni di accesso alla rete FiberCop particolarmente favorevoli presenti nel Fastweb MSA¹. Al riguardo, l'AGCM ha tenuto conto di quanto dichiarato da SWI, secondo cui Fastweb, con il suo solo fabbisogno, dovrebbe raggiungere presto le soglie di riempimento contrattuali (oltre le quali scattano prezzi più alti) e che un'eventuale migrazione della clientela Vodafone su rete FiberCop accelererebbe oltremodo il

¹ Nell'ambito del progetto di co-investimento lanciato nel 2020 con la costituzione della società FiberCop, Fastweb e FiberCop hanno sottoscritto un accordo ("Fastweb MSA") che prevede un rapporto di lungo termine di prestazione di servizi, tra cui rientra l'offerta di servizi di accesso passivi forniti da FiberCop a Fastweb.

raggiungimento delle soglie. Pertanto, l'AGCM ha escluso che *“l'operazione in esame sia suscettibile di produrre effetti sul mercato dei servizi all'ingrosso in ragione della sussistenza del pre-esistente accordo di fornitura da Fastweb e FiberCop”*. Inoltre, le criticità legate alla preclusione della domanda di accesso di Open Fiber sarebbero fugate, secondo l'AGCM, dal vincolo contrattuale esistente tra Vodafone e Open Fiber, con la conseguenza che una migrazione delle linee di Vodafone dalla rete di Open Fiber a quella di FiberCop ne configurerebbe una chiara violazione. Infine, l'AGCM ha evidenziato che la migrazione della base clienti di Vodafone da un fornitore all'ingrosso (Open Fiber) a un altro (FiberCop) è disincentivata dalla complessità del processo, dai tempi, dai costi e dai rischi di perdita dei clienti.

14. Alla luce di queste considerazioni l'AGCM ha concluso che l'operazione in esame non ostacola in misura significativa la concorrenza effettiva nel mercato dei servizi di accesso all'ingrosso e non comporta la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante.

15. Con riferimento agli effetti sui mercati al dettaglio per clienti residenziali e SOHO, l'AGCM ritiene che l'operazione ostacoli in maniera significativa la concorrenza effettiva. Anzitutto, secondo l'AGCM, l'operazione sarebbe idonea di aumentare il grado di concentrazione del mercato, per la riduzione da 4 a 3 del numero di operatori principali che congiuntamente deterrebbero l'80% della domanda in un contesto di presenza di barriere all'ingresso per i nuovi entranti e di fattori di vischiosità della domanda per ragioni sia tecniche che economiche. Sotto il profilo tecnico, rileva un certo grado di onerosità e complessità delle procedure di migrazione, nella misura in cui esse richiedono l'intervento fisico dell'impresa *system* incaricata, nonché, nel caso di un *upgrade* tecnologico, alcune attività propedeutiche di predisposizione dell'abitazione alla nuova linea (cablatura). Sotto il profilo economico, la vischiosità può essere dovuta ai vincoli contrattuali che limitano la mobilità dei clienti da un fornitore a un altro.

16. Inoltre, l'AGCM rileva che le Parti presentano un'elevata prossimità concorrenziale, benché il vincolo sia asimmetrico dal momento che è soprattutto Vodafone a rappresentare un vincolo concorrenziale significativo per Fastweb; tale vincolo verrebbe meno a seguito dell'operazione. Infine, l'AGCM evidenzia che nell'attuale assetto di mercato la residua concorrenza effettiva nonché la concorrenza potenziale, espresse principalmente da operatori non infrastrutturati, non esprimano un vincolo competitivo sufficiente a escludere che l'operazione possa determinare un ostacolo effettivo della concorrenza.

17. Il mercato dei servizi di accesso al dettaglio per la clientela affari è caratterizzato, secondo l'AGCM, dalla presenza di clienti che necessitano di soluzioni solide e performanti, con caratteristiche tecniche e complessità superiori rispetto a quelle del mercato per la clientela residenziale e SOHO, che sono soddisfatte sulla base di connessioni in fibra ottica almeno in parte dedicate. Inoltre, in questo mercato i clienti si approvvigionano in maniera crescente anche di ulteriori servizi di *Information Technology* (tra cui soprattutto *Cloud* e *Cybersecurity*).

18. Pertanto, l'AGCM sottolinea che in questo mercato gli operatori non infrastrutturati difficilmente riescono a entrare, essendo rilevante una propria dotazione

infrastrutturale ai fini della competitività. Oltre alla dotazione infrastrutturale, è necessario disporre di una capacità progettuale, per definire soluzioni adeguate a soddisfare le specifiche esigenze della singola impresa, di una rete di assistenza post-vendita, di un'efficace organizzazione di *marketing* e di personale qualificato per svolgere ciascuna di queste funzioni. Il mercato, pertanto, risulta caratterizzato da barriere all'ingresso superiori di quelle presenti nel mercato dei servizi per clienti residenziali e SOHO.

19. L'AGCM ritiene che l'operazione comporti una “*significativa modificazione della struttura del mercato dei servizi di comunicazione fissa per la clientela business, il quale, ad esito dell'acquisizione di Vodafone da parte di Fastweb, verrà ad assumere un assetto duopolistico*”. In questo mercato TIM manterrà la posizione di *leader* sia in termini di valore che di volumi, ma Fastweb assumerà un ruolo rilevante, tenuto con che l'operazione ne determinerà un aumento della quota di mercato sia in termini di volumi che di valore. L'indice HHI, che parte da un valore *pre-merger* molto elevato pari 3.451, registrerà un aumento di 462 punti.

20. Inoltre, l'uscita dal mercato del terzo operatore farebbe venir meno un importante vincolo competitivo, tenuto conto che Vodafone è un concorrente molto importante nel segmento delle piccole imprese e che nel segmento delle grandi imprese può essere ritenuto un concorrente con potenzialità di crescita per effetto della dotazione degli *asset* infrastrutturali e della capacità organizzativa.

