

Provvedimento n. 11436 (C5539) **TELECOM ITALIA/RAMO DI AZIENDA DI PAGINE ITALIA**

L'AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 5 dicembre 2002;

SENTITO il Relatore Professor Marco D'Alberti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'atto delle società Telecom Italia Spa e Pagine Italia Spa, pervenuto in data 17 ottobre 2002;

VISTE le richieste di informazioni alle società Pagine Italia Spa e Telecom Italia Spa, inviate in data 31 ottobre 2002;

VISTE le risposte delle società Pagine Italia Spa e Telecom Italia Spa alle suddette richieste di informazioni, pervenute rispettivamente in data 18 e 19 novembre 2002;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

I. Le parti

1. TELECOM ITALIA Spa (di seguito TELECOM ITALIA) è la società a capo dell'omonimo gruppo operante in tutte le aree di attività del settore delle telecomunicazioni. TELECOM ITALIA è congiuntamente controllata da Pirelli Spa e da Edizione Holding Spa. TELECOM ITALIA è titolare della rete pubblica commutata, sulla quale offre servizi di interconnessione per la loro operatività sui mercati dei servizi finali. Inoltre, TELECOM ITALIA fornisce servizi di telefonia fissa, mobile e satellitare, servizi di accesso a Internet, servizi connessi al commercio elettronico, creazione di siti *web*, offerta di soluzioni *Internet/Intranet/Extranet* alle aziende, vendita di spazi pubblicitari *on-line* e servizi multimediali.

2. Nei mercati interessati dalla presente operazione TELECOM ITALIA opera attraverso la sua controllata SEAT PAGINE GIALLE Spa (di seguito SEAT PAGINE GIALLE). SEAT PAGINE GIALLE è una società che opera principalmente nel settore dell'editoria telefonica in cui è presente con pubblicazioni edite su supporti cartacei e memorie ottiche. SEAT PAGINE GIALLE è inoltre attiva nella gestione delle esigenze comunicative degli operatori, in particolare attraverso l'offerta di spazi pubblicitari sia sugli annuari telefonici e categorici che sulla rete Internet, dove opera attraverso Tin.it, uno dei principali *Internet Service Provider*, nonché attraverso il portale generalista Virgilio. SEAT PAGINE GIALLE fornisce altresì servizi di *direct marketing* e servizi informatici gestiti mediante *call center*, ed opera nelle trasmissioni televisive in chiaro e nel correlato mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo televisivo.

3. TELECOM ITALIA, nel 2001, ha realizzato, a livello consolidato, un fatturato mondiale di 30.818 milioni di euro, dei quali 26.409 realizzati nell'Unione Europea e 24.863 in Italia. Nell'esercizio 2001, SEAT PAGINE GIALLE ha realizzato un fatturato complessivo pari a 1.957 milioni di euro, di cui 1.597 milioni di euro per vendite in Italia.

4. PAGINE ITALIA Spa (di seguito PAGINE ITALIA) è una società, interamente controllata dalla società Fininvest Spa, *holding* dell'omonimo gruppo, che svolge attività tramite il ramo di azienda PAGINE UTILI ed opera, a partire dal 1996, nel mercato della raccolta pubblicitaria, cartacea ed *on-line* (mediante il proprio sito www.pagineutili.it), sull'annuaristica categorica.

5. Nel 2001, il fatturato di PAGINE ITALIA è stato di 48 milioni di euro, interamente realizzato in Italia.

II. Descrizione dell'operazione

6. L'operazione comunicata consiste nell'acquisizione del controllo del ramo d'azienda PAGINE UTILI da parte di TELECOM ITALIA.

