

AGCM - Autorizzata l'acquisizione di Europa TV da parte di Mediaset con il vincolo del rispetto degli impegni presi

C7493 - R.T.I.-RETI TELEVISIVE ITALIANE/RAMO DI AZIENDA DI EUROPA TV

Provvedimento n. 15333

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 10 aprile 2006;

SENTITO il Relatore Giorgio Guazzaloca;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'atto della società R.T.I.-RETI TELEVISIVE ITALIANE S.p.A., pervenuto in data 29 dicembre 2005;

VISTE le ulteriori informazioni della società R.T.I.-RETI TELEVISIVE ITALIANE S.p.A., pervenute in data 23 gennaio 2006;

VISTA la propria delibera del 25 gennaio 2006, con cui è stata avviata l'istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, nei confronti delle società MEDIASET S.p.A., R.T.I.-RETI TELEVISIVE ITALIANE S.p.A. ed EUROPA TV S.p.A.;

VISTE le richieste di informazioni alle società MEDIASET S.p.A., R.T.I.-RETI TELEVISIVE ITALIANE S.p.A. ed EUROPA TV S.p.A., inviate in data 27 gennaio 2006;

VISTE le risposte delle società MEDIASET S.p.A., R.T.I.-RETI TELEVISIVE ITALIANE S.p.A. ed EUROPA TV S.p.A. alle suddette richieste di informazioni, pervenute rispettivamente in data 7 e 6 febbraio 2006;

SENTITI i rappresentanti di EUROPA TV S.p.A. e MEDIASET S.p.A., R.T.I.-RETI TELEVISIVE ITALIANE S.p.A. rispettivamente in data 7 febbraio 2006 e 13 febbraio 2006;

VISTA la propria richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249, inoltrata in data 7 marzo 2006;

VISTO il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, pervenuto in data 6 aprile 2006;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. R.T.I.-RETI TELEVISIVE ITALIANE S.p.A. (di seguito RTI) è la società concessionaria televisiva delle tre reti nazionali terrestri in tecnica analogica Canale 5, Italia Uno e Rete Quattro.

RTI è controllata da MEDIASET S.p.A., società del gruppo Fininvest, che ne detiene l'intero capitale sociale.

Nel 2004, il fatturato a livello mondiale di RTI è stato di circa 2,2 miliardi di euro, quasi

interamente realizzato per vendite in Italia.

2. EUROPA TV S.p.A. (di seguito Europa TV) è la società titolare di una concessione per l'esercizio di attività di radiodiffusione televisiva privata ad accesso condizionato su frequenze terrestri in ambito nazionale, nonché di un'abilitazione alla sperimentazione di trasmissioni televisive in tecnica digitale terrestre. Europa TV diffonde attualmente sul territorio nazionale il canale televisivo "SportItalia" in tecnica analogica terrestre. Il capitale sociale di Europa TV è interamente detenuto da Holland Coordinator & Service Company Italia S.p.A. (per il 71%) e TF1 SA (29%), (di seguito gruppo HCSC-TF1). Nel 2004, Europa TV ha realizzato, interamente in Italia, un fatturato di circa 12,4 milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione in esame consiste nell'acquisizione, da parte della società RTI, di un ramo d'azienda di proprietà di Europa TV, composto dalla rete trasmissiva della società, costituita da impianti di trasmissione televisiva e relative frequenze, e dai contratti accessori ad essa collegati (quali ad esempio quelli di fornitura di servizi di assistenza e manutenzione degli impianti), restando esclusa la concessione analogica per la diffusione del canale "SportItalia" e dei suoi relativi programmi.

4. Il Contratto di acquisizione sottoscritto fra le parti prevede, in alternativa all'acquisizione diretta del ramo d'azienda da Europa TV, un'opzione d'acquisto a favore di RTI di una partecipazione, compresa fra il 51% e il 100% e tale, comunque, da conferire a quest'ultima il controllo esclusivo, in virtù del *term sheet* del patto parasociale sottoscritto fra le parti, di una società di nuova costituzione (denominata Newco) alla quale Europa TV abbia precedentemente conferito il ramo d'azienda oggetto della presente operazione.

5. Tale acquisizione è finalizzata a consentire a RTI di sviluppare una rete di trasmissione in tecnologia DVB-H, con capacità trasmissiva con banda di 8 MHz sul territorio nazionale per la fornitura, attraverso la tecnologia succitata, di contenuti televisivi su terminali mobili. Secondo quanto dichiarato da RTI [*Cfr. comunicazione inviata dal Gruppo MEDIASET in data 23 gennaio 2006, allegata alla notifica dell'operazione di concentrazione.*], e come meglio precisato in seguito, la società intende riservare l'utilizzo della capacità trasmissiva agli operatori di telecomunicazioni mobili che ne faranno richiesta, al fine di offrire i servizi ai propri clienti, secondo un modello di *business* che prevede – in capo agli stessi operatori di telecomunicazioni – la definizione dei contenuti, l'organizzazione dell'offerta e la relativa raccolta pubblicitaria.

6. Il Contratto prevede altresì un ulteriore patto di opzione in forza del quale Europa TV avrà la facoltà di stipulare con RTI, ovvero con Newco, un contratto di fornitura, da parte di RTI, di capacità trasmissiva in tecnica digitale con *standard* DVB-H, al fine del trasporto e diffusione in *simulcast free to air* dei programmi scelti da Europa TV.

7. Infine, l'articolo 9 del Contratto dispone che, qualora RTI acquisti più dell'80% del capitale di Newco ovvero conferisca il ramo d'azienda ad una propria controllata, Europa TV possa esercitare un'opzione di acquisto di partecipazione di Newco, o della società di RTI che detenga il ramo d'azienda, pari al 20% del capitale sociale.

III. QUALIFICAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

8. L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parte di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*) della legge n. 287/90.

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della stessa legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 421 milioni di euro.

IV. RISULTANZE ISTRUTTORIE

A) L'avvio del procedimento istruttorio

9. A seguito del ricevimento, in data 29 dicembre 2005, della comunicazione dell'operazione sopra descritta, l'Autorità ha disposto l'avvio di un procedimento istruttorio, ai sensi dell'articolo 16, comma 4 della legge n. 287/90, al fine di verificare l'eventuale creazione in capo alle società MEDIASET S.p.A. ed R.T.I.-RETI TELEVISIVE ITALIANE S.p.A. (di seguito anche Gruppo MEDIASET) di una posizione dominante nel mercato delle reti digitali per la trasmissione del segnale televisivo terrestre in ambito nazionale.

10. Nel corso dell'istruttoria, le società H3G S.p.A. (di seguito H3G), SKY Italia S.r.l. (di seguito SKY), VODAFONE OMNITEL N.V. (di seguito Vodafone), TELECOM ITALIA S.p.A. (di seguito anche Gruppo Telecom), WIND Telecomunicazioni S.p.A. (di seguito WIND), GRUPPO EDITORIALE L'ESPRESSO S.p.A. (di seguito Gruppo L'Espresso), RCS MediaGroup S.p.A. (di seguito RCS), il Consorzio Club DAB Italia S.r.l. (di seguito DAB), nonché le Associazioni di consumatori ADOC, Codacons e Federconsumatori e l'Associazione Produttori Televisivi (di seguito APT) hanno presentato istanza di partecipazione all'istruttoria, ai sensi dell'articolo 7 del D.P.R. n. 217/98.

11. Tutti i soggetti sopraelencati, ciascuno dei quali era titolare di un interesse concreto a partecipare al procedimento in considerazione dell'impatto dell'operazione nel mercato delle reti digitali per la trasmissione del segnale televisivo terrestre in ambito nazionale, nonché dello scopo dichiarato dal Gruppo MEDIASET di sviluppare una rete di trasmissione in tecnologia DVB-H, finalizzata alla fornitura di programmi audiovisivi su terminali mobili, sono stati sentiti in audizione e hanno prodotto studi e memorie. Inoltre, a seguito di richiesta formale ai sensi dell'articolo 13 del D.P.R. n. 217/98, i soggetti partecipanti hanno più volte esercitato il diritto di accesso ai documenti del procedimento.

12. Nel corso del procedimento è stata altresì sentita in audizione la società RAI – Radiotelevisione Italiana S.p.A., attiva sul mercato delle reti per la trasmissione del segnale televisivo terrestre in ambito nazionale. Tale società ha inoltre prodotto della documentazione relativa alle prospettive della società stessa nel DVB-H (v. *infra*).

13. Nel corso dell'istruttoria, sono state altresì richieste informazioni di carattere economico e commerciale in ordine alla struttura del mercato delle reti analogiche e digitali per la trasmissione del segnale televisivo terrestre in ambito nazionale al Gruppo MEDIASET, nonché alle società Europa TV, H3G, SKY, Vodafone, RAI, Gruppo L'Espresso, Gruppo Telecom Italia, WIND [A tali operatori sono state anche richieste informazioni in merito alle caratteristiche della trasmissione in tecnologia DVB-H.], Television Broadcasting System [Tale società è l'esercente dell'emittente nazionale Rete Capri.] (di seguito anche TBS), nonché al Ministero delle Comunicazioni (di seguito Ministero) e all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (di seguito AGCom).

B) Le reti e le infrastrutture per la trasmissione del segnale televisivo: aspetti tecnici e definitivi [Il presente capitolo è stato elaborato sulla base delle argomentazioni di ordine tecnico già svolte dall'Autorità nell'ambito del procedimento C6161 RAI-radiotelevisione Italiana/Rami d'azienda, provv. n. 13137 del 29 aprile 2004, in Boll. n. 18/2004.]

i) Le reti per la trasmissione del segnale televisivo: frequenze ed impianti

14. Un apparecchio televisivo riceve segnali che trasportano le informazioni necessarie a riprodurre le immagini in forma visiva per il telespettatore. Il mezzo che consente il trasporto delle informazioni è lo *spettro elettromagnetico* ovvero l'insieme delle frequenze sulle quali è possibile inviare informazioni compresse e codificate. Lo spettro elettromagnetico è suddiviso, a livello internazionale, in *bande di frequenza*, che destinano a servizi diversi (Tv, radio, telefonia cellulare, ecc.) insiemi di frequenze adatte a tali servizi. Ciascuna banda di frequenza è, a sua volta, suddivisa in *canali*, con l'obiettivo di riservare all'uso di un operatore una porzione della banda disponibile. Ciascun canale è rappresentato dalla sua ampiezza, nonché dalla sua frequenza

centrale. In tal senso, i termini *frequenza* e *canale* possono essere usati in modo intercambiabile.

15. Le bande di frequenza I e III (VHF) e le bande IV e V (UHF) sono quelle allocate al servizio di radiodiffusione televisiva via etere *[La banda I è costituita da 2 canali, la banda III da 7 canali, la banda IV da 16 canali, la banda V da 33 canali, per un totale di 58 canali. La banda I non è stata oggetto di pianificazione ed assegnazione da parte dell'Autorità di regolamentazione, né nell'ambito del Piano di assegnazione delle frequenze in tecnica analogica né nel Piano digitale. Ciò in quanto i due canali di tale banda non consentono, da soli, di pianificare una rete a copertura nazionale. Tuttavia, esistono operatori attualmente attivi su tale banda, che viene utilizzata per irradiare bacini di servizio di notevoli dimensioni.]*. Poiché al crescere della frequenza cresce l'entità dell'attenuazione del segnale, determinata dall'aumentare della distanza nonché dall'effetto di ostacoli, la banda I è più adatta alla realizzazione di ampie coperture della banda III e quest'ultima è più adatta delle bande IV e V allo stesso scopo. Come contropartita, le antenne utilizzate per ricevere le trasmissioni in banda I sono molto più grandi (la dimensione è proporzionale alla lunghezza d'onda e, quindi, inversamente proporzionale alla frequenza) di quelle necessarie in banda III, IV e V.

16. Gli operatori televisivi attivano, in opportuni *siti*, *impianti* di trasmissione (*trasmettitori*), che operano alla frequenza assegnata, o comunque nella disponibilità della società, e hanno caratteristiche radioelettriche ben definite (potenza, diagramma di antenna, ecc.). La coppia impianto-frequenza, associata a un particolare sito, definisce un *bacino di servizio*, ovvero l'area geografica raggiunta dal segnale irradiato dall'impianto con un campo elettrico di valore superiore al minimo necessario affinché gli utenti possano assistere alle trasmissioni televisive senza disturbi. Una *rete televisiva* (anche *rete per la trasmissione del segnale televisivo*) è definita dall'insieme dei bacini di servizio, ovvero dalle coppie impianto-frequenza (localizzate in siti distribuiti sul territorio *[Nel proseguo si parlerà di coppia impianto-frequenza ovvero di bacino di servizio, intendendo anche il relativo sito associato alla stessa.]*), nella disponibilità di uno stesso operatore e che irradiano lo stesso segnale (un programma analogico, ad es. Rai 1, ovvero una rete digitale, c.d. *multiplex*, che irradia circa 5-6 programmi *[Con il termine programma televisivo si intende l'insieme, predisposto da un unico operatore (ad es. RAI, RTI, ecc.), dei contenuti televisivi unificati da un medesimo marchio editoriale e destinati alla fruizione del pubblico (ad es. Rai 1, Canale 5, ecc.).]*).

17. I bacini di servizio, ossia le coppie impianto-frequenza, non sono omogenei ma differiscono in considerazione del numero di utenti serviti; in particolare, gli impianti possono essere distinti in tre categorie: 1) impianti che raggiungono almeno 500.000 utenti nel loro bacino di servizio (*grandi impianti*); 2) impianti che raggiungono tra 15.000 e 500.000 utenti (*impianti di medie dimensioni*; che, a loro volta, possono essere distinti in impianti che raggiungono tra 100.000 e 500.000 utenti e quelli con copertura tra 15.000 e 100.000 utenti); 3) impianti che raggiungono meno di 15.000 utenti (*impianti piccoli o marginali*).

ii) Reti televisive analogiche e digitali

18. In relazione alle analogie e alle differenze tra reti analogiche e reti digitali, con riguardo agli elementi comuni, si osserva che sia le reti televisive analogiche che quelle digitali utilizzano, in Italia, le stesse bande di frequenza (III, IV e V) *[L'unica differenza riguarda la banda I, che viene marginalmente utilizzata per le trasmissioni in tecnica analogica, mentre non viene impiegata per quelle in tecnica digitale.]*, non essendoci alcuno spazio frequenziale riservato, in via esclusiva, ad almeno una delle due tecniche trasmissive *[Il Piano per l'assegnazione delle frequenze in tecnica analogica prevedeva l'attribuzione di quattro canali nazionali al servizio televisivo in tecnica digitale. Tuttavia la mancata attuazione del Piano e l'occupazione dello spettro frequenziale da parte degli operatori televisivi non hanno reso effettiva tale attribuzione.]*. Inoltre, anche da un punto di vista tecnico, gli impianti impiegati per le trasmissioni analogiche possono essere usati anche per le trasmissioni televisive in tecnica digitale, salvo un processo di riconversione tecnica di tali apparati.

19. La differenza più rilevante risiede invece nella diversa capacità trasmissiva delle due tecniche di diffusione del segnale televisivo *[Un'altra differenza risiede nel fatto che la struttura di una rete digitale può essere diversa da quella analogica: nel caso analogico, l'ottimizzazione delle risorse frequenziali implica l'utilizzo di canali diversi in impianti vicini (le reti sono multifrequenza, ovvero MFN – Multi Frequency Network), mentre nel digitale è preferibile l'utilizzo di uno stesso canale in impianti limitrofi (le reti possono essere isofrequenziali, ovvero SFN – Single Frequency Network). In particolare, l'AGCom ha previsto per le trasmissioni analogiche reti nazionali MFN che utilizzano tre canali, mentre per le trasmissioni in tecnica digitale reti nazionali SFN che utilizzano tre canali (c.d. 3-SFN). Tuttavia, le attuali reti digitali, così come quelle analogiche, sono*

di tipo MFN.].

Nella televisione analogica gli operatori di rete sono necessariamente integrati in linea verticale, in quanto ad ogni rete corrisponde un solo programma; i servizi di *broadcasting* analogico sono, quindi, caratterizzati da un elevato grado di autosufficienza delle emittenti legato agli obblighi concessori; ciò in quanto gli impianti e le frequenze individuati nel titolo abilitativo di un'emittente possono essere utilizzati esclusivamente ai fini della trasmissione del segnale televisivo dell'emittente medesima.

20. Il passaggio alla tecnica digitale determina la possibilità di elaborare e comprimere dati digitali, rendendo assai più efficace l'uso della capacità di rete rispetto ai segnali analogici. In generale, la tecnica digitale "*consente di offrire servizi di teleradiodiffusione nuovi o comunque migliorati: programmi aggiuntivi, miglioramenti connessi ai programmi, miglioramento della qualità dell'immagine e del suono, servizi interattivi, e di trasmissione dati, tra cui i servizi della società dell'informazione e di internet* [Cfr. *Comunicazione della Commissione n. SEC(2003)992 sulla transizione dalla trasmissione radiotelevisiva analogica a quella digitale (dallo "switch-over" digitale allo "switch-off" analogico), 17 settembre 2003, pag. 7.*]. In particolare, la trasmissione in tecnica digitale permette di diffondere su una stessa rete un numero maggiore di programmi (attualmente circa 5). Gli impianti e le frequenze individuati nel titolo abilitativo di un operatore possono, quindi, essere utilizzati anche ai fini della trasmissione di programmi di fornitori di contenuti terzi, nonché di servizi interattivi. Ciò implica una netta distinzione di ruoli e funzioni tra l'attività di trasmissione del segnale televisivo e l'offerta di contenuti televisivi. In tale contesto, il proprietario della rete offre ai fornitori di contenuti (ed a fornitori di servizi interattivi) capacità trasmissiva nella propria disponibilità.

C) La normativa in materia di trasmissioni televisive

i) Le norme

21. Il settore radiotelevisivo è stato caratterizzato sin dall'inizio delle trasmissioni, nel 1910, dal regime di monopolio e di riserva in favore dello Stato. Il primo superamento di tale regime di monopolio si è avuto nel 1990, con l'emanazione della prima normativa sistematica, che ha permesso il superamento della riserva legale allo Stato e, quindi, la configurazione di un sistema di radiodiffusione televisiva in ambito nazionale caratterizzato dalla partecipazione anche di soggetti privati.

22. In particolare, la legge n. 223 del 1990 [*Legge 6 agosto 1990, n. 223, in G.U. del 9 agosto 1990, n. 185, recante "Disciplina del sistema radiotelevisivo pubblico e privato".*] ha stabilito, tra l'altro:

- (i) l'adozione di un piano nazionale di assegnazione delle frequenze per la radiodiffusione televisiva diretto, in particolare, ad assicurare alla concessionaria pubblica le frequenze necessarie al conseguimento degli obiettivi di servizio pubblico radiotelevisivo e ad individuare il numero degli impianti atto a garantire la diffusione del maggior numero di programmi nazionali e locali in ciascun bacino di utenza (articolo 3);
- (ii) il rilascio, per lo svolgimento dell'attività privata di radiodiffusione televisiva, di apposita concessione da parte del Ministero delle Comunicazioni [*Il Ministero delle poste e delle telecomunicazioni ha assunto la denominazione di Ministero delle comunicazioni ai sensi dell'art. 1, l. 31 luglio 1997, n. 249.*], valida per sei anni, rinnovabile, non trasferibile, di portata locale o nazionale e con indicazione delle frequenze sulle quali gli impianti sarebbero stati abilitati a trasmettere, della loro potenza, nonché dell'ubicazione dell'area da servire (articolo 16);
- (iii) obblighi minimi di copertura fissati, per le emittenti nazionali, nel 60% del territorio e, per le emittenti locali, nel 70% del relativo bacino di utenza (articolo 3, comma 11);
- (iv) una disciplina transitoria di autorizzazione alla prosecuzione dell'attività di radiodiffusione televisiva da parte dei privati che, alla data di entrata in vigore della legge in esame, esercivano impianti per la radiodiffusione televisiva, fino al rilascio della concessione, ovvero fino alla reiezione della domanda per il suo rilascio e, comunque, non oltre settecentotrenta giorni dalla data di entrata in vigore della legge (articolo 32, comma 1);
- (v) il divieto imposto ai soggetti privati, autorizzati transitoriamente a continuare l'attività di radiodiffusione televisiva, di detenere frequenze non indispensabili per l'illuminazione dell'area di servizio o del bacino (articolo 32, comma 4);

(vi) l'imposizione di un limite *antitrust* per evitare posizioni dominanti nell'ambito dei mezzi di comunicazione di massa e pari al 25% del numero delle reti nazionali assentite e, comunque, non superiore a tre reti (articolo 15).

23. In applicazione della legge n. 223/1990, è stato approvato, con D.P.R. del 20 gennaio 1992, il Piano nazionale di assegnazione delle frequenze, che ha fissato in dodici il numero massimo di reti televisive nazionali assentibili, comprese le tre destinate al servizio pubblico.