21. La concorrenza residua degli altri operatori è considerata dall'AGCM insufficiente a controbilanciare i possibili effetti restrittivi della concorrenza determinati dall'operazione.

22. In conclusione, l'AGCM ritiene “*che, data la struttura del mercato, il venir meno del vincolo competitivo tra le Parti, unitamente al ridimensionamento della asimmetria tra gli unici due grandi player, sia idoneo a determinare un significativo pregiudizio concorrenziale*”.

23. Le possibilità di crescita dei nuovi entranti o di operatori già presenti nel mercato, ma con dimensione ancora limitata, è fortemente legata alla possibilità di acquistare servizi di accesso all'ingrosso per integrare la propria dotazione infrastrutturale, dal momento che la possibilità di dotarsi degli altri *input* necessari per operare nel mercato in esame risulta meno problematica.

24. Secondo l'AGCM, il mercato dei servizi al dettaglio di rete fissa per la PA presenta delle specificità con riguardo alle modalità di acquisizione dei fornitori, che sono basate sulla selezione dell'offerta economicamente più vantaggiosa e la richiesta di requisiti di qualificazione alle gare significativamente elevati in termini di capacità patrimoniale, e su norme che regolano tali forniture in maniera alquanto penetrante.

25. L'AGCM rileva che l'accesso al mercato in esame richiede ingenti investimenti infrastrutturali, al fine di potersi dotare di infrastrutture dedicate a ciascuna PA, la cui onerosità è ampliata dalla dislocazione di molte amministrazioni tra più sedi. In molti casi, si tratta di sedi capillarmente diffuse sul territorio, che richiedono, per poter essere servite, infrastrutture capillari e articolate sotto il profilo tecnologico. Altre barriere

all'ingresso nel mercato sono rappresentate dalle garanzie e referenze richieste dalle stazioni appaltanti, nonché dalle specifiche esigenze organizzative che un fornitore deve fronteggiare per interfacciarsi con le pubbliche amministrazioni. Inoltre, è necessario disporre di una rete di assistenza post-vendita capillarmente diffusa sul territorio, nonché di uno o più reparti interni dedicati, con personale adeguatamente qualificato per poter gestire efficacemente le specificità di tale segmento. Infine, alcuni aspetti legati alle singole gare – quali conoscenza del cliente sotto il profilo tecnico e dei consumi e la possibilità, in caso di riaggiudicazione, di avvalersi dell'infrastruttura già predisposta – nell'avvantaggiare il fornitore uscente costituiscono una specifica barriera all'ingresso.

26. Anche in questo mercato, l'erogazione dei servizi di connettività a una PA presuppone l'acquisto all'ingrosso di una porzione di *input*, la cui qualificazione ed estensione dipende dalla dotazione infrastrutturale di proprietà dell'operatore in questione. Infatti, per servire ogni singola amministrazione si rende necessaria la predisposizione di un progetto infrastrutturale *ad hoc* ricorrendo ad un *mix* di servizi condivisi e dedicati, in diverse tecnologie (fibra, rame, FWA e persino collegamenti ponte radio), di cui ciascun operatore deve acquistare all'ingrosso le componenti che servono a completare la sua dotazione.

27. In merito agli effetti dell'operazione in questo mercato, l'AGCM ritiene che *“l'operazione in esame determina un importante consolidamento del mercato dei servizi di comunicazioni fisse per la PA, nel quale, con il venir meno del vincolo competitivo esercitato da VI, il numero di operatori passerà da tre a due, concentrando di fatto l'offerta in mano alla Nuova entità e a TIM”*.

28. Ciò che rileva ai fini dell'analisi degli effetti dell'operazione sul mercato è, secondo l'AGCM, la prossimità concorrenziale delle Parti. Infatti, per quanto TIM sia il principale rivale di Fastweb avendo partecipato a tutte le gare a cui ha preso parte anche quest'ultimo, Vodafone rappresenta in ogni caso il secondo principale concorrente di Fastweb sempre in termini di frequenza di partecipazione alle gare. L'AGCM evidenzia anche che Fastweb e Vodafone hanno concorso entrambe a procedure rilevanti sotto il profilo economico che coprono oltre la metà dell'importo complessivo del valore dei servizi messi a gara nell'ambito delle principali procedure relative all'ultimo quinquennio.

29. Pertanto, l'AGCM conclude che *“l'operazione, determinando il venir meno di un operatore che allo stato esercita un importante vincolo competitivo nei confronti di Fastweb, è suscettibile di determinare un significativo impedimento della concorrenza”*.

30. L'AGCM, anche sulla scorta delle pregresse evoluzioni del mercato, ritiene che un vincolo competitivo sufficiente a controbilanciare la restrizione concorrenziale riconducibile alla presente operazione possa essere espresso da operatori alternativi che, attraverso l'aggiudicazione di qualche lotto nella prossima gara CONSIP SPC3², riescano a maturare la capacità di esprimere in prospettiva un adeguato potenziale competitivo. Tuttavia, la capacità di nuovi operatori di fare un ingresso qualificato nel mercato in

² Sistema Pubblico Connettività.

esame dipende in primo luogo dalle condizioni di offerta del mercato all'ingrosso dove acquistano servizi attivi di accesso alla rete, dal momento che la complessa articolazione dei progetti di fornitura dedicati alle PA rende necessario, per qualunque operatore anche se dotato di una propria infrastruttura, il ricorso al mercato dei servizi di accesso all'ingrosso alla rete fissa.

31. Inoltre, l'AGCM rileva che la capacità dei nuovi entranti di fare offerte qualificate nel contesto delle prossime gare dipende dalla concreta possibilità di disporre di tutte le informazioni che si rendono necessarie per definire l'offerta e per gestire, in caso di aggiudicazione, il processo di migrazione delle utenze.