7. In particolare, l'operazione è disciplinata da due contratti preliminari, il primo avente ad oggetto il "trasferimento di azienda" ed il secondo relativo al "trasferimento di azioni". In dettaglio, con il primo contratto le Parti si impegnano a sottoscrivere un contratto definitivo avente ad oggetto il trasferimento del ramo d'azienda PAGINE UTILI¹. Il secondo contratto, la cui efficacia è sospensivamente condizionata alla sottoscrizione del contratto definitivo di trasferimento d'azienda, impegna le Parti alla stipula di un contratto definitivo avente ad oggetto il trasferimento di n. 214.286.000 azioni ordinarie SEAT PAGINE GIALLE, attualmente detenute dalla stessa TELECOM ITALIA, pari all'1,9% del capitale sociale di SEAT PAGINE GIALLE.

8. Il contratto di trasferimento di azioni prevede inoltre che, tenuto conto del fatto che le trattative per il trasferimento del ramo d'azienda sono state condotte su base esclusiva da parte di PAGINE ITALIA in favore di TELECOM ITALIA, quest'ultima, nell'ipotesi in cui il contratto diventi inefficace e privo di effetto alcuno tra le Parti, [omissis]².

9. Nell'articolo 10.4 del contratto preliminare di trasferimento d'azienda, le Parti hanno previsto un patto di non concorrenza della durata di tre anni, decorrenti dalla data di esecuzione del contratto. Tale patto prevede che PAGINE ITALIA, la sua controllante Fininvest Spa e tutte le società non quotate appartenenti al gruppo Fininvest, si astengano dallo svolgimento di qualsiasi attività in concorrenza con quella dell'azienda ceduta nel territorio nel quale l'azienda svolge attualmente la propria attività.

III. Qualificazione dell'operazione

10. L'operazione in esame, in quanto consiste nell'acquisizione 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 CEE 4064/89, così come modificato dal Regolamento CE n. 1310/97, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato realizzato a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è superiore a 387 milioni di euro.

IV. Valutazione dell'operazione

a) I mercati rilevanti

11. Nella comunicazione dell'operazione le Parti hanno individuato i due seguenti mercati rilevanti:

- il mercato della raccolta pubblicitaria sugli annuari telefonici e categorici;
- il mercato della raccolta pubblicitaria *on-line*.

Il mercato della raccolta pubblicitaria sugli annuari telefonici e categorici

12. Il mercato della raccolta pubblicitaria sugli annuari telefonici e categorici è composto dagli elenchi telefonici per zona di tutti gli abbonati al servizio telefonico di base e dagli elenchi categorici per zona degli abbonati affari³. Tali pubblicazioni rappresentano un importante veicolo pubblicitario che si distingue nell'ambito del più generale settore della pubblicità per alcune caratteristiche intrinseche, quali ad esempio il fatto che il messaggio pubblicitario contenuto negli annuari cartacei implica un comportamento attivo del consumatore attraverso la ricerca. Inoltre, gli annuari differiscono dai mezzi pubblicitari classici in funzione della capillarità distributiva presso il domicilio del cittadino e della durata annuale dei messaggi in essi contenuti.

13. In considerazione delle particolari caratteristiche, nonché della diffusione, limitata al territorio italiano, degli annuari in questione, la dimensione geografica del mercato non supera i confini nazionali.

¹ [Tale ramo d'azienda comprende il complesso di beni materiali, diritti di proprietà intellettuale, contratti e personale dedicato all'attività di annuaristica informativa telefonica e categorica, in forma cartacea ed on line, attualmente esercitata da PAGINE ITALIA sotto il marchio "Pagine Utili".]

² [Nella presente versione alcuni dati sono omissi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.]

³ [Cfr. provv. n. 8545 "Telecom Italia/Seat Pagine Gialle" del 27 luglio 2000, in Boll. 30/2000.]

14. In tale mercato, la gamma di prodotti offerta dal Gruppo TELECOM ITALIA comprende l'Elenco Ufficiale abbonati al servizio telefonico⁴, edito in 103 edizioni e distribuito in oltre 27 milioni di volumi, nonché le Pagine Gialle, che si distinguono in "Pagine Gialle Casa", dirette all'utenza familiare, e "Pagine Gialle Lavoro", destinate all'utenza affari⁵. L'"Annuario Seat" (ora "Annuario Neoexpo"), strutturato in 14 volumi e 14 CD rom, ognuno dedicato ad un settore industriale, e il prodotto "Europages", che costituisce l'annuario, edito dalla società controllata Eurédit Sa, dei fornitori europei, ripartiti in 21 settori di attività e suddivisi in 4.200 categorie merceologiche, completano la gamma di prodotti di SEAT PAGINE GIALLE⁶. Infine, a seguito dell'acquisizione della società Kompass Italia Spa, SEAT PAGINE GIALLE distribuisce attualmente anche l'Annuario Kompass, che riporta informazioni inerenti oltre 50.000 aziende in Italia.