24. La successiva legge n. 422/1993 [*Legge 27 ottobre 1993, n. 422, di conversione del Decreto legge 27 agosto 1993, n. 323, "Provvedimenti urgenti in materia radiotelevisiva", in G.U., 27 ottobre 1993, n. 253.*] ha, comunque, interrotto il processo di razionalizzazione del sistema di radiodiffusione televisiva prefigurato dalla legge n. 223/1990, in quanto ha imposto la revisione del descritto Piano del 1992 (articolo 3, comma 1).

25. Un successivo rilevante intervento normativo si è avuto con l'emanazione della legge n. 249 del 1997 [*Legge 31 luglio 1997, n. 249, "Istituzione dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi di telecomunicazioni e radiotelevisivo", in G.U., 31 luglio 1997, n. 177.*], la

quale ha introdotto delle modifiche nella disciplina di settore, soprattutto con riferimento alle disposizioni relative all'utilizzo delle risorse tecniche, introducendo dei limiti alla raccolta di risorse economiche. In particolare, tale legge ha previsto:

(i) l'istituzione dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCom);

(ii) l'approvazione, da parte dell'AGCom, di un nuovo Piano nazionale di assegnazione delle frequenze entro il 31 gennaio 1998 sulla cui base rilasciare, entro il 30 aprile 1998, le nuove concessioni radiotelevisive private (articolo 3, comma 1) [*Tali date sono state tutte posticipate di nove mesi in base a quanto previsto dall'art. 1, comma 1, legge 30 aprile 1998, n. 122, "Differimento di termini previsti dalla legge 31 luglio 1997, n. 249", in G.U., 20 aprile 1998, n. 99.*];

(iii) un nuovo periodo transitorio a favore delle emittenti televisive nazionali e locali già legittimate a operare alla data di entrata in vigore della legge; tale periodo transitorio avrebbe dovuto esaurirsi al momento del rilascio delle nuove concessioni e, comunque, non oltre il 30 aprile 1998 (articolo 3, comma 1);

(iv) un nuovo limite *antitrust*, in forza del quale a uno stesso soggetto non possono essere rilasciate concessioni o autorizzazioni che consentano di irradiare più del 20% delle reti televisive analogiche e dei programmi televisivi trasmessi su frequenze terrestri, sulla base del piano delle frequenze (articolo 2, comma 6);

(v) l'autorizzazione per le emittenti nazionali che superino i predetti limiti *antitrust* a proseguire in via transitoria l'esercizio delle reti eccedenti, ma a condizione che le trasmissioni siano effettuate contemporaneamente su frequenze terrestri e via satellite o via cavo e, alla scadenza del termine da stabilirsi con delibera dall'AGCom tenuto conto dell'effettivo e congruo sviluppo della televisione satellitare e via cavo, esclusivamente via satellite o via cavo (articolo 3, commi 6 e 7);

(vi) l'obbligo per la concessionaria pubblica di presentare, entro il 30 aprile 1998, un piano di ristrutturazione che consenta di trasformare una delle sue reti televisive in un'emittente che non può avvalersi di risorse pubblicitarie (articolo 3, comma 9);

(vii) la previsione di una copertura territoriale minima (80% del Paese e tutti i capoluoghi di provincia) che deve essere garantita dalle concessioni relative alle emittenti radiotelevisive nazionali (articolo 6, comma 5);

(viii) il divieto di rilasciare più di una concessione televisiva su frequenze terrestri in ambito nazionale per la trasmissione di programmi in forma codificata ed il conseguente obbligo, per i soggetti che alla data di entrata in vigore della legge esercitano legittimamente più reti televisive nazionali in forma codificata, di trasferirne una via cavo o via satellite entro il 31 dicembre 1997;

(ix) l'assegnazione in via provvisoria delle frequenze così liberate ai concessionari o autorizzati in ambito nazionale e locale che abbiano un grado di copertura della popolazione inferiore al 90% (articolo 3, comma 11);

(x) la competenza in capo all'AGCom di disporre la cessazione delle frequenze che, a suo parere, non siano, per l'emittente che ne dispone, indispensabili per l'illuminazione delle aree di servizio e di bacino e la loro assegnazione, anche provvisoria, a favore delle emittenti che abbiano un grado di copertura della popolazione inferiore al 90%, con esclusione delle emittenti che trasmettono in forma codificata (articolo 3, comma 8);

(xi) una riserva, da inserire nel Piano, di almeno un terzo dei programmi irradiabili a

favore delle emittenti locali (articolo 3, comma 5);

(xii) la previsione, da inserire nel Piano, di una riserva di frequenze per la diffusione del segnale in tecnica digitale (articolo 2, comma 6, lettera d).

26. L'Autorità ha successivamente definito, con la Delibera n. 68/1998, il Piano nazionale di assegnazione delle frequenze in tecnica analogica, rimasto inattuato.

27. La legge n. 66 del 2001 [*Legge 20 marzo 2001, n. 66, di conversione del Decreto legge 23 gennaio 2001, n. 5, "Disposizioni urgenti per il differimento di termini in materia di trasmissioni radiotelevisive analogiche e digitali, nonché per il trasferimento di impianti radiotelevisivi", in G.U., 24 marzo 2001, n. 70.*] ha introdotto

una regolamentazione per la fase di avvio e per la fase a regime delle trasmissioni radiotelevisive secondo il nuovo *standard* tecnologico digitale, la cui linea di confine è rappresentata dall'approvazione, fissata alla data del 31 dicembre 2002, del Piano di assegnazione delle frequenze in tecnica digitale. Questa legge ha, inoltre, previsto:

(i) l'autorizzazione, previa richiesta al Ministero delle Comunicazioni, in favore delle emittenti sinora legittimate all'attività di radiodiffusione televisiva, a svolgere sperimentazione in tecnica digitale (articolo 2 *bis*, comma 1);

(ii) la possibilità anche per gli operatori nazionali di procedere, per i primi tre anni dall'entrata in vigore della legge, al c.d. *trading* delle frequenze locali, ma a condizione che queste siano impiegate esclusivamente per la diffusione sperimentale in tecnica digitale (articolo 2 *bis*, comma 2 [*Tale disposizione trova la propria motivazione nell'assenza di frequenze "libere", nel senso di assegnabili per via amministrativa, per cui gli operatori interessati alla costituzione di reti digitali avrebbero la sola possibilità di acquisire gli impianti e le frequenze analogiche dagli operatori locali, che diffondono in tecnica analogica, e convertirle in impianti e frequenze digitali.*]);

(iii) la possibilità, fino all'attuazione del Piano digitale, di trasferire impianti o rami d'azienda tra i concessionari locali e tra questi e i concessionari nazionali in tecnica analogica che non abbiano raggiunto la copertura del 75% del territorio (articolo 1, comma 1);

(iv) l'obbligo per i soggetti titolari di più di una concessione televisiva di riservare, per tutto il periodo di sperimentazione, in ciascun blocco di programmi e servizi diffusi in tecnica digitale, almeno il 40% della capacità trasmissiva del medesimo blocco, a condizioni eque, trasparenti e non discriminatorie per la sperimentazione da parte di altri soggetti (articolo 2 *bis*, comma 1);

(v) la riserva in favore della concessionaria pubblica di almeno un blocco di diffusione di programmi televisivi in chiaro ai fini del conseguimento degli obiettivi di servizio pubblico (articolo 2 *bis*, comma 9);

(vi) la fissazione al 31 dicembre 2006 del termine per il definitivo passaggio dall'analogico al digitale (articolo 2 *bis*, comma 5). Tale termine è stato

successivamente prorogato al 31 dicembre 2008 [*Ad eccezione delle regioni Valle D'Aosta e Sardegna, per le quali lo spegnimento della trasmissione in tecnica analogica è previsto entro la fine del 2006. Cfr. Decreto Legge del 30 dicembre 2005, n. 273.*].

28. L'AGCom, con Delibera n. 435/01/CONS [*Delibera n. 435/01/CONS, "Approvazione del regolamento relativo alla radiodiffusione terrestre in tecnica digitale", in G.U., 6 dicembre 2001, n. 284, suppl. ord. n. 259: il Regolamento è stato adottato ai sensi dell'articolo 2 bis, comma 7, della legge n. 66/2001. Con Delibera n. 399/03/CONS, l'AGCom ha approvato il "Piano nazionale integrato di assegnazione delle frequenze per la*

radiodiffusione televisiva terrestre in tecnica digitale", in G.U., 28 gennaio 2004, n. 22.], ha approvato, ai sensi dell'articolo 2 *bis*, comma 7, della legge n. 6/2001, il Regolamento per la radiodiffusione terrestre in tecnica digitale (di seguito "il Regolamento sul digitale"), che introduce una puntuale disciplina con riguardo a tutti gli operatori della radiodiffusione in tecnica digitale (fornitori di contenuti, fornitori di servizi e operatori di rete [*In particolare, tale Regolamento contiene una disciplina puntuale in relazione alle modalità di rilascio delle autorizzazioni per la fornitura dei programmi televisivi e dati destinati alla diffusione in tecnica digitale su frequenze terrestri, nonché per la fornitura di servizi di accesso condizionato di competenza del Ministero delle Comunicazioni e alle modalità di rilascio delle licenze di operatori televisivi in tecnica digitale.*]), nonché la disciplina relativa al periodo transitorio di sperimentazione. In particolare, tale Regolamento ha operato puntualmente la distinzione tra l'*operatore di rete* (che opererà sulla base di una licenza) ed il *fornitore di contenuti* (che opererà sulla base di una autorizzazione [*E' prevista, inoltre, la figura del fornitore di servizi, che è rappresentato dal "soggetto che fornisce, attraverso l'operatore di rete, servizi al pubblico di accesso condizionato mediante distribuzione agli utenti di chiavi numeriche per l'abilitazione alla visione dei programmi, alla fatturazione dei servizi, ed eventualmente alla fornitura di apparati, ovvero che fornisce servizi della società dell'informazione ai sensi dell'articolo 1, punto 2, della direttiva n. 98/34/CE, come modificata dalla direttiva n. 98/48/CE, ovvero fornisce una guida elettronica ai programmi*].]): l'operatore di rete è il "*soggetto titolare del diritto di installazione, esercizio e fornitura di una rete di comunicazioni elettroniche e di impianti di messa in onda, moltiplicazione,*

distribuzione e diffusione delle risorse frequenziali che consentono la trasmissione agli utenti dei blocchi di diffusione"; il fornitore di contenuti è, invece, il "soggetto che ha la responsabilità editoriale nella predisposizione dei programmi destinati alla radiodiffusione televisiva e sonora".

29. Inoltre, il Regolamento sul digitale ha introdotto una serie di obblighi a carico dei licenziatari, volti a tutelare il pluralismo e la diversità dei contenuti trasportati dalle reti attraverso la disciplina dell'accesso alla rete da parte dei fornitori di contenuti indipendenti (non integrati con un operatore di rete), al fine di garantire loro parità di trattamento. Ulteriori misure dirette a facilitare l'accesso alla capacità trasmissiva da parte dei fornitori di contenuti non integrati con un operatore di rete sono state successivamente introdotte con la Delibera n. 253/04/CONS.

Come evidenziato, il Piano digitale è stato adottato dall'AGCom con la Delibera n. 15/03/CONS.

30. Il succitato quadro normativo è stato confermato dalla legge n. 112 del 3 maggio 2004 (*Legge Gasparri*), la quale ha in primo luogo ribadito la separazione tra la figura di operatore di rete e quella di fornitore di contenuti. Tale normativa ha poi confermato la possibilità, per i soggetti che esercitano a qualsiasi titolo attività di radiodiffusione, di effettuare sperimentazioni fino alla completa conversione delle reti, richiedendo a tal fine al Ministero un'abilitazione. La legge ha inoltre disciplinato:

i) il rilascio delle licenze di operatore di rete ai soggetti che esercitano l'attività di diffusione televisiva qualora dimostrino di aver raggiunto una copertura non inferiore al 50% della popolazione o del bacino locale (articolo 23);

ii) il prolungamento delle concessioni nazionali, da parte del Ministero delle Comunicazioni, fino alla scadenza del termine previsto dalla legge per la conversione definitiva delle trasmissioni in tecnica digitale (articolo 23), confermando altresì la possibilità, prevista dalla legge n. 66/2001, per i soggetti che svolgono attività di radiodiffusione, di acquisire impianti e frequenze per realizzare le proprie reti digitali, nonché l'obbligo di cessione della capacità trasmissiva in capo agli operatori di rete a condizioni di mercato nel rispetto dei principi e dei criteri fissati dalla Delibera n. 435/01/CONS.

31. Da ultimo, sono intervenuti il Decreto Legislativo del 31 luglio 2005, n. 177, recante il *Testo unico della radiotelevisione*, che ha confermato il quadro delineato in materia di transizione alla tecnologia digitale, nonché il Decreto Legge del 30 dicembre 2005, n. 273 che, come già detto, ha posticipato il termine dello *switch-off* delle trasmissioni analogiche e della conversione in tecnica digitale del sistema televisivo su frequenze terrestri dal 31 dicembre 2006 al 31 dicembre 2008.

ii) Il Piano Analogico

32. Come evidenziato, nell'ottobre del 1998, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha approvato, con Delibera n. 68/1998 [*Delibera n. 68/1998: "Piano nazionale di assegnazione delle frequenze per la radiodiffusione televisiva", in G.U., 20 aprile 1998, n. 99.*] il "*Piano nazionale di assegnazione delle frequenze per la radiodiffusione televisiva in tecnica analogica*" (Piano Analogico). Nel caso dell'attività di pianificazione che ha portato alla messa a punto del Piano Analogico, è stata definita una "rete nazionale di riferimento", progettata assegnando le caratteristiche radioelettriche e le frequenze con l'obiettivo di minimizzare il numero di frequenze utilizzate e servire, ad un livello "buono" di qualità del servizio (livello di qualità almeno pari a 3, secondo la scala ITU, *International Telecommunication Union*), almeno l'80% del territorio nazionale (percentuale definita dalla legge n. 249/97) e oltre il 92% della popolazione.

33. In virtù del fatto che lo spettro allocato alle trasmissioni televisive analogiche era costituito da 51 canali [*Dei 59 canali esistenti nelle bande I, III, IV e V, 51 canali sono stati allocati al servizio televisivo analogico, 4 alla sperimentazione televisiva in tecnica digitale, 1 al servizio di radiodiffusione radiofonica digitale, 1 al Ministero della Difesa, e 2 (i due canali della banda I) non sono stati assegnati, ma lasciati nella disponibilità degli operatori che già vi operavano. Si noti che la precedente definizione della banda III prevedeva 8 e non 7 canali; di conseguenza il numero di canali nelle quattro bande era pari a 59 e non a 58.*], e che, per ogni rete, l'AGCom ha calcolato essere necessari 3 canali, il numero di reti nazionali analogiche realizzabili è risultato pari a 17. Per rispettare i vincoli di ripartizione tra reti nazionali e locali definiti dalla legge n. 249/97 (rispettivamente due terzi delle reti

programmate alle nazionali e un terzo alle locali), l'AGCom ha assegnato 11 reti televisive nazionali agli operatori nazionali e 6 reti televisive nazionali agli operatori regionali (che si sommano alle reti previste dalla cosiddetta pianificazione di II livello del Piano analogico *[Le reti di trasmissione si distinguono anche in base all'ambito di servizio ovvero in base all'estensione e qualificazione del territorio e/o popolazione serviti. In particolare, in conformità con quanto previsto dalla legge n. 249/97, in Italia le reti possono essere destinate ad un servizio nazionale (tutti i trasmettitori irradiano lo stesso programma) o locale (sottoinsiemi di trasmettitori irradiano programmi diversi in aree geografiche diverse). Per le trasmissioni televisive, la legge n. 249/97 prescrive che l'ambito locale debba essere quello regionale. Le reti nazionali, decomponibili in reti regionali, vengono usualmente dette "reti di I livello", mentre le reti risultanti dalla pianificazione delle risorse residue, usualmente indicata come "pianificazione di II livello", con area di servizio provinciale o pluri-provinciale, vengono brevemente dette reti provinciali.]*).

34. Inoltre, è stato calcolato che erano necessarie 487 coppie di impianti e frequenze, in altrettanti siti, individuati dal regolamentatore e distribuiti su tutto il territorio nazionale, per realizzare ciascuna delle 17 reti nazionali con copertura dell'80% del territorio italiano e di oltre il 92% della popolazione. Il Piano analogico è rimasto inattuato e il periodo transitorio di autorizzazione alla trasmissione in favore di tutte le emittenti censite nel 1990, comprese quelle c.d. eccedentarie, è stato prorogato da una serie di successivi interventi normativi *[Cfr. legge n. 122/1998, in G.U., 30 aprile 1998, n. 99; legge n. 78/1999, in G.U. 30 gennaio 1999, n. 15; legge n. 5/2000, in G.U., 19 gennaio 2000, n. 14; legge n. 66/2001, in G.U., 24 marzo 2001, n. 70.]* sino al 30 aprile 2004, limite fissato da ultimo con la legge n. 43 del 2004 di conversione del Decreto legge n. 352 del 2003 *[Decreto legge 24 dicembre 2004 n. 352, "Disposizioni urgenti concernenti modalità di definitiva cessazione del regime transitorio della legge 31 luglio 1997, n. 249", in G.U., 29 dicembre 2004, n. 300, convertito in legge, con modificazioni, con legge 24 febbraio 2004, n. 43, in G.U., 26 febbraio 2004, n. 47. Tale Decreto legge è stato approvato in seguito al messaggio del 15 dicembre 2004 con cui il Presidente della Repubblica ha rinviato alle Camere la legge 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" (Ddl. n. 3184). Questo nonostante la Corte Costituzionale fosse già intervenuta dichiarando l'illegittimità della legge n. 249/1997 per la parte in cui non è previsto un termine finale, comunque non eccedente il 31 luglio 2003 come fissato dall'AGCom nella sua Delibera n. 346/2001 (recante "Termini e criteri di attuazione delle disposizioni di cui all'art. 3, commi 6,7,9,11, della legge n. 249/97, in G.U., 27 agosto 2001, n. 198), per la c.d. migrazione sul satellite delle emittenti televisive eccedentarie e per la ristrutturazione di una rete pubblica che sia finanziata attraverso il solo canone, e "ciò anche a prescindere dal raggiungimento della prevista quota di "famiglie digitali" che rimane indipendente dalle operazioni tecniche di trasferimento verso sistemi alternativi a quello analogico su frequenze terrestri [...]". Cfr. sentenza n. 466/2002.]*.

iii) Il Piano Digitale

35. Nel febbraio 2003, l'AGCom ha approvato, con Delibera n. 15/03/Cons *[Delibera 15/03/CONS "Approvazione del piano nazionale di assegnazione delle frequenze per la radiodiffusione terrestre in tecnica digitale", in G.U., 21 febbraio 2003, n. 43.]*, il "Piano nazionale di assegnazione delle frequenze per la radiodiffusione televisiva terrestre in tecnica digitale" (Piano Digitale). Esso prevede, a fronte della disponibilità di 54 canali allocati al servizio televisivo (nelle bande III, IV e V), l'esistenza, a regime, di 18 reti nazionali in tecnica digitale che utilizzano ognuna tre canali (reti c.d. 3-SFN); di esse, 12 sono assegnate all'emittenza nazionale e 6 reti sono assegnate all'emittenza locale. La copertura di dette reti è stata calcolata pari all'80% del territorio nazionale e ad oltre il 90% della popolazione. Tale copertura viene raggiunta attraverso reti composte da 260 coppie di impianti e frequenze, distribuite su altrettanti siti, individuati dal regolamentatore e localizzati su tutto il territorio nazionale.