Gli Impegni proposti da Swisscom e le valutazioni dell'AGCM

32. In data 28 ottobre 2024, in base alle preoccupazioni sollevate dall'AGCM nel provvedimento di avvio ed emerse dalla lettura della documentazione acquisita durante l'istruttoria, Swisscom ha proposto alcune misure (Rimedi) a suo avviso idonee a rimuovere in maniera effettiva e duratura le presunte conseguenze pregiudizievoli generate dall'esecuzione del progetto di concentrazione in esame.

33. Tale proposta di Rimedi, alla luce delle osservazioni formulate dagli operatori, è stata poi modificata ed integrata in data 13 novembre 2024. Essa include tre Rimedi specifici di durata triennale e la proposta di nomina di un Fiduciario.

34. Con riferimento a quest'ultimo, Swisscom si impegna a comunicare all'AGCM, entro 30 giorni dalla notifica del provvedimento di chiusura, una proposta per la nomina del Fiduciario ("**Proposta del Fiduciario**") che includerà: *i*) il nominativo e il *curriculum* del Fiduciario; *ii*) i termini del mandato proposto, che comprenderanno tutte le disposizioni necessarie per consentire al Fiduciario di adempiere in modo indipendente ai suoi obblighi ("**Mandato del Fiduciario**"); e *iii*) un piano di lavoro che descrive come il Fiduciario svolgerà il monitoraggio dei Rimedi ("**Piano di Lavoro**"). L'AGCM ha facoltà di approvare o respingere la proposta del Fiduciario nonché di approvare o modificarne il mandato al fine di consentire allo stesso di svolgere le proprie funzioni. I tre Rimedi, nonché l'incarico del Fiduciario, avranno validità dalla data del *closing* dell'operazione fino al 31 dicembre 2027, salvo il diritto di Swisscom di chiedere una loro revisione nel caso di cambiamenti significativi relativi al quadro fattuale, regolamentare o normativo.

35. Attraverso il **Rimedio 1**, Swisscom si impegna affinché Fastweb fornisca servizi di accesso all'ingrosso *Ethernet to Connect* ("E2C") per realizzare connessioni *ethernet point-to-point* ("P2P") in fibra ottica ("**Servizi di Accesso all'Ingresso P2P**"). Tali servizi permettono di realizzare connessioni con capacità dedicata in accesso e condivisa in trasporto sulle linee in fibra ottica di proprietà di Fastweb e saranno offerti sia per siti già collegati alla rete esistente proprietaria di Fastweb ("ON-Net") sia per siti posti in prossimità della rete di Fastweb ("NEAR-Net") sulla base delle seguenti condizioni: *i*) velocità fino a 1 Gbps con banda simmetrica; *ii*) il *Service Level Agreement* ("SLA"), come da contratti all'ingrosso *standard* di Fastweb e *iii*) prezzi non superiori a determinati valori che sono indicati nella Tabella 22 dello schema di provvedimento AGCM. Il Rimedio include anche l'offerta di servizi che forniscono migliori garanzie

prestazionali assicurando il rispetto dello standard internazionale MEF 201 (“**Servizi E2C P2P MEF**”), sulla base di condizioni economiche a prezzi di mercato e in ogni caso non superiori a determinati valori che sono indicati nella tabella 23 dello schema di provvedimento AGCM.

36. A questo riguardo, tra i compiti del Fiduciario è stato inserito anche quello di verificare che Fastweb abbia dato corretta esecuzione alle richieste di nuovi servizi E2C P2P ed effettivamente attivato tali servizi in conformità con i termini previsti dallo SLA di volta in volta in vigore, applicando “*prezzi a condizioni di mercato, [omissis]*”.

37. Inoltre, Swisscom si impegna (Rimedio 1.2) affinché Fastweb fornisca servizi di accesso all’ingrosso attraverso connessioni P2P in fibra ottica a capacità dedicata *end-to-end* con tecnologia DWDM (“**Servizi DWDM**”), previa realizzazione di uno studio di fattibilità (“Studio di Fattibilità”). Tali servizi permettono di realizzare connessioni con capacità dedicata (sia in accesso, che in trasporto) su linee in fibra ottica di proprietà di Fastweb (c.d. connessioni con capacità dedicata *end-to-end*). Ove lo Studio di Fattibilità desse esito positivo, il prezzo del Servizio DWDM sarà determinato a condizioni di mercato.

38. Anche in questo caso, Swisscom indica espressamente tra i compiti del Fiduciario quello di verificare che Fastweb abbia dato corretta esecuzione alle richieste di Servizi DWDM realizzando lo Studio di Fattibilità, riscontrando altresì che, ove quest’ultimo abbia esito positivo, “*il prezzo richiesto sia in linea con altre offerte all’ingrosso [omissis] per servizi comparabili*”.

39. Attraverso il **Rimedio 2** Swisscom si impegna affinché Fastweb e Vodafone forniscano un *set* di informazioni nell’ambito di qualsiasi gara pubblica che verrà bandita da Consip, da singole PA o da altre centrali di committenza regionali per l’acquisto di servizi di telefonia fissa e connettività fissa e per cui le Parti siano i fornitori al momento dell’autorizzazione dell’operazione.

40. Tali informazioni saranno trasmesse dalle Parti alla stazione appaltante entro 15 giorni lavorativi dalla richiesta di quest’ultima. Le informazioni inoltre saranno trasmesse anche, previa informativa alla stazione appaltante, direttamente agli operatori interessati che soddisfano i requisiti di partecipazione alla gara (“Operatori Richiedenti”).

41. Al fine di agevolare la programmazione e l’esecuzione delle attività di migrazione, Swisscom si impegna affinché le Parti trasmettano al nuovo aggiudicatario della Gara (“Nuovo Fornitore”) le informazioni aggiornate al mese precedente alla data della sua richiesta (“Informazioni Aggiornate”). La comunicazione delle Informazioni Aggiornate avverrà entro 15 giorni lavorativi dalla richiesta del Nuovo Fornitore, previo inserimento del nuovo ordinativo di fornitura della PA.