15. La rete distributiva di SEAT PAGINE GIALLE è composta da circa [omissis] soggetti che operano in qualità di monomandatari, dislocati su tutto il territorio nazionale; [omissis].

16. Per quel che concerne la gamma dei prodotti offerti da PAGINE ITALIA tramite il ramo d'azienda PAGINE UTILI, l'edizione delle *directories* "Pagine Utili" è composta da 96 volumi rivolti all'utenza familiare e aventi copertura provinciale o sub-provinciale⁷, mentre le "Pagine Utili Affari" sono articolate in 10 edizioni regionali e 4 sub-regionali e sono destinate al segmento professionale (liberi professionisti ed aziende). Secondo le informazioni fornite da PAGINE ITALIA⁸, entrambi i prodotti sono stati oggetto negli anni di continui miglioramenti, con l'obiettivo di rendere i volumi più attrattivi e più facili da consultare rispetto alla concorrenza. Allo stato attuale, entrambe le edizioni di Pagine Utili, a differenza delle Pagine Gialle, sono caratterizzate da un formato cosiddetto *pocket*, studiato per rendere il volume maneggevole e di facile consultazione anche fuori casa, e comprendono diverse sezioni quali: la Sezione Mappe (cartografica), la sezione di Pubblica Utilità, e la Sezione Categorica.

17. PAGINE ITALIA ha sviluppato negli anni una propria rete di vendita composta da soggetti, dislocati su tutto il territorio nazionale, che operano in qualità di agenti monomandatari. Attualmente, tale rete è composta da [omissis] agenti.

Il mercato della pubblicità on-line

18. Il mercato della pubblicità *on-line* consiste nella vendita di spazi grafici pubblicitari su Internet⁹. Tali spazi, sotto forma di *banner*, bottoni o icone di vario genere, sono posti graficamente in rilievo su una pagina *web* e recano messaggi promozionali. L'offerta di spazi pubblicitari *on-line* costituisce un mercato distinto rispetto alle forme tradizionali di pubblicità in ragione delle caratteristiche peculiari di Internet, ovvero l'interattività, la capacità di coniugare *advertising* tradizionale e *marketing* diretto e la possibilità di quantificare concretamente i contatti. La peculiarità di tale mercato rispetto alle forme tradizionali di pubblicità consiste infatti, oltre che nell'eventuale possibilità di acquistare immediatamente il bene o servizio via Internet, anche nel metodo di calcolo dei ricavi delle imprese che offrono i suddetti spazi, ad esempio la sponsorizzazione o il costo per *impression*, quale valore unitario della singola visualizzazione del messaggio pubblicitario da parte dell'utente.

19. In considerazione del grado ancora ridotto di sviluppo del mercato italiano e della prevalenza della domanda di spazi pubblicitari da parte di imprese nazionali, la dimensione geografica del mercato della pubblicità *on-line* deve considerarsi, allo stato, ricompresa entro i confini nazionali.

20. In tale mercato, SEAT PAGINE GIALLE offre, dal 1997, il servizio "Pagine Gialle *on-line*" e dal 1999 il servizio "PB.it" (ex Pagine Bianche *online*). Inoltre, il Gruppo TELECOM ITALIA è attivo nel mercato della raccolta pubblicitaria su Internet tramite la propria controllata Matrix Spa, ed in particolare mediante la vendita di spazi pubblicitari sul portale Virgilio.