D) Le caratteristiche del DVB-H

i) Le caratteristiche tecniche

36. In considerazione dell'intento dichiarato nella comunicazione dell'operazione di destinare la rete oggetto di acquisizione all'offerta di contenuti in modalità DVB-H, si ritiene opportuno fornire qualche informazione di ordine tecnico in relazione a tale *standard* trasmissivo *[Il presente paragrafo si basa sugli studi di mercato forniti dagli operatori e sulle informazioni acquisite da parte degli stessi nel corso dell'istruttoria. Cfr. gli studi di mercato Italmedia Consulting, "Mobile TV: Time for a choice", dicembre 2005; Studio Gartner, "Mobile TV Is Some Way Off in Europe", gennaio 2005; Datamonitor, "Broadcast TV to mobile", dicembre 2005; Digital Terrestrial Television Action Group, "Television on a handheld receiver – broadcasting with DVB-H", disponibile sul sito www.digitag.org; Analysis, "Study on Spectrum management in the field of Broadcasting", Executive Summary.]*. Il DVB-H è uno *standard*, adottato nel novembre 2004 dall'ETSI (*European Telecommunications Standards*

Institute [Cfr. documento "Digital Video Broadcasting: Transmission System for Handheld terminals (DVB-H)", ETSI EN 302 304 V1.1.1 (2004-11).], che consente la trasmissione di contenuti audiovisivi su terminali mobili, inclusi quelli di telefonia mobile, anche con caratteristiche di interattività. In particolare, sul terminale DVB-H è possibile ricevere in mobilità contenuti televisivi quali TV digitale, *pay per view*, *Digital radio*, *Teletext*, *Information Services*; inoltre, realizzando il canale di ritorno, il DVB-H consente di fornire servizi interattivi, quali, ad esempio, la partecipazione a sondaggi, a giochi, la fruizione di programmi su richiesta, ecc. [Cfr. *Consultazione pubblica concernente una indagine conoscitiva sulla fornitura di servizi televisivi broadcasting in mobilità mediante tecnologia DVB-H, dell'Autorità per la garanzie nelle comunicazioni, dell'8 novembre 2005; Consultazione pubblica sull'introduzione di servizi televisivi verso terminali mobili del Ministero delle Comunicazioni, in G.U., 15 novembre 2005, n. 266.*]

37. Lo *standard* DVB-H è derivato dal DVB-T e usa lo stesso livello fisico di trasporto del DVB-T. Entrambi condividono lo stesso (de)modulatore del trasmettitore e del ricevitore del segnale [Il segnale del DVB-H è "multiplexato" sulla trama che viene trasmessa sulle stesse frequenze previste per il DVB-T. Cfr. *verbale di audizione di Vodafone del 10 febbraio 2006 e relazione tecnica allegata.*].

Tuttavia, dovendo garantire la ricezione in mobilità e da terminali posizionati anche *indoor*, la trasmissione in DVB-H deve soddisfare dei requisiti tecnici aggiuntivi rispetto alla trasmissione in DVB-T, attualmente ottimizzato per una ricezione da apparati fissi, ossia le antenne televisive, localizzate *outdoor*, o portatile.

In particolare, al fine di supportare i dispositivi mobili e la ricezione in movimento, lo *standard* DVB-H prevede ulteriori caratteristiche quali il risparmio di batteria, la tolleranza al rumore impulsivo, una maggiore robustezza, un *handover* [Tale caratteristica consiste nel limitare l'interruzione del segnale in caso di spostamento tra aree di copertura diverse.] facilitato, nonché altre specificità quali la mobilità con un alto *data-rates*, la ricezione con singola antenna e le reti SFN (*single frequency*) [Cfr. *relazione tecnica allegata al verbale di audizione di WIND del 13 febbraio 2006.*].

La presenza di tali dotazioni ulteriori è garantita attraverso l'adozione delle seguenti soluzioni: il *time slicing*, necessario a ridurre il consumo di batteria e a facilitare l'*handover* [In particolare, il *time slicing*, che consente di ridurre il consumo della batteria di circa il 90-95%, è una "multiplicazione" di servizi realizzata attraverso un multiplex a divisione di tempo. In altri termini, tale tecnologia consente la trasmissione periodica di dati in burst. Ad esempio, i dati video o audio, che generalmente rappresentano un contenuto da 1 a 5 secondi, arrivano con un singolo burst; durante i periodi di interarrivo tra due burst, il tuner contenuto nel terminale mobile è inattivo, consentendo una riduzione del consumo di potenza. Inoltre, i dati inviati in burst vengono memorizzati e trasmessi di continuo, di modo che l'utente non noti il periodo di inattività. Cfr. *Relazione tecnica allegata al verbale di audizione di WIND, cit; Studio Digital Terrestrial Television Action Group, Television on a handheld receiver – broadcasting with DVB-H, cit.*], il MPE-FEC (*Multi-Protocol Encapsulator/Forward Error Correction*), ossia un protocollo di correzione dell'errore necessario ad incrementare la tolleranza al rumore impulsivo e la robustezza, e la caratteristica di modulazione 4K-mode, adatta per la trasmissione su terminali mobili [Il DVB-T, invece, trasmette con una modulazione di 8K o di 2K.]. Queste soluzioni (il *time slicing*, il MPE-FEC e l'introduzione, nel modulatore del DVB-T del 4K-mode e del DVB-H *Transmission Parameter Signalling*) devono essere incorporate sia nell'apparato trasmittente, ossia il *multiplex*, che nei terminali mobili riceventi [Cfr. *relazione tecnica allegata al verbale di audizione di WIND, cit.*].

38. Le bande di frequenza utilizzabili per il DVB-H sono le stesse previste dallo *standard* europeo per l'uso della televisione digitale terrestre (VHF e UHF), e, in particolare, la III, la IV e la V banda. Tuttavia, le frequenze più adatte per la trasmissione in DVB-H sono considerate prevalentemente quelle comprese nella banda IV UHF e in parte della V UHF, tra 470 MHz e 650 MHz. Tali frequenze, infatti, sono sufficientemente basse da consentire una propagazione a lunga distanza e sufficientemente elevate da evitare interferenze. La gamma di frequenze indicata, infatti, "minimizza l'interferenza potenziale sul ricevitore tra la ricezione DVB-H e le trasmissioni GSM/UMTS" [Cfr. *Digital Terrestrial Television Action Group, Television on a handheld receiver – broadcasting with DVB-H, cit.*]. In alternativa, l'uso della banda III (VHF), sebbene possa "richiedere l'estrazione di una piccola antenna dal ricevitore mobile, presenta consistenti vantaggi dal punto di vista propagativo" [Cfr. *risposta alla richiesta di informazioni di RAI del 7 febbraio 2006.*].

39. In linea di principio, è possibile realizzare la condivisione dello stesso *multiplex* tra la trasmissione in *standard* DVB-T e DVB-H. In particolare, nella c.d. trasmissione in modalità gerarchica, il flusso HP (ad alta priorità) porta il segnale per l'utenza mobile, che richiede una modulazione più "robusta", mentre il flusso LP (a bassa priorità)

trasporta il segnale per l'utenza fissa [Cfr. risposta alla richiesta di informazioni di RAI, cit.]. Tuttavia, l'utilizzo dello stesso *multiplex* per il DVB-T e il DVB-H implicherebbe alcune inefficienze, che si tradurrebbero in una riduzione del numero di canali trasmessi e in una più facile attenuazione del segnale, con la conseguente necessità di disporre di più siti [Verbale di audizione di Vodafone, cit.].

40. Sotto il profilo tecnico, infatti, occorre rilevare che la soluzione "mista" comporterebbe l'applicazione al DVB-H delle modulazioni proprie del DVB-T (ossia 64 o 16 QAM, *Quadrature Amplitude Modulation*); considerato, infatti, che la modulazione adatta alla trasmissione in DVB-H (QPSK $\frac{1}{2}$ - *Quadrature Phase Shift Key*) è differente rispetto a quella del DVB-T, ossia più robusta e con livelli di copertura maggiore, anche se implica una ridotta capacità trasmissiva, l'applicazione della modalità DVB-T comporterebbe "la pianificazione con un numero di siti estremamente elevato con conseguente innalzamento degli investimenti di rete [Risposta alla richiesta di informazioni di Vodafone del 7 febbraio 2006.]".

Inoltre, come si è visto, per il DVB-H è "suggeribile l'uso del modo trasmissivo 4K contro il 2K o 8K del DVB-T, così da esaltare le prestazioni di qualità di segnale [Risposta alla richiesta di informazioni di Vodafone, cit.]".

Occorre in ultimo rilevare che, in ogni caso, l'applicazione della modalità gerarchica richiede un aggiornamento dei *decoder* in possesso degli utenti DVB-H, che è al momento in corso di studio da parte dei costruttori di tali apparecchi [Cfr. risposta alla richiesta di informazioni di RAI, cit.].

41. Una volta predisposto il *multiplex* alla trasmissione in *standard* DVB-H, per utilizzare la rete in modo dedicato con tale *standard*, ovvero passare da una soluzione mista ad una soluzione dedicata, è sufficiente estendere la trasmissione in *standard* DVB-H a tutti i canali possibili del *multiplex*. Disponendo di un *multiplex* dedicato, è possibile trasmettere fino a 15-20 programmi per ciascun flusso "multiplato" [Cfr. verbale di audizione di WIND, cit.].

42. Per quanto riguarda l'architettura di rete per la trasmissione dello *standard* DVB-H, l'utilizzo dei siti tipici dei *broadcaster*, collocati in posizione elevata, può non essere sufficiente per assicurare una adeguata copertura *indoor*, specialmente in ambienti urbani. Ciò in considerazione sia delle attenuazioni di segnale introdotte quando il servizio viene fruito *indoor* o in contesti fortemente urbanizzati, sia del fatto che il punto di ricezione del terminale mobile è localizzato mediamente intorno ai 1,5 metri dal livello del suolo [Occorre altresì considerare che il terminale mobile DVB-H "ha un'antenna integrata che introduce una grossa attenuazione alle frequenze standardizzate per l'uso del servizio (UHF IV/V); cfr. risposta alla richiesta di informazioni di Vodafone, cit.].

Pertanto, in aggiunta al primo livello di rete, realizzato a monte con trasmettitori di alta potenza, posti nei siti dei *broadcaster*, e tecnicamente equivalente ad una rete DVB-T, può essere necessario, in particolare nei centri urbani, un secondo livello di rete atto ad integrare la copertura, specialmente in ambienti *indoor*. Tale secondo livello di rete potrebbe essere costituito da trasmettitori di bassa potenza, i c.d. *gap-filler*, posizionati nelle città, in isofrequenza, con l'ombrello di copertura del trasmettitore a monte [Cfr. risposta alla richiesta di informazioni di RAI, cit.].

In linea di principio, i *gap-filler* possono essere posizionati nei siti utilizzati per le infrastrutture di rete mobile.

43. Inoltre, va rilevato che per la fornitura di servizi interattivi in tecnologia DVB-H, quali ad esempio la personalizzazione dell'uso dei programmi fruiti, è necessaria la realizzazione del canale di ritorno. Tale canale di ritorno può essere fornito dalle reti mobili GSM/UMTS.

Oltre a consentire la fornitura di servizi interattivi, il canale di ritorno consente la funzione di autenticazione e fatturazione dei contenuti offerti al cliente dell'operatore mobile [Risposta alla richiesta di informazioni di Vodafone, cit.].

Per queste considerazioni, una rete DVB-H presenta un carattere "ibrido" tra una rete *broadcaster* e una rete di telefonia mobile.

44. Si deve osservare altresì che attualmente gli operatori di telefonia mobile utilizzano sistemi radiomobili di terza generazione (UMTS), i quali permettono la fruizione di contenuti televisivi in modalità *unicast/multicast*. In particolare, l'attuale offerta UMTS prevede due modalità di fruizione: il *video on demand* e i canali *streaming-unicast* [Con la modalità di fruizione video on demand, il cliente scarica a pagamento il contenuto scelto, con la possibilità di salvarlo

e rivederlo, mentre il canale streaming-unicast permette al cliente di accedere in tempo reale ad un contenuto che viene trasmesso secondo un palinsesto prestabilito. Cfr. risposta alla richiesta di informazioni di Vodafone, cit..].

Tuttavia, i servizi video offerti con modalità UMTS incontrano la limitazione di una capacità radio e di trasporto dati sufficiente solo per un numero limitato di utenti contemporaneamente. Rispetto ai sistemi UMTS, la tecnologia DVB-H, operante in modalità *broadcast*, consente di superare i problemi di saturazione.

45. Oltre allo *standard* DVB-H, si sono sviluppate anche altre tecnologie di *broadcasting* su terminali mobili, quali, ad esempio, il Digital Multimedia Broadcast (DMB), che utilizza lo *standard* Digital Audio Broadcast (DAB) Eureka-147 con una correzione di errore aggiuntiva; lo *standard* Integrated Services Digital Broadcasting (ISDB-T), sviluppato in Giappone per la trasmissione digitale terrestre; il MediaFLO, un sistema proprietario sviluppato da Qualcomm [Cfr. *Digital Terrestrial Television Action Group, Television on a handheld receiver – broadcasting with DVB-H, versione 1.2, disponibile sul sito web www.digitag.org. A tale proposito, si evidenzia che, nell'ambito della Consultazione pubblica concernente una indagine conoscitiva sulla fornitura di servizi televisivi broadcasting in mobilità mediante tecnologia DVB-H, l'AGCom ha ritenuto che al momento il sistema a standard DVB-H appare essere quello di più avanzata introduzione. Anche gli operatori che hanno partecipato alla consultazione hanno ritenuto preferibile tale standard, poste alcune difficoltà di ordine tecnico connesse all'utilizzo degli altri, con particolare riferimento anche alle dotazioni tecnologiche nazionali.*].

46. Attualmente lo *standard* DVB-H è oggetto di sperimentazione in diversi paesi, tra i quali l'Australia, il Nord America, la Corea e, fra i paesi Europei, la Finlandia, la Germania, la Francia, il Regno Unito, la Spagna, la Svizzera.

Come si preciserà nel proseguo, in Italia, attualmente, la RAI, sulla base di accordi di *partnership* con altri operatori telefonici, sta effettuando sperimentazioni in *standard* DVB-H.

ii) I modelli di business

47. Gli operatori potenzialmente in grado di offrire servizi televisivi su terminali mobili in tecnica DVB-H sono in primo luogo i gestori delle reti di telecomunicazioni mobili, che già dispongono di una base di clienti, nonché di una rete cellulare utilizzabile per l'offerta di servizi a clienti in mobilità; gli operatori televisivi che abbiano infrastrutture di rete con copertura nazionale e stiano attualmente sperimentando l'offerta di servizi televisivi in tecnica digitale terrestre; i fornitori di contenuti televisivi.

48. In particolare, rispetto alla struttura dell'offerta, possono configurarsi scenari diversi, schematizzabili nei seguenti modelli [Cfr. *Digital Terrestrial Television Action Group, Television on a handheld receiver – broadcasting with DVB-H, cit..*]: i) l'operatore televisivo gestisce direttamente il rapporto con l'utente finale; in tal caso, i ricavi dell'operatore possono essere rappresentati sia dai pagamenti effettuati dai consumatori o direttamente, ad esempio sotto forma di canone di abbonamento, o indirettamente, attraverso gli operatori telefonici, sia dai ricavi pubblicitari; ii) gli operatori telefonici acquistano la capacità trasmissiva e i contenuti dagli operatori televisivi e dai fornitori di contenuti e gestiscono direttamente il rapporto con l'utente finale. Gli operatori telefonici sarebbero quindi responsabili della fornitura del servizio, del *marketing* e del *customer care* e i consumatori avrebbero accesso ad un pacchetto di servizi integrato. Inoltre, gli operatori telefonici potrebbero gestire direttamente la raccolta pubblicitaria, mentre gli operatori televisivi potrebbero commercializzare singoli programmi; iii) gli operatori telefonici conservano il rapporto diretto con il consumatore finale ma, rispetto al modello precedente, si avvalgono di un DVB-H *service provider* che gestisce l'aggregazione dei contenuti e i servizi connessi con l'uso delle frequenze; inoltre, il DVB-H *service provider* potrebbe gestire anche la raccolta pubblicitaria; iv) l'operatore telefonico è responsabile di tutti gli anelli della catena di creazione di valore, mentre gli operatori televisivi o gli operatori di rete si limiterebbero a fornire capacità trasmissiva. Anche in questo caso, i consumatori avrebbero accesso ad un pacchetto di servizi integrato.

49. Benché il servizio DVB-H non sia stato ancora commercializzato nel mercato italiano, e quindi non sia possibile allo stato prevedere quale modello di *business* si rivelerà prevalente, giova comunque rilevare che un modello di *business* improntato esclusivamente sulla figura del *broadcaster*, senza l'intermediazione dell'operatore telefonico, sebbene in linea teorica possibile, limiterebbe l'offerta potenziale dei servizi

che è possibile offrire alla clientela finale.

Infatti, in assenza del canale di ritorno, fornito dall'operatore mobile, non si potrebbero offrire servizi interattivi, né sarebbe possibile l'autenticazione e la fatturazione del cliente.

Pertanto, sarebbe possibile solo la trasmissione di programmi *free to air* o, nell'ambito delle trasmissioni criptate, la fruizione di contenuti con carte prepagate; non sarebbe invece fattibile l'acquisto di un contenuti specifici da parte del cliente [Cfr. verbale di audizione di Vodafone, cit..].

E) I mercati rilevanti

50. La presente operazione interessa i seguenti mercati: i) il mercato delle reti digitali per la trasmissione del segnale televisivo terrestre in ambito nazionale (c.d. *broadcasting digitale*); ii) il mercato delle infrastrutture per la trasmissione del segnale televisivo.

51. Per quanto concerne la dimensione geografica dei mercati descritti, entrambi sono di dimensione geografica nazionale, in considerazione degli specifici regimi normativi nazionali, nonché della localizzazione delle infrastrutture di rete impiegate e della copertura della popolazione raggiunta.

i) Il mercato delle reti digitali per la trasmissione del segnale televisivo terrestre

a) La definizione del mercato

52. Alla fine del 2005, in Italia la capacità trasmissiva (impianti e frequenze) destinata alla trasmissione del segnale televisivo terrestre in tecnica digitale (1.108 frequenze) era di poco inferiore al 6% del totale delle frequenze esistenti (*infra, Tabella 1*). Tale quadro, tuttavia, è da considerarsi in via di evoluzione. Infatti, in considerazione del contesto normativo descritto e, in particolare, di quanto previsto dal D.L. n. 273 del 2005, entro la fine del 2008 l'intera capacità trasmissiva per il *broadcasting* del segnale terrestre dovrà essere utilizzata per la tecnologia digitale. Prima di questa data ed entro l'anno in corso, in due regioni, Sardegna e Valle d'Aosta, l'offerta televisiva terrestre sarà integralmente trasmessa in tecnologia digitale.

53. L'operazione in oggetto si inquadra nel c.d. *trading* delle frequenze, ossia l'acquisto, da parte di imprese titolari di concessione, di capacità trasmissiva - alla quale concorrono gli impianti e le frequenze al momento utilizzati in tecnologia analogica - da destinare allo sviluppo della trasmissione in tecnica digitale terrestre. Nel caso di specie, il *trading* è destinato allo sviluppo di un'offerta televisiva in mobilità (DVB-H). Nel corso del periodo di transizione in atto, pertanto, si sta realizzando un "passaggio per travaso" di risorse frequenziali analogiche in digitali, che coinvolge in misura significativa le emittenti locali, le quali stanno trasferendo le proprie frequenze a operatori che intendono predisporre reti digitali su scala nazionale [Cfr. caso C6161, cit., in particolare par. 186.].

54. Come si è già argomentato in precedenza, per incentivare il passaggio delle trasmissioni televisive terrestri dalla tecnica analogica a quella digitale, a partire dalla legge n. 66/01, la normativa nazionale ha consentito alle imprese titolari di una concessione per la trasmissione del segnale televisivo in tecnica analogica terrestre l'acquisto di impianti o di rami d'azienda che trasmettono sia in ambito locale che in ambito nazionale, qualora l'acquisto sia finalizzato allo sviluppo della trasmissione del segnale televisivo in tecnica digitale terrestre (articolo 2 *bis*, comma 2, della legge n. 66/2001; cfr. anche legge n. 112/04, articolo 23, comma 3).

55. In proposito, va altresì rilevato che in Italia, a differenza di altri paesi, non è prevista alcuna ripartizione nell'allocazione delle bande di frequenza tra l'offerta del servizio in tecnica analogica o digitale. Ciò determina un "uso promiscuo" della banda frequenziale, che rende possibile utilizzare per la trasmissione digitale gli stessi impianti predisposti per la trasmissione analogica, effettuando opportuni investimenti in funzione della struttura della rete. Tra reti analogiche e reti digitali terrestri sussiste, dunque, una elevata sostituibilità tecnologica dal lato dell'offerta, contrariamente a quanto

avviene nei confronti delle altre piattaforme trasmissive (satellite, cavo, ADSL) [Cfr. caso C6161, cit., in particolare par. 65.].

56. La distinzione finora seguita da questa Autorità tra il *broadcasting* analogico terrestre e la trasmissione del segnale televisivo che utilizza altre piattaforme (satellite, cavo, ADSL) è destinata a permanere [Cfr. *Indagine conoscitiva sul settore televisivo: la raccolta pubblicitaria*, IC/23, provv. n. 13770, 16 novembre 2004, in Boll. n. 47/2004, cap. 3.3.]. La distinzione tra *broadcasting* analogico e *broadcasting* digitale terrestre conserva anch'essa la propria validità sotto il profilo del differente utilizzo tecnologico associato alle due diverse modalità di trasmissione e dal punto di vista delle conseguenze operative e regolamentari che vi sono connesse [Cfr., *ivi*, pag. 124.]. Sulla base delle considerazioni appena svolte e di quelle che verranno di seguito sviluppate, tuttavia, mano a mano che progredisce la migrazione delle frequenze dall'analogico al digitale, che ad esempio in Sardegna e Valle d'Aosta nel breve periodo si sostituirà integralmente alla vecchia tecnologia, la distinzione fra i due mercati (*broadcasting* analogico terrestre e *broadcasting* digitale terrestre) tende a essere sempre meno corrispondente alla realtà. Secondo una stima prudenziale (*infra*, **Tabella 4**), entro l'anno in corso l'incidenza delle frequenze già digitalizzate e in via di digitalizzazione salirà, infatti, a poco meno del 20% del totale. Un'incidenza, peraltro, destinata a crescere nel medio periodo. A legislazione invariata, al termine del 2008, infatti, l'intero sistema televisivo nazionale utilizzerà esclusivamente la modalità di trasmissione in tecnica digitale.