42. L’impegno prevede inoltre l’elenco delle informazioni da fornire con specifico riferimento all’accordo quadro TF5³ e all’accordo quadro SPC2 e si specifica che per le ulteriori gare per servizi di connettività fissa, le informazioni fornite saranno

³ Telefonia Fissa 5.

sostanzialmente analoghe alle Informazioni SPC2, ma con un livello di dettaglio inferiore dovuto alla loro minore complessità e dimensione.

43. L'impegno prevede inoltre che il Fiduciario dovrà verificare che: *i)* Fastweb e Vodafone abbiano effettivamente trasmesso le informazioni alla stazione appaltante e agli Operatori Richiedenti entro 15 giorni lavorativi dalla richiesta; *ii)* eventuali differenze tra le Informazioni TF5 e SPC2 e quelle fornite da Fastweb e Vodafone per le ulteriori gare di telefonia fissa e connettività fissa siano giustificate dall'effettiva minore complessità e dimensione di quest'ultime; *iii)* Fastweb e Vodafone abbiano effettivamente trasmesso le Informazioni Aggiornate al Nuovo Fornitore entro 15 giorni lavorativi dalla richiesta di quest'ultimo.

44. Il **Rimedio 3** si suddivide in due impegni distinti: attraverso l'impegno 3.1 Swisscom si impegna affinché Fastweb - fatto salvo il caso in cui intervengano modifiche sostanziali al quadro giuridico, economico e regolamentare di riferimento - non dia disdetta ai contratti all'ingrosso già in essere per la fornitura di servizi di accesso *ultra-broadband* nelle aree in cui Fastweb ha (ed avrà) la disponibilità di copertura diretta mediante co-locazione nelle centrali FiberCop ("Servizi di Accesso all'Ingresso B2C") sia in tecnologia FTTH GPON e VULA GPON sia in tecnologia FTTC e VULA FTTC. È fatto salvo il diritto di recesso secondo quanto già contrattualmente disciplinato (e.g. nei casi in cui l'operatore contraente sia soggetto a procedure di liquidazione o fallimento).

45. Attraverso l'Impegno n. 3.2 Swisscom si impegna affinché Fastweb negozi in buona fede e a condizioni ragionevoli con gli operatori interessati la conclusione di nuovi contratti per la fornitura di Servizi di Accesso all'Ingresso B2C con disponibilità a garantire, se richiesto, una durata fino a 5 anni.

46. Inoltre, il Fiduciario ha il compito di verificare:

- in relazione al Rimedio 3.1 (relativo alla permanenza dei contratti esistenti) che sia intervenuta una "*modifica sostanziale al quadro giuridico, economico e regolamentare di riferimento*" tale da rendere la prestazione di Fastweb eccessivamente onerosa, a causa ad esempio: *i)* della modifica agli attuali termini e condizioni di approvvigionamento di Fastweb; e *ii)* di eventuali novità normative o regolatorie significative che si verificano a valle della de-verticalizzazione di TIM S.p.A (in questi casi Fastweb potrà recedere dal contratto);
- quanto al Rimedio 3.2, che le condizioni offerte da Fastweb per la sottoscrizione di Nuovi Contratti siano "*negoziate in buona fede*" e a "*condizioni di mercato*", "*facendo riferimento alle condizioni stabilite dai Contratti Esistenti, alla luce della tipologia dei servizi, delle condizioni tecniche e dei volumi*".

47. Per quanto concerne le valutazioni dell'AGCM, quest'ultima rileva innanzitutto che – considerato che l'operazione non reca effetti restrittivi della concorrenza nei mercati all'ingrosso – i **Rimedi 1 e 3** devono essere valutati riguardo alla

loro idoneità a controbilanciare gli ostacoli alla concorrenza effettiva che l'operazione di per sé sarebbe suscettibile di produrre nei mercati a valle relativi all'offerta dei servizi alla clientela residenziale, alla clientela *business* e alla PA.

48. I rimedi 1 e 3, nella misura in cui cristallizzano lo *status quo* dell'offerta all'ingrosso di Fastweb (nei mercati al dettaglio affari e residenziale), devono essere ritenuti, secondo l'AGCM, meritevoli di apprezzamento, dal momento che, in assenza di essi, rientrerebbe tra le facoltà dell'operatore (non dominante) il diniego dell'accesso all'infrastruttura di sua proprietà. D'altronde l'AGCM ritiene sproporzionata l'imposizione di qualsiasi obbligo di accesso all'infrastruttura di proprietà o di altro rimedio (replicabilità delle offerte, pubblicazione listino ecc.) che tipicamente grava su operatori con significativo potere di mercato. Secondo l'AGCM la cristallizzazione dello *status quo* dell'offerta all'ingrosso di tale operatore, garantita dai suddetti Rimedi, è adeguata ad alimentare e accrescere la pressione competitiva espressa dall'attuale concorrenza residua, nonché, in prospettiva, da quella potenziale, così da rimuovere gli ostacoli alla concorrenza effettiva che altrimenti l'operazione rischierebbe di produrre.

49. In particolare, riguardo al **Rimedio 1**, l'AGCM rileva che lo stesso sia idoneo a rimuovere il principale ostacolo alla crescita dei concorrenti effettivi, nonché all'ingresso di quelli potenziali nei mercati al dettaglio della clientela affari e PA permettendo ai concorrenti di avvalersi della dotazione infrastrutturale dell'entità *post merger*, tramite la previsione in capo a quest'ultima di un obbligo di fornitura dell'intero *set* di servizi attivi di accesso in fibra ottica che Fastweb realizza in "auto-produzione" attraverso la propria rete e che utilizza per collegare le sedi dei propri clienti affari e PA. L'AGCM non ha invece ritenuto proporzionato un impegno a fornire servizi passivi dato che le Parti non hanno posizione dominante nei mercati rilevanti.