21. Per quel che concerne la gamma di servizi offerti da PAGINE ITALIA, questa ha iniziato la commercializzazione di servizi *on-line* a partire dal 2000, offrendo la presenza all'interno del sito www.pagineutili.it in

⁴ [A partire dall'edizione di Roma 2002, i nuovi elenchi telefonici saranno pubblicati sotto la testata "Pagine Bianche" e conterranno, oltre ai numeri degli abbonati ai servizi di Telecom Italia, anche quelli degli abbonati ai servizi di altri operatori telefonici (es. Infostrada, Albacom, Atlante, Colt, Fastweb).]

⁵ [Altri prodotti comprendono le "Pagine Gialle Professional", nonché le "Pagine Gialle Office", distribuite queste ultime unitamente alle Pagine Gialle Lavoro. Inoltre, fino al 2002 erano ricomprese nel novero dei prodotti offerti anche le "Pagine Bianche Monitor" e le "Pagine Bianche Family", entrambe contenenti tutte le utenze sia affari che privati e destinate anche alla vendita.]

⁶ [Fino al 1996, il Gruppo TELECOM ITALIA ha distribuito le "Italian Business Pages for Canada e Yellow Pages for the USA", che contenevano i nominativi delle aziende italiane orientate ad esportare verso il Nord America. Fino al 1998, erano annoverati fra i prodotti della predetta società "Telex Italia", elenco nazionale degli utenti dei servizi telex e teletex, e "Guida delle Regioni d'Italia", strumento di informazione sulle strutture amministrative, economiche e culturali dello Stato e delle Regioni. Fino al 2000 è stato disponibile l'Elenco Utenti del servizio Telefax, che raccoglieva oltre 175 mila aziende italiane abbonate al servizio fax della Sip/Telecom Italia.]

⁷ [Sono inoltre editi 24 volumi cosiddetti "Pagine Utili One Book".]

⁸ [Comunicazione del 18 novembre 2002.]

⁹ [Cfr. provv. n. 8545 "Telecom Italia/Seat Pagine Gialle", cit.]

omaggio ai clienti che acquistavano spazi pubblicitari sui volumi cartacei, con l'obiettivo di arricchire i contenuti informativi del sito e favorire la consultazione. Nel 2001 è stata attivata la raccolta pubblicitaria sul sito www.pagineutili.it e offerti in vendita i seguenti servizi: Pagine Web contenenti dati informativi dell'azienda inserzionista, rimando dal sito www.pagineutili.it al sito dell'inserzionista, spazio web di ridotte dimensioni contenente logo e anagrafica del cliente. Nell'anno 2002 Pagine Italia ha concluso un accordo con la società Elitel in virtù del quale la stessa Elitel utilizza e gestisce il sito www.pagineutili.it a fronte del pagamento di un canone fisso e il riconoscimento a Pagine Italia di parte dei ricavi pubblicitari.

b) Gli effetti dell'operazione

22. L'operazione in esame appare idonea a determinare il rafforzamento in capo al gruppo TELECOM ITALIA di una posizione dominante nel mercato nazionale della raccolta pubblicitaria su annuari categorici e telefonici. Per effetto dell'operazione TELECOM ITALIA, impresa che, secondo i dati forniti dalle Parti, detiene attualmente una quota di mercato pari all'89%, acquisirà il secondo operatore, con una quota pari a circa il 5%¹⁰, ed unico concorrente in grado, allo stato, di competere con la medesima sull'intero territorio nazionale. Accanto a tali due operatori sono attivi, infatti, solo alcuni piccoli operatori, per lo più a carattere locale, che detengono quote di mercato del tutto marginali.

Al riguardo, le Parti hanno evidenziato che, sulla base di un'indagine condotta nel 2000 da Databank per conto di SEAT PAGINE GIALLE¹¹, la quota di mercato attribuibile agli operatori terzi sarebbe pari a circa il 6%. Le Parti hanno altresì individuato come principali concorrenti le seguenti società: Facile, News Spettacolo Torino, Pagine Sì, Guida Sposi e Hallo Sudtirolo¹².