57. Il compimento di questo processo, che implica l'utilizzo della medesima risorsa primaria (le frequenze) secondo una modalità più efficiente di quella analogica, è reso possibile appunto dalla diffusione del segnale televisivo in tecnica digitale, applicata sia allo stock di frequenze analogiche nella disponibilità di ciascun operatore sia alle frequenze analogiche che ciascun operatore acquista dagli altri operatori televisivi (c.d. *trading* delle frequenze). Tale circostanza, com'è già stato rilevato dall'Autorità, fa sì che "*ai fini della valutazione della posizione di mercato di un operatore di rete, ciò che rileva è la complessiva disponibilità di capacità trasmissiva, sia essa destinata al mercato ovvero indirizzata verso società del gruppo*" [Cfr. caso C6161, cit., in particolare par. 189.].

58. Il passaggio alla tecnica digitale è idoneo a determinare un superamento dell'integrazione verticale che caratterizza i servizi di *broadcasting* analogico, caratterizzati dalla corrispondenza tra rete e programma. La trasmissione in tecnica digitale implica infatti la distinzione di ruoli e funzioni tra l'attività di trasmissione del segnale televisivo e l'offerta di contenuti [Indagine conoscitiva IC23, cit., pag. 124.]. Ciò determina la possibilità di un accesso plurimo alle reti da parte dei fornitori di contenuti televisivi impensabile nel contesto del *broadcasting* analogico, che si tratti dell'offerta televisiva in mobilità (DVB-H), come nel caso dell'operazione di concentrazione in esame, o meno. E' evidente che, fino a quando non sarà completamente compiuto il superamento della trasmissione televisiva terrestre dalla tecnica analogica a quella digitale, la valutazione delle posizioni relative occupate da ciascun operatore nel contesto digitale dovrà tenere conto della loro "temporaneità", così come in qualsiasi mercato emergente, in cui non si sono ancora assestate in modo definitivo le forze in campo.

59. Di seguito verrà condotta, dunque, un'analisi che tiene conto degli effetti provocati dall'operazione in esame sul *mercato delle reti digitali per la trasmissione del segnale televisivo terrestre in ambito nazionale* (c.d. *broadcasting digitale*), considerando la posizione che ciascun operatore occupa in relazione al patrimonio sia delle frequenze analogiche, destinate a essere utilizzate in modalità digitale; sia delle frequenze già digitalizzate o in corso di essere convertite all'impiego della nuova tecnologia nel breve periodo (2006). Diversamente, ossia limitando l'analisi al solo stock di capacità trasmissiva di cui è stata già effettuata la conversione in tecnologia digitale, la valutazione della posizione relativa degli operatori presenti nel mercato rilevante risulterebbe influenzata dalla velocità con cui ciascuno di loro si sta adeguando al processo di digitalizzazione. Ciò comporterebbe, ad esempio, che nella valutazione delle quote di mercato dei singoli operatori, sia la dotazione di risorse in capo a ciascun operatore (il numeratore del rapporto) che la dotazione complessiva del mercato (il denominatore del rapporto) esibirebbero una variabilità elevata, potendo esprimere

valori diversi a seconda del momento in cui, di volta in volta, viene effettuata la stima della fase in cui si trova il processo di transizione dall'analogico al digitale.

60. Come si è già specificato, la presente operazione è finalizzata a sviluppare una rete di trasmissione in tecnologia DVB-H, precedentemente descritta. In proposito, come sarà meglio precisato nel proseguo, gli elementi raccolti nel corso dell'attività istruttoria non consentono ancora di individuare compiutamente un mercato della trasmissione in standard DVB-H, separato da quello della trasmissione in DVB-T, sebbene l'evoluzione tecnologica e commerciale potrebbe in futuro indirizzare il mercato del DVB-H verso una sua autonoma individuazione.

b) La posizione degli operatori: broadcasting analogico

61. Nel mercato delle reti per la trasmissione del segnale televisivo terrestre attualmente operano sette emittenti nazionali, ossia RAI, il Gruppo MEDIASET, Telecom Italia Media Broadcasting (società del Gruppo Telecom, di seguito anche TIMB), HSC-TF1, il Gruppo L'Espresso, H3G e TBS; tuttavia, ai fini della valutazione dello *stock* di capacità trasmissiva complessiva appare opportuno considerare anche gli impianti e le frequenze attualmente nella disponibilità degli operatori televisivi locali, potenzialmente oggetto delle attività di *trading* sopra descritte.

62. Il principale operatore nel mercato delle reti per la trasmissione del segnale televisivo terrestre in tecnica analogica risulta essere al momento RAI, che ha il 30,7% della capacità trasmissiva totale destinata al *broadcasting* terrestre analogico e digitale (ma il 43% sul totale delle emittenti nazionali), mentre il Gruppo MEDIASET detiene al momento, senza considerare l'operazione in corso di valutazione, il 26,2% della capacità trasmissiva totale (37,5% su quella delle emittenti nazionali).

Il terzo operatore è Telecom Italia Media Broadcasting, che detiene il 7,8% dello *stock* complessivo di impianti e frequenze (10,9%).

La capacità trasmissiva in capo all'emittente oggetto della presente operazione, ossia Europa TV, è pari al 2,4% della capacità trasmissiva totale.

Si riporta di seguito una tabella esemplificativa dell'assetto che si realizzerebbe a seguito dell'operazione di acquisizione di Europa TV da parte del Gruppo MEDIASET, ossia la distribuzione della capacità trasmissiva, sia analogica che digitale, tra gli operatori e le percentuali di copertura effettiva in termini di popolazione (**Tabella 1**).

Tab. 1 Impianti e frequenze analogiche e digitali (2005)				
Emittenti	Numero	% su Totale	% su Nazionali	Copertura^o
Raiuno	1.956	10,2%		99,1%
Raidue	1.911	10,0%		99,1%
Raitre	1.867	9,8%		98,9%
Reti minoranze etniche	197	1,0%		nd
Frequenze analogiche*	5.734	30,0%		
Mux A	68	0,4%		71,5%
Mux B	75	0,4%		70,5%
Frequenze digitali	143	0,7%		
	RAI	5.877	30,7%	43,0%
Canale 5	1.616	8,4%		95,8%
Italia 1	1.519	7,9%		94,6%
Retequattro	1.389	7,3%		94,5%
Europa TV	450	2,4%		78,5%
Frequenze analogiche	4.974	26,0%		
Mediaset 1	266	1,4%		75,0%
Mediaset 2	224	1,2%		68,7%
Frequenze digitali	490	2,6%		
	Mediaset	5.464	28,6%	39,9%
La 7	715	3,7%		89,9%
MTV	398	2,1%		82,2%
MTV Flux (già Elefante TV)	176	0,9%		68,9%
Frequenze analogiche	1.289	6,7%		
La 7 digitale	156	0,8%		
MTV digitale	5	0,0%		
MTV Flux (già Elefante TV)	43	0,2%		
Frequenze digitali**	204	1,1%		78,2%
	Telecom Italia Media	1.493	7,8%	10,9%
Frequenze analogiche	22	0,1%		
Frequenze digitali	239	1,2%		68,3%
	H CSC- TF 1	261	1,4%	1,9%
Rete A	194	1,0%		77,5%
Frequenze analogiche	194	1,0%		
Mux Rete A	32	0,2%		54,0%
Frequenze digitali	32	0,2%		
	Gruppo L'Espresso	226	1,2%	1,7%
Frequenze analogiche	203			
	TBS (Rete Capri)	203	1,1%	1,5%
Frequenze analogiche	156			
	H3G	156	0,8%	1,1%
Frequenze analogiche	12.572	91,9%		
Frequenze digitali	1.108	8,1%		
Totale frequenze delle emittenti nazionali	13.680	71,5%		100,0%
Frequenze delle emittenti locali***	5.456	28,5%		
TOTALE	19.136	100,0%		

Fonte: elaborazioni AGCM su dati forniti dalle parti, eccetto la copertura (fonte AGCOM)

* Escluse 197 frequenze dedicate alle minoranze etniche.

**Escluse 18 frequenze che trasmettono in digitale in quattro ore notturne.

^o Copertura effettiva in termini di popolazione servita, con una qualità almeno pari a 3. Il dato relativo alla copertura delle reti digitali del gruppo L'Espresso si riferisce alla somma delle coperture (complementari) dei due mux La7 e MTV; per quanto riguarda TBS, non è specificato il tipo di copertura

63. Come emerge dalla tabella, a seguito dell'acquisizione in esame la quota di capacità trasmissiva disponibile in capo al Gruppo MEDIASET passerebbe dall'attuale 26,2% al

28,6%, a fronte del 30,7% di RAI; se si rapportano le posizioni di RAI e del Gruppo MEDIASET al totale delle frequenze nazionali, ossia escludendo lo *stock* di capacità trasmissiva attualmente nella disponibilità delle reti locali, ad esito dell'operazione, il Gruppo MEDIASET arriverebbe a detenere il 39,9%, contro il 43% di RAI.

Peraltro, giova considerare che le reti RAI dispongono di una copertura estremamente elevata, raggiungendo, per quanto riguarda le reti analogiche, valori compresi tra il 98,9% di RaiTre e il 99,1% di RaiUno e di RaiDue.

64. Restringendo l'analisi del mercato al confronto tra i due principali operatori, **Rai** e il Gruppo MEDIASET, la tabella 2 riporta la ripartizione degli impianti e delle frequenze in tecnica analogica e digitale per bacini di servizio che servono una popolazione di più di 50.000 abitanti, bacini che servono una popolazione compresa tra i 15.000 e i 500.000 abitanti e bacini che servono una popolazione minore di 15.000 abitanti (**Tabella 2**).

Tab. 2 Impianti e frequenze analogiche e digitali per bacini di servizio (2005)

Emittenti	>500.000		15.000-500.000		<15.000		Totale	
	n.	%	n.	%	n.	%	n.	%
Raiuno	24		255		1.677		1.956	
Raidue	26		258		1.627		1.911	
Raitre	27		254		1.586		1.867	
<i>Frequenze analogiche *</i>	77		767		4.890		5.734	
Mux A	20		45		3		68	
Mux B	24		50		1		75	
<i>Frequenze digitali</i>	44		95		4		143	
RAI	121	31,4%	862	29,0%	4.894	48,2%	5.877	43,0%
Canale 5	19		252		1.345		1.616	
Italia 1	20		239		1.260		1.519	
Retequattro	19		242		1.128		1.389	
Europa TV	17		174		259		450	
<i>Frequenze analogiche</i>	75		907		3.992		4.974	
Mediaset 1	9		124		133		266	
Mediaset 2	7		71		146		224	
<i>Frequenze digitali</i>	16		195		279		490	
Mediaset	91	23,6%	1.102	37,0%	4.271	42,0%	5.464	39,9%

Fonte: elaborazioni su comunicazioni delle parti; le percentuali sono state calcolate sul totale delle frequenze nella disponibilità delle emittenti nazionali, esclusa la rete di H3G.

* Escluse 197 frequenze dedicate alle minoranze etniche.

** Escluse 18 frequenze MTV Flux digitali che trasmettono quattro ore notturne.

65. Più in particolare, secondo le informazioni fornite dalle parti, lo *stock* di capacità trasmissiva totale dei due operatori, nei bacini di servizio con popolazione superiore a 500.000 e compresa fra 500.000 e 15.000 abitanti, presenta un profilo confrontabile per ciascuna delle tre reti analogiche. Il vincolo di servizio pubblico in capo a RAI comporta, invece, una maggiore dotazione di risorse in capo a quest'ultima società nei bacini con popolazione inferiore a 15.000 abitanti.

66. In considerazione del fatto che l'operazione in esame è finalizzata a sviluppare una rete di trasmissione in tecnologia DVB-H, può assumere rilievo considerare la distribuzione delle frequenze del Gruppo MEDIASET e RAI per bande di frequenza (**Tabella 3**).

Tab. 3 Distribuzione delle frequenze analogiche e digitali di RAI e Mediaset per banda di frequenza (2005)

Frequenze	Banda I		Banda III		Banda IV		Banda V		Totali	
	n.	%	n.	%	n.	%	n.	%	n.	%
<i>Frequenze analogiche*</i>	108		1.503		2.183		1.940		5.734	
<i>Frequenze digitali</i>	-		27		37		79		143	
Totale RAI	108	81,2%	1.530	80,1%	2.220	33,7%	2.019	19,5%	5.877	31,0%
<i>Frequenze analogiche**</i>	-		56		1.862		3.056		4.974	
<i>Frequenze digitali</i>	-		7		145		338		490	
Totale Mediaset	-		63	3,3%	2.007	30,5%	3.394	32,8%	5.464	28,8%

Fonte: elaborazioni Agcm su comunicazioni delle parti; la percentuale è stata calcolata sulla capacità trasmissiva totale, ad esclusione delle reti di H3G.

* Escluse 197 frequenze dedicate alle minoranze etniche.

** Inclusa Europa TV.

67. Sul punto, vale ricordare che per la trasmissione in *standard* DVB-H si possono utilizzare le bande di frequenza III, IV e V, sebbene al momento si ritenga preferibile utilizzare le frequenze comprese nella banda IV UHF e in parte della V UHF, tra 470 MHz e 650 MHz, in considerazione del fatto che l'uso della banda III richiederebbe un terminale ricevente dotato di una piccola antenna estraibile. Come si evince dalla Tabella 3, RAI dispone di un numero di frequenze in banda IV (2.220) superiore a quelle di cui dispone il Gruppo MEDIASET (2.007), il quale invece detiene un numero di frequenze maggiore, pari al 32,8% delle sue frequenze totali, in banda V, utilizzabile solo parzialmente per la trasmissione in DVB-H. Va rilevato che, per quanto riguarda la banda III, RAI dispone di 1530 frequenze, contro le 63 del Gruppo MEDIASET. Infine, se si considera il totale delle frequenze allocate nelle bande III, IV e in metà della banda V, RAI risulta detenere 4.760 frequenze, contro le 3.767 del Gruppo MEDIASET.

c) La posizione degli operatori: broadcasting digitale

68. In considerazione del fatto che le frequenze di Europa TV che il Gruppo MEDIASET intende acquisire, attualmente utilizzate per la trasmissione in tecnica analogica, sono destinate ad essere convertite in frequenze digitali, da destinare in particolare all'offerta di servizi in DVB-H, appare opportuno svolgere alcune considerazioni riguardo agli effetti di tale operazione sul processo di digitalizzazione in atto.

69. In proposito, va rilevato in primo luogo che il processo di digitalizzazione delle frequenze ha interessato i principali operatori - RAI, Gruppo MEDIASET, Telecom Italia, TF1-HCSC e il Gruppo L'Espresso - in proporzioni diverse, che riflettono in larga misura il loro differente adattamento al processo di transizione, sotto il profilo temporale. Pertanto, se è vero che, al momento dello *switch-off*, è previsto lo spegnimento di tutte le reti analogiche, non si può allo stato prevedere la velocità relativa con la quale durante la fase di transizione ciascun operatore convertirà il proprio *stock* di capacità trasmissiva in modalità analogica.

E' tuttavia possibile tracciare un quadro provvisorio degli assetti del mercato, tenuto conto delle informazioni attualmente disponibili circa la capacità trasmissiva che, ad oggi, risulta essere in corso di conversione.

70. Alla fine del 2005, le frequenze già convertite in tecnologia digitale sono 1.108 (Tabella 4, colonna 1), di cui 490 fanno capo al Gruppo MEDIASET e 143 a RAI. Nel corso del 2006, come si è detto, verranno convertite in digitale le frequenze analogiche che trasmettono il segnale televisivo in Sardegna e Valle d'Aosta. Ciò comporterà un aumento del numero totale di frequenze digitalizzate dalle attuali 1.108 a 2.455.

Tab. 4 Frequenze digitali e in corso di conversione (2006)

Digitali effettivi (a)	Digitali imminenti (b)	Totale Digitale (c=a+b)	% (c=a+b)
RAI 143	RAI* 441	RAI 584	23,8%
Mediaset 490	Mediaset 676	Mediaset 1.166	47,5%
TIMB 204	TIMB 74	TIMB 278	11,3%
HCSC-TF1 239		HCSC-TF1 239	9,7%
Gruppo L'Espresso 32		Gruppo L'Espresso 32	1,3%
	H3G 156	H3G 156	6,4%
TOTALE 1108	TOTALE 1.374	TOTALE 2.455	100%

Fonte: elaborazioni AGCM; la colonna (b) include le frequenze in corso di digitalizzazione in Sardegna e in Val D'Aosta.

* Comprende anche il potenziamento della copertura del Mux A e del Mux B, oltre alle frequenze destinate al DVB-H.

71. Pertanto, nella fase attuale del processo di digitalizzazione, tenendo conto delle frequenze di Europa TV destinate ad essere convertite in digitale, il Gruppo MEDIASET arriverebbe a detenere il 47,5% del totale delle risorse frequenziali già in grado di trasmettere in modalità digitale o in procinto di farlo (colonna 3).

d) La posizione degli operatori: lo standard DVB-H

72. Lo *standard* DVB-H in molti paesi è ancora in fase sperimentale. Non sono disponibili, pertanto, allo stato, modelli consolidati, da cui possano scaturire valutazioni sufficientemente attendibili circa il grado di sostituibilità tra il *broadcasting* in DVB-T e il *broadcasting* in DVB-H dal punto di vista dell'utenza. Ciò anche in considerazione del rapido sviluppo tecnologico che caratterizza il settore e che appare suscettibile di incidere anche sui modelli di consumo.

73. In primo luogo, infatti, sono configurabili in linea teorica diverse modalità di fruizione del servizio, funzionali alla tipologia di contenuti offerti. Da un lato, infatti, non può escludersi la fruizione in modalità DVB-H dei programmi in *simulcast*, anche in versione adattata, cui l'utente potrebbe ricorrere trovandosi in situazioni di mobilità, ad esempio in viaggio, o durante brevi spostamenti [Va aggiunto che, secondo notizie di stampa, nell'ambito della sperimentazione in corso a Parigi, è emerso un uso del DVB-H anche in indoor, complementare alla fruizione dei programmi attraverso il tradizionale televisore.]; dall'altro lato, si può ritenere prevedibile lo sviluppo di una programmazione *ad hoc*, appositamente concepita per una fruizione su schermi di piccole dimensioni. Tali diverse modalità di fruizione, di cui allo stato non si conoscono a sufficienza le potenzialità di sviluppo relativo, appaiono in linea di principio suscettibili di influenzare il grado di sostituibilità tra il *broadcasting* tradizionale e il DVB-H.

74. Inoltre, va considerato che, ai fini della fruizione dei servizi di *broadcasting* da terminali mobili, sono possibili modalità di ricezione alternative rispetto al tradizionale schermo del telefono cellulare, suscettibili, anche queste, di condizionare in modo diverso le abitudini di consumo. Infatti, ferma restando la possibilità di fruire dei programmi da qualsiasi terminale mobile che funzioni come apparato ricevente, sebbene senza interattività, potrebbero essere in futuro disponibili accessori che trasformano il cellulare in un *decoder* che può venire collegato con uno schermo di dimensioni maggiori.

75. Dal punto di vista dell'offerta, si rileva una elevata sostituibilità tra lo *standard* DVB-T e lo *standard* DVB-H.

In primo luogo, infatti, come si è avuto modo di rilevare, il DVB-H è uno *standard* derivato dal DVB-T e utilizza le stesse frequenze della trasmissione digitale terrestre. Inoltre, è possibile realizzare la condivisione dello stesso *multiplex* tra la trasmissione in *standard* DVB-T e DVB-H, sebbene tale soluzione comporti attualmente delle inefficienze, implicando una riduzione del numero di canali trasmessi e la necessità di disporre di un numero più elevato di siti.

76. Ad oggi, oltre al Gruppo MEDIASET, anche altri operatori si stanno predisponendo

all'offerta di servizi in DVB-H. Infatti, RAI sta effettuando già delle sperimentazioni nella città di Torino e intende potenziare i propri investimenti nell'offerta di tale tipologia di servizio, anche attraverso la conclusione di accordi con gli operatori di telefonia mobile. Anche H3G intende destinare la rete televisiva recentemente acquisita alla sperimentazione, e, successivamente, all'offerta di servizi televisivi in tecnica digitale su terminali mobili. A tal fine, ha siglato di recente accordi con il Gruppo MEDIASET per la fornitura di contenuti e sta definendo ulteriori negoziazioni con altri operatori (SKY e RAI).

ii) Il mercato delle infrastrutture per la trasmissione del segnale televisivo

77. Il mercato delle infrastrutture per la trasmissione del segnale televisivo riguarda l'offerta di ospitalità agli impianti televisivi sulle proprie infrastrutture (torri e siti), nonché i servizi di pianificazione, progettazione e realizzazione di impianti. In tale mercato sono presenti oltre a RAI (attraverso la controllata Ray Way) e al Gruppo MEDIASET (con la controllata Elettronica Industriale), anche il Gruppo Telecom Italia (con Telecom Italia Media Broadcasting).