50. Circa il **Rimedio 2**, l'AGCM ritiene che lo stesso contribuisce, unitamente al precedente, a stimolare la crescita di operatori alternativi ai due principali ad esito dell'operazione nel mercato della PA, dal momento che riduce il vantaggio competitivo dell'entità *post merger* in termini di informazioni disponibili nelle gare in cui le Parti sono i fornitori uscenti, ridimensionando quindi l'asimmetria informativa tra questi ultimi e i potenziali soggetti partecipanti alle gare. In tal modo l'impegno contribuisce a superare la principale barriera all'entrata nel mercato.

51. L'AGCM osserva inoltre che l'obbligo di fornire, sia alla stazione appaltante che ai soggetti partecipanti alle gare, informazioni dettagliate e disaggregate, in maniera organizzata, completa e in un'unica soluzione – anziché in risposta a singole richieste sottoposte di volta in volta dalla stazione appaltante – può agevolare la partecipazione e l'aggiudicazione di concorrenti alternativi, ponendo questi ultimi nella condizione di avere un quadro fin dall'inizio completo per presentare offerte in sede di gara più competitive, avendo una minore incertezza sui costi e ricavi attesi, e anche di affrontare più agevolmente un eventuale processo di migrazione.

52. L'AGCM inoltre ha sottolineato che la misura prospettata appare più ampia rispetto agli obblighi già vigenti, specificando che, sotto il profilo soggettivo, l'obbligo di trasparenza vale attualmente solo nei confronti delle stazioni appaltanti e non anche nei confronti degli operatori. Sotto il profilo oggettivo, la trasmissione delle informazioni

riguarda anche le consistenze degli ultimi due anni antecedenti la gara, il che consente agli operatori di avere non solo una visione aggiornata e completa dei servizi offerti alla PA, ma anche un inquadramento dinamico in termini di andamento della loro domanda. Infine, le informazioni dettagliate per ciascun cliente PA risultano avere una granularità superiore rispetto a quella attualmente fornita alle stazioni appaltanti.

53. Con riferimento al **Rimedio 3**, l'AGCM rileva che lo stesso è idoneo a sostenere la crescita di operatori già attivi, nonché l'ingresso di nuovi concorrenti nel mercato residenziale, dal momento che consentirà a tali operatori di usufruire dei servizi di accesso offerti da Fastweb per operare su tale mercato. La soluzione prevista di offerta di servizi attivi "chiavi in mano" risponde proprio alle esigenze degli operatori non infrastrutturati di minori dimensioni che da un lato costituiscono negli ultimi anni un vincolo concorrenziale di rilievo e con prospettive di crescita, dall'altro lato rappresentano la tipologia di concorrenti potenziali che potranno presumibilmente fare il proprio ingresso sul mercato nei prossimi anni.

54. Molto rilevante al riguardo è il ruolo del Fiduciario che dovrebbe secondo l'AGCM ridurre l'incertezza legata all'attuazione della misura, in quanto, per i contratti esistenti, dovrà valutare la natura sostanziale delle modifiche al quadro giuridico, economico e regolamentare tali da dare luogo ad una eventuale risoluzione degli stessi e, per i nuovi contratti, dovrà verificare che la negoziazione avvenga in buona fede e a condizioni di mercato.

55. Inoltre, l'AGCM rileva che, in ragione del delicato ruolo che il Fiduciario è chiamato a svolgere (in particolare in relazione al Rimedio 1 e al Rimedio 3), appaiono necessarie garanzie "rafforzate" di indipendenza dello stesso rispetto alle Parti. In particolare, per evitare che il Fiduciario sia o sia stato esposto a un conflitto di interesse rispetto a Swisscom e alla controllante, alle controllate da quest'ultima e a Vodafone, il Fiduciario non deve avere avuto rapporti professionali per conto di tali soggetti nei tre anni precedenti la propria nomina, né tantomeno potrà averne nei tre anni successivi la conclusione del proprio incarico. Inoltre, il Fiduciario non può essere stato inquadrato come dipendente nell'organizzazione di Swisscom, della controllante, delle controllate da quest'ultima e di Vodafone.

56. L'AGCM ha infine evidenziato che l'orizzonte temporale previsto per i Rimedi – pari a tre anni – appare adeguato, tenuto conto dello stadio di evoluzione e delle prassi correnti nei mercati interessati.

Le valutazioni dell'Autorità

57. Con riferimento ai mercati rilevanti individuati dall'AGCM ai fini della presente operazione, preliminarmente si evidenzia che, come riconosciuto dal quadro regolamentare delle comunicazioni elettroniche, i mercati definiti nella raccomandazione sui mercati rilevanti di cui all'art. 75 del Codice e dall'Autorità, nell'ambito delle analisi di mercato svolte ai sensi dell'art. 78 del Codice, possono differire da quelli individuati ai fini *antitrust*. Infatti, come indicato nella Comunicazione della Commissione europea 2018/C 159/01, nell'esaminare questioni simili in circostanze analoghe e tenendo presenti gli stessi obiettivi generali, le autorità nazionali di regolamentazione e le autorità garanti

della concorrenza dovrebbero, in linea di principio, giungere a conclusioni analoghe. Date le differenze, tuttavia, nella portata e negli obiettivi di intervento, i mercati definiti ai fini del diritto dell'UE in materia di concorrenza e quelli definiti ai fini della regolamentazione settoriale potrebbero risultare non sempre identici⁴.

58. Tanto premesso, l'Autorità condivide sostanzialmente le conclusioni raggiunte dall'AGCM in merito all'individuazione dei mercati rilevanti del prodotto come di seguito argomentato, mentre ritiene opportuno formulare alcune osservazioni aggiuntive in merito alla dimensione geografica degli stessi.