23. Occorre in proposito osservare come il predetto studio non appaia idoneo a stimare la quota di mercato residuale degli operatori terzi, in quanto l'indagine su cui si basa è riferita ad un campione di inserzionisti dei prodotti SEAT PAGINE GIALLE a cui, nel 2000, venne, tra l'altro, genericamente posta una domanda circa l'utilizzo, tra vari mezzi pubblicitari, anche di cosiddette "guide locali e tematiche". L'inadeguatezza del campione utilizzato, nonché soprattutto la genericità delle domande poste agli intervistati, rende inutilizzabile tale indagine come stima di una ipotetica quota di mercato attribuibile ad operatori terzi. Tale considerazione è confermata dal fatto che le parti stesse individuano quali concorrenti società (ossia Facile, News Spettacolo Torino, Pagine Sì, Guida Sposi e Hallo Sudtirolo), la maggior parte delle quali, operando nei settori delle riviste specializzate in informazioni di carattere locale ed in ambiti geografici limitati con marchi locali e strutture commerciali di ridotte dimensioni, non possono essere considerate quali concorrenti di SEAT PAGINE GIALLE nel mercato nazionale dell'annuaristica categorica e telefonica. Ciò è ulteriormente suffragato dalla circostanza che gli stessi studi di settore presentati dalle Parti¹³ non menzionano nessuna di tali società quali concorrenti di SEAT PAGINE GIALLE nel mercato rilevante.

24. L'operazione di concentrazione non avrà soltanto l'effetto di determinare la scomparsa dell'attuale maggior concorrente di TELECOM ITALIA, comportando la costituzione di una posizione di sostanziale monopolio nel mercato nazionale dell'annuaristica categorica e telefonica, ma appare anche idonea a compromettere gravemente la concorrenza potenziale.

Al riguardo si rileva che l'operazione è suscettibile di accrescere le già elevate barriere che condizionano l'ingresso di nuovi operatori e che sono principalmente ascrivibili alla disponibilità di un marchio affermato, alla creazione di una rete agenziale per la raccolta delle inserzioni pubblicitarie e alla costituzione di una struttura commerciale per la distribuzione degli annuari.

25. Il gruppo TELECOM ITALIA già dispone, infatti, di risorse tali che gli consentono, unitamente alla propria natura di operatore verticalmente integrato, di operare su detto mercato in posizione dominante. Tale gruppo possiede infatti il marchio storico (Pagine Gialle), diffuso e largamente conosciuto tra le famiglie italiane, una rete di vendita composta da circa [omissis] agenti monomandatari dislocati su tutto il territorio nazionale ed una capillare struttura di distribuzione degli elenchi.

26. Con riferimento alla struttura del mercato della raccolta pubblicitaria sugli annuari telefonici e categorici, le Parti hanno sottolineato che, stante la natura cosiddetta "a due lati" (*two-sided*) di tale mercato¹⁴, la presenza di esternalità di rete, in termini di relazione diretta tra il valore di una rete e il numero dei suoi utenti, determinerebbe un grado di concentrazione del tutto funzionale ad assicurare la presenza di un elevato numero di inserzionisti con un conseguente incremento delle informazioni fruibili dagli utenti.

¹⁰ [Dati forniti dalle Parti.]

¹¹ [Cfr. Indagine Clienti 3 allegata alla comunicazione di Telecom Italia del 19 novembre 2002.]

¹² [Cfr. Comunicazione di Telecom Italia del 19 novembre 2002.]

¹³ [Cfr. Simba Int. Worldwide Yellow Pages, 2001, e UBS Warburg European Directory Publishers, aprile 2002, allegati alla comunicazione di Telecom Italia del 19 novembre 2002.]

¹⁴ [Per mercato "two-sided" si intende un mercato nel quale sono presenti due gruppi di utenti di un bene o servizio che intendono entrare in contatto: nel mercato della raccolta pubblicitaria sugli annuari telefonici e categorici tali soggetti sono rappresentati da un lato dagli inserzionisti, dall'altro dai consumatori. In tale contesto, il servizio fornito da un'impresa consiste nel permettere il contatto fra queste due categorie di utenti degli annuari.]