Nel caso di specie, si evidenzia che gli impianti di Europa TV sono collocati in siti già di proprietà di Elettronica Industriale. L'operazione in esame non comporta, dunque, un mutamento sostanziale del contesto concorrenziale in questo mercato.

F) L'accordo fra il Gruppo Mediaset e TIM e la posizione di RAI e H3G sul DVB-H

78. Ai fini di una maggiore comprensione della fattispecie in esame, si ritiene opportuna una descrizione di alcuni documenti acquisiti nell'ambito dell'istruttoria.

79. In data 27 gennaio 2006, l'Autorità ha acquisito agli atti del procedimento la scrittura privata sottoscritta fra la società RTI del Gruppo MEDIASET e la società TIM Italia S.p.A. (di seguito TIM), con l'obiettivo di "*sviluppare forme di collaborazione commerciale finalizzate all'offerta di contenuti multimediali e di servizi integrati da parte di TIM alla propria clientela su piattaforme trasmissive aperte, utilizzando frequenze in tecnica numerica DVB-H [...]*". L'accordo ha ad oggetto la fornitura a TIM, da parte di RTI, di una rete di trasmissione in tecnologia DVB-H – quella costituenda a seguito dell'operazione in esame – con capacità trasmissiva con banda di 8 MHz sul territorio nazionale, *aperta a terzi* (articolo 4, § 4.1), e la disponibilità di contenuti editoriali che consentano a TIM di sviluppare e proporre alla propria clientela un'offerta di televisione digitale mobile. Dal suo canto, TIM fornirà a RTI contributi immateriali (*know how*, competenze tecniche) e infrastrutturali per la realizzazione della suddetta rete.

80. In particolare, l'accordo ha ad oggetto la fornitura dei seguenti contenuti: i) il palinsesto delle reti Mediaset (Canale 5, Italia Uno e Rete Quattro), che potrà altresì essere inserito nei *bouquet* dell'offerta commerciale di TIM su rete radiomobile; ii) i programmi realizzati da RTI utilizzando i diritti per la trasmissione in tecnica DVB-H delle partite del campionato nazionale di calcio di Serie A e della *Champions League*. A tal fine, TIM si impegna a: i) gestire il sistema di accesso condizionato ed i sistemi di *multiplexing* e *playout* dei propri contenuti trasmessi nell'offerta DVB-H oggetto dell'accordo; ii) fornire il servizio di pagamento di tale offerta da parte degli utenti TIM; iii) investire nella promozione e comunicazione dell'offerta DVB-H.

81. La scrittura privata prevede inoltre:

- la possibilità per TIM di offrire al mercato i contenuti succitati anche su infrastrutture di terzi per trasmissioni in tecnica DVB-H (articolo 2, § 2.8);
- la possibilità per TIM di realizzare iniziative di comunicazione promozionale o pubblicitaria dell'offerta in questione, restando inteso che analoghe iniziative potranno essere effettuate da altri operatori telefonici che intendano partire con iniziative commerciali analoghe e che annoverino nei rispettivi *bouquet* i contenuti oggetto dell'accordo descritto (articolo 2, § 2.9);
- l'impegno da parte di TIM ad acquistare una quota di capacità trasmissiva pari ad almeno il 25% della capacità complessiva disponibile sulla rete, che potrà essere utilizzata anche per veicolare contenuti di terzi (articolo 4, § 4.3).

82. L'articolo 4, § 4 specifica inoltre che: "In presenza di più operatori sulla Rete Mobile TV DVB-H che acquisiscano da RTI i medesimi contenuti, sarà cura di RTI realizzare tutte le ragionevoli e tecnicamente possibili sinergie di sistema utilizzando capacità trasmissiva della Rete Mobile TV DVB-H. In tal caso l'onere/risparmio derivante dalla capacità trasmissiva effettivamente utilizzata sarà ripartito tra tutti gli operatori in proporzione alla capacità effettiva effettivamente utilizzata da ciascuno".

83. Sul punto, si evidenzia altresì che l'articolo 4 § 7 della scrittura privata prevede che *[omissis]* *[Nella presente versione alcuni dati sono omissi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.]*.

84. Infine, l'articolo 7, § 1 dispone che: "L'attività di promozione, anche pubblicitaria, dei servizi di TIM rientra nella esclusiva competenza e discrezionalità di TIM".

85. Nel corso del procedimento, anche RAI ha inviato della documentazione nella quale è risultata maggiormente definita la politica della società in materia di investimenti sul DVB-H. In particolare, in data 8 febbraio 2006, il Consiglio di Amministrazione di RAI ha deliberato di potenziare gli investimenti sia nel digitale terrestre che nell'offerta di servizi in modalità DVB-H, al fine di "dare il via alle trasmissioni di tv mobile, già in fase di sperimentazione a Torino [...], anche nelle aree di Milano e Roma e successivamente Napoli". Dai documenti prodotti *[Tale documentazione è stata prodotta da RAI in data 13 e 17 febbraio 2006.]*, in particolare dal documento *[omissis]* allegato al verbale del CdA di RAI emerge la volontà di RAI stessa di *[omissis]*. Peraltro, nel medesimo contesto, RAI si è dichiarata disponibile ad accordi di *partnership* con gli operatori telefonici. *[omissis]*.

86. Per quanto riguarda gli investimenti di H3G sul DVB-H, la società, come noto, ha recentemente acquisito una rete trasmissiva da dedicare all'offerta di tale servizio, e sta continuando ad acquisire impianti e frequenze da operatori locali al fine di potenziarne la copertura *[Cfr. casi C7429 3Iettronica Industriale/Canale 10 e C/7459, 3Iettronica Industriale/Elan.]*. Nel corso del procedimento, la società è stata sentita in audizione (v. *infra*) e ha inviato della documentazione relativa gli accordi attualmente in essere per l'offerta di servizi in modalità DVB-H, fra i quali l'accordo con il Gruppo MEDIASET, avente ad oggetto la fornitura in via non esclusiva, da parte di quest'ultimo alla società, di contenuti audiovisivi realizzati da RTI utilizzando contenuti *premium*, destinati alla trasmissione in DVB-H, quali le partite del campionato nazionale di calcio di Serie A e della *Champions League*. Tale accordo prevede, tra l'altro, a carico di H3G, la titolarità dei servizi e delle relative tariffe applicate ai clienti della società e l'attività di promozione, anche pubblicitaria, dei servizi stessi. Inoltre, H3G ha stipulato accordi finalizzati alla fornitura di contenuti al fine della trasmissione di contenuti in modalità DVB-H anche con altri operatori, quali RAI e SKY, nonché ha acquisito i diritti di trasmissione dei Mondiali di calcio *[Cfr. risposta alla richiesta di informazioni del 6 febbraio 2006, pag. 2, nonché notizie a mezzo stampa, in particolare diffuse su la Repubblica, Milano Finanza e il Sole 24 ore del 21 febbraio 2006, dalle quali emerge che H3G offrirà un bouquet di 15 canali, di cui 4 forniti da SKY, un canale Mediaset, tre canali RAI, più alcuni canali autoprodotti.]*.

G) Le argomentazioni dei terzi e delle parti

i) Gli operatori

87. La società **RAI** ha in primo luogo evidenziato che il DVB-H costituisce una naturale evoluzione delle trasmissioni televisive digitali realizzate dai *broadcaster* e presenta interessanti prospettive di sviluppo. RAI ha sottolineato che le forti potenzialità di ottimizzazione tra le infrastrutture DVB-T e DVB-H, le caratteristiche delle frequenze interessate e l'omogeneità con gli obiettivi di diffusione *broadcast* del DVB-H inducono a ritenere preferibile l'utilizzo delle medesime frequenze pianificate per il DVB-T *[Cfr. risposta alla richiesta di informazioni di RAI del 7 febbraio 2006, pag. 5, ove si sottolinea che il servizio DVB-H potrebbe essere allocato sulle bande VHF-III, UHF-IV, UHF-V e banda L, ma che ragioni di efficiente propagazione e di coesistenza con i servizi GSM inducono a limitarne l'impiego ai canali tra il 21 e il 55 UHF (banda IV e parte della V), anche se non andrebbe esclusa la possibilità di utilizzare la banda III VHF.]*. RAI ha inoltre rilevato che è possibile una coesistenza dei due *standard* DVB-T e DVB-H sulla stessa frequenza in modalità gerarchica ma, in tal caso, la copertura del DVB-H sarebbe inferiore, quindi occorrerebbero più ripetitori, e si ridurrebbe la banda disponibile per il DVB-T. L'applicazione di tale modalità richiederebbe comunque un aggiornamento del *software*

dei decoder DVB-T *[Verbale di audizione di RAI, cit., pag. 4. Tale opinione è stata condivisa anche dal Gruppo Telecom Italia, che ritiene comunque che sia una soluzione difficile e poco efficiente, in quanto in tal caso la copertura del DVB-H sarebbe inferiore e si ridurrebbe la banda disponibile per il DVB-T, ma tali problematiche sarebbero risolvibili in tempi accettabili. A parere di quest'ultima società, se il servizio dovesse avere successo, si potrebbe profilare uno scenario nel quale ci sarebbero più reti dedicate esclusivamente al DVB-H e parti di reti sulle quali coesistono entrambe le tecnologie in modalità gerarchica.]*. RAI ha dichiarato di aver concluso accordi di natura non commerciale con operatori di telefonia mobile (TIM e Vodafone) allo scopo di effettuare verifiche sulle caratteristiche tecniche del sistema e di procedere alla sperimentazione della trasmissione in DVB-H su terminali mobili, attualmente in corso nella città di Torino, facendo presente che la sperimentazione sarà utile anche al fine della definizione dei modelli di *business* da adottare *[A tale proposito, RAI ha rilevato che, in linea generale, il DVB-H presenta due aree di interesse e di possibile fonte di ricavi, quali l'interattività e le modalità di fruizione dell'evento da parte dell'utente (abbonamento, pay per view, offerta flat). Verbale di audizione, cit., pagg. 2 e 3.]*. A tale proposito, RAI ha evidenziato la difficoltà di definire delle prospettive in materia di raccolta pubblicitaria, in particolare di individuare il *target* di spettatori di riferimento e di suscitare l'interesse degli investitori pubblicitari per forme nuove di comunicazione, quali il DVB-H *[Anche la possibilità di "targettizzare" il cliente nel DVB-H attraverso l'interattività potrebbe non essere così scontata, posto che, peraltro, la trasmissione broadcast è tipicamente one-to-many e non one-to-one come nell'UMTS.]*. Per quel che concerne l'impatto dell'operazione di concentrazione sulle attività della società, RAI ha evidenziato che sicuramente l'eventuale acquisizione di un'ulteriore rete trasmissiva da parte del Gruppo MEDIASET porterebbe ad un mutamento dello scenario attuale.

ii) Le Associazioni di consumatori [Si fa presente che le osservazioni delle associazioni di consumatori sono riportate unitariamente in quanto espresse nell'ambito della medesima audizione, tenutasi in data 3 febbraio 2006, ma si ricorda che le associazioni Federconsumatori, ADOC e Codacons sono intervenute nell'ambito del procedimento, avendo presentato formale istanza di partecipazione.]

88. L'associazione **ADICONSUM** ha evidenziato che la maggior parte delle risorse frequenziali disponibili è concentrata nelle mani di due soli operatori, RAI e MEDIASET, segnalando le ricadute di tale situazione di scarsa concorrenzialità sui consumatori in termini di possibile aumento dei prezzi del servizio. In relazione alla fornitura di servizi in modalità DVB-H, l'associazione ha osservato che, durante la fase sperimentale, tali servizi dovrebbero essere gratuiti e solo dopo la sperimentazione si dovrebbe iniziare a commercializzare il servizio garantendo la ricevibilità di segnali televisivi non criptati. Inoltre, all'interno di un determinato *standard*, bisognerebbe garantire qualità e concorrenza e, al contempo, dare effettiva attuazione al principio di neutralità tecnologica *[Verbale di audizione, cit., pag. 3.]*.

89. L'associazione **ADOC** ha avanzato perplessità sui prezzi ai quali i servizi potrebbero essere offerti all'utenza finale, sottolineando che in due paesi europei, nella fase sperimentale, tali servizi sono stati offerti gratuitamente. L'associazione ha espresso la preoccupazione per la riduzione di spazi per gli operatori televisivi minori e nuovi entranti sul mercato, oltre che dubbi circa la creazione di disequilibri nel mercato audiovisivo che mettano in discussione il pluralismo televisivo *[Verbale di audizione, cit., pagg. 3 e 4.]*.

90. L'associazione **ALTROCONSUMO** ha evidenziato che la presente operazione avrebbe l'effetto di attribuire al Gruppo MEDIASET una posizione di vantaggio su potenziali *competitor* che non hanno la possibilità di partecipare al *trading* delle frequenze, al fine di distribuire un servizio che, allo stato, non è soggetto ad alcuna regolamentazione. Peraltro, tale operazione si situa in un contesto caratterizzato dalla scarsità di risorse e dalla concentrazione di queste in mano a due soggetti (RAI e MEDIASET). In tale scenario, al fine di non pregiudicare lo *switch-off*, dovrebbe essere garantita una maggiore quantità di frequenze e solo a seguito della conversione al digitale potrebbero essere attribuite le frequenze liberate alla trasmissione in DVB-H *[Tale ultima posizione è stata condivisa anche dall'associazione ADOC, verbale di audizione, cit., pagg. 3 e 4, che ha evidenziato a tale proposito che in Italia è stata già attuata l'allocatione dello spettro frequenziale per il digitale terrestre, e con molta probabilità le stesse bande UHF potranno essere utilizzate anche per le trasmissioni in DVB-H. Anche l'associazione Adiconsum ha evidenziato che l'acquisto delle frequenze finalizzate alla trasmissione in tecnologia DVB-H sta avendo luogo in assenza di un quadro regolamentare definito.]*.

91. L'associazione **CITTADINANZA ATTIVA** ha espresso timori in merito alla possibilità che l'operazione mini l'effettiva garanzia del pluralismo nell'informazione, che

non sarebbero fuggiti dal modello di *business* proposto dal Gruppo MEDIASET. Infine, l'associazione, pur avanzando dei dubbi circa la qualità e i costi del servizio, ha ritenuto che l'introduzione di una nuova tecnologia possa portare dei vantaggi per i consumatori in termini di nuove modalità di fruizione dei contenuti [Verbale di audizione, cit., pag. 4.].

92. L'associazione **FEDERCONSUMATORI** ha rilevato come l'operazione in esame, attraverso la quale il Gruppo MEDIASET acquista una rete, quale quella di Europa TV, con una copertura dell'80% circa della popolazione e con un'ottima qualità delle frequenze, possa rafforzare la posizione di dominanza di tale Gruppo su tutti i mercati nei quali opera in virtù della propria natura di operatore verticalmente integrato [A tale proposito, l'associazione ha ritenuto che gli effetti dell'operazione vadano analizzati anche nel mercato della raccolta pubblicitaria sul mezzo televisivo.]. Con riferimento alla finalità dichiarata da MEDIASET di offrire servizi in modalità DVB-H, l'associazione ha ritenuto che il DVB-H non sia un mercato autonomo, rispetto a quello televisivo, e non richieda un servizio di telecomunicazioni fisso o mobile, ovvero un canale di ritorno, ma solo la disponibilità di *decoder* e *display* [La differenza fra i due standard risiederebbe unicamente nella protezione più efficace della parte dati dei pacchetti (codice di correzione MEP-FEC) e nella tecnica di *time-slicing* che permette ai ricevitori una maggiore autonomia delle batterie. L'associazione ha poi evidenziato che gli organismi internazionali deputati alle assegnazioni delle frequenze (RCC e WRC) devono ancora esprimersi circa lo spettro ottimale da assegnare al DVB-H e ha rimarcato che tale decisione risulta importante al fine di evitare seri rischi di interferenza magnetica del DVB-H con i servizi GSM/UMTS. Memoria di Federconsumatori allegata al verbale di audizione, pag. 4 e ss.]. Sul punto, l'associazione ha evidenziato che lo *standard* DVB-H deriva integralmente dal DVB-T e che un *multiplex* digitale DVB-T potrebbe contemporaneamente diffondere in DVB-H una parte della sua capacità trasmissiva [Per tale motivo, non sarebbe necessario per MEDIASET acquisire un'altra rete, potendo usare per il DVB-H i *multiplex* già a sua disposizione. Memoria di Federconsumatori allegata al verbale di audizione, cit., pagg. 4 e 5.]. In conclusione, Federconsumatori ha osservato che ogni porzione di spettro assegnata al DVB-H riduce quello disponibile per il DVB-T e, pertanto, l'operazione in oggetto potrebbe sottrarre risorse al mercato, rischiando di rallentare ulteriormente lo *switch-off*, bloccando la crescita di nuovi operatori e condizionando lo sviluppo di un nuovo mercato [Le medesime argomentazioni sono state condivise anche dalle associazioni CODACONS e ADUSBEF.].

iii) Gli intervenienti

93. Il **GRUPPO L'ESPRESSO**, per quel che concerne la modalità trasmissiva in DVB-H, ha evidenziato che allo stato risultano ancora troppo incerte le prospettive di *business* legate alla stessa e questo impedisce una pianificazione degli investimenti in tale tecnologia. Con riferimento alle preoccupazioni legate all'operazione oggetto di istruttoria, il Gruppo L'Espresso ha rilevato che, attraverso l'acquisizione di Europa TV, il Gruppo MEDIASET di fatto acquisisce una ulteriore rete trasmissiva dedicata alla programmazione televisiva, composta di frequenze allo stato comprese nel Piano di assegnazione delle frequenze del 1999 e, pertanto, l'operazione è atta a determinare un rafforzamento della posizione del Gruppo MEDIASET in termini di disponibilità di frequenze. Tale circostanza scoraggerebbe peraltro gli altri operatori dall'investire in un nuovo servizio [Infatti, in mancanza di una puntuale assegnazione delle risorse e ipotizzando una conversione automatica delle reti analogiche in digitali, i due operatori principali, RAI e MEDIASET, arriverebbero già a detenere gli 11 *multiplex* previsti dal Piano del '99. Cfr. verbale di audizione del Gruppo L'Espresso del 1° febbraio 2006, pag. 3 e risposta alla richiesta di informazioni del 7 febbraio 2006, pag. 3.]. In merito, il Gruppo L'Espresso ha chiarito che, se invece il DVB-H fosse configurato come un mercato a sé stante, occorrerebbe stabilire *ex ante* delle regole e un quadro normativo e regolamentare di riferimento al fine di determinare gli spazi e le peculiarità attribuibili alla nuova tecnologia, oltre che per disciplinare le posizioni degli operatori attivi nell'offerta di tale servizio. Sul punto, il Gruppo L'Espresso ha osservato infatti che le caratteristiche del DVB-H, allo stato, non sono definite, visto che la sperimentazione non è stata attuata in Italia e che i principali operatori a livello internazionale hanno posizioni diverse riguardo al modello di *business* che potrebbe prevalere [A parere del Gruppo L'Espresso, comunque, gli operatori si dovrebbero rivolgere ad un'utenza targettizzata, con una strategia di ricavi derivanti da abbonamenti e *pay per view*. Cfr. risposta alla richiesta di informazioni, cit., pag. 3.]. Sotto questo profilo, l'aspetto preoccupante dell'operazione di MEDIASET è che questa potrebbe obbedire prevalentemente all'obiettivo di ottenere ulteriori frequenze, più che ad un interesse specifico nella nuova tecnologia, posto che uno stesso *multiplex* può essere utilizzato in

parte per la trasmissione in DVB-H e in parte per la trasmissione in DVB-T e che sarebbe possibile convertire con facilità capacità trasmissiva dallo *standard* DVB-H allo *standard* DVB-T e viceversa *[Verbale di audizione del Gruppo L'Espresso, cit., pag. 3.]*.