59. In relazione alla definizione merceologica del mercato dei servizi di accesso all'ingrosso di rete fissa, l'Autorità condivide innanzitutto che i servizi di accesso all'ingrosso destinati alla clientela residenziale ed i servizi di capacità dedicata all'ingrosso (tipicamente richiesti dalla clientela aziendale e dalla Pubblica amministrazione) costituiscono mercati del prodotto distinti. Tali conclusioni sono sostanzialmente in linea con quanto riscontrato nell'ultima analisi di mercato dell'Autorità, adottata con delibera n. 114/24/CONS, nell'ambito della quale sono stati individuati *inter alia* i seguenti mercati rilevanti dei servizi di accesso all'ingrosso di rete fissa: 1) mercato dei servizi di accesso locale all'ingrosso in postazione fissa (Mercato n. 1); 2) mercato dei servizi di capacità dedicata all'ingrosso da rete fissa tra un punto di attestazione di un operatore alternativo presso un nodo della rete dell'operatore che offre il servizio ed una sede d'utente (Mercato n. 2)⁵.

60. Inoltre, l'Autorità condivide pienamente l'inclusione nel medesimo mercato rilevante dei servizi di accesso alla rete fissa di tutti i servizi di accesso a banda larga e ultra-larga, indipendentemente dalla tecnologia impiegata. In continuità con quanto stabilito nelle proprie precedenti analisi, anche nell'ultima analisi di mercato di cui alla delibera n. 114/24/CONS l'Autorità ha infatti incluso nei mercati dei servizi di accesso alla rete fissa tutte le tecnologie di accesso disponibili sul mercato in virtù della presenza di una catena di sostituzione tra i diversi servizi di accesso di differente qualità (rame, misto rame-fibra ottica, fibra ottica e *wireless* fisse). In particolare, sebbene gli accessi in fibra ottica assicurino una qualità del servizio, in termini di velocità di connessione, significativamente diversa da quella ottenibile con un accesso misto rame-fibra, FWA o solo rame, l'Autorità non ha ancora riscontrato evidenti differenze in termini di *pricing* tra i suddetti accessi, osservando al contrario la presenza nel mercato di offerte di accesso che non specificano la tecnologia sottostante – in quanto dipendente dalla copertura delle nuove reti – e che, dunque, prevedono una connessione dati con velocità diverse a seconda della specifica tecnologia sottostante disponibile per la sede del cliente. Solo quando la maggior parte dei clienti sarà migrata verso le reti ad altissima capacità (VHC), la catena di sostituzione potrà risultare interrotta e dunque potrà essere corretto individuare un

⁴ Cfr. paragrafo 10 della Comunicazione della Commissione europea (2018/C 159/01), recante “Orientamenti per l'analisi del mercato e la valutazione del significativo potere di mercato ai sensi del quadro normativo dell'UE per le reti e i servizi di comunicazione elettronica”.

⁵ Con la delibera n. 114/24/CONS, l'Autorità ha individuato anche il mercato dei servizi di accesso centrale all'ingrosso in postazione fissa per i prodotti di largo consumo (Mercato n. 3b) che, tuttavia, è stato riscontrato non più suscettibile di regolamentazione *ex ante*.

mercato separato per i servizi di accesso FTTH e, in generale, per i servizi di accesso su rete VHC.

61. In relazione ai mercati dei servizi di accesso al dettaglio di rete fissa, si osserva innanzitutto che in virtù della presenza di obblighi regolamentari imposti nei mercati all'ingrosso all'operatore identificato quale operatore avente un significativo potere di mercato, tali mercati non sono attualmente sottoposti alla regolamentazione *ex ante*. Ciononostante, essendo la domanda di servizi all'ingrosso una domanda derivata dalla domanda di servizi finali, l'Autorità ha comunque sempre proceduto nelle proprie analisi – da ultimo con la delibera n. 114/24/CONS – alla definizione degli stessi dal punto di vista merceologico. Al riguardo, l'Autorità condivide l'individuazione di mercati diversi per tipologia di clientela servita. Nella delibera n. 114/24/CONS l'Autorità ha infatti individuato due distinti mercati per clienti residenziali e per clienti non residenziali, seppur includendo in quest'ultimo anche i servizi rivolti alla pubblica Amministrazione. Si concorda infatti che i clienti affari presentano esigenze significativamente differenti da quelle della clientela residenziale in termini di qualità del servizio (prestazioni tecnologiche estremamente elevate in termini di banda sia in *download* che in *upload*) e assistenza (esigenze di assistenza continua, 7 giorni su 7 per l'intero arco delle 24 ore, con *help-desk* dedicato), nonché in termini di maggiori garanzie in merito ai tempi di *assurance*, SLA e qualità del servizio, nonché penali. Non essendo i mercati dei servizi di accesso al dettaglio di rete fissa sottoposti a regolamentazione *ex ante*, nelle proprie analisi di mercato l'Autorità non ha ritenuto opportuno segmentare ulteriormente il mercato dei servizi di accesso relativo alla clientela non residenziale, definendo un mercato rilevante separato per la Pubblica Amministrazione. Alcune peculiarità ed esigenze specifiche delle diverse tipologie di clientela *retail* sono state piuttosto affrontate attraverso una specifica modulazione della regolamentazione imposta nei corrispondenti mercati all'ingrosso, quali *inter alia* la previsione di specifici *Service Level Agreement* (SLA) o differenti procedure per la verifica della replicabilità delle offerte al dettaglio dell'operatore con significativo potere di mercato. Anche con riferimento all'operazione in esame, non si rilevano differenze sostanziali tra il mercato dei servizi al dettaglio per clientela affari (escluso SOHO) e il mercato dei servizi al dettaglio per la PA tali da richiedere la definizione di due mercati distinti. Sembra, in ogni caso, potersi escludere che l'inclusione della clientela affari (escluso SOHO) e della PA in un unico mercato possa influenzare le conclusioni dell'AGCM in merito alle problematiche competitive riscontrare nonché le valutazioni della stessa in merito all'efficacia dei rimedi proposti.