Tale assetto di mercato caratterizzerebbe in modo del tutto peculiare anche la struttura dei prezzi delle imprese presenti sullo stesso, determinando una politica tesa a scoraggiare qualsivoglia incremento suscettibile di ridurre il numero degli inserzionisti e conseguentemente, data la natura del mercato così considerata, il bacino di utenza.

27. Ciò premesso, le Parti hanno evidenziato¹⁵ che l'operazione in esame, non modificando la posizione, già dominante, di TELECOM ITALIA sul mercato nazionale dell'annuaristica categorica e telefonica e, più in generale, non alterando la struttura di tale mercato, caratterizzata per sua natura da un elevato grado di concentrazione, non determina alcun effetto restrittivo sul processo concorrenziale.

28. Al riguardo appare sufficiente in questa fase, pur rimandando ad una valutazione più compiuta in sede istruttoria, rilevare che la presenza di esternalità di rete non è idonea a giustificare la creazione, attraverso un'operazione di concentrazione, di una configurazione monopolistica della struttura del suddetto mercato.

Inoltre, alla luce di quanto suesposto, ed in particolare del contesto di mercato, caratterizzato dalla presenza di elevate barriere all'entrata, l'operazione in esame appare suscettibile di condurre ad esiti negativi per entrambe le categorie di utenti (consumatori ed inserzionisti), conseguenti all'assenza di incentivi a migliorare la qualità e la varietà dei servizi, nonché alla competitività dei prezzi e delle altre condizioni commerciali.

29. Con riferimento, infine, al mercato della pubblicità *on-line*, secondo i dati forniti dalle Parti, il gruppo TELECOM ITALIA detiene una quota pari al 31%, mentre PAGINE ITALIA sarebbe attivo in misura marginale con una quota dello 0,5%. Ciò a fronte di operatori quali Manzoni, con una quota pari all'8%, Tiscali, 6%, e DADA, 5%.

30. Va in ogni caso rilevato che l'acquisizione di PAGINE ITALIA consentirà a TELECOM ITALIA di rafforzare la propria posizione nell'offerta di servizi *on-line* di annuaristica categoria e telefonica, canale che appare avere, in prospettiva, un'importanza crescente nel mercato degli annuari.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame sia suscettibile di determinare, ai sensi dell'articolo 6 della legge n. 287/90, il rafforzamento di una posizione dominante sul mercato nazionale della raccolta pubblicitaria sugli annuari telefonici e categorici;

DELIBERA

a) l'avvio dell'istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, nei confronti delle società Telecom Italia Spa e Pagine Italia Spa;

b) la fissazione del termine di giorni dieci, decorrente dalla data di notificazione del presente provvedimento, per l'esercizio da parte dei legali rappresentanti delle parti, ovvero da persone da esse delegate, del diritto di essere sentiti, ai sensi dell'articolo 14, comma 1, della legge n. 287/90, precisando che la richiesta di audizione dovrà pervenire alla Direzione "D" di questa Autorità almeno tre giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;

c) che il responsabile del procedimento è il dottor Marco Delmastro;

d) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione "D" di questa Autorità dai rappresentanti legali delle parti, nonché dai soggetti aventi un interesse giuridicamente rilevante o da persona da essi delegata;

e) che il procedimento deve concludersi entro quarantacinque giorni decorrenti dalla data di delibera del presente provvedimento.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Rita Ciccone

IL PRESIDENTE
Giuseppe Tesauro

* * *

¹⁵ [Cfr. pag. 61 del *Formulario*. La posizione dominante di *Seat Pagine Gialle* è stata, peraltro, già oggetto di accertamento da parte dell'Autorità nell'ambito del provvedimento *Telecom Italia-Seat Pagine Gialle*, cit., in virtù della consistenza relativa ai fatturati realizzati dalla medesima società, nonché del contratto di concessione di vendita in esclusiva delle inserzioni pubblicitarie sugli elenchi abbonati stipulato con *Telecom Italia*.]