94. La società **H3G** ha in primo luogo rappresentato di vedere con favore l'ingresso di altri soggetti nell'offerta di servizi in tecnologia DVB-H, che costituisce un'evoluzione della trasmissione in DVB-T e rappresenta un sistema già standardizzato a livello europeo. A parere della società, dal punto di vista concorrenziale, non sarebbe indifferente utilizzare le frequenze per l'offerta di servizi in DVB-T o in DVB-H, anche in virtù della disponibilità di risorse connessa a tali tecnologie trasmissive. Infatti, per quanto riguarda il rapporto tra le due tecnologie, H3G ha ritenuto che un'eccessiva segmentazione nella definizione del mercato potrebbe condurre a delle distorsioni, facendo risultare come nuovi entranti sul DVB-H operatori che detengono una significativa disponibilità di risorse nel mercato delle reti digitali *[A tale proposito, la società ha evidenziato che tale impostazione è stata peraltro suffragata dal quadro regolamentare, in quanto con la Delibera 435/01 e la Delibera 15/03, l'AGCom ha regolato il sistema digitale prescindendo dalla tecnologia di fruizione. Verbale di audizione di H3G del 6 febbraio 2006, pag. 2.]*. In ogni caso, la società ha specificato che i due sistemi trasmissivi, DVB-H e DVB-T, non sono tra loro escludenti, ma possono coesistere o sullo stesso terminale, con più ricettori, oppure su terminali diversi. La società ha sottolineato però che attualmente è molto complesso far coesistere i due sistemi sullo stesso *multiplex*, sia in ragione del rischio di inefficienze, problema questo che riguarda l'apparato trasmittente, sia in ragione di alcune specificità che riguardano l'apparato ricevente *[Infatti, dal momento che il DVB-H implica minori consumi, in termini di batteria, rispetto al DVB-T, la ricezione del segnale dal cellulare in tecnologia DVB-T risulterebbe troppo onerosa rispetto al DVB-H. Inoltre, le reti digitali attuali sono studiate per una ricezione statica, rappresentata dalle antenne collocate sui tetti, e, quindi, l'eventuale modifica della tecnologia trasmissiva ai fini dell'adozione del DVB-H necessiterebbe di una variazione del sistema ricettivo, in altri termini di un numero più elevato di antenne, i c.d. gap-filler. Cfr. verbale di audizione, cit., pag. 2.]*.

95. La società **SKY** ha in primo luogo rappresentato, in merito alla nuova tecnologia oggetto di analisi che, posta l'incertezza del quadro regolamentare, l'indirizzo appare quello di assimilare il DVB-H al DVB-T e quindi di utilizzare le medesime frequenze per la trasmissione di entrambi gli *standard* *[A parere della società, vi sarebbero infatti delle differenze tra le due piattaforme, per cui queste non dovrebbero condividere lo stesso spettro frequenziale, posto che, come osservato anche dall'Associazione Digitag, la coesistenza dei due standard nell'ambito della stessa rete non sarebbe tecnicamente efficiente. Cfr. la posizione espressa da SKY nell'ambito della Consultazione dinanzi l'AGCom, allegata alla risposta alla richiesta di informazioni del 7 febbraio 2006, pag. 3.]*. In tale contesto, la società ha ritenuto che vi debba essere una distinzione fra le due tecnologie, al fine di evitare che gli operatori già attivi nel DVB-T godano di un vantaggio concorrenziale rispetto agli altri operatori *[A tale proposito, SKY ha ricordato di essere attualmente soggetta al rispetto degli impegni assunti nell'ambito della concentrazione Newscorp/Telepiù, che le impediscono non solo di concludere contratti per l'acquisizione in esclusiva di contenuti su altre piattaforme trasmissive diverse dal satellite, ma anche di essere presente sul digitale terrestre in qualità di operatore di rete e di fornitore di servizi al dettaglio. In tale contesto, la diversa posizione degli operatori che, contrariamente a SKY, non hanno vincoli nell'acquisizione di contenuti in esclusiva per diverse piattaforme trasmissive, potrebbe facilitare la possibilità di realizzare delle sinergie fra la trasmissione dei contenuti in DVB-T e in DVB-H. Verbale di audizione di SKY dell'8 febbraio 2006, pag. 2.]*. In proposito, SKY ha osservato che un'eventuale approvazione della concentrazione in questione dovrebbe essere comunque condizionata al rispetto di misure volte a mitigare i possibili effetti anticoncorrenziali dell'acquisizione, consistenti nel rafforzamento della posizione del Gruppo MEDIASET sul digitale terrestre, quali ad esempio l'obbligo di riservare porzioni di capacità trasmissiva a terzi a condizioni eque, trasparenti e non discriminatorie e di garantire l'accesso a fornitori di contenuti e servizi indipendenti *[Cfr. posizione espressa nella Consultazione, cit., pagg. 10 e 11.]*.

96. Il Gruppo **TELECOM ITALIA** *[Si ricorda che tale gruppo è attivo nel mercato delle reti per la trasmissione del segnale terrestre attraverso la propria controllata Telecom Italia Media Broadcasting S.p.A. e nell'offerta di servizi di telefonia mobile attraverso TIM.]* ha evidenziato che l'accordo sottoscritto fra TIM e il Gruppo MEDIASET, il quale prevede l'utilizzo di una porzione di una rete, nonché l'accesso ai contenuti del medesimo Gruppo, si è reso necessario al fine di avviare l'offerta di servizi in modalità DVB-H, data la necessità di disporre di frequenze ulteriori rispetto a quelle in possesso del Gruppo Telecom, attualmente destinate ad altro impiego, nonché di contenuti appetibili per la clientela. Su tale punto, il Gruppo Telecom ha rilevato che la scrittura privata sottoscritta con il Gruppo MEDIASET non prevede esclusive sui contenuti, né sull'utilizzo delle frequenze *[A tale riguardo, dalla posizione espressa dal Gruppo Telecom nella Consultazione dinanzi l'AGCom, allegata alla risposta alla richiesta di informazioni del 7 febbraio 2006, pagg. 7 e ss., emerge che, a parere della società, l'apertura di un mercato secondario delle*

frequenze potrebbe non essere una priorità, almeno nel breve periodo, qualora fossero implementati degli accordi fra operatori mobili e broadcaster per l'utilizzo delle frequenze degli operatori televisivi. Nello stesso ambito, il Gruppo Telecom ha ritenuto che, stante l'attuale scarsità di risorse frequenziali, una rapida introduzione del servizio sul mercato potrà essere garantita solamente utilizzando per i servizi DVB-H le frequenze del DVB-T, nell'ambito di opportuni accordi commerciali con gli operatori televisivi, direzione verso la quale il mercato è attualmente orientato.]. Il Gruppo Telecom ha inoltre rappresentato che qualora il servizio offerto da TIM dovesse trovare riscontro presso il pubblico, la società avrebbe necessità di disporre non solo di ulteriori contenuti, ma anche di altra porzione di banda, al fine di offrire alla clientela finale un numero consistente di canali, e quindi potrebbe essere interessata a stipulare altri accordi, analoghi a quello sottoscritto con il Gruppo MEDIASET, con ulteriori operatori, quali ad esempio RAI, con la quale è attualmente in corso un accordo di sperimentazione. A questo proposito, il Gruppo Telecom ha rilevato infatti che lo sviluppo del servizio DVB-H potrebbe indurre altri *broadcaster* che dispongano di una quantità sufficiente di frequenze ad offrire parti della loro rete da dedicare al DVB-H, in quanto un operatore, anche al fine di massimizzare la propria offerta di contenuti, avrebbe tutto l'interesse a rendere disponibile capacità trasmissiva anche per l'offerta di servizi in DVB-H.

Ciò premesso, la società ha evidenziato che la mancata realizzazione dell'operazione potrebbe pregiudicare la possibilità per il Gruppo Telecom di dare concreta attuazione all'accordo raggiunto con il Gruppo MEDIASET e quindi di offrire i propri servizi in tecnologia DVB-H [Cfr. verbale di audizione del Gruppo Telecom del 9 febbraio 2006, pagg. 2 e 3.].

97. La società **VODAFONE** ha evidenziato in primo luogo come la trasmissione *broadcast* permetta di superare alcuni limiti tecnici connessi all'UMTS [Nell'ambito della risposta alla richiesta di informazioni del 7 febbraio 2006, pagg. 4 e ss., Vodafone ha sottolineato le peculiarità del servizio DVB-H rispetto alla televisione tradizionale, mentre ha ritenuto vi sia una minore differenziazione con l'UMTS.] e ha configurato due tipi di modalità trasmissiva: la trasmissione *free to air* e la trasmissione criptata. Nell'ambito della trasmissione criptata sarebbero possibili due modalità di fruizione: i) la richiesta di acquisto di un contenuto specifico da parte del cliente, con la conseguente attivazione di un canale di ritorno; ii) l'acquisto di carte prepagate. Nel caso della fruizione attraverso acquisto di carte prepagate, il terminale verrebbe considerato come un normale *decoder*, in quanto il credito acquistato dal cliente consentirebbe direttamente di attivare il segnale. Ciò implicherebbe una disintermediazione della filiera, per cui l'operatore che dispone sia delle frequenze che dei contenuti potrebbe gestire il rapporto con il cliente [Verbale di audizione di Vodafone, cit., pag. 2.].

98. Per quel che concerne i rapporti di interrelazione tra la trasmissione in DVB-H e la trasmissione in DVB-T, la società ha spiegato che per consentire la ricezione in mobilità occorre integrare la rete con i c.d. *gap-filler*, che rendono possibile la copertura a livello di terreno e *indoor*. Vodafone ha precisato inoltre che utilizzare lo stesso *multiplex* per la trasmissione in DVB-H e DVB-T non sarebbe efficiente. In particolare, la c.d. trasmissione in modalità gerarchica, benché in linea di principio possibile, implicherebbe due ordini di inefficienze: i) ridurrebbe il numero di canali trasmessi; ii) comporterebbe una più facile attenuazione del segnale, e, quindi, la necessità di disporre di più siti, con il conseguente incremento dei costi di infrastruttura [Verbale di audizione, cit., pag. 3.].

99. Con riguardo alle preoccupazioni di Vodafone in merito alla concentrazione in esame, la società ha avanzato la possibilità che un assetto di mercato quale quello televisivo, che vede la concentrazione delle risorse nelle mani di due operatori, possa estendersi anche nel DVB-H [Tale preoccupazione è stata ribadita nell'ambito della memoria pervenuta in data 24 febbraio 2006, pagg. 4 e 5, ove la società ha paventato il rischio che la posizione di dominanza detenuta dal Gruppo MEDIASET e RAI nelle reti televisive analogiche si trasferisca nel digitale terrestre.]. Inoltre, posta l'incertezza del quadro regolamentare, anche in merito al titolo autorizzativo necessario per offrire tali servizi, vi sarebbe il problema dell'accaparramento di frequenze, da parte di un operatore televisivo, da dedicare al DVB-H, senza che però tali frequenze siano state offerte sul mercato anche ad altri operatori. Infine, la società ha ritenuto che uno dei rischi per gli operatori telefonici, una volta che il servizio di DVB-H abbia trovato positivo riscontro presso la clientela, anche eventualmente grazie alla funzione di offerta capillare resa possibile dagli operatori telefonici, sia quello di non avere il controllo di *asset* strategici quali la rete e i contenuti, rischiando di rendere quindi non profittevoli nel lungo periodo gli investimenti sostenuti dagli operatori telefonici stessi [Con riferimento alle preoccupazioni evidenziate, Vodafone ha ritenuto che un'eventuale approvazione della concentrazione in esame dovrebbe essere subordinata all'imposizione, in capo al Gruppo MEDIASET, di misure atte a

mitigare i paventati effetti anticoncorrenziali dell'operazione, quali: i) l'obbligo di dare accesso agli operatori mobili ai contenuti premium ed ai canali generalisti di RTI a condizioni eque e non discriminatorie, sulla base di un modello di revenue sharing; ii) il divieto per l'operatore televisivo di acquistare anche diritti UMTS sui contenuti dei terzi; iii) la facoltà per gli operatori mobili di acquistare e/o autoprodurre contenuti diversi; iv) il divieto, almeno temporaneo, di offrire in proprio i servizi alla clientela finale; v) l'obbligo di dare accesso alla capacità trasmissiva a condizioni orientate ai costi agli operatori mobili licenziatari UMTS. Cfr. All. 1 al verbale di audizione di Vodafone del 10 febbraio 2006, pag. 21. Nell'ambito della memoria pervenuta in data 24 febbraio, cit., pagg. 2 e ss., 8 e 9, Vodafone ha sottolineato il timore che, anche in virtù della propria natura di operatore verticalmente integrato, il Gruppo MEDIASET amplifichi il suo potere di mercato nell'offerta di capacità trasmissiva, finendo con il rappresentare un partner obbligato per gli operatori di telefonia mobile che volessero offrire servizi in DVB-H, posto che H3G e RAI non sarebbero allo stato dei competitor qualificati. La società ha quindi ribadito la necessità di subordinare l'eventuale autorizzazione all'imposizione di misure, con particolare riguardo all'accesso alla rete, all'offerta di contenuti, anche di terzi, alla gestione diretta dell'offerta da parte degli operatori mobili, nonché a forme di ritorno in termini economici sia degli investimenti sostenuti nel DVB-H sia della cessione della propria base clienti.]. Comunque, Vodafone ha valutato positivamente la recente presa di posizione di RAI in merito al DVB-H [Si veda in proposito, la posizione espressa da RAI.], considerandola un'alternativa contrattuale a MEDIASET, auspicando tuttavia che la contrattazione con RAI non rimanga alla fine l'unica offerta possibile [Verbale di audizione, cit., pagg. 2 e ss.].

100. La società **WIND** ha sottolineato l'incertezza del quadro normativo di riferimento, nel quale l'introduzione dello *standard* DVB-H da parte dell'ETSI è avvenuta in assenza, in Italia, di un Piano di allocazione delle frequenze e della mancata previsione di bande di frequenza specificamente riservate al DVB-H, come avvenuto per il DVB-T e il DVB-S [In tale contesto, le frequenze sono attualmente nella sola disponibilità degli operatori radiotelevisivi e mancano certezze in relazione allo spettro che sarà disponibile per il DVB-H al momento dello switch-off e se vi saranno risorse disponibili anche per gli operatori di telefonia mobile. Cfr. verbale di audizione di WIND, cit., pag. 2 e memoria di WIND del 24 febbraio 2006, pag. 6.]. Per quel che concerne le caratteristiche tecniche del servizio e le interrelazioni tra la trasmissione in DVB-H e DVB-T, la società ha sottolineato alcune peculiarità del DVB-T rispetto al DVB-H, in termini di tipologia di servizio, che richiederebbe per tale motivo porzioni di spettro dedicate. In particolare, WIND ha chiarito che: i) la fruizione del segnale in DVB-H avviene attraverso dispositivi mobili, ossia con antenne non di tipo televisivo, che devono consentire la ricezione anche *indoor*; ii) il DVB-H consente la ricezione in movimento [WIND ha inoltre osservato, nella memoria pervenuta in data 24 febbraio 2006, pag. 5, che, benché il DVB-H si configuri come una evoluzione del DVB-T, per la fruizione in DVB-H sarebbe necessario apportare modifiche agli impianti trasmissivi. Inoltre, il servizio verrebbe percepito dagli utenti diversamente dal DVB-T. Pertanto, le due modalità di fruizione potrebbero configurare mercati distinti.]. Tali differenze si declinano nella necessità di ridurre il consumo di batterie, di gestire la mobilità con un *bitrate* elevato, con una maggiore tolleranza al rumore impulsivo, una maggiore robustezza e un *handover* facilitato [Come già evidenziato, tali obiettivi vengono raggiunti con l'aggiunta, nella trasmissione in DVB-H, di tre soluzioni, ossia: il *time-slicing*, al fine di aumentare il risparmio della batteria; il MPE-FEC, ossia un protocollo di correzione dell'errore, necessario per la tolleranza al rumore impulsivo e per aumentare la robustezza; il 4K mode, ossia una caratteristica di modulazione, che consente di associare l'informazione utile al segnale. Infatti, per quanto riguarda quest'ultima soluzione, la modulazione del DVB-H deve essere diversa dalla modulazione del DVB-T. Cfr. verbale di audizione, cit., pagg. 2 e 3.]. Pertanto, viste le necessità tecniche summenzionate, la trasmissione in DVB-T non potrebbe garantire quindi né un'adeguata ricezione *indoor*, né il c.d. *handover*, ossia la possibilità di mantenere il segnale nelle aree di confine tra una cella di copertura ed un'altra. Inoltre, al fine di garantire la copertura uniforme della trasmissione in DVB-H, è necessario ricorrere all'utilizzo dei *gap-filler*, necessità che non dipenderebbe dall'utilizzo del *multiplex* per la trasmissione gerarchica o dedicata, ma dal numero di *multiplex* di cui si dispone [A parità di *multiplex*, la circostanza che la trasmissione sia dedicata al DVB-H o ad entrambe le modalità trasmissive (DVB-H e DVB-T) non cambierebbe la quantità di *gap-filler* necessaria ad una copertura omogenea del territorio. Invece, la differenza tra un utilizzo del *multiplex* in modalità gerarchica o dedicata solo al DVB-H avrebbe delle implicazioni per quanto riguarda il numero di canali fruibili. Cfr. verbale di audizione, cit., pag. 3.].

101. Con riferimento ai possibili modelli di *business* configurabili nell'offerta di servizi in DVB-H, WIND ha rilevato che in teoria sono ipotizzabili diversi modelli. Ad esempio, il modello che prevede la collaborazione di operatori televisivi e operatori di telefonia mobile, che consentirebbe di sfruttare le competenze specifiche di entrambi [In particolare, gli operatori televisivi hanno un *know-how* specifico per quanto riguarda la scelta dei contenuti, dei palinsesti e dei programmi. Per contro, l'operatore di telecomunicazioni ha una competenza specifica per quanto riguarda l'attività di profilare, autenticare e fatturare il cliente.], ovvero un modello centrato esclusivamente sulla figura del *broadcaster* o dell'operatore telefonico, che può contare su competenze specifiche quanto al *billing*, alla profilazione dell'utilizzo del terminale e alla programmazione personalizzata.

102. Con riferimento alle problematiche concorrenziali connesse all'operazione in esame, WIND ha evidenziato i possibili effetti sul mercato della capacità trasmissiva, in

quanto il Gruppo MEDIASET, attraverso l'acquisto di una rete capillare come quella di Europa TV, incrementerebbe la propria disponibilità di risorse, riducendo il numero di frequenze disponibili [A tale proposito, WIND, nella propria memoria, cit., ha rilevato che il Gruppo MEDIASET, a seguito dell'operazione, godrebbe di una posizione dominante nel mercato del broadcasting digitale nazionale, oltre ai vantaggi derivanti dalla propria natura di operatore verticalmente integrato, WIND ha inoltre sottolineato il mutamento del quadro concorrenziale rispetto al proc. C6161, cit., a seguito delle successive acquisizioni di impianti e frequenze. Cfr. memoria di WIND, cit., pag. 11.]. Tali effetti sarebbero destinati a riverberarsi sulla trasmissione in DVB-H, posta la sostanziale scarsità di risorse disponibili ai fini dell'offerta di tale tipologia di servizio *[Memoria di Wind, cit., pag. 12, ove si sottolinea che le reti digitali attualmente presenti sul mercato sarebbero già dedicate all'offerta di altri servizi, per cui la rete di Europa TV sarebbe, allo stato, l'unica atta a consentire lo sviluppo di un servizio DVB-H.]*. WIND ha evidenziato altresì che un altro aspetto problematico è rappresentato dalla disponibilità di contenuti, sottolineando la necessità che questi rimangano disponibili anche per altre piattaforme trasmissive, quali l'UMTS. In tale contesto, WIND ritiene che debbano essere previste delle garanzie atte ad attenuare gli effetti anticoncorrenziali dell'operazione *[WIND ha precisato, infine, che un ulteriore profilo da vagliare concerne la tipologia di piattaforme che saranno utilizzate per lo sviluppo della nuova tecnologia, auspicando l'utilizzo di soluzioni tecniche standard e non proprietarie. Cfr. verbale di audizione, cit., pag. 5. Nella memoria di WIND, cit., pag. 16, la società ha individuato le seguenti garanzie, atte a scongiurare gli effetti derivanti dall'operazione di concentrazione: 1) obbligo di dare accesso alla capacità trasmissiva della nuova rete DVB-H a condizioni eque, trasparenti, non discriminatorie ed orientate ai costi; ii) facoltà di diffondere anche contenuti di terzi; iii) obbligo, da parte del Gruppo MEDIASET, di non offrire servizi in proprio e di agire solo come mero operatore di rete; iv) obbligo di utilizzare soluzioni standard e non proprietarie; v) obbligo di dare accesso ai contenuti del Gruppo a condizioni eque, trasparenti e non discriminatorie, consentendo lo sfruttamento degli stessi anche su altre piattaforme trasmissive; vi) divieto per il Gruppo MEDIASET di acquistare diritti in esclusiva per l'UMTS. La società ha altresì individuato delle misure a disciplina della fase di sperimentazione.]*.