62. Per quanto concerne invece la definizione geografica dei mercati rilevanti all'ingrosso, preme evidenziare che – seguendo le prescrizioni del quadro regolamentare in vigore⁶ – nella delibera n. 114/24/CONS, in continuità con quanto già era stato rilevato

⁶ Cfr. *inter alia* par. 35 della raccomandazione (UE) 2020/2245 sui mercati rilevanti: *In entrambi i suddetti mercati dell'accesso all'ingrosso è improbabile che i problemi di concorrenza persistano in modo uniforme in un determinato Stato membro e tali mercati dovrebbero essere oggetto di un'analisi geografica approfondita. Di conseguenza, nel definire i mercati rilevanti ai sensi dell'articolo 64, paragrafo 3, del codice, le autorità nazionali di regolamentazione dovrebbero individuare aree geografiche in cui le*

nella precedente analisi di cui alla delibera n. 348/19/CONS, l’Autorità ha confermato l’individuazione di mercati subnazionali con riferimento ai mercati dei servizi di accesso locale all’ingrosso (mercato 1) e di capacità dedicata all’ingrosso (mercato 2), avendo riscontrato nel territorio nazionale la presenza di aree caratterizzate da condizioni concorrenziali sostanzialmente diverse. L’analisi geografica puntuale dei mercati rappresenta dunque da due cicli regolamentari un perno della valutazione delle condizioni concorrenziali. In particolare, nell’ultima analisi di mercato l’Autorità ha individuato una maggiore estensione delle aree del territorio ormai pienamente concorrenziali e dunque caratterizzate da condizioni competitive significativamente diverse da quelle del resto del territorio nazionale⁷. Le stesse aree del “resto del territorio nazionale” sono state a loro volta caratterizzate da situazioni concorrenziali diverse che hanno portato a differenziazione dei rimedi⁸.

In ogni caso, si evidenzia che l’analisi dei mercati dell’accesso all’ingrosso in corso (avviata con delibera n. 315/24/CONS) terrà conto degli effetti dell’operazione di concentrazione in oggetto sulle caratteristiche competitive di ciascuno dei mercati all’ingrosso oggetto di revisione.

63. L’Autorità ritiene altresì condivisibili le valutazioni effettuate dall’AGCM sugli effetti derivanti dall’operazione di concentrazione in esame.

64. Con riferimento ai mercati dell’accesso all’ingrosso, si condivide che l’operazione non sembri ostacolare in maniera sostanziale la concorrenza effettiva nel mercato.

65. Si concorda, altresì, con l’AGCM in merito ai possibili effetti lesivi della concorrenza in tutti i mercati al dettaglio individuati. In particolare, Fastweb e Vodafone presentano un’elevata prossimità concorrenziale in tutti i mercati individuati, per quanto con caratteristiche peculiari per ciascun mercato. Pertanto, il vincolo competitivo che le Parti rappresentano l’un l’altra verrebbe meno a seguito dell’operazione.

condizioni della concorrenza siano sufficientemente omogenee e che possano essere distinte dalle aree adiacenti, caratterizzate da condizioni prevalenti della concorrenza sostanzialmente diverse, valutando in particolare se il potenziale operatore con un significativo potere di mercato agisca in modo uniforme in tutta la zona di copertura della sua rete o se si trovi di fronte a condizioni di concorrenza sensibilmente diverse al punto da limitare le sue attività in alcune zone ma non in altre.

⁷ Per il mercato 1, relativo ai servizi di accesso locale all’ingrosso, l’Autorità ha individuato i seguenti due mercati geografici subnazionali: a) Mercato 1A, che comprende 14 Comuni (Milano; Cagliari; Sesto San Giovanni; Quartu Sant’Elena; Bresso; Vimodrone; Quartucciu; Bubbiano; Accettura; Postua; Guardabosone; Pietraferrazzana; Santo Stefano di Sessanio; Carapelle Calvisio); b) Mercato 1B: che comprende i Comuni del Resto d’Italia.

Per il mercato 2, relativo ai servizi a capacità dedicata all’ingrosso, l’Autorità ha invece individuato i seguenti due mercati geografici subnazionali: a) Mercato 2A, che comprende 4 Comuni (Milano, Torino, Cornaredo, Basiglio); b) Mercato 2B: che comprende i Comuni del Resto d’Italia.

⁸ Nei paragrafi 48-51 del Documento VI della delibera n. 114/24/CONS viene evidenziato che i problemi competitivi riscontrati nei Comuni del Resto d’Italia risultano attenuati nei Comuni contendibili individuati nel Documento III della suddetta delibera ai paragrafi 145-153 (si tratta di 95 Comuni nel mercato 1 e di 67 Comuni nel mercato 2). Tale circostanza giustifica una differenziazione dei rimedi all’interno del territorio nazionale nei Comuni contendibili.

66. Circa gli impegni proposti da Swisscom si concorda con l'AGCM che gli stessi possano risolvere le criticità concorrenziali individuate nei mercati al dettaglio della clientela residenziale, affari e PA, in quanto favoriscono la crescita degli operatori già presenti nei mercati e promuovono l'ingresso negli stessi di nuovi operatori, compensando il venir meno della pressione concorrenziale derivante dall'esito dell'operazione.

67. L'impegno per l'entità *post merger* di assicurare agli operatori concorrenti la possibilità di acquisire gli stessi servizi all'ingrosso di tipo attivo che attualmente Fastweb fornisce (sia relativi al mercato residenziale sia a quello affari) bilancia, infatti, gli effetti pregiudizievoli per il mercato derivanti dalla riduzione del numero di operatori attivi nei mercati rilevanti analizzati. L'operatore Fastweb esercita infatti un significativo ruolo nell'offerta all'ingrosso dei servizi di accesso – già rilevato dall'Autorità nella propria analisi di mercato (delibera n. 114/24/CONS) e ben rimarcato dalla Commissione Europea nel provvedimento M.11386 KKR/NETCO – essendo un operatore in continua crescita che agisce in piena indipendenza rispetto ai concorrenti. L'offerta *wholesale* di tale operatore riveste dunque un ruolo chiave nel contesto attuale di mercato, come evidenziato da quasi tutti gli operatori, e dunque si pone a garanzia dello sviluppo dei mercati a valle a fronte di una significativa riduzione del numero di operatori derivante dall'operazione di concentrazione.

68. Con particolare riferimento ai Rimedi 1 e 3, che consentono di cristallizzare lo *status quo* relativamente all'offerta dei servizi all'ingrosso di Fastweb (che vengono utilizzati per offrire servizi nei mercati per clienti affari e per clienti residenziali), si ritiene che la figura del Fiduciario sia molto rilevante nel contesto degli impegni proposti in quanto funzionale a dare maggiori garanzie ai terzi contraenti in merito all'effettiva attuazione degli impegni da parte dell'entità *post merger*.

69. A tale riguardo, si sottolinea l'importante compito del Fiduciario di verificare ed esprimersi circa la sussistenza di quelle specifiche circostanze che potrebbero consentire all'entità *post merger* di dare disdetta ai contratti esistenti. Si tratta in particolare “(i) della modifica agli attuali termini e condizioni di approvvigionamento di Fastweb; e (ii) di eventuali novità normative o regolatorie significative che si verifichino a valle della de-verticalizzazione di TIM S.p.A”.

70. Il Fiduciario si pone altresì come un garante rispetto alla negoziazione dei nuovi contratti, in particolare sulla ragionevolezza dei prezzi che devono essere “prezzi di mercato” e per farlo farà riferimento ai prezzi praticati dai concorrenti.

71. L'intervento del Fiduciario dovrebbe quindi porre un limite alle autonome valutazioni dell'entità *post merger* circa la presenza di quelle circostanze che consentirebbero il recesso dai contratti e/o di discostarsi dalle condizioni praticate attualmente (derogando dunque agli impegni presi), essendo tali valutazioni demandate appunto al soggetto terzo indipendente rappresentato dal Fiduciario. Resta salva ovviamente, come sottolineato dalla stessa AGCM, la facoltà delle parti di ricorrere all'Autorità Giudiziaria Ordinaria per le valutazioni di competenza di quest'ultima.

72. Il ruolo del Fiduciario si rileva dunque molto significativo soprattutto in considerazione delle modifiche agli assetti normativi, economici e regolamentari che potrebbero intervenire nei prossimi anni e che potrebbero incidere sugli attuali rapporti contrattuali tra FiberCop e Fastweb.

73. Al riguardo si evidenzia che l'Autorità ha recentemente avviato (delibera n. 315/24/CONS dell'11 settembre 2024) un nuovo procedimento di analisi dei mercati dei servizi di accesso alla rete fissa, ai sensi dell'articolo 89, comma 2, del Codice, a seguito dell'operazione di separazione strutturale tra TIM e FiberCop, che porterà ragionevolmente a una modifica dell'attuale quadro regolamentare. In particolare, nell'ambito del suddetto procedimento, l'Autorità accerterà gli effetti della separazione strutturale realizzata nei vari mercati collegati alla rete d'accesso, al fine di valutare il mantenimento, la modifica o la rimozione degli obblighi regolamentari vigenti, applicando, qualora ne ricorrano i presupposti, la disciplina prevista dall'articolo 91 del Codice, relativa alle imprese attive esclusivamente nel mercato all'ingrosso.

74. Nelle more del completamento della nuova analisi, il quadro regolamentare di riferimento per il quinquennio 2024-2028 resta definito dalla delibera n. 114/24/CONS del 30 aprile 2024, con la quale l'Autorità aveva concluso la precedente analisi coordinata dei mercati dell'accesso.

75. Tale delibera ha sancito una disciplina più flessibile rispetto al passato relativamente alla fornitura da parte di FiberCop dei servizi di accesso passivi che dovranno avvenire a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie previa verifica dell'Autorità a cui FiberCop è tenuta a notificare gli schemi contrattuali e/o i contratti esistenti relativi alla fornitura di tali servizi, che interessano/interessano tutti gli operatori di mercato incluso Fastweb e dunque l'entità *post merger*.

76. Si rileva che l'Autorità, con la delibera n. 38/24/CIR, ha recentemente approvato con raccomandazioni (a valle di una verifica sugli aspetti di equità e ragionevolezza) l'Offerta dei servizi passivi pubblicata da FiberCop ad agosto 2024 che include gli schemi contrattuali per i servizi Semi GPON e Full GPON, ai sensi degli artt. 28 e 29 della delibera n. 114/24/CONS. Resta ferma la necessità da parte di FiberCop, ai sensi dei medesimi articoli, di sottoporre alle valutazioni dell'Autorità ogni pattuizione in essere con operatori che differisca dai predetti schemi contrattuali – inclusi i contratti esistenti, quali il Fastweb MSA – per consentire la verifica del rispetto del principio di non discriminazione, equità e ragionevolezza.

RITENUTO di condividere, per quanto sopra, la valutazione dell'AGCM secondo cui l'operazione, non determina – ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90 – la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nei mercati interessati tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza.

UDITA la relazione della Commissaria Elisa Giomi, relatrice ai sensi dell'articolo 31 del *Regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento dell'Autorità*;

DELIBERA

per i profili di propria competenza, di esprimere parere favorevole allo schema di provvedimento finale relativo all'operazione di concentrazione C12659-Swisscom/Vodafone, consistente nell'acquisizione da parte della società Swisscom Italia S.r.l. del controllo esclusivo della società Vodafone Italia S.p.A.

La presente delibera è pubblicata sul sito *web* dell'Autorità.

Roma, 18 dicembre 2024

IL PRESIDENTE
Giacomo Lasorella

LA COMMISSARIA RELATRICE
Elisa Giomi

Per attestazione di conformità a quanto deliberato
IL SEGRETARIO GENERALE
Giulietta Gamba