103. L'associazione **APT** *[L'APT è un'associazione che rappresenta la maggioranza dei produttori televisivi indipendenti, attiva nella produzione di fiction televisive, programmi di intrattenimento leggero, documentari e cartoons.]* ha evidenziato che la presente operazione appare suscettibile di precludere dei rapporti contrattuali diretti tra i produttori di contenuti e gli operatori di telefonia mobile. Infatti il Gruppo MEDIASET, anche in virtù della propria natura di operatore verticalmente integrato e della disponibilità diretta di contenuti importanti, potrebbe fare leva sulla posizione detenuta nel mercato della capacità trasmissiva per aumentare il proprio potere anche nell'offerta di contenuti sulle diverse piattaforme trasmissive *[In proposito, l'APT ha rilevato come il DVB-H rappresenti un'opportunità importante per i fornitori di contenuti, in particolare per gli operatori non verticalmente integrati, considerato soprattutto che il mercato dei servizi di diffusione televisivi sulla piattaforma digitale terrestre, caratterizzato dalla presenza di soggetti verticalmente integrati che detengono una posizione competitiva di rilievo, non è destinato ad offrire, quanto meno nel breve periodo, effetti positivi sulla struttura concorrenziale del settore televisivo, posto anche il ritardo nello switch-off. Cfr. memoria di APT del 15 febbraio 2006, pag. 9.]*. A tale proposito, APT ha sottolineato che l'operazione si inserirebbe in un contesto già fortemente alterato, ove le modalità di contrattazione esistenti fra i *broadcaster* e i produttori di contenuti sono tali per cui, nel momento in cui questi ultimi vendono i propri contenuti, contestualmente si privano altresì dei diritti di trasmissione degli stessi sulle varie piattaforme, che entrano nella disponibilità delle emittenti *[Memoria di APT, cit., pag. 7.]*. In tale scenario, allo stato attuale, i produttori televisivi non potrebbero concorrere con gli altri fornitori di contenuti, in particolare RAI e MEDIASET, al fine di offrire i propri prodotti per la trasmissione in tecnologia DVB-H *[Cf. verbale di audizione di APT del 15 febbraio 2006, pag. 2, ove si rileva altresì come tale effetto, conseguente alla posizione di dominanza collettiva di RAI e MEDIASET sul mercato delle reti analogiche, sia destinato a spiegarsi anche nel lungo periodo, in conseguenza del ritardo nello switch-off. In tale contesto, APT ha rilevato che l'unica possibilità competitiva sarebbe data dalla creazione di contenuti nuovi ad hoc, i quali implicano dei notevoli costi di produzione.]*. In tale scenario, APT ha ritenuto che la dichiarata disponibilità da parte degli operatori telefonici ad acquisire contenuti anche da altri soggetti e l'asserita intenzione del Gruppo MEDIASET di permettere la veicolazione di altri contenuti, oltre i propri, sulla rete DVB-H, appare un'eventualità puramente teorica, a meno che non venga garantita la possibilità per i produttori di contenuti di offrire direttamente i propri prodotti agli operatori mobili ai fini della trasmissione in DVB-H *[Tale risultato potrebbe essere raggiunto prevedendo la possibilità per i produttori di contenuti di cedere i propri prodotti in maniera disaggregata per le varie piattaforme trasmissive, sulla base di contrattazioni trasparenti e separate e, pertanto, la cessione dei propri contenuti agli operatori televisivi da parte dei produttori dovrebbe consentire tale possibilità. Cfr. memoria di APT, cit., pag. 13 e verbale di audizione, cit., pag. 3.]*.

104. Il consorzio **DAB** *[Il Club DAB Italia S.r.l. è un consorzio formato dalle società Elemedia S.p.A. (Gruppo L'Espresso), il Sole 24 Ore, RCS Broadcast, Monradio (Gruppo Mondadori), RDS, Radio Italia Solo Musica Italiana, Radio Maria e Radio Radicale, avente ad oggetto la gestione di sistemi di radiodiffusione in tecnica digitale terrestre.]* ha manifestato le proprie preoccupazioni per l'ulteriore concentrazione di risorse che

l'acquisizione in esame determinerebbe nel mercato televisivo *[A parere di DAB, questo potrebbe limitare la disponibilità di risorse frequenziali e finanziarie necessarie per la definitiva conversione degli attuali impianti analogici. Cfr. documento allegato al verbale di audizione del 15 febbraio 2006, pag. 2.]* e per l'affermazione *ex-ante* di una tecnologia unica per la fornitura di servizi televisivi mobili *[DAB ha infatti rilevato che qualora dovesse essere concessa l'autorizzazione, anche temporanea, al Gruppo MEDIASET a trasmettere con sistema DVB-H, questo creerebbe una situazione di fatto che influenzerebbe in modo grave e definitivo lo sviluppo del settore.]*. DAB ha osservato che la trasmissione in modalità DVB-H consiste nella trasmissione di servizi multimediali a ricezione mobile, quali audio, *video on demand*, *pay tv* o trasmissione *free* e che, pertanto, questo servizio non può essere ricondotto a quanto disciplinato dalla legge Gasparri *[Infatti, a parere di DAB, i contenuti trasmessi in tecnologia DVB-T e DVB-H sarebbero completamente diversi e destinati a utenze e a modalità d'uso differenti, ad eccezione della fruizione pay. In tale contesto, assimilare il DVB-H ad un sistema televisivo appare una forzatura indotta dalla mancanza di un quadro normativo di riferimento. Cfr. verbale di audizione di DAB del 15 febbraio 2006, pag. 2.]*. Il consorzio ha ritenuto inoltre che, in assenza di un quadro regolamentare di riferimento per tale tipologia di servizio, appare limitativo adottare il solo *standard* DVB-H, posto che vi sarebbero altri *standard* potenzialmente utilizzabili, quali ad esempio il DMB *[A tale riguardo, DAB ha sottolineato la necessità che anche altri standard siano oggetto di sperimentazione, ovvero che i ricevitori siano abilitati alla ricezione di più tecniche trasmissive, in modo da permettere a più operatori che vogliono utilizzare standard differenti di offrire i propri servizi. Ad esempio lo standard DMB consentirebbe un utilizzo più razionale dello spettro frequenziale, in quanto, avendo un canale pari a 1,5 MHz, permette una maggiore flessibilità, posto che ogni porzione di banda potrebbe essere utilizzata da un singolo operatore per veicolare i propri contenuti, garantendo peraltro un maggiore pluralismo. Cfr. verbale di audizione di DAB del 15 febbraio 2006, pag. 2.]*.

iv) Le Parti

105. La società **EUROPA TV** ha evidenziato che la proposta di acquisto da parte del Gruppo MEDIASET, conseguente alla sottoscrizione da parte di tale Gruppo del contratto con TIM per il DVB-H, è stata ritenuta di interesse, anche in considerazione di una valutazione positiva sulle potenzialità offerte dalla nuova tecnologia, la quale ha già dato buoni risultati nella città di Berlino, dove viene diffuso in DVB-H il canale Eurosport, nonché in sede di sperimentazione in Finlandia, in Corea e in Francia. A parere della società, tale tecnologia potrebbe trovare un sicuro riscontro e dovrebbe essere un dato acquisito sia la disponibilità degli utenti a pagare un prezzo aggiuntivo di 5-10 euro sui servizi telefonici a fronte della fruizione di servizi televisivi in mobilità, sia la possibilità per gli operatori mobili di gestire la fatturazione e il contatto con i clienti. In conclusione, Europa TV ha ritenuto che ci sia un mercato potenziale per tali servizi, data l'esistenza di una tecnologia ormai disponibile e la possibilità di fruire già di contenuti specifici. Per quel che concerne le modalità di raccolta pubblicitaria sul DVB-H, la società ha rappresentato che allo stato attuale è difficile fare previsioni in merito, anche in virtù dell'incertezza che connota il sistema di rilevazione degli ascolti sul digitale terrestre, e che questo dipenderà dal modello di *business* che gli operatori adotteranno *[Verbale di audizione di Europa TV del 7 febbraio 2006, pagg. 2 e 3.]*.

106. Il Gruppo MEDIASET ha in primo luogo evidenziato che l'operazione è destinata ad accelerare l'apertura del mercato ad un nuovo servizio basato su una tecnologia innovativa *[A tale proposito, il Gruppo MEDIASET ha osservato infatti che, se invece di procedere con l'operazione notificata, si fosse seguito l'iter procedurale auspicato da taluni operatori, consistente nella preventiva ripartizione delle frequenze e nella conseguente assegnazione di un certo numero di queste alla trasmissione in DVB-H, nonché con l'assegnazione successiva di dette frequenze a ciascun operatore, considerato che al momento non ci sono frequenze assegnabili per via amministrativa, l'offerta di servizi in tecnologia DVB-H avrebbe comportato tempi molto lunghi. Peraltro, il Gruppo MEDIASET ha rilevato che tale operazione ha luogo nell'ambito di un quadro regolatorio già definito, ossia quello della trasmissione televisiva in tecnica digitale terrestre. Tale quadro prevede sia degli obblighi di garanzia di accesso alle reti, a condizioni regolate, sia delle misure specifiche, introdotte dall'AGCom, finalizzate a far sì che l'obbligo di cessione a terzi del 40% di capacità trasmissiva incrementi la concorrenza sia sui contenuti che nella raccolta pubblicitaria. A tale riguardo il Gruppo MEDIASET ha ricordato di star ottemperando all'obbligo, previsto per legge, di cessione a terzi del 40% di capacità trasmissiva su entrambi i multiplex di sua proprietà. Verbale di audizione del Gruppo MEDIASET del 13 febbraio 2006, pagg. 2 e 3.]*. In secondo luogo, per quanto riguarda la disponibilità di frequenze in capo al Gruppo MEDIASET, questa andrebbe considerata anche alla luce del numero complessivo di *multiplex* presenti sul mercato, nonché del recente ingresso sul mercato stesso di H3G. Quest'ultima circostanza confermerebbe l'attuale disponibilità di risorse acquisibili, anche senza la necessità di attendere lo *switch-off*, da parte degli operatori disposti a sostenere tali investimenti *[Cfr. memoria del Gruppo MEDIASET del 24 febbraio 2006, pagg. 5 ss.]*. In terzo luogo, il Gruppo

MEDIASET ha ribadito che il nuovo *multiplex* sarà interamente dedicato al DVB-H. Il Gruppo MEDIASET ha sottolineato il proprio ruolo di *carrier* in questa operazione, in quanto tale Gruppo cederà capacità trasmissiva a terzi, che gestiranno direttamente il servizio, rendendo accessibili nuove piattaforme trasmissive, come già previsto nell'ambito dell'accordo stipulato con TIM *[Il Gruppo MEDIASET, in risposta ad alcune preoccupazioni emerse nel corso dell'istruttoria, ha ribadito che il multiplex DVB-H che verrà realizzato a seguito dell'operazione sarà una piattaforma di trasmissione aperta a coloro che intendano acquistare capacità trasmissiva per diffondere contenuti, propri e di terzi, anche alla luce del fatto che ad oggi l'unica possibile modalità di offerta di servizi DVB-H consiste nella cooperazione fra i broadcaster e gli operatori di telefonia mobile. Cfr. memoria, cit., pagg. 7 e ss..]*. Per quanto concerne la possibile interrelazione tra la trasmissione in DVB-H e in DVB-T, il Gruppo MEDIASET ha osservato che tali modalità di interrelazione dipendono anche dalla situazione specifica di ogni paese. Ad esempio, sebbene alcuni operatori telefonici sostengano che il DVB-H dovrebbe essere assoggettato a livello europeo alla disciplina propria dei mercati telefonici, se tale tendenza dovesse prevalere anche nel nostro paese, per l'offerta di servizi in DVB-H si dovrebbe attendere l'assegnazione di frequenze dedicate a tale trasmissione, il che presupporrebbe sia la disponibilità di frequenze libere sia l'emanazione in tempi rapidi di una disciplina precisa per il settore, condizioni queste che non è dato riscontrare nella realtà nazionale. Comunque, dal punto di vista giuridico, il DVB-H è da considerarsi una declinazione del DVB-T, posto che le due modalità tecnologiche condividono lo stesso *standard* trasmissivo e le stesse frequenze *[Tuttavia, ai fini dell'ottimizzazione dello sfruttamento del multiplex, sarebbe preferibile utilizzare delle reti dedicate. Infatti, se un multiplex utilizzato per la trasmissione in DVB-T trasmette anche il segnale DVB-H, si riduce la capacità trasmissiva complessiva della rete e, di conseguenza, anche la disponibilità di contenuti. Inoltre, attualmente vi sono dei problemi di riconoscibilità del segnale, per i quali si dovrebbe procedere ad un aggiornamento dei decoder; allo stato, se si trasmette il segnale DVB-H da un multiplex utilizzato per il DVB-T, si sottrae capacità trasmissiva per la trasmissione in DVB-T. Sul punto, considerato che allo stato attuale non si sa se e quando le difficoltà connesse alla trasmissione in modalità gerarchica verranno superate, né quale sarà la situazione al momento dello switch-off, non è possibile prevedere in partenza quale sarà la strategia futura della società in ordine al possibile sfruttamento della rete in modalità gerarchica. Comunque, il Gruppo MEDIASET ha ribadito che la previsione attuale è di dedicare la rete di Europa TV alla sola tecnologia DVB-H. Cfr. verbale di audizione, cit., pag. 3.]*.

107. Il Gruppo MEDIASET ha affermato che si limiterà a cedere capacità trasmissiva e contenuti, consapevole che il proprio marchio costituisce un elemento di attrattiva per la clientela finale; il Gruppo MEDIASET, ribadendo quanto affermato nello stesso formulario con cui ha comunicato l'operazione di concentrazione in esame, ha precisato che gli operatori di telefonia potranno comunque arricchire la propria piattaforma con contenuti diversi da quelli forniti dalla società, come attualmente previsto nella scrittura privata sottoscritta con TIM. Sotto questo profilo, il Gruppo ha ricordato che altri operatori telefonici hanno già raggiunto accordi con diversi fornitori di contenuti. Pertanto, l'operazione in esame allarga la possibilità di accesso al mercato anche per i fornitori di contenuti, con la presenza di un'altra piattaforma trasmissiva. Per quanto riguarda la strategia della società, il Gruppo MEDIASET ha altresì evidenziato che la scelta del palinsesto è rimessa esclusivamente agli operatori mobili *[Cfr. verbale di audizione, cit., pag. 4.]*.

108. Per quel che concerne la posizione degli operatori nel DVB-H, in particolare di RAI, il Gruppo MEDIASET ha osservato che RAI avrebbe sia le potenzialità tecniche che la disponibilità di contenuti per replicare, e addirittura per superare, la strategia del Gruppo MEDIASET. Inoltre, tale Gruppo ha ribadito che la circostanza che anche altri operatori, quali H3G, abbiano acquisito frequenze per l'offerta di servizi in DVB-H testimonia il fatto che vi è un mercato secondario per l'acquisto delle frequenze e che quindi allo stato non vi sono grosse barriere per l'accesso a tale mercato *[Cfr. verbale di audizione, cit., pag. 4.]*.

V. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE

109. Per quel che concerne gli effetti derivanti dalla presente operazione, si ritiene che questi vadano analizzati con riferimento al mercato delle reti digitali di trasmissione del segnale televisivo terrestre in ambito nazionale, con specifico riguardo alle caratteristiche dell'operazione comunicata, che prevede la destinazione della rete oggetto di acquisizione all'offerta di servizi in modalità DVB-H e la cessione di capacità trasmissiva sulla rete stessa a terzi.

110. A tale proposito, si rileva infatti che gli operatori intervenienti hanno sottolineato, in primo luogo, che la presente operazione determinerebbe una concentrazione delle frequenze disponibili in capo ad un unico soggetto, pregiudicando le potenzialità competitive di altri operatori e sottraendo risorse al mercato [Cfr. a titolo esemplificativo le posizioni espresse dalle associazioni di consumatori nel verbale di audizione, cit., pagg. 3 e 4, il verbale di audizione del Gruppo L'Espresso, cit., pag. 3 e la risposta alla richiesta di informazioni, cit., pag. 3, il verbale di audizione di Vodafone, cit., pag. 3, il verbale di audizione di WIND, cit., pag. 5 e il documento allegato al verbale di audizione di DAB, cit., pag. 5.].

111. In merito, si deve osservare, con riferimento all'attuale assetto di mercato che, anche nell'ultimo anno, è continuato il *trading* delle frequenze nazionali e locali, ovvero l'acquisizione di intere emittenti locali, attuato in conformità agli obiettivi posti dalla legge 112/04, che ha permesso ai diversi operatori presenti sul mercato di aumentare la copertura della propria rete ovvero di costituirne di nuove (in particolare nel caso di RAI, del Gruppo MEDIASET e del Gruppo Telecom) e ha altresì consentito a nuovi operatori di acquisire delle reti trasmissive e, pertanto, di operare ed entrare per la prima volta nel mercato rilevante (nel caso del Gruppo L'Espresso con l'acquisizione di RETE A, e di H3G, con l'acquisizione di MIT-Milano Televisione).

112. Dai dati descritti emerge che, sul totale della capacità trasmissiva attualmente allocata nel mercato, sia a livello nazionale che locale, la quota detenuta dal Gruppo MEDIASET nel mercato delle reti di trasmissione del segnale televisivo terrestre, anche dopo l'acquisizione in esame, sarebbe di circa il 28,6%, posto che l'incremento determinato dall'operazione è pari al 2,4% (cfr. Tabella 1). Pertanto, anche a seguito dell'operazione, la quota di risorse in capo al Gruppo sarebbe comunque inferiore a quella a disposizione di RAI.

113. Sul punto, dai dati acquisiti nel corso dell'istruttoria è emersa la sussistenza di un patrimonio frequenziale tuttora a disposizione delle emittenti locali, come dimostra il fatto che, ad oggi, prosegue il *trading* di frequenze nazionali e locali. Peraltro, coerentemente con quanto già evidenziato dall'Autorità in precedenti occasioni [Cfr. caso C6161, cit.], in prospettiva, con il prossimo *switch-off* delle trasmissioni televisive analogiche ed il completo passaggio a quelle digitali terrestri, il patrimonio frequenziale che sarà a disposizione degli operatori concorrenti e neo entranti potrebbe essere accresciuto dalla restituzione delle risorse frequenziali analogiche ridondanti [Cfr. sul punto quanto già espresso dall'Autorità nel caso C6161, cit., par. 196 e 198.].

114. Con specifico riferimento al mercato delle reti digitali di trasmissione del segnale televisivo terrestre in ambito nazionale, si deve in primo luogo richiamare il quadro regolamentare nel quale si situa l'operazione, con particolare riferimento all'obbligo imposto al Gruppo MEDIASET di destinare capacità trasmissiva a fornitori indipendenti di contenuti, nell'ambito della quota del 40% della capacità trasmissiva delle reti digitali terrestri di cui all'articolo 2-bis, comma 1, legge n. 66/2001, sul rispetto del quale l'AGCom si è riservata di esercitare la propria azione di vigilanza al fine di garantire l'effettivo accesso alle reti digitali da parte di operatori terzi [Cfr. il parere dell'AGCom espresso nell'ambito del procedimento C6981 RTI/HOME SHOPPING EUROPE, provv. n. 14331 in Boll. n. 21/05.].

115. Per quanto riguarda l'incremento della dotazione di risorse digitali in capo al Gruppo MEDIASET, come conseguenza della operazione in esame, si osserva quanto segue: come emerge dalla Tabella n. 4, la quota di mercato del Gruppo MEDIASET, a seguito dell'acquisizione di Europa TV, sarebbe pari al 47,5%, e quindi suscettibile di attribuire al Gruppo stesso una posizione di preminenza sul mercato, a fronte del 23,8% detenuto dal secondo operatore RAI e dell'11,3% detenuto dal terzo operatore, Telecom Italia Media Broadcasting.

116. Tuttavia, tale quota deve essere valutata tenendo conto almeno di tre circostanze. Prima di tutto, il diverso grado di digitalizzazione raggiunto dall'offerta televisiva del Gruppo MEDIASET sul mercato rilevante deve essere interpretato tenendo conto del fatto che il periodo di transizione dall'analogico al digitale (31 dicembre 2008) non è ancora giunto al termine. La posizione di mercato del Gruppo MEDIASET deve essere dunque considerata provvisoria e, pertanto, significativa solo nella misura in cui rappresenta un istante particolare della evoluzione tecnologica in corso. Tale valutazione è, quindi, necessariamente influenzata dalla velocità relativa con la quale gli operatori convertono il loro *stock* di capacità trasmissiva durante il periodo di transizione, capacità destinata a variare in funzione del profilo temporale delle scelte

degli investitori.

117. In secondo luogo, la posizione di mercato del Gruppo MEDIASET a seguito dell'operazione si inquadra in un contesto nel quale RAI, come visto, mantiene una posizione di *leadership* nel mercato delle reti di trasmissione del segnale televisivo terrestre in tecnica analogica che, in una prospettiva di breve-medio periodo, consentirà alla società stessa di incrementare la propria offerta televisiva in tecnica digitale.

118. In terzo luogo, come è già stato precisato in precedenza, la capacità trasmissiva che verrà veicolata dal terzo *multiplex* del Gruppo MEDIASET sarà dedicata esclusivamente alla trasmissione televisiva in DVB-H e il Gruppo MEDIASET non offrirà servizi DVB-H direttamente ai consumatori finali, ma metterà a disposizione la sua capacità trasmissiva agli operatori di telefonia mobile che, oltre a TIM, intendano offrire i servizi di trasmissione televisiva in DVB-H, utilizzando i contenuti tanto del Gruppo MEDIASET quanto di altri fornitori. Quanto a TIM, tale società, in virtù dell'accordo sottoscritto in data 23 settembre 2005, si è già impegnata ad acquistare da RTI la disponibilità di una quota di capacità trasmissiva della costituenda rete DVB-H pari ad almeno il 25% della sua capacità complessiva.

119. Il confronto tra i principali protagonisti del mercato rilevante va, dunque, condotto sotto un profilo dinamico, tenendo conto della disponibilità sia delle risorse frequenziali analogiche ancora accessibili sul mercato rilevante, ai fini del *trading* di frequenze, sia delle risorse frequenziali digitali e analogiche in capo a RAI, non ancora digitalizzate.

120. In tale contesto, rileva in particolare che, come di seguito approfondito, la concentrazione notificata ha ad oggetto una rete destinata esclusivamente alla trasmissione in DVB-H.

121. Infatti, come già evidenziato, l'operazione prevede lo sviluppo da parte del Gruppo MEDIASET di una rete di trasmissione in tecnologia DVB-H, con capacità trasmissiva con banda di 8 MHz sul territorio nazionale per la fornitura, attraverso la tecnologia succitata, di contenuti televisivi su terminali mobili *[A tale proposito, si osserva che, nell'ambito del procedimento, è emersa l'importanza che la rete sia interamente dedicata al DVB-H, poste le difficoltà di ordine tecnologico date dalla coesistenza dei due standard, DVB-T e DVB-H, sullo stesso multiplex. Tale intenzione è stata ribadita dal Gruppo MEDIASET in sede di audizione.]*. L'operazione comunicata prevede che: *"Lo scopo dell'operazione è la creazione di una rete di trasmissione televisiva in tecnica DVB-H [...] volta a creare le condizioni tecniche perché gli operatori di telefonia mobile possano offrire ai propri abbonati servizi televisivi [...]. RTI non sarà attiva nella prestazione di servizi di telecomunicazioni, ma si limiterà a costituire la rete la cui capacità trasmissiva sarà riservata agli operatori di telecomunicazioni che ne faranno richiesta e che intendano fornire servizi ai propri abbonati [...] RTI non concederà alcuna esclusiva sull'utilizzo della rete; risulta invece con assoluta evidenza l'intenzione della parte notificante di concedere porzioni della capacità trasmissiva della rete in via di costituzione a ogni richiedente a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie [...] Le attività di telecomunicazione ed i rapporti con gli utenti finali rimarranno di chiara competenza e spettanza degli operatori di telefonia che raggiungeranno un accordo con RTI [...] Nessun rapporto diretto sarà dunque instaurato fra Mediaset e gli utenti finali"* (cfr. Formulario dell'operazione di concentrazione pervenuto il 29 dicembre 2005, pagg. 19 e 20).

122. Nella comunicazione pervenuta in data 23 gennaio 2006, allegata alla notifica dell'operazione di concentrazione, la parte ha ulteriormente chiarito che *"tutti gli operatori telefonici potranno utilizzare a condizioni trasparenti la capacità trasmissiva della rete realizzata sino alla sua saturazione fisica"* e che *"la definizione dei contenuti, l'organizzazione dell'offerta e relativa raccolta pubblicitaria spetterà all'operatore telefonico che dunque gestirà direttamente il rapporto con l'utenza finale in termini di approntamento del bouquet di offerta di contenuti e servizi, di abbonamento e di billing"* *[Cfr. comunicazione del 23 gennaio 2006, che è stata allegata alla notifica dell'operazione di concentrazione. Tale intenzione è stata ribadita nel corso del presente procedimento, laddove il Gruppo MEDIASET ha confermato l'intenzione di consentire l'accesso alla rete agli operatori richiedenti e di offrire i propri contenuti su base non esclusiva, nonché di non voler offrire servizi in proprio. Ciò posto, si ritiene che, allo stato, non sia possibile esprimere valutazioni in merito al prezzo a cui tali servizi saranno offerti, in risposta alle preoccupazioni sollevate da alcune associazioni di consumatori, in quanto questo dipenderà dalle scelte di business degli operatori di telefonia mobile, eventualmente anche legate alla possibilità di offrire pacchetti integrati, alla quale gli operatori si sono dimostrati interessati.]*.

123. Coerentemente con quanto considerato nel provvedimento di avvio della presente istruttoria si ritiene, pertanto, che il mercato della raccolta pubblicitaria non sia

rilevante nella valutazione della presente operazione, posto che la configurazione dell'operazione comunicata esclude che la raccolta pubblicitaria sarà effettuata dal Gruppo MEDIASET utilizzando le risorse oggetto di acquisizione e che, come evidenziato, questa rimarrà di esclusiva competenza degli operatori mobili.

124. Nell'ambito dell'istruttoria, come già detto, è stata acquisita copia degli accordi attualmente in essere fra il Gruppo MEDIASET e alcuni operatori di telefonia mobile, in particolare TIM, ove il descritto modello di *business* è stato compiutamente tradotto. Infatti, la scrittura privata sottoscritta fra i due operatori prevede, fra l'altro, che il Gruppo metta a disposizione di TIM la disponibilità di contenuti non in esclusiva, che quest'ultima società potrà veicolare sia su rete mobile, sia su altra infrastruttura di terzi disponibile a tal fine. Inoltre, l'accordo riserva a TIM l'attività di promozione, anche pubblicitaria, dei propri servizi. Infine, la residua capacità trasmissiva disponibile sulla rete è a disposizione di altri operatori.

125. Dalle risultanze istruttorie è emerso altresì che gli operatori sia televisivi che mobili ritengono che il modello di *business* ottimale sia dato dall'integrazione delle rispettive competenze. In tale contesto, si ritiene che il modello che il Gruppo MEDIASET si propone di adottare, così come emerge dall'accordo sottoscritto con TIM, consenta sia a tale operatore che ai *partner* di telefonia mobile di sfruttare le proprie competenze e potenzialità nell'offerta di servizi in modalità DVB-H.

126. L'operazione di concentrazione così come comunicata prevede che "Identica politica viene e verrà seguita da RTI in relazione ai contenuti televisivi che potranno essere ceduti agli operatori di telefonia che ne facciano richiesta [...]" (cfr. Formulario dell'operazione di concentrazione, pag. 19), e "nell'ambito della capacità trasmissiva allocata a ciascuno di essi, potranno trasportare contenuti forniti da terzi diversi dalla Scrivente" (cfr. comunicazione pervenuta in data 23 gennaio 2006) e che, pertanto, non esistono preclusioni alla possibilità che gli operatori di telefonia utilizzino la costituenda rete per diffondervi i contenuti messi a disposizione da terzi. Da questo punto di vista, anche gli operatori mobili, pur interessati all'offerta di eventi premium attualmente nella disponibilità del Gruppo MEDIASET, quali ad esempio gli eventi calcistici, hanno manifestato interesse anche per contenuti offerti da altri soggetti. Allo stato, va anche sottolineato che l'attuale incertezza che connota il settore non consente di evidenziare la tipologia di contenuti che si presterà ad essere offerta sui terminali mobili, vale a dire programmi creati ad hoc al fine di essere destinati specificamente alla nuova piattaforma, ovvero contenuti già esistenti sul mercato.

127. L'operazione in esame si inserisce in uno scenario in evoluzione, caratterizzato non solo dalla presenza dei tradizionali *broadcaster* ma anche di nuovi operatori – quali H3G – che hanno effettuato e stanno continuando a sostenere investimenti nell'acquisizione sia di frequenze che di contenuti al fine di offrire servizi in modalità DVB-H. Allo stesso modo, anche RAI, che, come rilevato, dispone di risorse anche superiori a quelle allo stato detenute dal Gruppo MEDIASET, sta già effettuando delle sperimentazioni in tal senso e si propone di dedicare ulteriori investimenti all'offerta di tali servizi. Infatti, come già osservato, la dotazione di risorse in capo a RAI potrebbe consentire alla società di replicare la strategia del Gruppo MEDIASET nel DVB-H. Come si è riferito in precedenza (cfr. *supra*, par. 85), infatti, l'impegno di RAI nello sviluppo dell'offerta digitale è stato finora ispirato soltanto a *[omissis]* *[Cfr. documento [omissis], cit..]*. La recente decisione del Consiglio di Amministrazione dell'8 febbraio 2006 di intensificare gli investimenti per lo sviluppo dell'offerta digitale, *[omissis]*, si fonda sulla consapevolezza della società che *[omissis]* *[In proposito, si rileva che RAI ha iniziato delle sperimentazioni sul DVB-H dal mese di gennaio 2005, inizialmente su PC portatili collegati con ricevitori esterni. Successivamente, dai mesi di giugno e luglio dello scorso anno, è stata acquisita da Nokia una piattaforma e circa 200 terminali al fine di sperimentare la trasmissione in DVB-H su terminali mobili. A tale fine, come già evidenziato, RAI ha concluso accordi di natura non commerciale con operatori di telefonia mobile, ossia TIM e Vodafone, allo scopo di effettuare verifiche sulle caratteristiche tecniche del sistema.]*.

L'esito positivo di una simile strategia, al termine del periodo di transizione, è incoraggiato dal fatto che RAI dispone del maggior numero di impianti e frequenze, con una elevata copertura effettiva della popolazione servita. Inoltre, RAI dispone di capacità trasmissiva in eccesso, oltre a godere di un vantaggio nella dotazione di risorse frequenziali nelle Bande III, IV e V, destinate all'offerta digitale *[Cfr. Caso C6161, cit., § 90.]*. Contestualmente, nel corso del procedimento, è emersa la volontà degli operatori di

telefonia mobile di operare nel nuovo segmento attraverso la conclusione di accordi di *partnership* con i *broadcaster*, sulla base di modelli di *business* tesi a sfruttare le rispettive sinergie e a prescindere dalla disponibilità di risorse proprietarie.

Il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

128. In data 7 marzo 2006, è stato inviato all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCom) lo schema di provvedimento di chiusura del presente procedimento ai fini dell'emanazione del relativo parere, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge n. 249 del 31 luglio 1997.

129. Con atto pervenuto in data 6 aprile 2006 l'AGCom ha espresso parere favorevole allo schema di provvedimento concernente l'operazione di concentrazione in esame, formulando altresì alcune osservazioni.

130. In sintesi, l'AGCom ha in primo luogo condiviso la delimitazione merceologica e geografica dei mercati rilevanti effettuata nello schema di provvedimento e, con riferimento al mercato del *broadcasting* digitale, l'individuazione di un unico ambito di riferimento indipendentemente dallo *standard* trasmissivo utilizzato per la diffusione dei contenuti, posto: *i)* il forte grado di sostituibilità nell'offerta di capacità trasmissiva per servizi destinati agli apparecchi domestici e quelli destinati ad apparati mobili; *ii)* la circostanza che le reti digitali terrestri sono in grado di veicolare contemporaneamente capacità trasmissiva in *standard* DVB-T e DVB-H nell'ambito di uno stesso *multiplex* in modalità gerarchica.

131. Con riguardo invece alla fornitura dei servizi DVB-H agli utenti finali, l'AGCom ha evidenziato che la catena del valore nell'offerta dei servizi di *mobile television* si articolerà, diversamente dal modello di catena del valore sul digitale terrestre, intorno a tre funzioni principali (operatore di rete; fornitore di servizi di accesso condizionato; fornitore di contenuti) ed una accessoria (aggregatore di contenuti) e, pertanto, a seguito della presente operazione, il Gruppo MEDIASET farà il proprio ingresso, seppure in modo indiretto, nell'offerta di contenuti audiovisivi ai clienti dei gestori mobili in qualità di operatore di rete, fornitore di contenuti ed eventualmente aggregatore di contenuti. Per tali motivi, l'AGCom ha ritenuto di individuare il mercato a valle della "fornitura di programmi audiovisivi su terminali mobili", sul quale la presente operazione sarebbe destinata a spiegare effetti.

132. L'AGCom ha ritenuto altresì necessario suggerire l'individuazione, come mercato interessato dalla concentrazione, anche del mercato della raccolta pubblicitaria sul mezzo televisivo, alla luce delle seguenti circostanze: *i)* la posizione nei mercati a monte di un operatore verticalmente integrato influisce inevitabilmente anche sui mercati a valle della raccolta di risorse, ed in particolare nei ricavi pubblicitari; *ii)* l'acquisizione in esame elimina un soggetto attivo, a livello nazionale, nella televisione analogica in chiaro e quindi nella raccolta pubblicitaria televisiva, determinando altresì la riduzione della quantità di frequenze disponibili per eventuali nuovi entranti.

133. Con riguardo agli effetti dell'operazione, l'AGCom ha condiviso le valutazioni espresse nella bozza di provvedimento sia per quanto riguarda il mercato delle infrastrutture per la trasmissione del segnale televisivo, sia con riferimento al mercato delle reti digitali, considerando gli aspetti dinamici e prospettici dell'evoluzione del mercato in questione, nel quale la posizione degli operatori appare condizionata dall'assetto attualmente esistente nelle reti trasmissive in tecnica analogica. Peraltro, la stessa AGCom, nell'ambito del proprio procedimento istruttorio relativo all'analisi dei servizi di diffusione radiotelevisiva per la trasmissione dei contenuti agli utenti finali (c.d. mercato 18), non ha individuato, in relazione al mercato nazionale del *broadcasting* digitale terrestre, un significativo potere di mercato in capo ad alcun operatore.

134. L'AGCom, in conclusione, si è riservata di:

- valutare la compatibilità dell'utilizzo della rete oggetto di acquisizione per la trasmissione in DVB-H nel quadro degli attuali titoli abilitativi e l'eventuale opportunità di ulteriori interventi regolamentari, soprattutto a conclusione dell'indagine conoscitiva in corso sulla fornitura di servizi audiovisivi in mobilità mediante tecnologia DVB-H;
- verificare il rispetto della normativa vigente con riguardo all'obbligo di riserva del 40%

della capacità trasmissiva sulla costituenda rete e la coerenza con il Piano nazionale di assegnazione delle frequenze di cui alla delibera 15/03/CONS;
– verificare, per quanto di sua competenza, il rispetto degli obblighi negoziali assunti dalle parti nel corso del procedimento.

Valutazioni

135. In relazione alle principali osservazioni svolte dall'AGCom, si evidenzia quanto segue.

Per quel che concerne l'individuazione di un mercato autonomo, a valle, della fornitura di servizi audiovisivi in mobilità mediante tecnologia DVB-H, questa Autorità intende ribadire che, allo stato, gli elementi raccolti nel corso dell'attività istruttoria non hanno consentito di individuare compiutamente un mercato della trasmissione in standard DVB-H, separato da quello della trasmissione in DVB-T. Ciò in ragione dell'attuale stato sperimentale della tecnologia in esame e dell'assenza, al momento, di precisati modelli di fruizione da parte dell'utenza, nonché del rapido sviluppo tecnologico che caratterizza il settore e che appare suscettibile di incidere anche sui modelli di consumo. In tale contesto, non si ritiene possibile configurare una simile offerta come riferibile a un mercato rilevante distinto, trattandosi dello sviluppo di una tecnologia innovativa, la cui applicazione dovrà trovare riscontro nella effettiva domanda dei consumatori. Non appare sufficiente, in altri termini, applicare una innovazione tecnologica (DVB-H) a una risorsa esistente (frequenze televisive) per poterne ricavare la definizione di un mercato rilevante. In linea di massima, non può ritenersi sufficiente una nuova tecnologia per configurare un nuovo mercato. Ciò posto, questa Autorità ha già evidenziato come l'evoluzione tecnologica e commerciale potrebbe in futuro indirizzare il mercato del DVB-H verso una sua autonoma individuazione.

136. Con riguardo alle osservazioni inerenti al mercato della raccolta pubblicitaria sul mezzo televisivo come mercato interessato dall'operazione, si evidenzia quanto segue. In relazione a quanto ritenuto dall'AGCom circa l'influenza, data dalla posizione detenuta nei mercati a monte da un operatore verticalmente integrato, sul mercato a valle della raccolta di risorse, si deve in primo luogo ribadire che il Gruppo MEDIASET non effettuerà, direttamente o indirettamente, attività di raccolta pubblicitaria mediante la rete oggetto di acquisizione e, pertanto, la presente operazione non è suscettibile di determinare effetti nella raccolta di risorse da parte del Gruppo succitato. L'AGCom ha altresì sostenuto che la presente acquisizione elimina un soggetto attivo, a livello nazionale, nella televisione analogica in chiaro e quindi nella raccolta pubblicitaria televisiva, in quanto la realizzazione della rete digitale determinerà la cessazione delle trasmissioni del canale analogico "SportItalia", caratterizzato da quote di *audience* marginali, ma in crescita. A tale proposito, si ribadisce che la presente operazione non ha ad oggetto la concessione analogica per la diffusione del canale "SportItalia". Tale canale, infatti, a partire dal 6 gennaio di quest'anno, è disponibile sul *bouquet* di SKY in chiaro, oltre che sul *multiplex* D-Free di Prima TV e, secondo le informazioni disponibili, la raccolta pubblicitaria sul canale stesso, prima di competenza della concessionaria Radio&Reti, verrà effettuata dalla concessionaria dell'operatore satellitare [Cfr. *verbale di audizione di Europa TV, cit., pagg. 2 e 3.J*]. A tale proposito, si ricorda infatti che gli operatori che trasmettono via satellite, in modalità sia in chiaro che in *pay-tv*, potendo inserire *spot* nell'ambito della loro programmazione, sono anche attivi nel mercato della raccolta pubblicitaria televisiva e costituiscono quindi una forma di pressione concorrenziale effettiva nei confronti delle società che finanziano l'offerta di programmi in chiaro attraverso la raccolta pubblicitaria. Pertanto, ai fini della raccolta di risorse e delle dinamiche competitive sul mercato della raccolta pubblicitaria sul mezzo televisivo, la presente operazione non appare atta a produrre gli effetti paventati dall'AGCom.

CONSIDERATO, pertanto, che, essendo elemento essenziale dell'operazione il fatto che il Gruppo MEDIASET non effettui, direttamente o indirettamente, attività di raccolta pubblicitaria mediante la rete oggetto di acquisizione, la presente operazione non produce effetto nel mercato della raccolta pubblicitaria sul mezzo televisivo;

CONSIDERATO che l'operazione di concentrazione si connota per i seguenti elementi essenziali:

- la rete sarà dedicata esclusivamente alla fornitura di contenuti televisivi su terminali mobili in tecnica DVB-H;
- la rete sarà aperta agli operatori di telecomunicazioni che ne faranno richiesta e la capacità trasmissiva sarà concessa a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie;
- sulla rete stessa potranno essere trasportati anche contenuti di fornitori terzi, oltre a quelli di RTI;
- il modello di *business* previsto dalla società nella fornitura di servizi di trasmissione televisiva digitale su terminali mobili in tecnologia DVB-H implica la piena responsabilità degli operatori telefonici in relazione all'offerta e alla gestione dei contenuti, secondo il modello compiutamente evidenziato e, di conseguenza, il Gruppo MEDIASET non offrirà servizi di DVB-H direttamente al consumatore finale;
- la raccolta pubblicitaria sarà di esclusiva competenza e profitto degli operatori mobili;

CONSIDERATO che l'operazione comunicata nel formulario pervenuto in data 29 dicembre 2005 e nella comunicazione pervenuta in data 23 gennaio 2006 ha ad oggetto la destinazione della capacità trasmissiva, che verrà in capo al Gruppo MEDIASET in seguito alla presente operazione, esclusivamente allo sviluppo di una rete di trasmissione in tecnologia DVB-H per la fornitura, attraverso la tecnologia succitata, di contenuti televisivi su terminali mobili, in un mercato in via di formazione, senza risvolti di rilievo concorrenziale nel mercato delle reti digitali;

CONSIDERATO che la realizzazione di un'operazione di concentrazione diversa da quella oggetto di comunicazione nei suoi elementi essenziali, come sopra descritti, potrà essere nuovamente oggetto di valutazione ai sensi dell'articolo 16, comma 7, della legge 287/90;

RITENUTO che resta salvo ogni ulteriore obbligo o divieto derivante dalle determinazioni, anche regolamentari, delle Autorità nazionali o comunitarie competenti;

DELIBERA

di autorizzare, ai sensi dell'articolo 6 della legge n. 287/90, attesi gli impegni autonomamente assunti da RTI S.p.A., l'operazione di concentrazione tra le società RTI S.p.A. ed Europa TV S.p.A., così come connotata nei suoi elementi essenziali, nei limiti e con le precisazioni vincolanti di cui ai CONSIDERATA precedenti.

Il presente provvedimento verrà notificato ai soggetti interessati e successivamente pubblicato ai sensi di legge.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 33, comma 1, della legge n. 287/90, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Fabio Cintioli

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà